

# Regional besöksundersökning

Östergötland, sommaren 2019

Resultat av 497 intervjuer

# Innehåll

Om undersökningen	3-5
Sammanfattning av resultatet	6
Geografisk hemvist	7-8
Åldersfördelning, sällskapsstorlek och antal barn	9-11
Vet du vilket landskap du befinner du i?	12
Tidigare besök	13
Besöksanledning / Andra platser och besöksmål	14-18
Vistelselängd och inkvarteringstyp	19-22
Informationskanaler och aktiviteter	23-26
Färd sätt	27-28
Utlägg	29-34
Hur väl Östergötland levtt upp till besökarens förväntningar	35
NPS: benägenhet att rekommendera Östergötland som besöksmål	36-38
Övriga kommentarer: representativt urval	39-41
Sammanfattning: besökare från Tyskland	43
Kontaktinformation Research One	44

# Om undersökningen

## Syfte

Research One har under sommaren 2019 genomfört en regional besöksundersökning på tio olika besöksmål runt om i Östergötland.

Undersökningen syftar till att generera förstahandsinformation från faktiska besökare på olika platser i Östergötland, med avseende på demografiska och turistekonomiska faktorer.

Undersökningen har genomförts med hjälp av face-to-face intervjuer på följande platser:

- Bergs Slussar, Linköping – 81 intervjuer
- Gamla Linköping, Linköping – 69 intervjuer
- Kolmårdens Djurpark, Norrköping – 93 intervjuer
- Vadstena Slott, Vadstena – 77 intervjuer
- Borensberg, Motala – 52 intervjuer
- Kanalhamnen, Söderköping - 17 intervjuer
- Arkösund, Norrköping – 49 intervjuer
- Torpön, Tranås - 24 intervjuer
- Naturum Tåkern, Mjölby – 20 intervjuer
- Fyrudden, Valdemarsvik - 15 intervjuer

## Antal fullständiga intervjuer

- 497 st

## Metod

- Intervjuer på plats

## Målgrupp och urval

- Målgrupp: Turister som rört sig på de olika undersökningsplatserna
- Urval, på plats: På plats-rekrytering av respondenter

## Insamlingsperiod

- 2019-06-26 – 2019-08-10

# Om undersökningen

## Metod

Undersökningen är genomförd under månaderna juni, juli och augusti, med ett klart huvudfokus på juli. Startdatum för datainsamlingen var 26 juni 2019 och slutdatum 10 augusti 2019.

Den övergripande metoden för datainsamlingen har varit fältintervjuer (face to face) utifrån fastställd enkät. Detta innebär att intervjuaren har tagit kontakt med en besökare på plats vid intervjuplatsen, presenterat sig och frågat om det går bra att ställa några frågor. Enkätfrågorna har varit digitalt inprogrammerade i enkätprogram.

Intervjusvaren har tryckts in på surfplatta under intervjuens gång eller direkt efter avslutad intervju. Samtliga respondenter har fått samma frågor.

Målgruppen har varit samtliga tillresta besökare. En tillrest besökare har definierats som en person som bor utanför den kommun där intervjun genomförs, samt befinner sig utanför sitt vardagliga vistelseområde. Urvalet har gjorts genom på plats-rekrytering av förbipasserande respondenter vid respektive undersökningsplats. Intervjuerna är genomförda vardag som helg, dag som kväll, men framförallt under dagtid.

## Potentiell resultatpåverkan

I den här sortens undersökningar finns det många omständigheter kring datainsamlingen som har potentiellt stor påverkan på slutresultatet. Dels kan det handla om saker som är en del av projektplaneringen, och som projektledaren till största delen därför har kontroll över. Exempel på en sådan variabel är val av undersökningsperiod, med avseende på vilken tid på året och tid på dagen intervjuerna ska genomföras, samt under vilka veckodagar. En annan sådan variabel är valet av själva undersökningsplatserna.

Det finns också variabler med potentiellt stor resultatpåverkan som inte går att kontrollera i lika hög grad. Det kan handla om tillfälliga väderskiftningar, vägbyggen, incidenter på undersökningsplatserna eller annat.

På besöksmål med en stor mängd turister finns det också rent urvalsrelaterade variabler, som till exempel stora enskilda sällskapsbokningar eller turistbussar fulla med besökare från ett specifikt land eller liknande.

## Om undersökningen

Vid flera av undersökningsplatserna är det en tydlig risk att det exempelvis kan komma en turistbuss med omkring 50 turister från ett visst land, med avsikt att under en kort tid besöka platsen och sedan åka vidare. Självklart kan det påverka det slutgiltiga resultatet om intervjuaren har varit på plats vid just det tillfället eller inte.

### Bortfall

Det finns ett naturligt urvals bortfall utifrån det faktum att intervjuarna slumpmässigt väljer ut sina respondenter och omöjligt kan intervjuas samtliga besökare. Utöver detta har bortfallet dels bestått av personer som avstått från att bli intervjuade, dels av intervjuer som av olika anledningar avbrutits innan de färdigställts.

Merparten av de tillfrågade har tackat ja till att medverka, och andelen som tackat nej varierar från dag till dag samt intervjuplats.

De som tackat nej har generellt gjort det för att de inte haft tid eller för att de varit upptagna med annat. Avbrutna intervjuer kan bero på att respondenten blir avbruten av något eller någon, eller på språksvårigheter. De avbrutna intervjuerna är dock mycket få och utgör en marginell andel. Under löpande kvalitetskontroller tas eventuella ofullständiga intervjusvar bort och resultatet omfattar därför endast kompletta intervjuer.

## Sammanfattning av resultatet

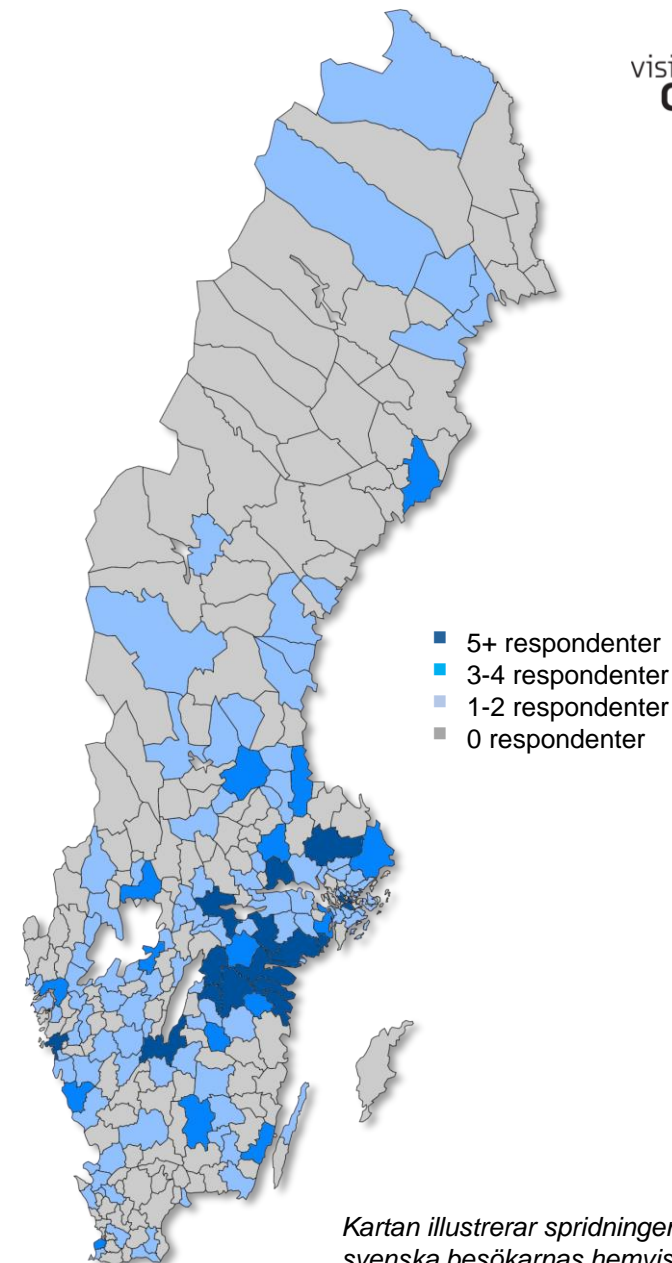
- Den geografiska spridningen bland besökarna är stor. Totalt förekommer besökare från 135 kommuner och 30 länder. Andelen utländska besökare i denna undersökning är 17,9 %, av dessa är den absoluta merparten, 75,3 %, bosatta i Europa
- Den klart vanligaste sällskapssammansättningen bland besökarna är par (två personer). Snittsällskapet består av 3,5 personer. Omkring hälften av besökarna har barn med sig i sällskapet
- 3 av 4 besökare känner till att de befinner sig i Östergötland. Bland de svenska besökarna är det 88 % som känner till att de befinner sig i Östergötland, av de utländska besökarna är det 30 % som känner till det
- På totalnivå har den absoluta merparten av besökarna varit i Östergötland tidigare. 59,5 % av de utländska besökarna är i Östergötland för första gången
- Knappt 3 av 5 besökare övernattar i Östergötland under sin vistelse. Andelen dagsbesökare är betydligt högre bland svenska besökare än utländska besökare
- På frågan vilka andra besöksmål, utöver den nuvarande platsen, som respondenten har besökt eller ska besöka under sin vistelse i Östergötland är Vadstena det klart dominerande alternativet
- Café/restaurang är den vanligaste aktiviteten. 71 % av besökarna ägnar sig åt detta under sin vistelse. Sightseeing/utflykt utan guide är den nästa vanligaste aktiviteten, en betydligt större andel av de utländska besökarna ägnar sig åt detta under sin vistelse i Östergötland
- Hotell är den vanligaste inkvarteringstypen, följt av husbil/husvagn/tält på betald camping
- 76 % av respondenterna svarar att de tagit sig till Östergötland med bil, vilket är det klart vanligaste färdssättet
- På totalnivå har besökarna spenderat 1 356 kr i Östergötland under det senaste dygnet
- På frågan hur väl besökarens förväntningar uppfyllts får Östergötland mycket höga betyg, 4,66 i snitt på den femgradiga skalan
- NPS-värdet i denna undersökning är 65, vilket är ett mycket högt värde som indikerar att majoriteten av besökarna troligtvis rekommenderar Östergötland som besöksmål

# I vilken kommun bor du?

Topplista, kommuner

408 respondenter från 135 kommuner	Antal
Stockholm	41
Norrköping	32
Linköping	31
Göteborg	16
Motala	10
Jönköping	9
Söderköping, Örebro	8
Nyköping	7
Katrineholm, Trosa	6
Mjölby, Uppsala, Valdemarsvik, Västerås	5

**Övriga kommuner:** Alingsås, Arvika, Boden, Borgholm, Borlänge, Borås, Botkyrka, Boxholm, Båstad, Danderyd, Degerfors, Emmaboda, Enköping, Eskilstuna, Falkenberg, Falköping, Falun, Finspång, Flen, Forshaga, Gnesta, Gullspång, Gävle, Götene, Hallsbergs Haninge, Helsingborg, Hofors, Huddinge, Hudiksvall, Håbo, Härjedalen, Härnösand, Jokkmokk, Järfälla, Kalmar, Karlsborg, Karlskoga, Karlstad, Kinda, Kiruna, Klippan, Knivsta, Kumla, Kungsbacka, Kungsör, Köping, Laholm, Lekeberg, Lerum, Lessebo, Lidköping, Ljungby, Ludvika, Luleå, Lund, Lysekil, Malmö, Mariestad, Mark, Mellerud, Mora, Mullsjö, Mölndal, Nora, Norrtälje, Nässjö, Ockelbo, Orust, Ovanåker, Oxelösund, Piteå, Rättvik, Sala, Salem, Sandviken, Sigtuna, Skövde, Sollentuna, Solna, Sotenäs, Stenungssund, Strängnäs, Sundbyberg, Sundsvall, Surahammar, Säffle, Södertälje, Sölvesborg, Timrå, Tomelilla, Tranemo, Tranås, Trollhättan, Tyresö, Täby, Uddevalla, Ulricehamn, Umeå, Uppvidinge, Vadstena, Vaggeryd, Vallentuna, Vara, Varberg, Vaxholm, Vellinge, Vetlanda, Vingåker, Vänersborg, Värmdö, Växjö, Ydre, Ystad, Åmål, Åstorp, Åtvidaberg, Ängelholm, Östersund, Österåker



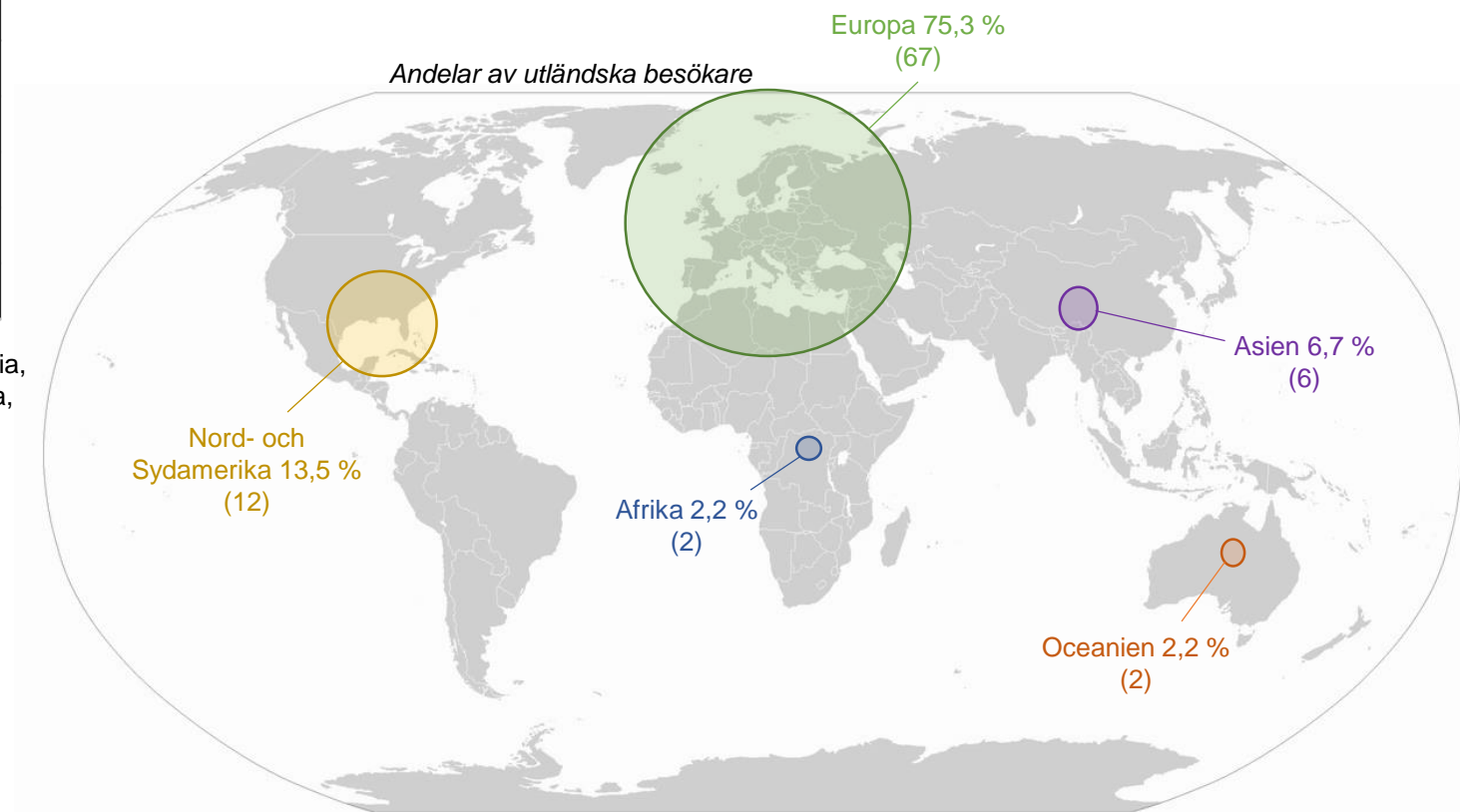
Kartan illustrerar spridningen av de svenska besökarnas hemvist

# I vilket land bor du?

Topplista, länder

89 respondenter från 30 länder	Antal
Tyskland	27
Finland	11
Danmark	6
USA	5
Nederländerna	4

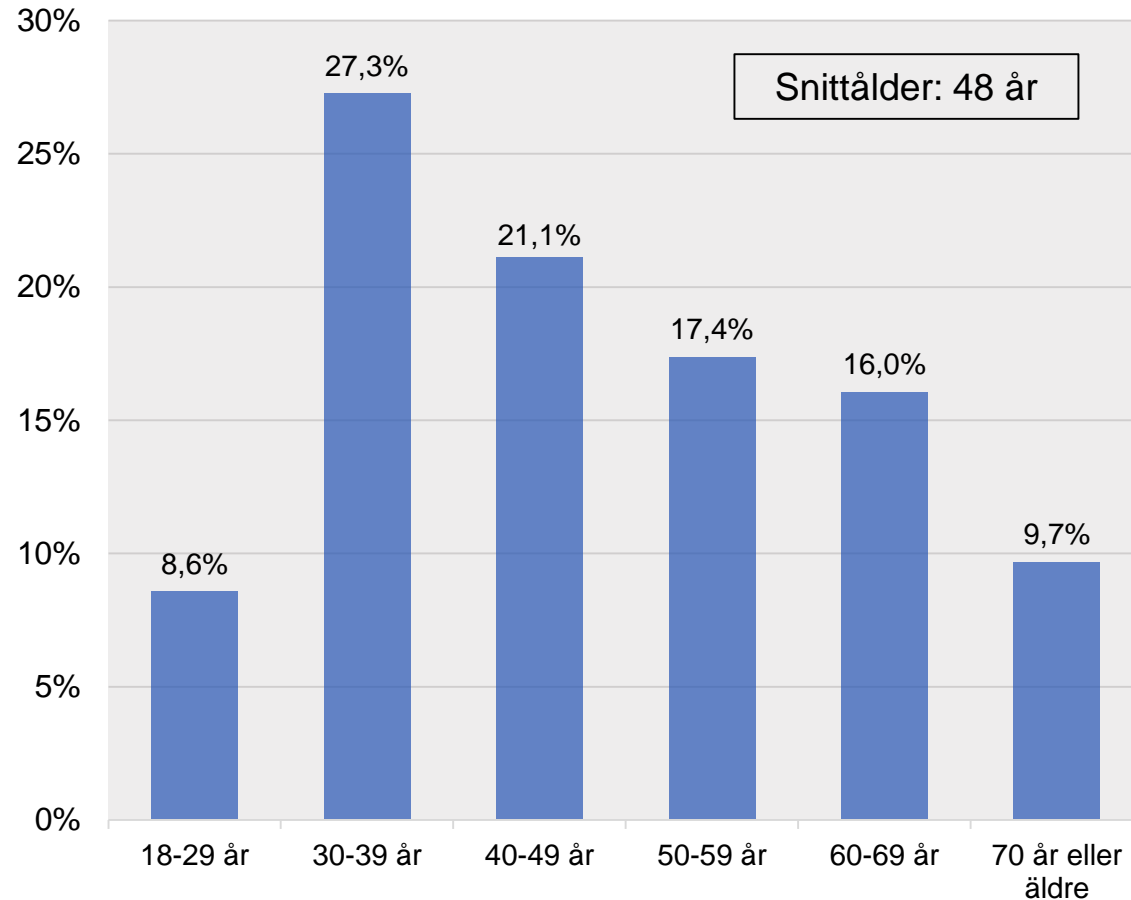
**Övriga länder:** Argentina, Australien, Brasilien, Chile, Colombia, Frankrike, Grekland, Indien, Iran, Israel, Italien, Japan, Kanada, Kenya, Kina, Mexiko, Norge, Peru, Polen, Portugal, Schweiz, Spanien, Storbritannien, Sydafrika, Österrike





# Åldersfördelning

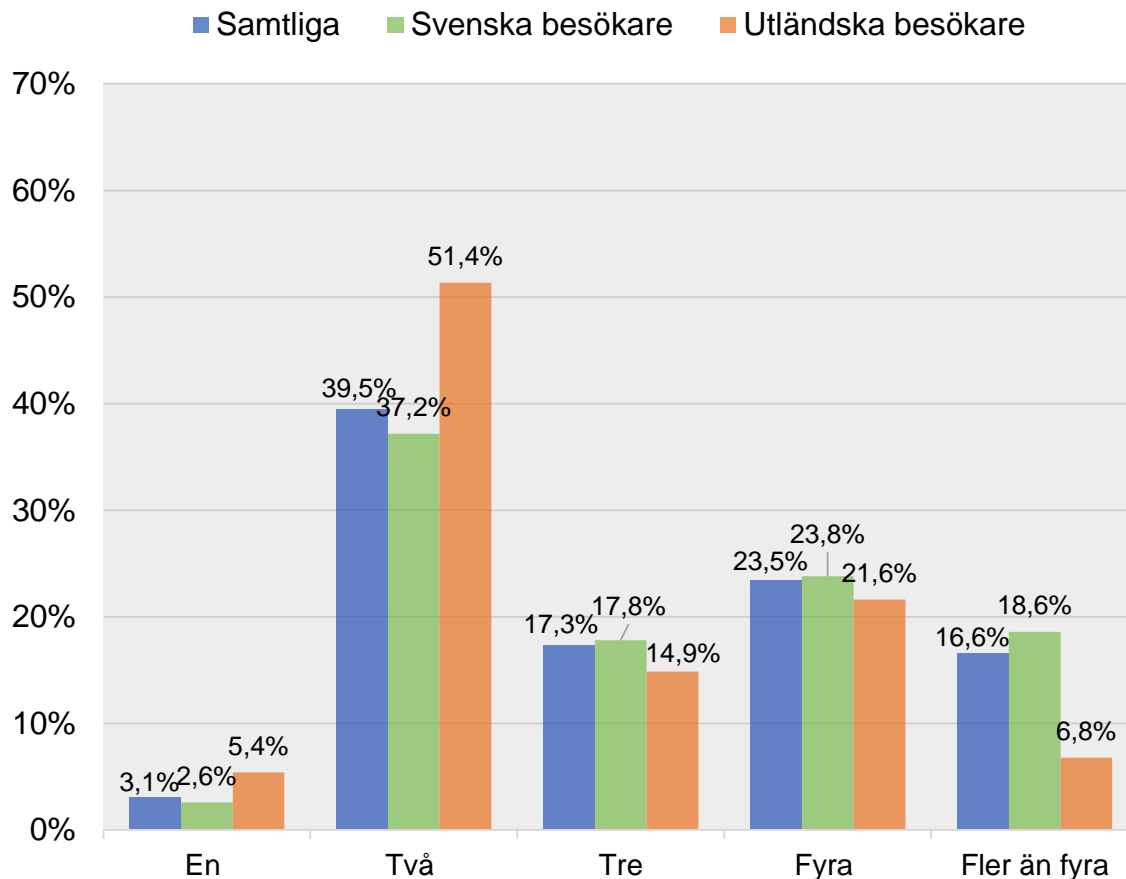
## Åldersfördelning



- Drygt 1 av 4 respondenter befinner sig ålderskategorin 30-39 år
- I stort är åldersfördelning relativt jämn, även om respondenterna i den yngsta och den äldsta ålderskategorin är aningen underrepresenterad

# Hur många personer ingår i ditt resesällskap, inklusive dig själv?

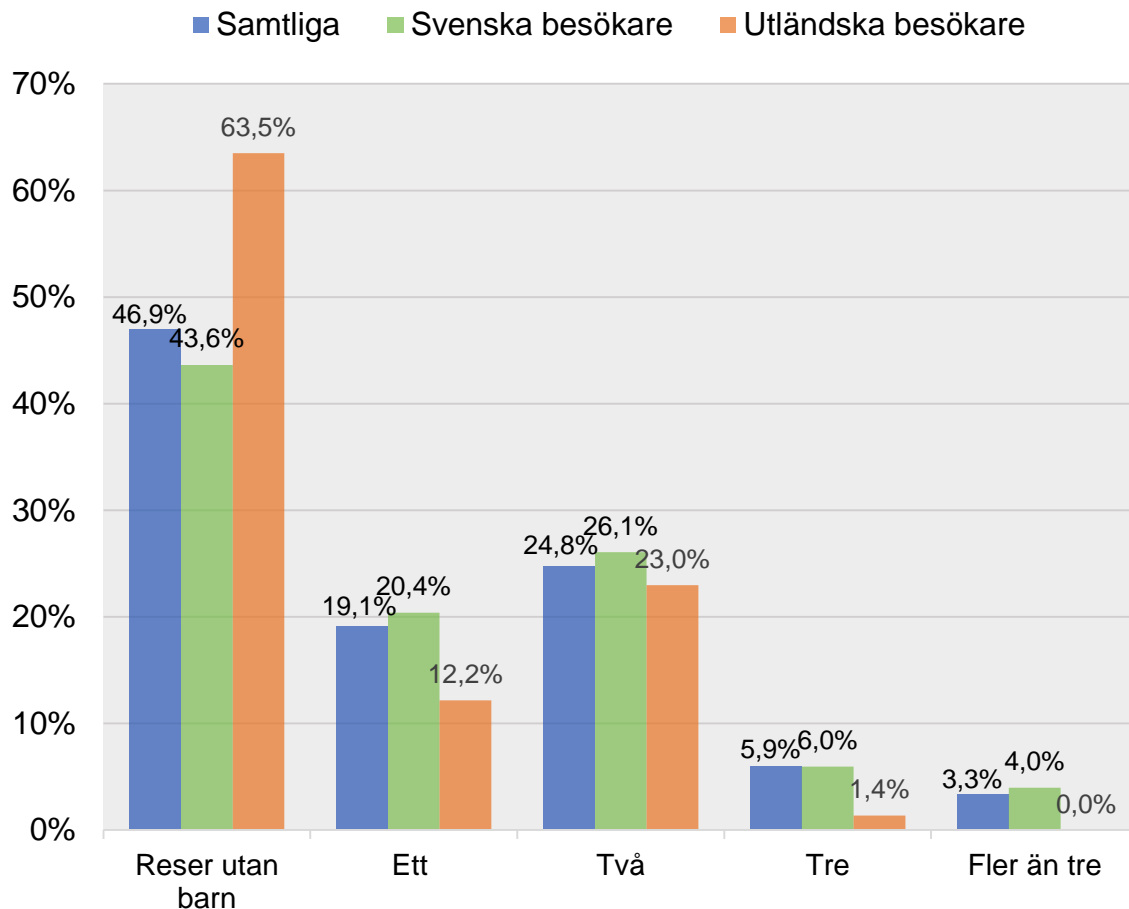
## Resesällskap



- Observera att siffrorna gäller det totala antalet personer i respondentens sällskap, det vill säga vuxna och barn
- Den absolut vanligaste sällskapssammansättningen bland besökarna är par (två personer)
- Fördelning mellan kategorierna Tre, Fyra och Fler än fyra personer är relativt jämn
- Utländska besökare reser i par i betydligt större utsträckning än svenska besökare
- Snittsällskapet på totalnivå består av 3,5 personer
- Snittsällskapet bland de svenska besökarna består av 3,4 personer
- Snittsällskapet bland de utländska besökarna består av 3,1 personer

# Hur många barn ingår i ditt resesällskap?

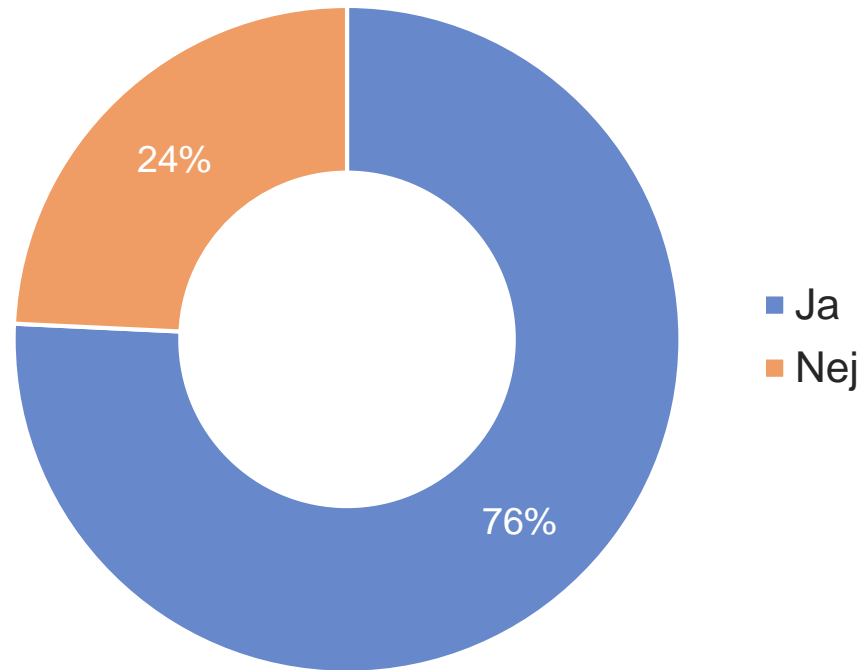
## Antal barn per sällskap



- Observera att siffrorna gäller antal barn under 18 år
- På totalnivå har drygt hälften av resesällskapen barn med sig
- Skillnaderna mellan svenska och utländska besökare är tydliga, då utländska besökare reser utan barn i betydligt större utsträckning

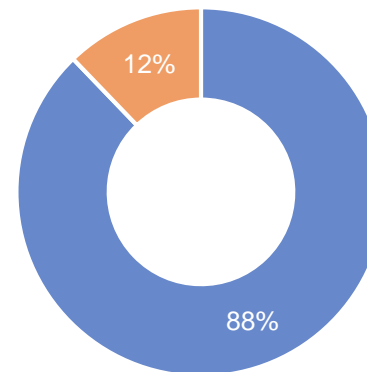
# Vet du vilket län/landskap du befinner dig i?

## Kännedom

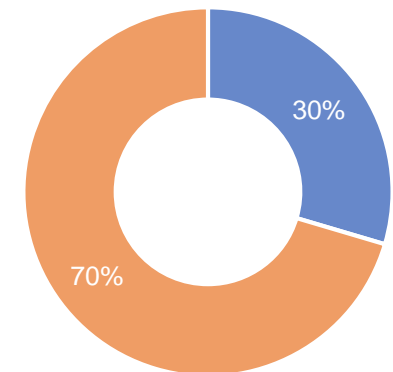


- Omkring 3 av 4 besökare har kännedom om att de befinner sig i Östergötland
- Skillnaderna mellan svenska och utländska besökare är, rimligt nog, stora
- Besökare som är boende i Östergötland har exkluderats från denna fråga

### Svenska besökare

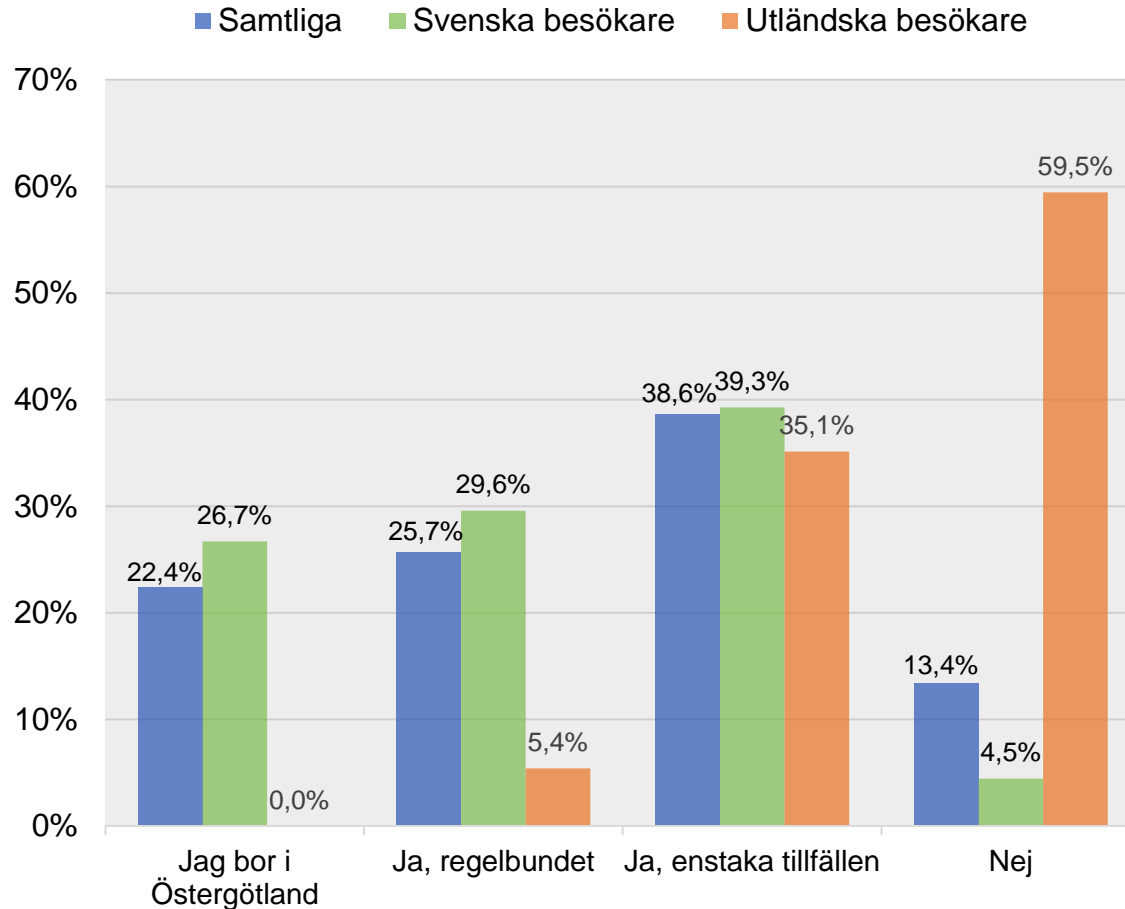


### Utländska besökare



# Har du besökt Östergötland förut?

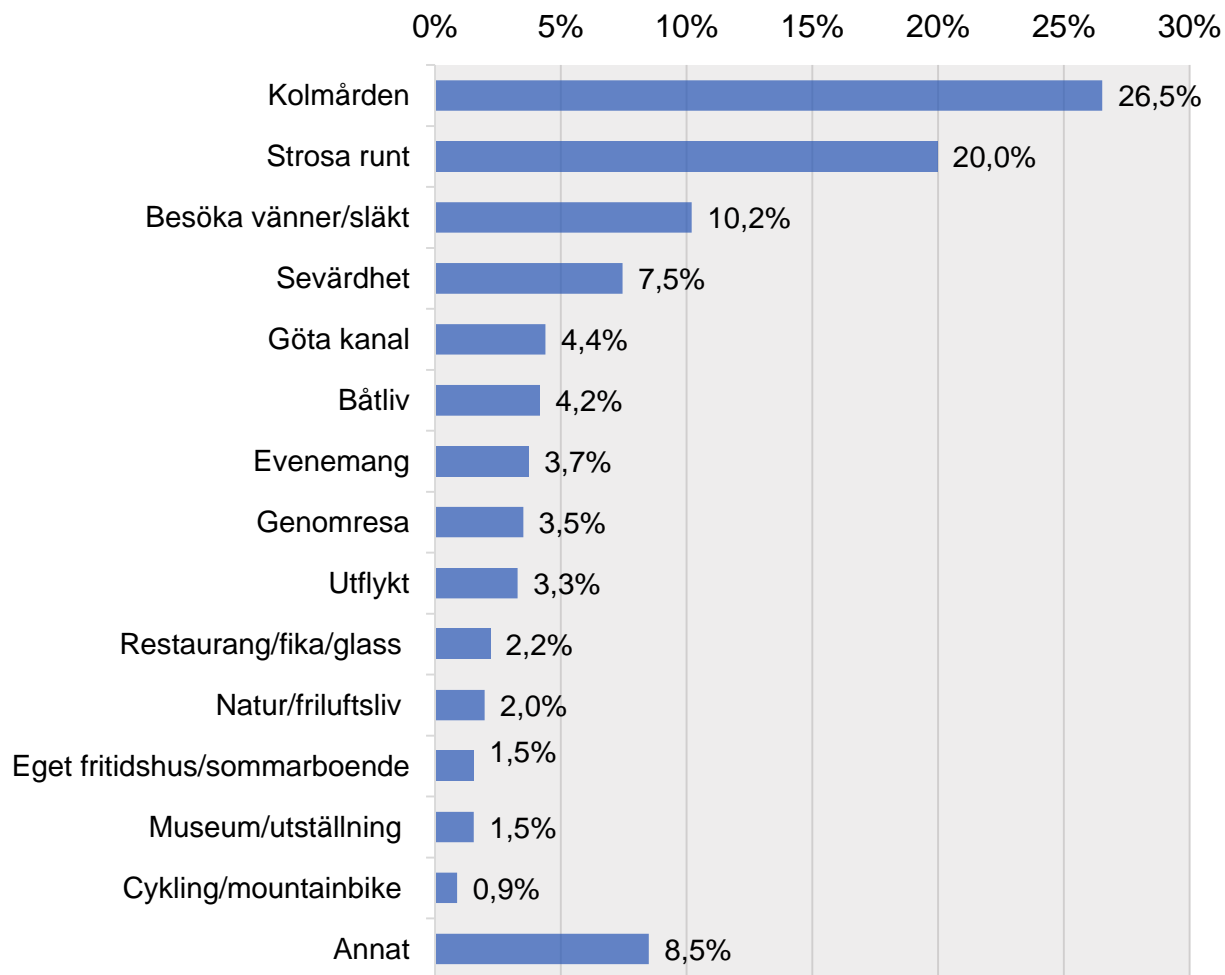
## Tidigare besök



- Den absoluta merparten av besökarna har varit i Östergötland tidigare
- Skillnaderna mellan svenska och utländska besökare är stora, vilket på denna fråga får anses som rimligt
- På totalnivå, boende i Östergötland exkluderat, är 17 % av respondenterna förstagångsbesökare till Östergötland
- Andelen förstagångsbesökare är färre i denna undersökning jämfört med den undersökning som genomfördes 2018, då 21 % av besökarna på totalnivå angav att de besökte regionen för första gången

# Vilken är den huvudsakliga anledningen till ert besök?

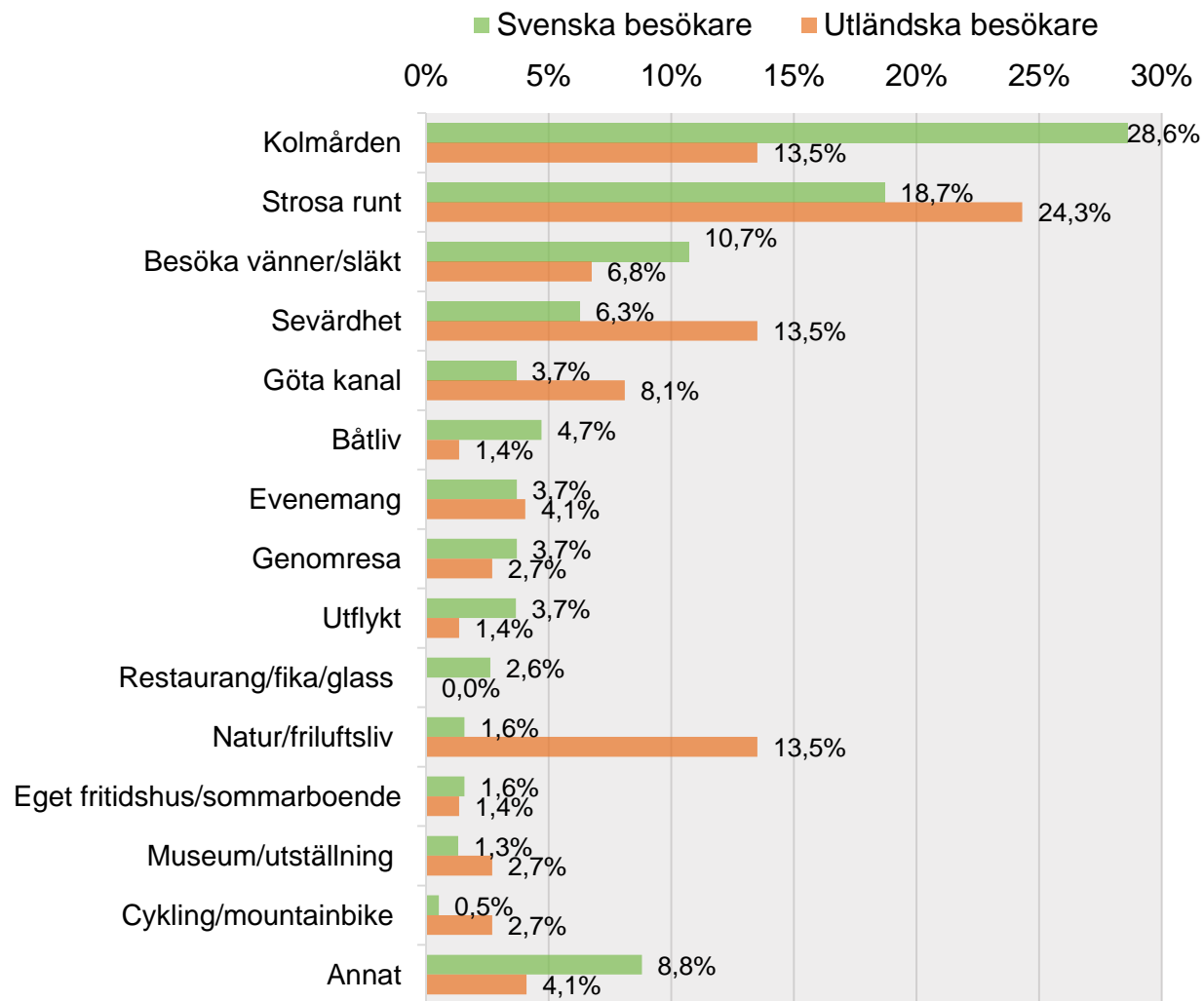
## Besöksanledning



- På totalnivå är Kolmården den vanligaste besöksanledningen
- En stor andel av intervjuerna är dock genomförda på Kolmården, vilket givetvis påverkar resultatet. Om samtliga intervjuer som genomförts på Kolmården exkluderas är det endast några enstaka procent av besökarna som har Kolmården som huvudsaklig besöksanledning
- Omkring 1 av 5 besökare är i Östergötland för att Strosa runt. Detta är att betrakta som ett väldigt allmänt alternativ, och skulle kunna likställas med att exempelvis "se sig omkring" eller "utforska".
- 10 % av besökarna är i Östergötland för att besöka vänner eller släkt
- Alternativet Annat inkluderar främst svar av mer enskild karaktär
- Vid jämförelse med 2018 års undersökning, där Strosa runt var den vanligaste besöksanledningen, följt av museum/utställning, skall det tas i åtanke att svarsalternativen då var mindre specifika

# Vilken är den huvudsakliga anledningen till ert besök?

## Besöksanledning



- Bland de svenska besökarna är Kolmården den vanligaste besöksanledning, vilket nästan 29 % har svarat
- Bland de utländska besökarna är Strosa runt den vanligaste besöksanledningen
- Det föreligger intressanta skillnader mellan de svenska och de utländska besökarna, en sådan intressant observation är skillnaden gällande natur/friluftsliv. 13,5 % av de utländska besökarna har angett detta som sin huvudsakliga besöksanledning, men bara 1,6 % av de svenska besökarna
- En mer än dubbelt så stor andel av de utländska besökarna anger Göta kanal som sin huvudsakliga anledning
- Som tidigare nämnts har förstås intervjuplatsernas karaktär stor påverkan på denna fråga, och det bör alltid has i åtanke vid genomgång av resultatet

# Är aktuell plats huvuddestination för er resa?

Plats/besöksmål (placering 2018)	Andel med aktuell plats som huvuddestination
1. Kolmårdens Djurpark (6)	89,0 %
2. Torpön (1)	74,6 %
3. Kanalhamnen (3)	64,2 %
4. Arkösund (4)	59,6 %
5. Fyrudden (10)	56,5 %
6. Gamla Linköping (7)	50,0 %
7. Naturum Tåkern (8)	49,5 %
8. Bergs Slussar (5)	43,3 %
9. Vadstena (2)	34,6 %
10. Borensberg (9)	33,3 %

- Besökaren har fått besvara frågan om den aktuella platsen den befinner sig på är deras huvuddestination
- Kolmårdens Djurpark är i topp, där 89 % av besökarna anger att parken är deras huvuddestination
- Lägst andel med besöksmålet som huvuddestination är det vid Borensberg. Två tredjedelar av de intervjuade besökarna vid Borensberg har någon annan plats eller besöksmål som huvuddestination för sin resa
- Notera dock att det är relativt få intervjuer genomförda på respektive besöksmål, undersökningen berör främst Östergötland som helhet, och inga slutsatser bör därför dras av just denna fråga



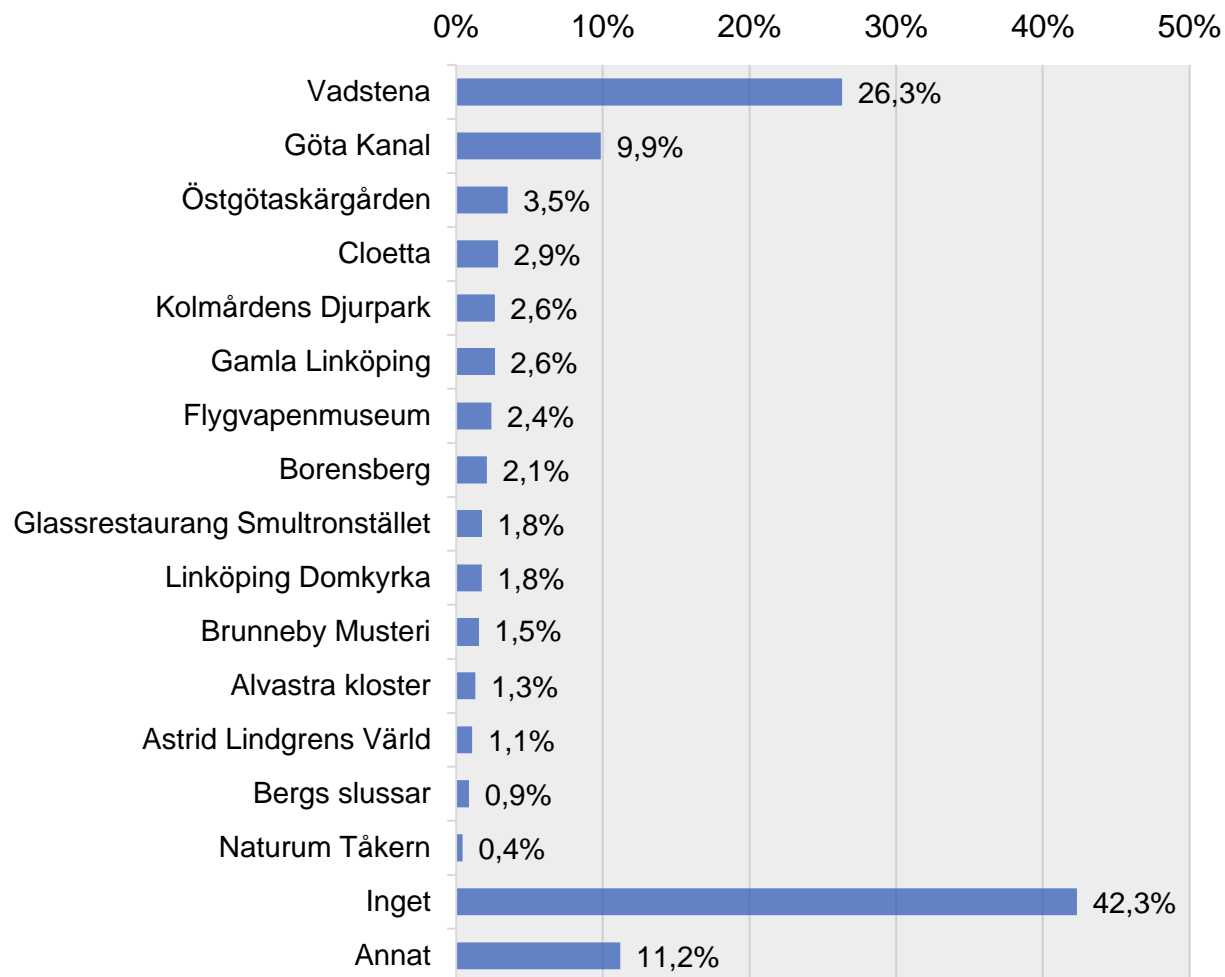
## Om Nej, vilken är huvuddestinationen för din resa?



- Respondenten har fått svara fritt, svaren har sedan kategoriserats i efterhand, och visualiseras i ordmolnet till vänster
- Besökare med långväga städer som huvuddestination, exempelvis Malmö eller Umeå, har exkluderats från ordmolnet. Samtliga besökares svar finns dock att läsa i bilaga "Huvuddestination"

# Vilka besöksmål, utöver din nuvarande plats, har du besökt/ska du besöka under denna resa till/inom Östergötland?

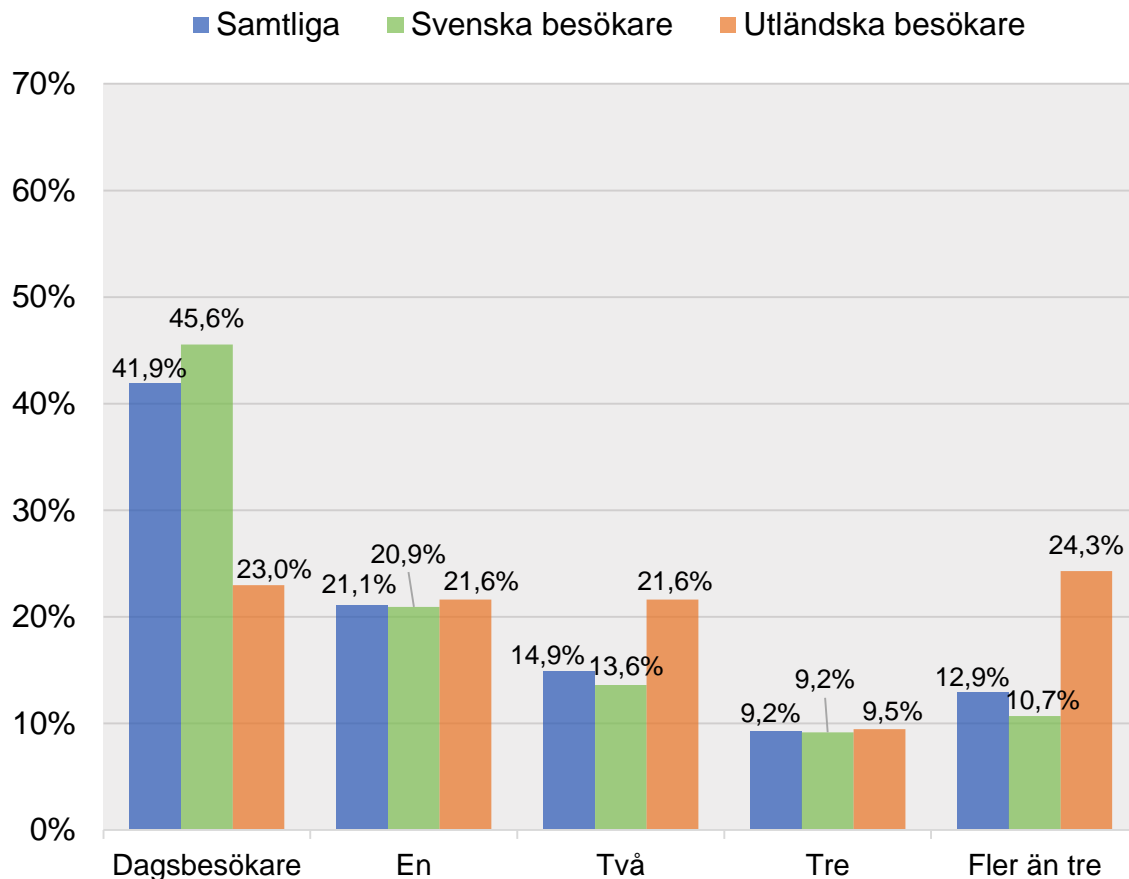
## Andra besöksmål



- 42 % av besökare svarar att de inte besöker några andra besöksmål under denna resa till/inom Östergötland. Denna siffra stämmer överens väl med andelen dagsbesökare, vilket indikerar att det kan finnas ett mönster.
- Vidare, när andelen dagsbesökare bryts ut kan det konstateras att andelen som svarat Inget, är betydligt högre än totalnivån, 55,5 %
- Gällande Vadstena har merparten av respondenterna nämnt både Vadstena slott och Vadstena Klosterkyrka

# Hur många nätter spenderar ni i Östergötland under denna vistelse?

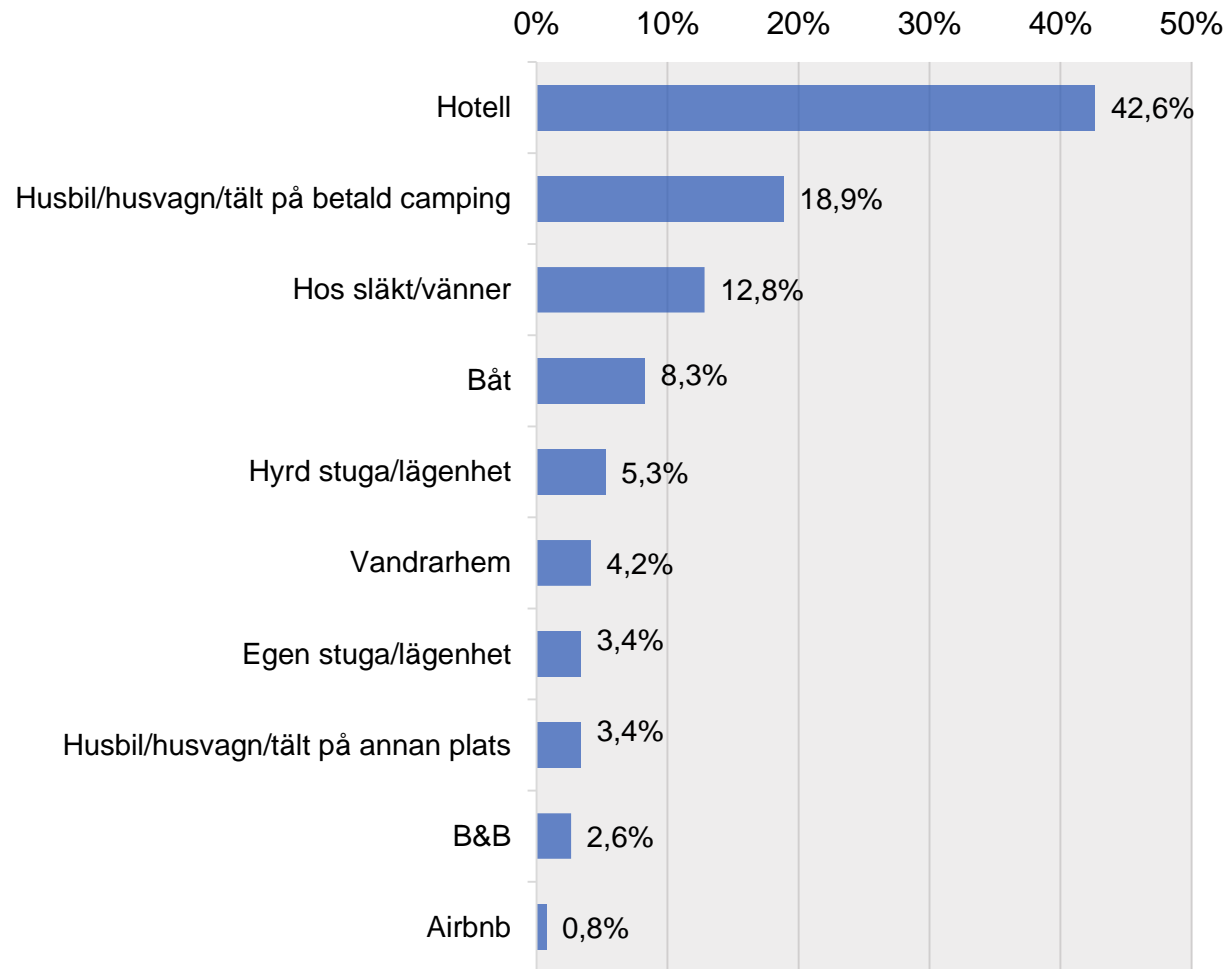
## Vistelselängd



- Knappt 3 av 5 besökare övernattar i Östergötland under sin vistelse
- Andelen dagsbesökare är betydligt högre bland svenska besökare än utländska besökare
- De övernattande, utländska besökarna stannar oftast i fler än tre nätter, medan de övernattande, svenska besökarna oftast stannar i en natt
- På totalnivå övernattar besökarna i snitt 2,4 nätter
- De svenska besökarna övernattar i snitt 2,0 nätter
- De utländska besökarna övernattar i snitt 4,2 nätter
- Andelen dagsbesökare är samma som i den undersökning som genomfördes 2018

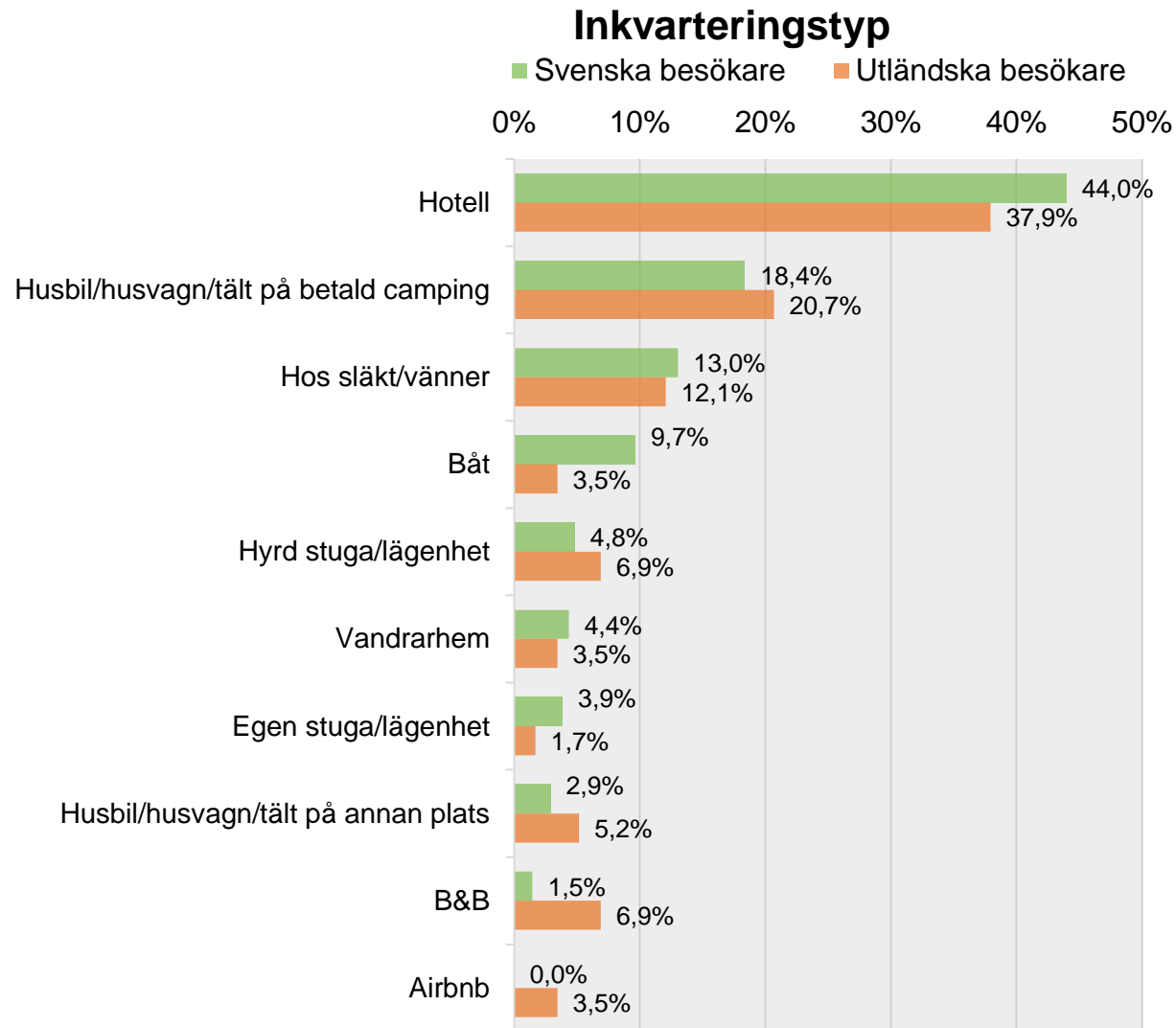
# Hur kommer du att bo under denna vistelse i Östergötland?

## Inkvarteringstyp



- Hotell är den vanligaste inkvarteringstypen, följt av husbil/husvagn/tält på betald camping
- Diagrammet visar endast de övernattande besökarna

# Hur kommer du att bo under denna vistelse i Östergötland?



- Som tidigare konstaterats är andelen övernattade besökare betydligt större bland de utländska besökarna

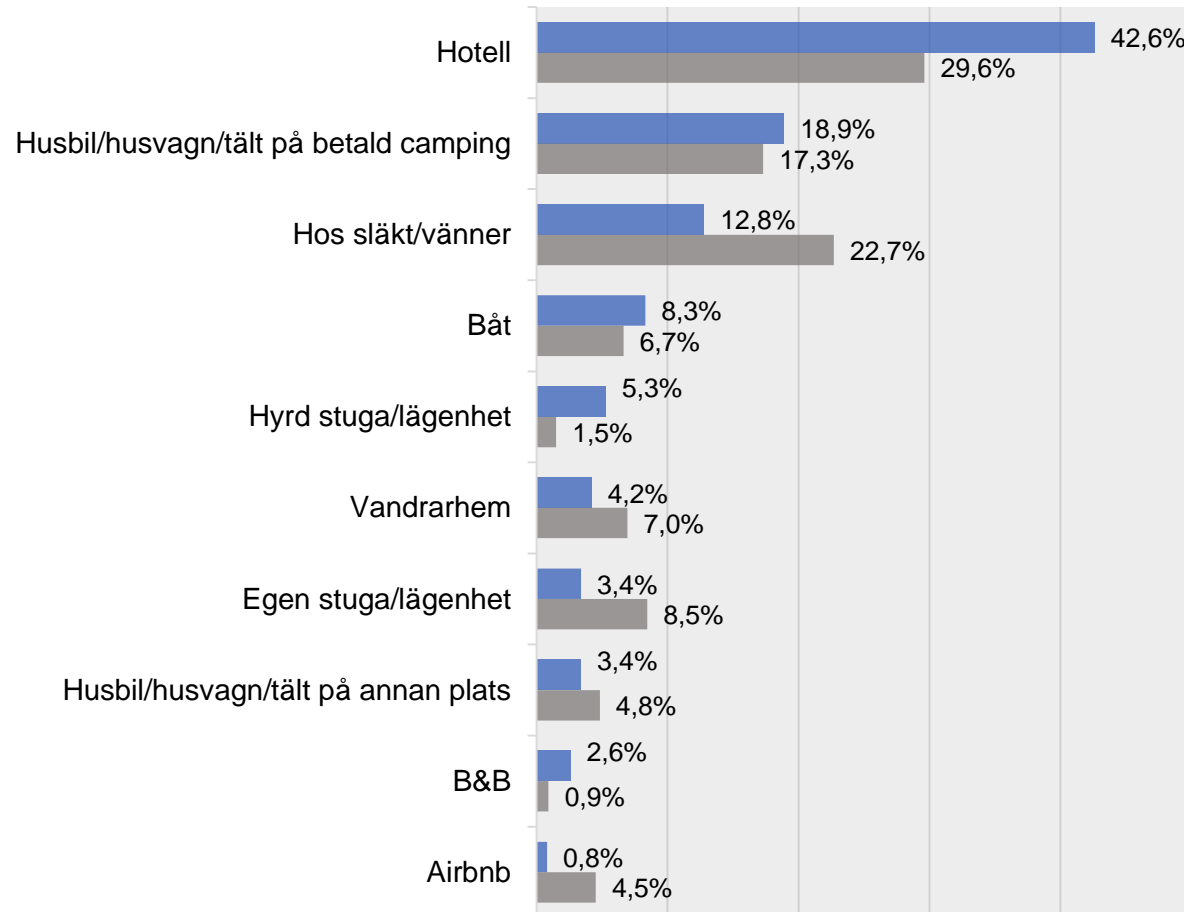
# Hur kommer du att bo under denna vistelse i Östergötland?

Jämförelse 2018/2019

## Inkvarteringstyp

■ Samtliga 2019 ■ Samtliga 2018

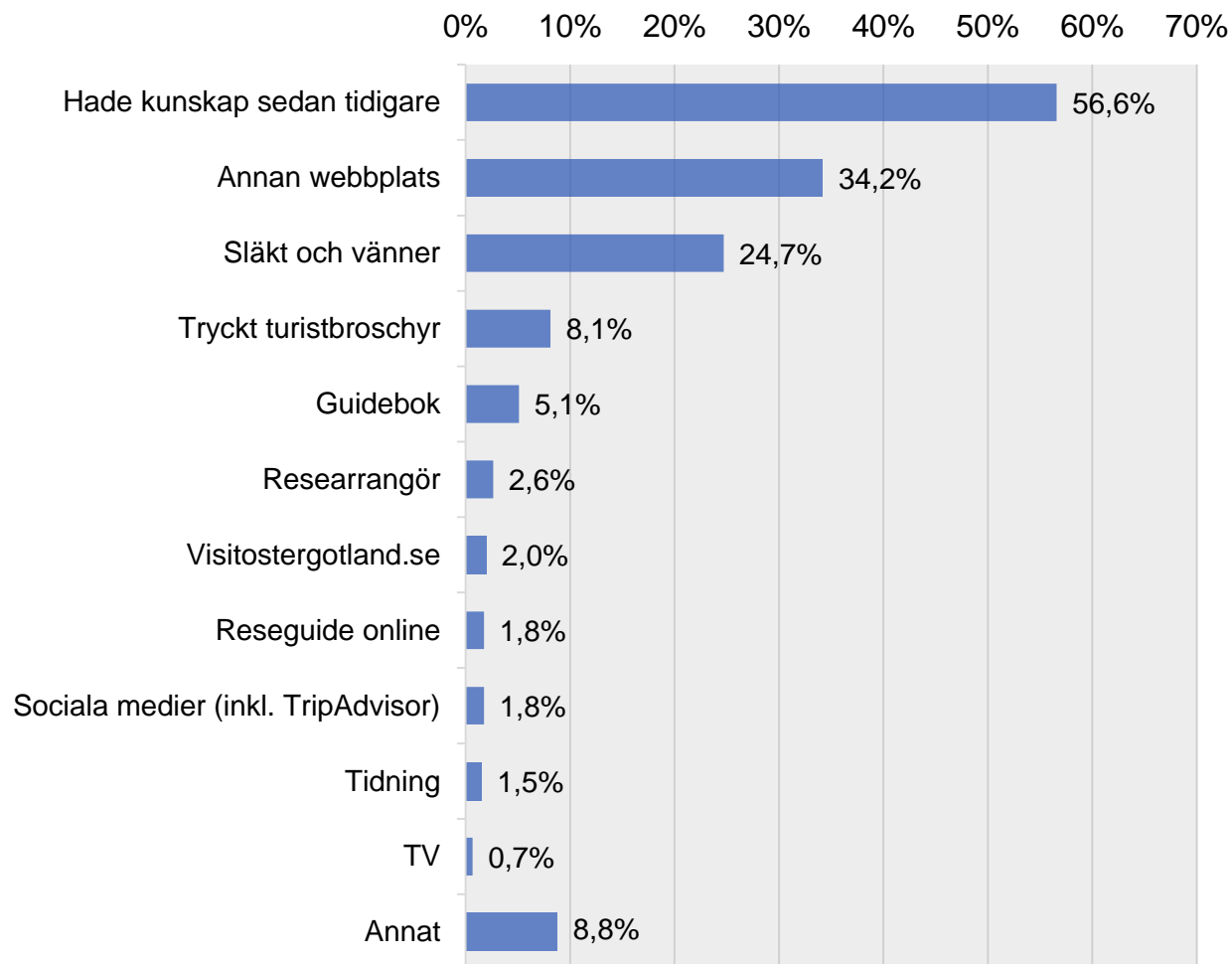
0% 10% 20% 30% 40% 50%



- Som tidigare konstaterats är andelen övernattade besökare betydligt större bland de utländska besökarna

# Hur har du informerat dig inför och under din resa till/inom Östergötland?

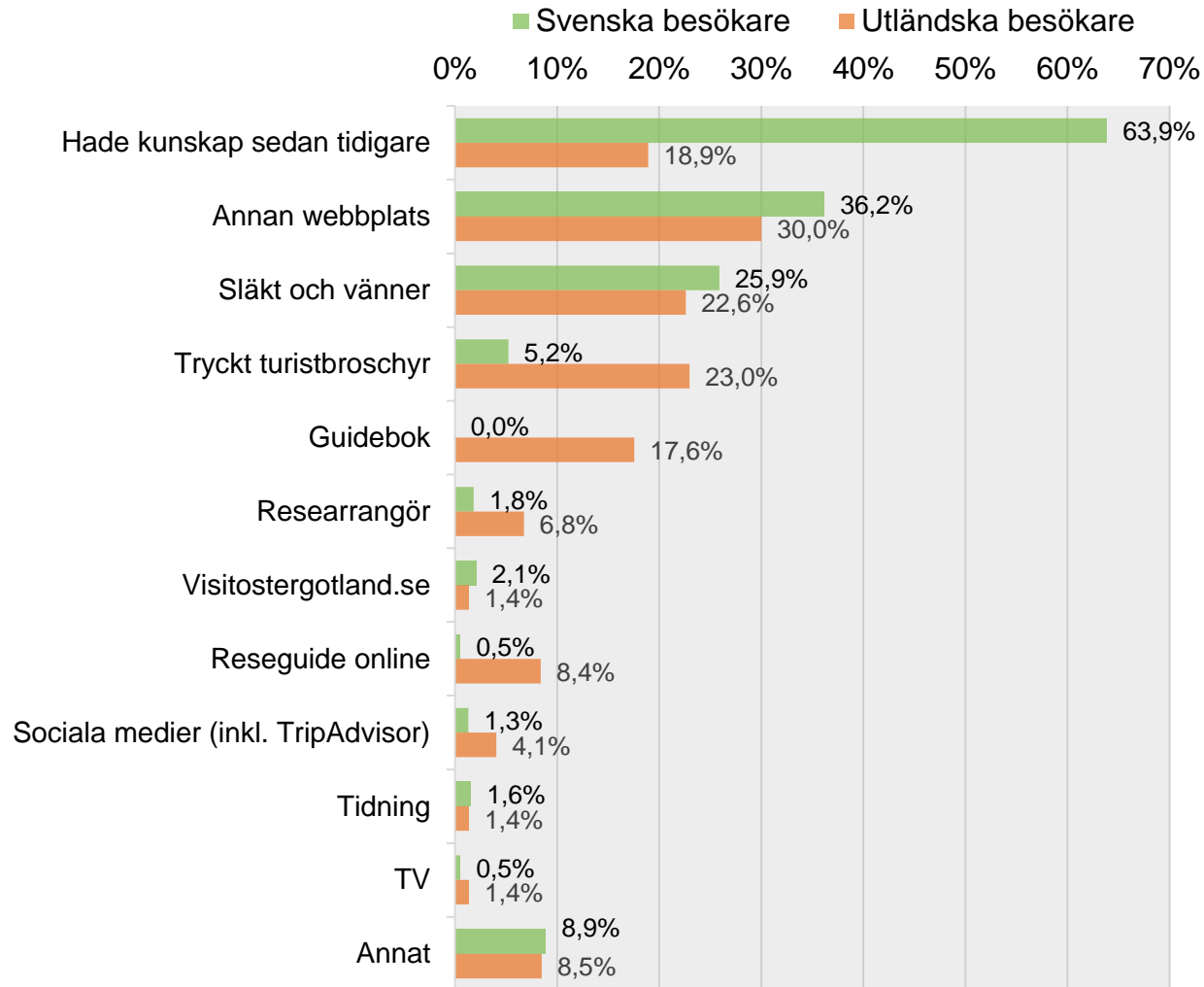
## Informationskanaler



- Att besökaren hade kunskap sedan tidigare är det vanligaste svaret på denna fråga. Detta är alltid ett vanligt förekommande svarsalternativ bland återkommande besökare
- Gällande svarsalternativet "Annan webbplats" har Research Ones intervjuade gjort observationen att det i stort sett alltid är besöksmålets egen hemsida. Särskilt tydligt var detta vid Kolmårdens Djurpark, och i och med att en relativt hög andel besökare intervjuats där, drar det upp detta svarsalternativ
- Släkt och vänner är den tredje vanligaste informationskanalen, omkring 1 av 4 besökare har informerat sig på detta vis

# Hur har du informerat dig inför och under din resa till/inom Östergötland?

## Informationskanaler

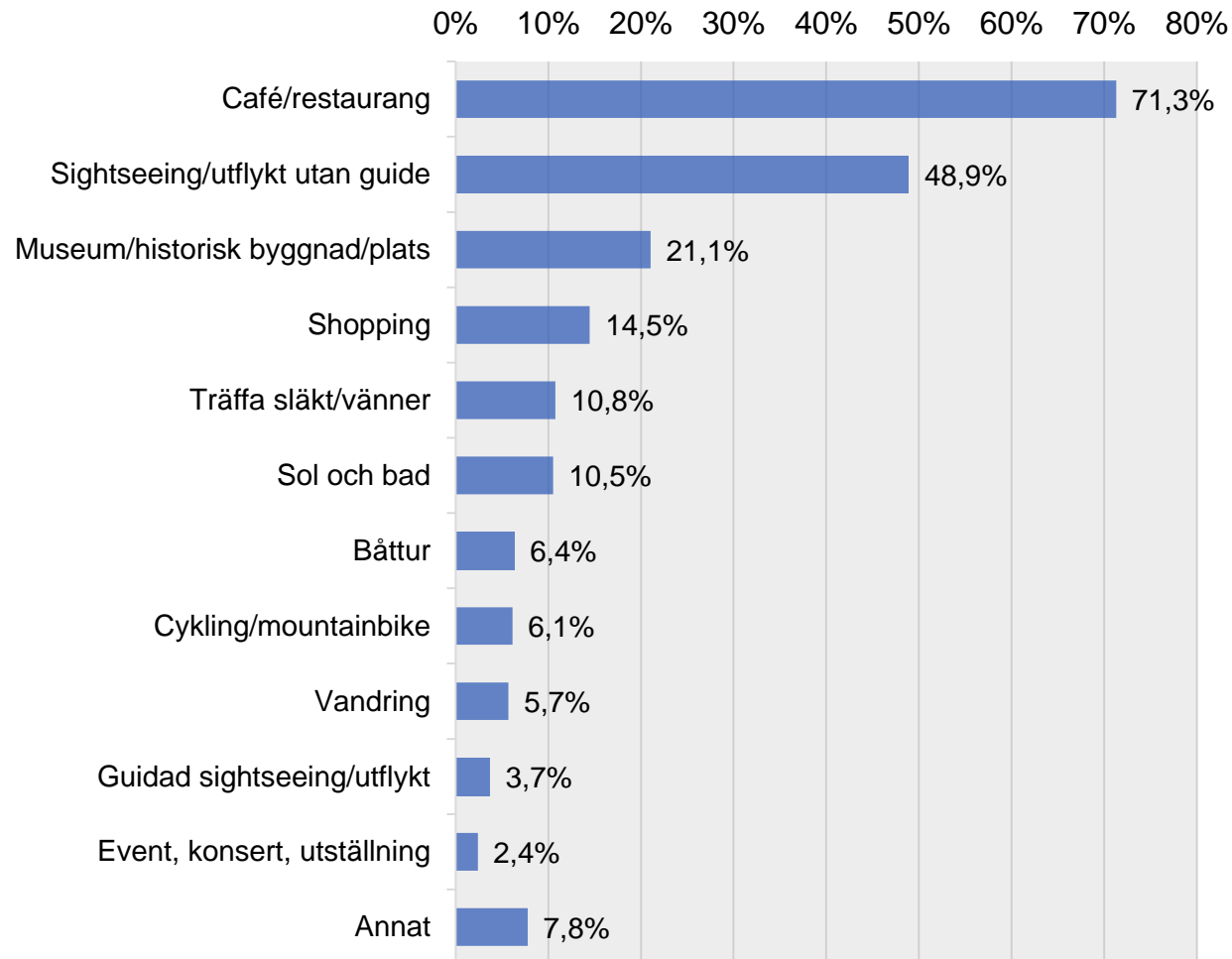


- Skillnaderna mellan svenska och utländska besökare är flera. Bland annat svarar en avsevärt större andel av besökarna att de hade kunskap sedan tidigare, vilket får anses vara rimligt
- En tydlig skillnad som kan konstateras är att utländska besökare i mycket större utsträckning använder sig av tryckta turistbroschyrer samt guideböcker, även reseguider online är betydligt vanligare



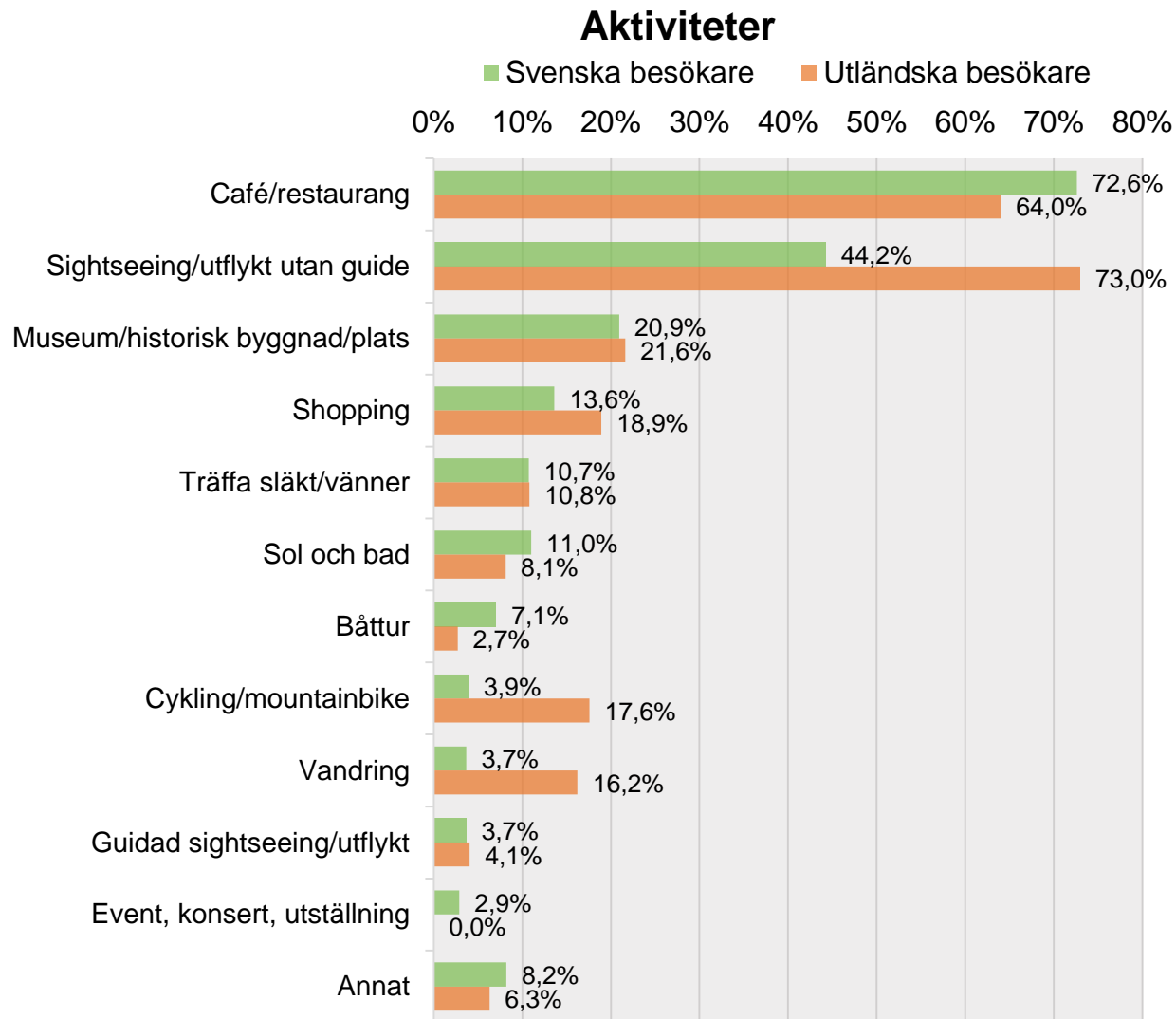
# Vilka aktiviteter har du ägnat dig åt/kommer du ägna dig åt under din vistelse i Östergötland?

## Aktiviteter



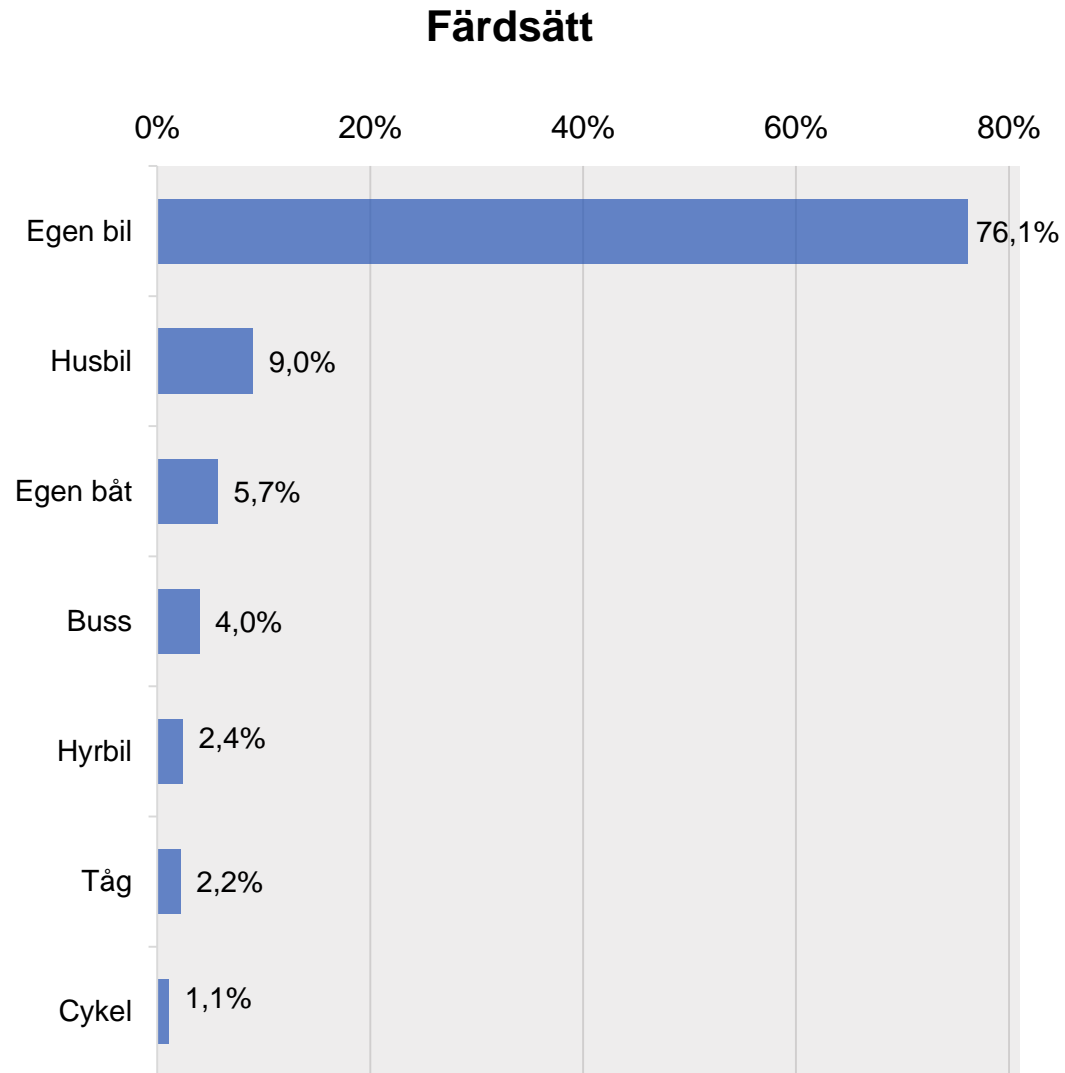
- Café/restaurang är den vanligaste aktiviteten. 71 % av besökarna ägnar sig åt detta under sin vistelse. Detta är en minskning från 2018 med 7 procentenheter
- Sightseeing/utflykt utan guide har ökat med 6 procentenheter från 2018

# Vilka aktiviteter har du ägnat dig åt/kommer du ägna dig åt under din vistelse i Östergötland?



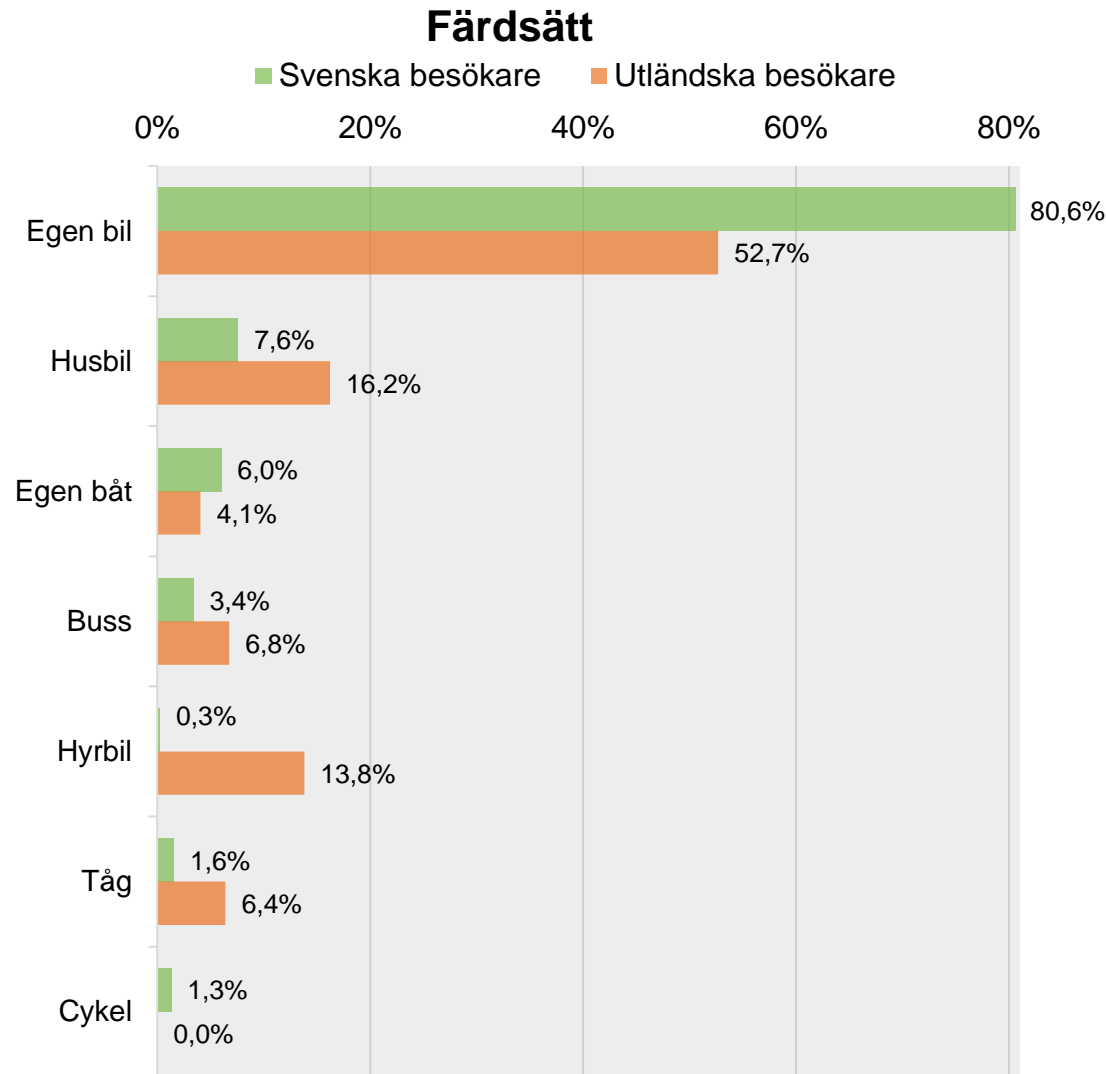
- Den största skillnaden mellan svenska och utländska besökare ligger i sightseeing/utflykt utan guide. Hela 73 % av de utländska besökarna angav att de ägnade sig åt detta under sin vistelse i Östergötland
- Gällande museum/historisk byggnad/plats är grupperna i stort sett identiska
- Vidare kan det konstateras att utländska besökare i högre grad ägnar sig åt naturrelaterade aktiviteter som Cykling och vandring

# Hur tog du dig hit?



- Egen bil är det klart dominerande färd sättet
- Frågan avser det senaste färdmedlet till den aktuella platsen

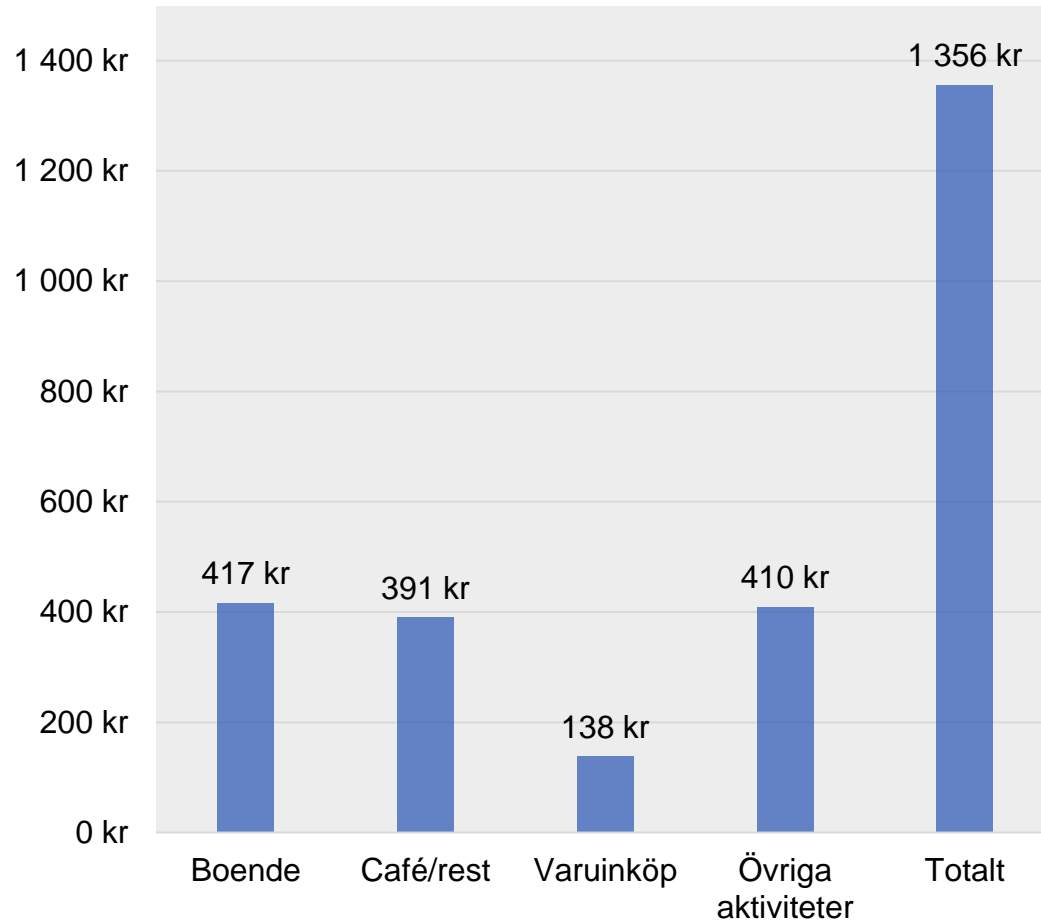
# Hur tog du dig hit?



- Egen bil är alltjämt det dominerande färdssättet in till Norrköping, även i en jämförelse mellan de svenska och de utländska besökarna

# Under de senaste 24 timmarna, vänligen uppskatta hur mycket du har spenderat på följande:

Snittutlägg per kategori

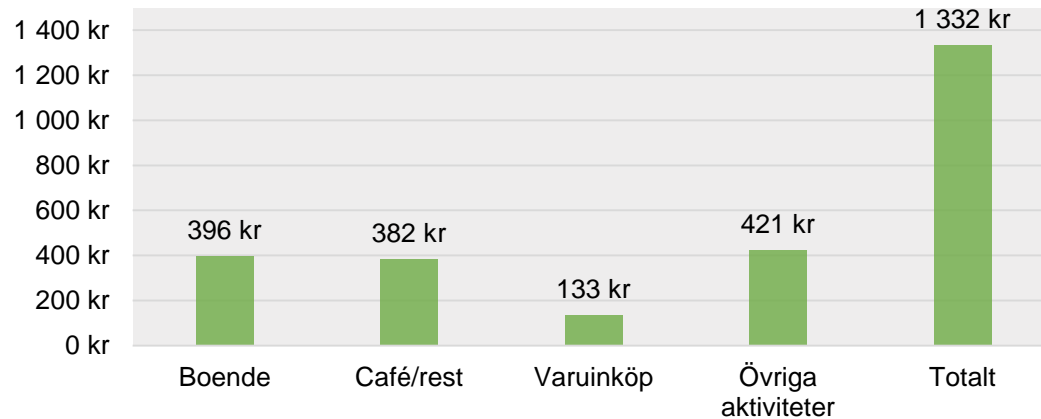


## Om utläggsstatistiken

- Respondenten har besvarat frågan genom att uppskatta sina egna faktiska utlägg i Östergötland under det senaste dygnet
- Snittutlägg för boende styrs mest av andelen övernattande, vilken är 41,9 % på totalnivå i denna undersökning. En snittsiffra för boende säger ofta inte så mycket om den enskilde besökaren, eftersom utlägg i regel blir antingen 0 kr eller en betydligt högre summa, beroende på om personen övernattat eller ej. Detsamma gäller till viss del även för övriga kategorier, men i varierande grad och i lägre grad än för boende
- På nästkommande två sidor presenteras siffror för svenska besökare respektive utländska besökare. Därefter presenteras siffror för övernattande besökare och dagsbesökare
- På totalnivå har besökaren i snitt spenderat 1 356 kr i Östergötland under de senaste 24 timmarna, varav boende är den utläggskategori som står för den första delen

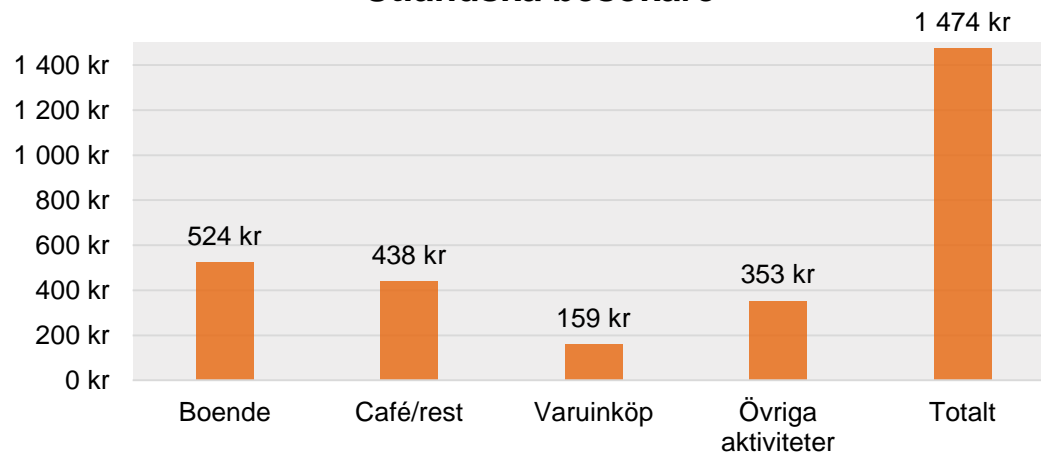
# Under de senaste 24 timmarna, vänligen uppskatta hur mycket du har spenderat på följande:

## Svenska besökare



- Intervjuade besökare som bor i Sverige har spenderat i snitt 1 332 kr under det senaste dygnet
- Kategoriernas andel av totalutlägget i procent (jämför med utländska besökare nedan):
  - Boende: 30 %
  - Café/restaurang: 29 %
  - Varuinköp: 10 %
  - Övriga aktiviteter: 32 %

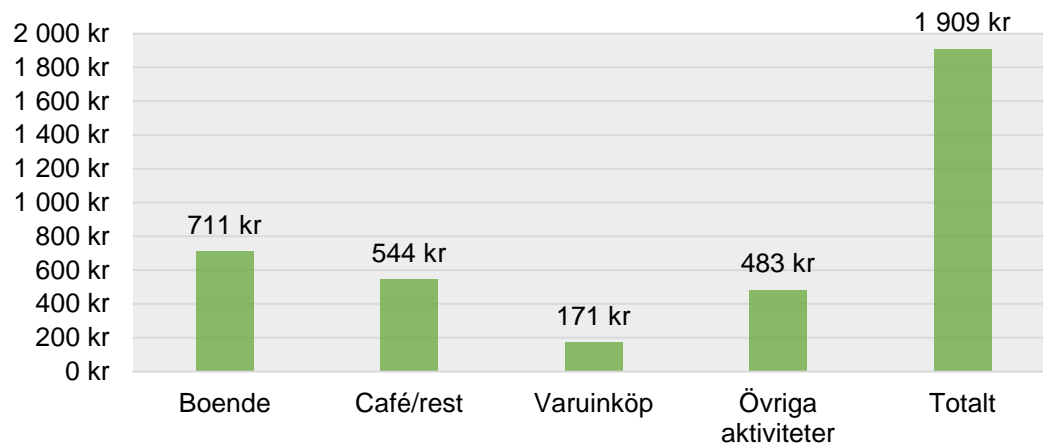
## Utländska besökare



- Intervjuade besökare som bor i annat land har spenderat i snitt 1 474 kr under det senaste dygnet
- Kategoriernas andel av totalutlägget i procent:
  - Boende: 36 %
  - Café/restaurang: 30 %
  - Varuinköp: 11 %
  - Övriga aktiviteter: 24 %

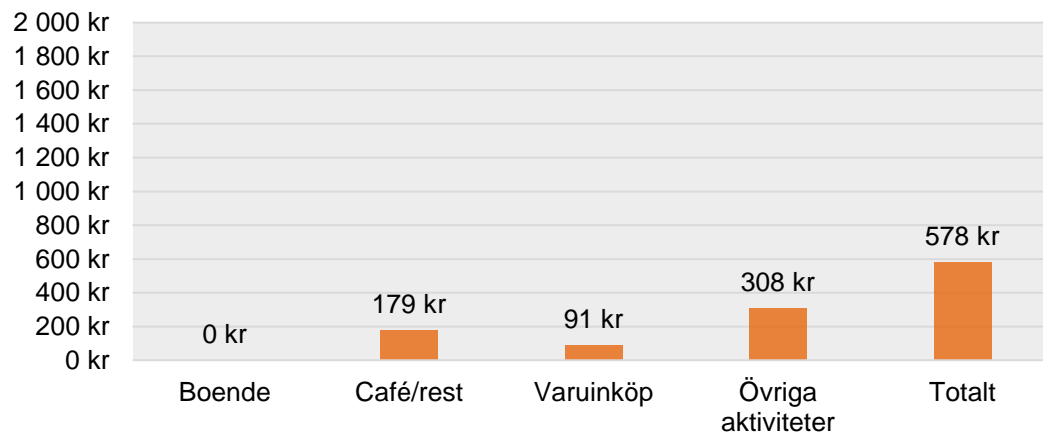
# Under de senaste 24 timmarna, vänligen uppskatta hur mycket du har spenderat på följande:

## Övernattande besökare



- Övernattande besökare har spenderat i snitt 1 909 kr under det senaste dygnet
- Kategoriernas andel av totalutlägget i procent (jämför med utländska besökare nedan):
  - Boende: 37 %
  - Café/restaurang: 28 %
  - Varuinköp: 9 %
  - Övriga aktiviteter: 25 %

## Dagsbesökare

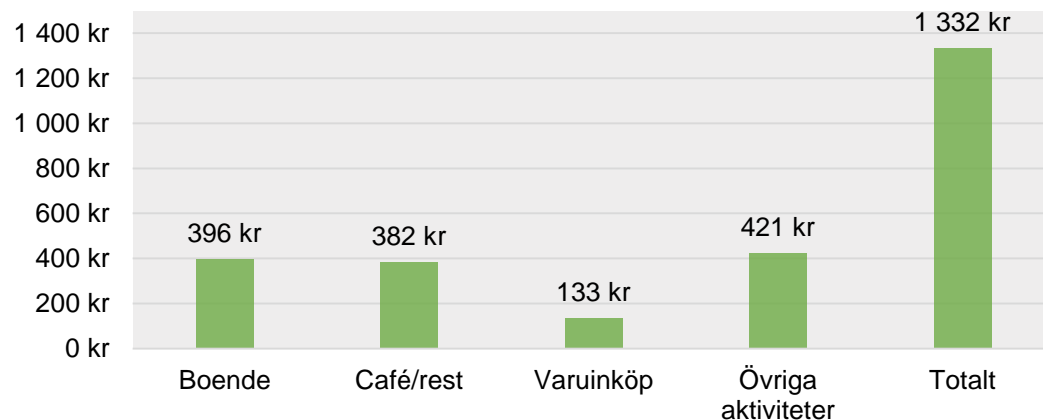


- Dagsbesökare har spenderat i snitt 578 kr under det senaste dygnet
- Kategoriernas andel av totalutlägget i procent:
  - Boende: 0 %
  - Café/restaurang: 31 %
  - Varuinköp: 16 %
  - Övriga aktiviteter: 53 %

# Under de senaste 24 timmarna, vänligen uppskatta hur mycket du har spenderat på följande:

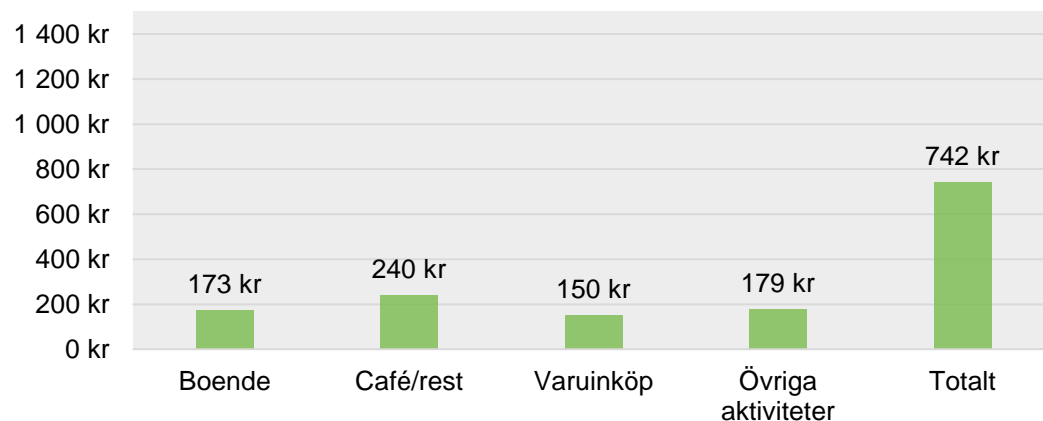
Jämförelse 2018/2019

## Svenska besökare 2019



- Intervjuade besökare som bor i Sverige har spenderat i snitt 1 332 kr under det senaste dygnet
- Kategoriernas andel av totalutlägget i procent (jämför med utländska besökare nedan):
  - Boende: 30 %
  - Café/restaurang: 29 %
  - Varuinköp: 10 %
  - Övriga aktiviteter: 32 %

## Svenska besökare 2018



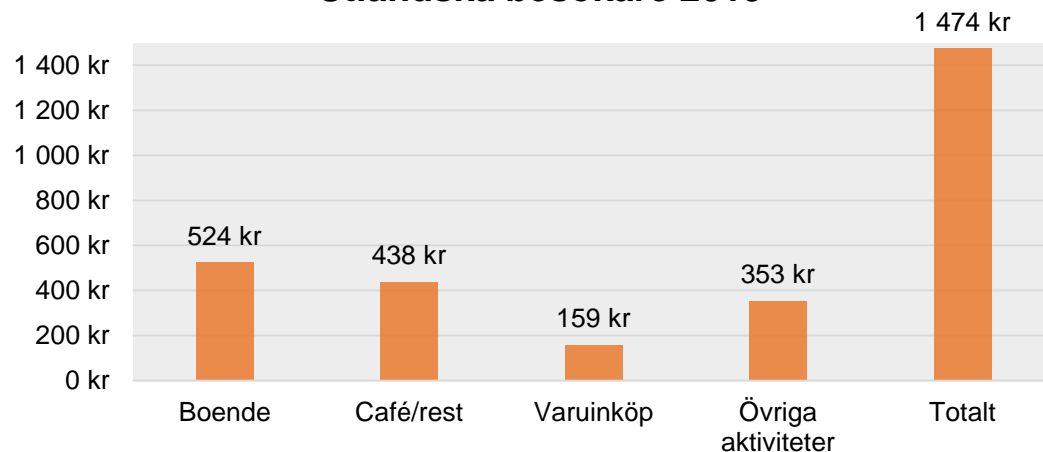
- I 2018 års undersökning spenderade de svenska besökarna en avsevärt lägre summa i snitt



# Under de senaste 24 timmarna, vänligen uppskatta hur mycket du har spenderat på följande:

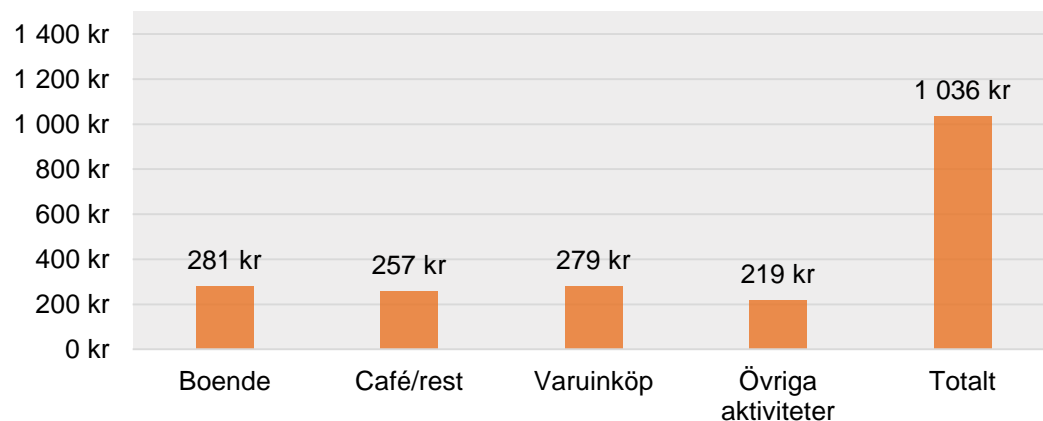
Jämförelse 2018/2019

## Utländska besökare 2019



- Intervjuade besökare som bor i annat land har spenderat i snitt 1 474 kr under det senaste dygnet
- Kategoriernas andel av totalutlägget i procent:
  - Boende: 36 %
  - Café/restaurang: 30 %
  - Varuinköp: 11 %
  - Övriga aktiviteter: 24 %

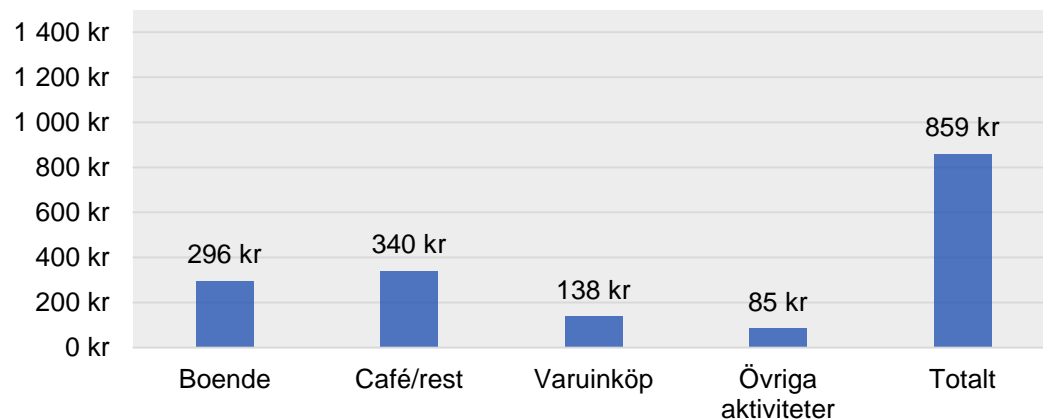
## Utländska besökare 2018



- I 2018 års undersökning spenderade de utländska besökarna en klart lägre summa i snitt

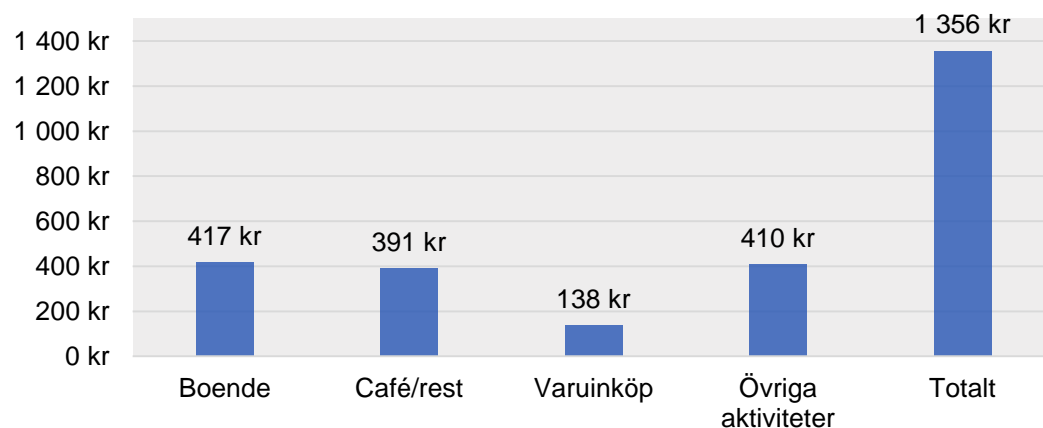
# Under de senaste 24 timmarna, vänligen uppskatta hur mycket du har spenderat på följande:

## Besökare vid Kolmården exkluderat

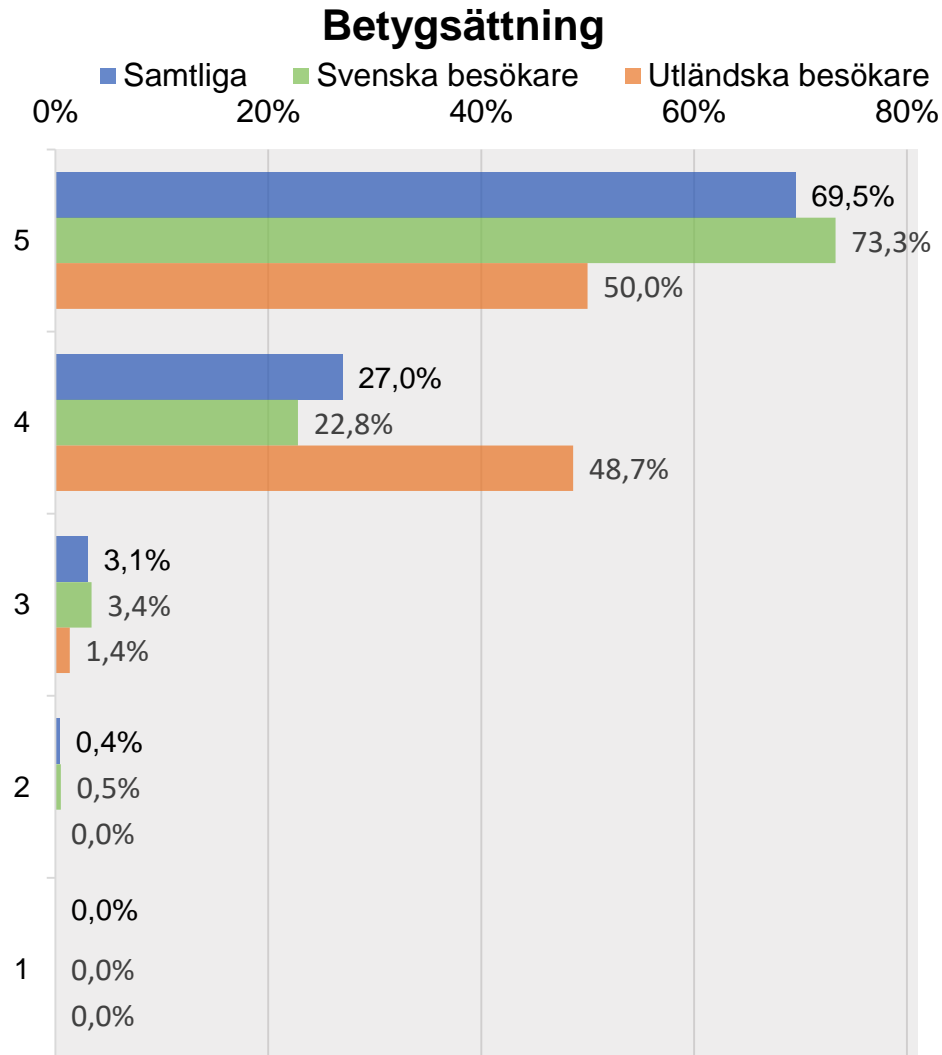


- En relativt stor andel av intervjuerna är genomförda vid på Kolmårdens Djurpark, där respondenten i stort sett alltid betalat inträde. Denna grupp har således ett högt snittutlägg på övriga aktiviteter. Om denna grupp exkluderas från uträkningen av snittutlägg hamnar totalen på 859 kr per besökare och dygn

## Samtliga



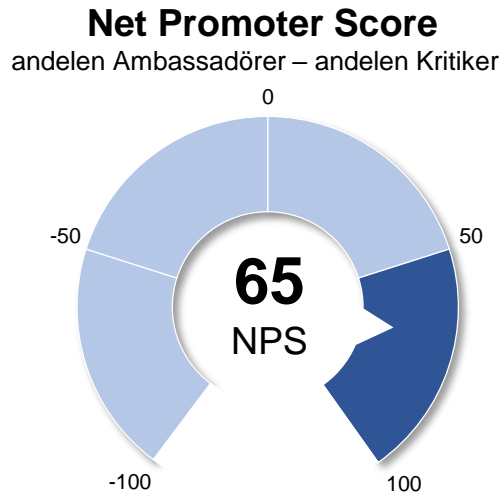
# Hur väl har ditt besök till Östergötland motsvarat dina förväntningar hittills?



- Östergötland får mycket positiva betyg när besökaren får betygsätta sin upplevelse hittills utifrån sina förväntningar
- På totalnivå ger 96,5 % av besökare betyget 5 eller 4 på den femgradiga skalan
- Snitt för samtliga besökare: 4,66
- Snitt för svenska besökare: 4,69
- Snitt för utländska besökare: 4,49

5 = Överträffade klart förväntningarna  
1 = Levde inte alls upp till förväntningarna

# NPS: Benägenhet att rekommendera platsen som besöksmål till andra



## Detta är Net Promoter Score (NPS):

NPS är ett lojalitetsindex som används i många olika sammanhang för att mäta benägenheten att rekommendera en upplevelse till en bekant. Frågan ställs enligt följande mall:

**På en skala 0-10, hur sannolikt är det att du skulle rekommendera platsen som besöksmål till en vän eller kollega?**

Följande kategorisering av svaren görs sedan:

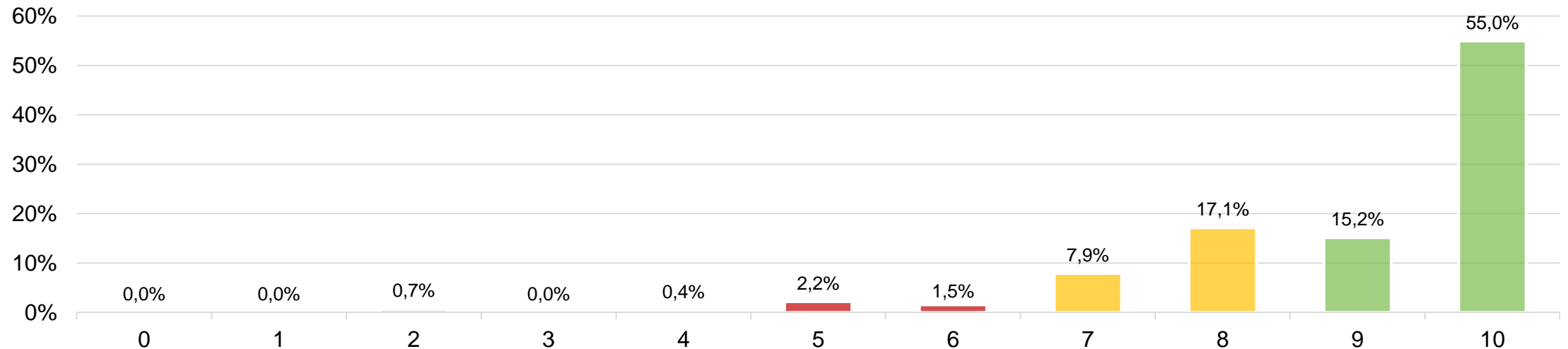
0-6 Kritiker

7-8 Passiva

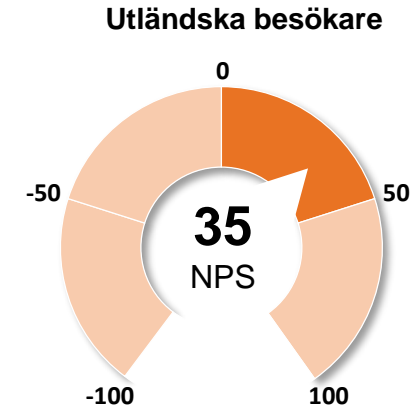
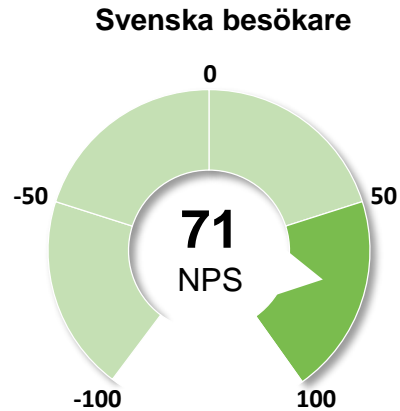
9-10 Ambassadörer

NPS räknas ut som andelen (%) ambassadörer minus andelen (%) kritiker, och skalan sträcker sig därför från -100 till 100. Ett NPS-värde på 0 innebär att det är exakt lika många ambassadörer som kritiker.

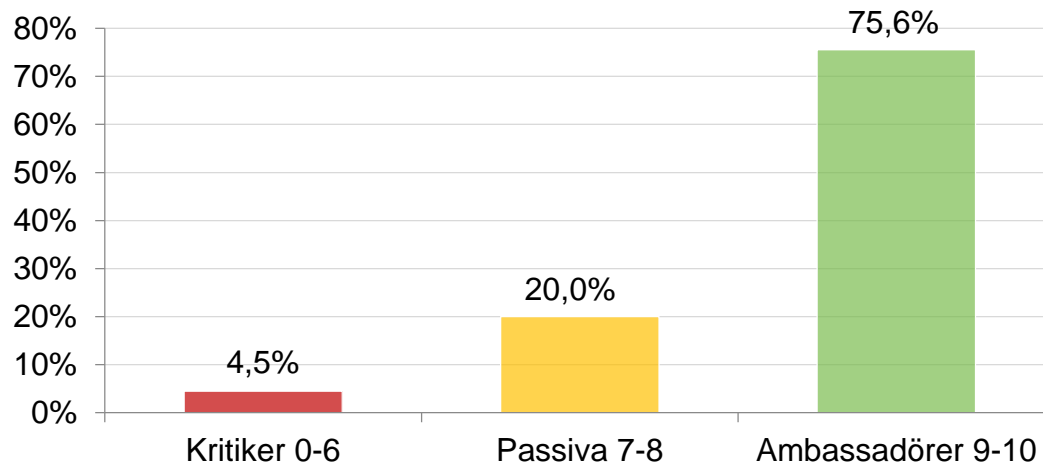
## NPS – detaljerad svarsdistribution



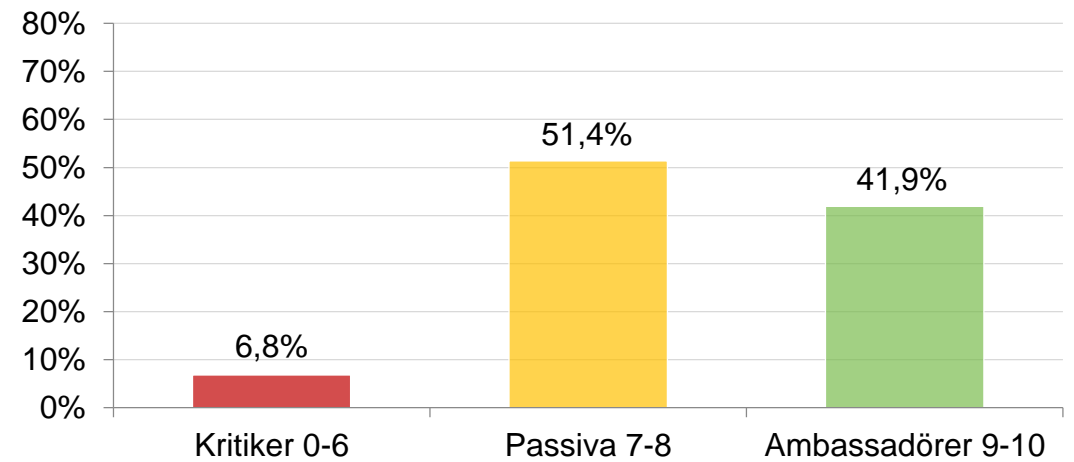
# NPS: Benägenhet att rekommendera *platsen* som besöksmål till andra



**Svarsdistribution**

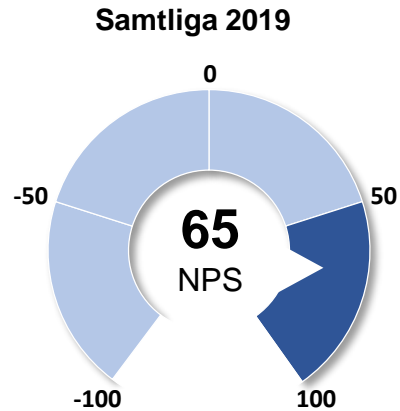


**Svarsdistribution**

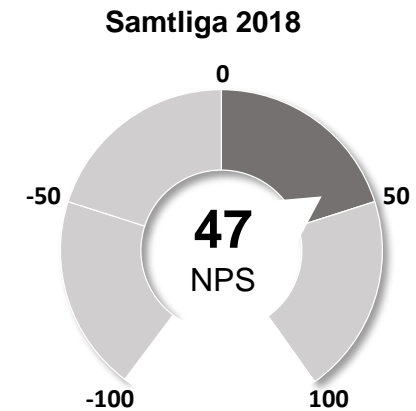
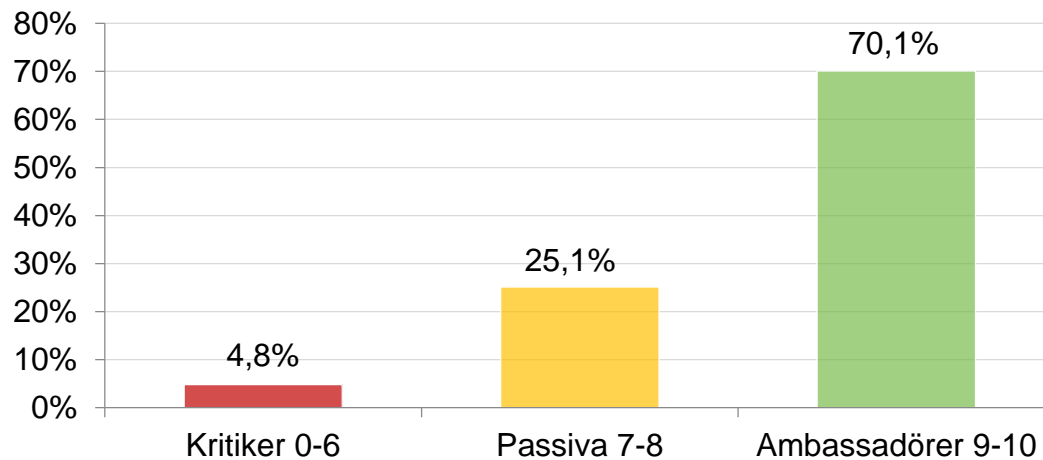


# NPS: Benägenhet att rekommendera *platsen* som besöksmål till andra

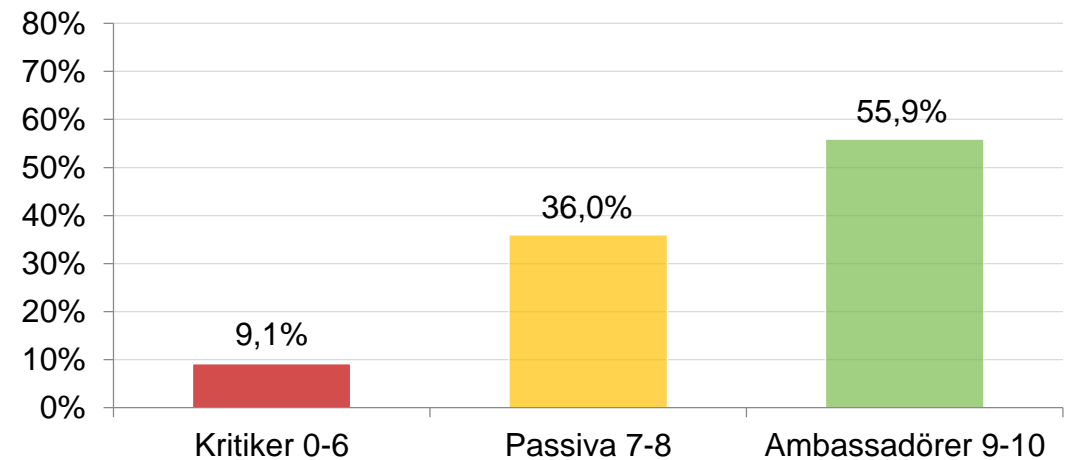
Jämförelse 2018/2019



Svardsdistribution



Svardsdistribution



# Har du några övriga kommentarer eller synpunkter kring Östergötland eller ditt besök?

- Frågan har ställts öppet och respondenten har fått svara fritt
  - Totalt valde 187 respondenter att besvara frågan. Nedan, och på nästa sida, följer ett representativt utdrag av kommentarerna, men det rekommenderas att läsa samtliga kommentarer i sin helhet
  - Samtliga fria kommentarer på denna fråga återfinns i bilagan "Övriga kommentarer - Östergötland".
- 
- *Var i Borensberg under midsommar. Tråkigt att det var så mycket som var stängt på midsommardagen. Var ganska mycket folk i området så kunde ha lönat sig att ha öppet*
  - *Tycker Arkösund har lyfts och det har blivit mer ordning. Bra med fler caféer och restauranger*
  - *Fixa så Gamla Linköpings hemsida är mobilanpassad*
  - *Ont om parkeringar i Östergötland, svårt med småorter på landet dit kollektivtrafiken inte går så bra att ta. Då måste man kunna ta bilen även om Linköping försöker vara en miljövänlig stad.*
  - *Tråkigt att dom har tagit bort ormarna från den stora parken och flyttat dem till tropicarium där det kostar ännu mer pengar för att få komma in. Skulle vara kul med fler händelser inne i parken, uppvisningar eller guidningar*
  - *Turistmålen skulle kunna vara bättre marknadsförda/representerade på turistappar såsom appen Local*
  - *Dåligt skylttat, även otydlig karta över Kolmården*
  - *Uppskattar att det finns bra bussförbindelser till och från Borensberg*
  - *Hade varit mysigt med fler småbutiker i området kring Borensberg. Hade även varit bra med fler rastplatser där det passar att komma ett större sällskap och ha picknick eller grilla*
  - *Vildmarkshotellet här är väldigt dyrt*
  - *Är mycket positivt överraskade av Kolmården. Finns väldigt mycket att göra och att se och det är fräscht och fint överallt. Finns gott om toaletter, matplatsen och så vidare*
  - *Behövs fler bänkar som är utspridda över parken. Annars tycker vi Kolmården bara blir bättre och bättre. Särskilt det här med Bamse, skulle kunna åka hit bara för Bamse plus se bara ett fåtal djur*
  - *Borde jobba med mer marknadsföring och publicitet kring intressanta ställen att besöka runt omkring Kolmården utöver just Kolmården som man kan besöka när man väl är här*
  - *Vi har haft det mycket trevligt hittills*

# Har du några övriga kommentarer eller synpunkter kring Östergötland eller ditt besök?

- Frågan har ställts öppet och respondenten har fått svara fritt
  - Totalt valde 187 respondenter att besvara frågan. Nedan, och på nästa sida, följer ett representativt utdrag av kommentarerna, men det rekommenderas att läsa samtliga kommentarer i sin helhet
  - Samtliga fria kommentarer på denna fråga återfinns i bilagan "Övriga kommentarer - Östergötland".
- 
- *Saknar sopsortering utmed Göta kanaler för de som åker med båt längs kanalen. Sorterar på båten men det hjälper inte om det inte finns sortering stationer när man väl ska slänga det*
  - *Man borde marknadsföra turistmålen (bl.a. de kring Vättern) bättre så att den svenska befolkningen får upp ögonen för hur fint det är*
  - *Det är liten bilväg in till Kolmården vilket kan göra att det blir långa köer*
  - *Det hade varit bra om man kunde göra något för att besökarna ska få en bättre överblick över vad man kan titta på i området (gamla Linköping) direkt när man kommer hit. Ex. ha kartor mer lättillgängliga/närmare parkeringen som man kan ta när man går in i området*
  - *Gamla Linköpings hemsida stämmer inte överens gällande öppettider med hemsidor för de olika restaurangerna/caféer i Gamla Linköping. Deras hemsidor var av olika kvalitet så det var svårt att ta reda på information och skapa sig en uppfattning inför besöket. Även varit här när det inte är högsäsong och då var utbudet av mat för barn inte alls brett*
  - *Svårt att fågelskåda vid Tåkern eftersom det är så långa avstånd. Hade varit bra om man kunde komma närmare vattnet och fåglarna, men såklart utan att störa djurlivet för mycket*
  - *Kolmården är en höjdare, barnbarnen älskar det*
  - *Bra att det är samma tider varje dag för arrangemangen i Gamla Linköping och att det sker varje dag, exempelvis dockteatern. Tråkigt att Cloetta-boden inte längre har den gamla känslan kvar, att butiksbiträdena inte längre har klädsel från förr och inte längre visar hur man gjorde godis förr. Nu är fokuset bara på att sälja godis snarare än att vara en del av Gamla Linköping som det varit tidigare*
  - *De flesta skyltar är på svenska. Det hade varit bra om det fanns mer skyltar och infoskyltar på engelska*
  - *Bra att det går båt ut till öarna från Arkösund (båten Estelle) och smidigt att man kan betala med Östgötakort. Lite synd att båten inte går på lördagar. Borde finnas fler parkeringar och gärna gratisparkeringar*
  - *Positivt att det är lite mer liv i Arkösund nu än vad det har varit förut: fler serveringar, småbutiker, evenemang etc.*



# Har du några övriga kommentarer eller synpunkter kring Östergötland eller ditt besök?

- Frågan har ställts öppet och respondenten har fått svara fritt
  - Totalt valde 187 respondenter att besvara frågan. Nedan följer ett representativt utdrag av kommentarerna, men det rekommenderas att läsa samtliga kommentarer i sin helhet
  - Samtliga fria kommentarer på denna fråga återfinns i bilagan "Övriga kommentarer - Östergötland".
- 
- *Affären är generellt inte så bra: dåligt utbud (ex. på basvaror), höga priser. Däremot trevlig personal. Blir att man hellre åker till Husby och handlar. Hade varit bra med större utbud och lägre priser. De offentliga toaletterna är ofräscha och luktar avlopp. Arkösund har annars generellt blivit bättre de senaste åren. Bra att sjöräddningen finns här*
  - *Finns ingen handikapparkering någonstans i hela Arkösund, vilket helt klart drog ner upplevelsen av besöket. Annars nöjda*
  - *Trevlig personal i hamnen, bra att de möter upp och är hjälpsamma vid förtöjning. Bra att det ingick tvättstuga i hamnavgiften, hade dock behövt fräscha upp tvättstugan. Tyckte gästhamnens hemsida var väldigt bra*
  - *Läst i hamnbok att det skulle vara lä för alla vindar, men det var det inte. Föreslår att man sätter upp skylt om att man inte ska ankra i gästhamnen, var några som hade fått det problematiskt med förtöjning under vattnet. Upplevde att gästhamnen inte var organiserad eller förbered på högsäsongen*
  - *Bra att det utvecklas med fler caféer och restauranger kring Arkösund. Lite dött i hamnen skulle behöva fler folkevent exempelvis marknad. Fortsätta utveckla med musikevenemang och liknande. Fler uppstyrda turer för möjlighet att kunna se skärgården om man inte har egen båt. Heldagsturer blir lite för långt när man har barn, gärna några kortare turer på några timmar eller hop on hop off stuk*
  - *Hade varit trevligt med ännu mer aktiviteter och evenemang i Arkösund. Upplever att det finns en efterfrågan på det. Man hade exempelvis kunnat ha marknad*
  - *Saknade att det inte fanns någon karta på visit Östergötlands hemsida. Ville ha en karta att kunna kika på efter sevärdheterna*
  - *Motala motsvarade inte förväntningarna, däremot gjorde Vadstena det. Finns gott om restauranger och toaletter*
  - *Positivt: Fint utmed kanalen. Fräscha toaletter. Trevlig personal längsmed kanalen. Negativt: otydligt hur många slussar som ligger i anslutning till varandra vid en och samma destination. Därför svårt att planera sin resa. Även otydligt var gästhamnen ligger, särskilt här i Borensberg. Man hade gärna fått skylta lite bättre*

# Sammanfattning: besökare från Tyskland



- Genomsnittlig sällskapsstorlek: 2,3 personer
- Andel sällskap med barn: 21 %
- Snittålder: 53 år
- Andel av de utländska besökarna: 30,3 %



- Vanligaste informationskanalen: Tryckt turistbroschyr (51,9 %)
- Andel som vet att de befinner sig i Östergötland: 24,0 %
- Andel som besökt Östergötland tidigare: 29,6 %



- Andel dagsbesökare: 25,9 %
- Vanligaste boendeform: Husbil/husvagn/tält på betald camping (25,9 %)
- Vanligaste färdmedlet: Egen bil (37,0 %), följt av Husbil (25,9 %)



- Hur väl besöket motsvarat förväntningarna, genomsnittligt betyg: 4,37
- NPS-värde: 33
- Andra besöksmål som respondenten ofta besöker under sin resa: Vadstena och Göta kanal



- Genomsnittlig spendering i Östergötland per dygn: 852 kr
- Största utläggskategori: Boende, 385 kr per dygn

# Kontaktpersoner Research One

**Rickard Holmberg**

0734-35 49 36

[rickard.holmberg@researchone.se](mailto:rickard.holmberg@researchone.se)

**Jens Claesson**

0727-30 40 56

[jens.claesson@researchone.se](mailto:jens.claesson@researchone.se)

Research One AB

Org 559079-8376

[www.researchone.se](http://www.researchone.se)

