



DESTINATION BORNHOLM

Event Tracking – Juli 2018

In|zights

INDHOLD

INTRODUKTION

3

SAMMENFATNING

6

EVALUERING AF JULI EVENTS

15

PROFIL AF REJSENDE TIL BORNHOLM

61

INTRODUKTION



BAGGRUND

Destination Bornholm og Færgen har for sommersæsonen 2018 endnu engang indgået et samarbejde om at evaluere effekten af de mange events, som arrangeres og iværksættes, bl.a. med det formål at tiltrække besøgende til Bornholm.

Konsulenthuset Inzights har på den baggrund designet en række fortløbende undersøgelser i form af en "Event-tracking", som betyder, at der i hver af månederne fra maj til august gennemføres evalueringsmålninger af de rejsendes oplevelser af specifikke events på Bornholm.

Indeværende måling omfatter følgende arrangementer i juli måned:

- Allinge Jazz Festival d. 10.-15. juli
- Middelaldertræf og ildnat d. 17.-19. juli
- Etape Bornholm d. 23.-27. juli
- Snogebæk Havnefest d. 27.-29. juli

I tillæg til de specifikke eventmålinger tegner undersøgelserne en generel profil af de besøgende til de enkelte events samt de rejsende med Færgen til Bornholm i perioden. Derudover er der i juli foretaget en sammenligning på spørgsmål, som også blev stillet i 2013 til 2017.



Billederne i rapporten er udlånt af Destination Bornholm, Viking Atletik og Snogebæk Havnefest (Per Rhymer)

METODE

Undersøgelsesmetode

Data til denne undersøgelse er indsamlet i form af internetbaserede spørgeskemainterview.

Målgruppe

Undersøgelsens målgruppe er følgende:

- Personer bosat i Danmark undtaget Bornholm, som har rejst med en af Færgens ruter fra Rønne i perioden 12.7 – 31.7

Deltagere i undersøgelsen er rekrutteret via Færgens bookingsystem.

Stikprøve

Der er udsendt i alt 494 mailinvitationer til personer, som matcher ovenstående målgruppedefinition. I alt har 279 personer gennemført spørgeskemaundersøgelsen svarende til en svarprocent på 56%.

Dataindsamlingsperiode

Data er indsamlet i perioden 2.8 – 18.8.

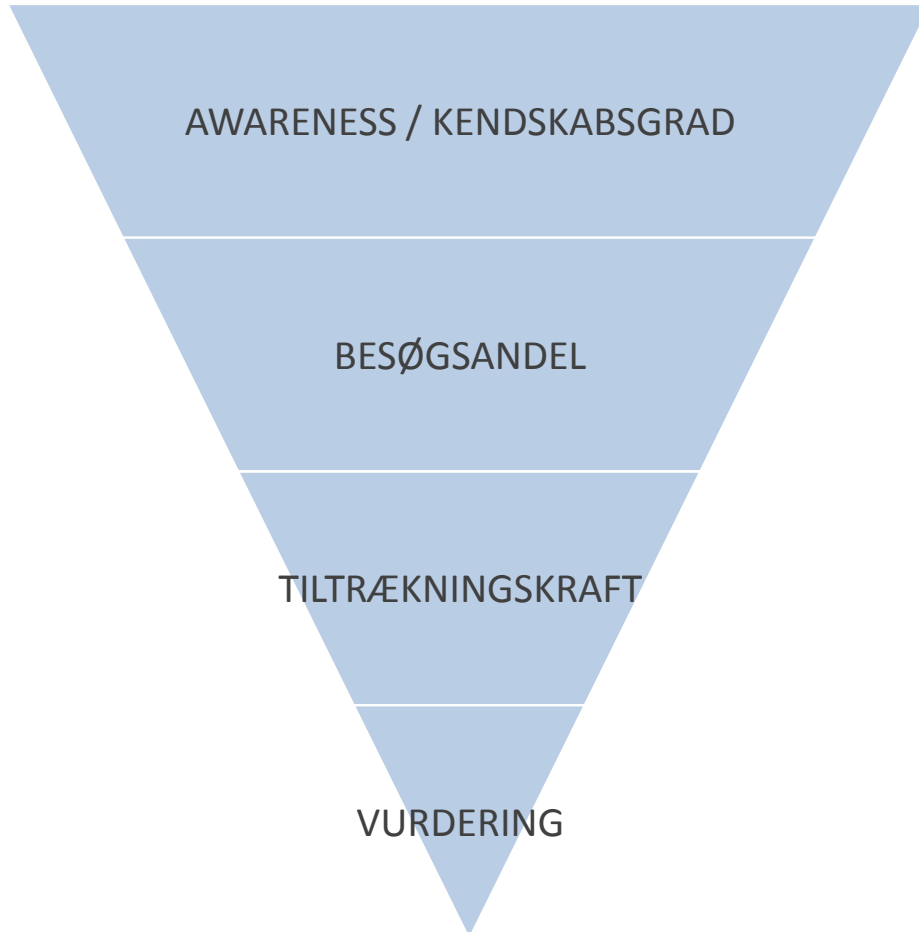
Vejning

Data er ikke vejret, da idealdata for f. eks. den demografiske profil af målgruppen ikke kendes. Det antages således, at de foreliggende data er repræsentative for målgruppen.

SAMMENFATNING



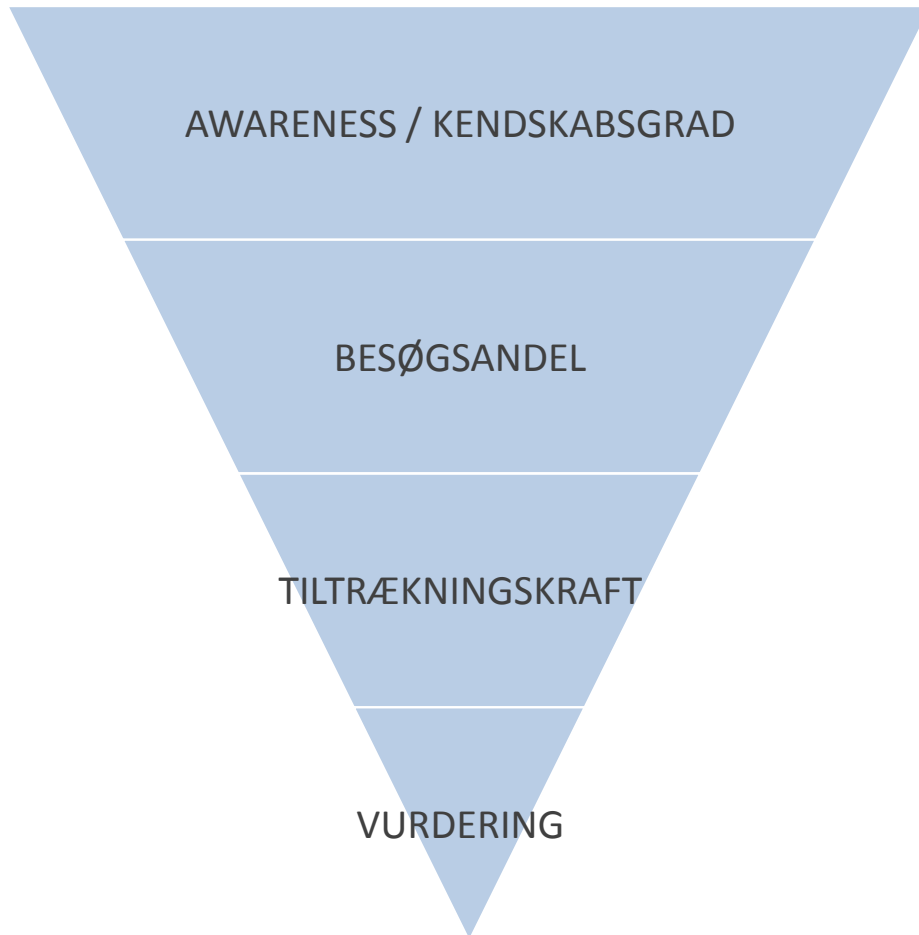
MODEL FOR EVALUERINGEN IHT. KOMMUNIKATIONSTRAGTEN*



- a. Kendskab til en event udgør det første niveau i "kommunikations-tragten".
 - b. At udbrede kendskabet til diverse events er den helt grundlæggende kommunikationsopgave, som udgør forudsætningen for at genere interesse/besøg.
 - c. Måling af kendskabsniveauet for de forskellige events er således et nøglemål ift. at vurdere i hvilken grad potentialet i de forskellige events kan udnyttes.
-
- a. Besøgende til en given event udgør det andet niveau i "kommunikations-tragten".
 - b. At skabe interesse og præference for en event er den del af kommunikationsopgaven, som skal lede de besøgende videre fra at have kendskab til en event til rent faktisk at træffe beslutning om at besøge en event.
 - c. Måling af besøgsandel for en event er således udtryk for i hvilken grad kommunikationen er lykkedes med at skabe interesse og præference for en event.
-
- a. Besøgende som kommer til Bornholm specifikt for at deltage i en given event udgør det tredje niveau i "kommunikationstragten".
 - b. At tiltrække besøgende, der i betydeligt omfang rejser efter den pågældende event er et mere direkte udtryk for den samlede styrke af symbiosen imellem den udførte kommunikationsopgave og eventens karakter.
 - c. Måling af besøgende, der vurderer, at en given event har afgørende betydning for deres beslutning om at rejse til Bornholm er derfor et udtryk for symbiosens samlede styrke og evne til at tiltrække besøgende til Bornholm.
-
- a. Vurdering af en given event udgør det fjerde niveau i "kommunikationstragten".
 - b. At opnå god vurdering af en event er den "eksekverende" kommunikationsopgave – altså selve afviklingen af eventen. En vellykket afvikling skaber gode oplevelser, som er medvirkende til en god vurdering.
 - c. Måling af vurderingen er udtryk for i hvilken grad den eksekverende kommunikations opgave er lykkedes samt de fremadrettede muligheder for gentagne besøg (loyalitet).

* Denne event-tracking for Destination Bornholm er baseret på "Kommunikationstragten", som er en fri fortolkning af AIDA-modellen. AIDA-modellen argumenterer for at kommunikation skal bygges op i niveauer. Succesfuld formidling af budskabet i hvert enkelt niveau udgør forudsætningen for at sikre succesfuld formidling på næste niveau. Kommunikationstragten identificerer således, hvilken kommunikationselementer, som fungerer hhv. godt/dårligt.

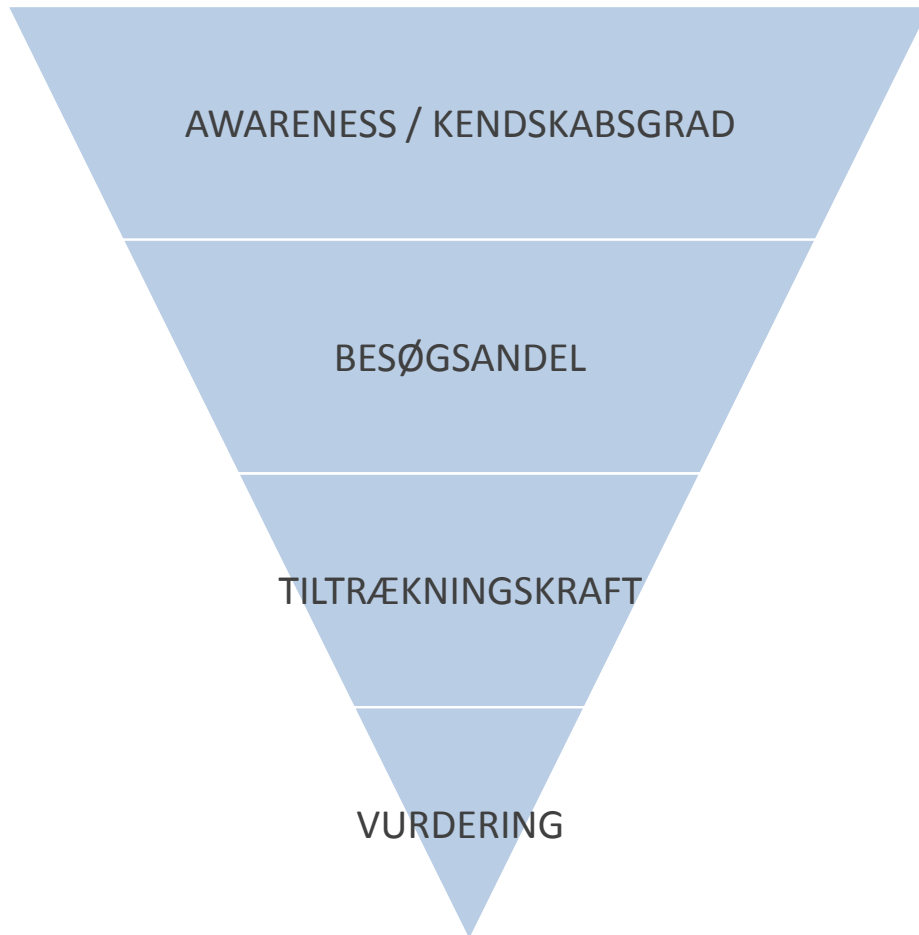
EVALUERING AF ALLINGE JAZZ FESTIVAL



- Kendskabet til Allinge Jazz Festival er på niveau med tidligere år. 13% af de rejsende i perioden har et meget stort eller stort kendskab inden ankomsten til Bornholm (fra 2013 til 2017 lå kendskabet mellem 12-15%). 72% havde intet eller lille kendskab til arrangementet (fra 2013 til 2017 var andelen mellem 70-75%).
- De tilbagevendende besøgende på Bornholm har et større kendskab til arrangementet; 18% har et stort eller meget stort kendskab til arrangementet mod 3% af de førstegangsbesøgende.
- Besøgsandelen til Allinge Jazz Festival er på niveau med 2013; i 2018 har 8% af de rejsende i perioden besøgt Allinge Jazz Festival - i 2017, 2016, 2015, 2014 og 2013 var andelen henholdsvis 16%, 13%, 14%, 11% og 9%.
- Halvdelen af deltagerne har tidligere besøgt Allinge Jazz Festival (52%*) – i 2017, 2016, 2015 og 2014 var det hhv. 44%, 45%, 45% og 48%.
- De besøgende der udtrykker, at Allinge Jazz Festival havde afgørende eller stor betydning for beslutningen om at tage til Bornholm er faldet til 5%*. I 2017 var det 14%, i 2016 12%, 11% i 2015, 14% i 2014 og 13% i 2013.
- Vurderingen af Allinge Jazz Festival er god; 26%* giver arrangementet en top-2 vurdering på en 10-punktskala (hhv. 24% i 2017, 29% i 2016, 25% i 2015, 27% i 2014 og 31% i 2013). Gennemsnitsvurderingen er på 7,37* (mod 7,50 i 2017).
- Andelen af deltagerne, der tidligere har besøgt Allinge Jazz Festival og som synes at arrangementet er bedre end sidste gang de deltog er 11%*. 67% mener, at dette års arrangement var på samme niveau som sidste gang de deltog.

* OBS: Bemærk lille base

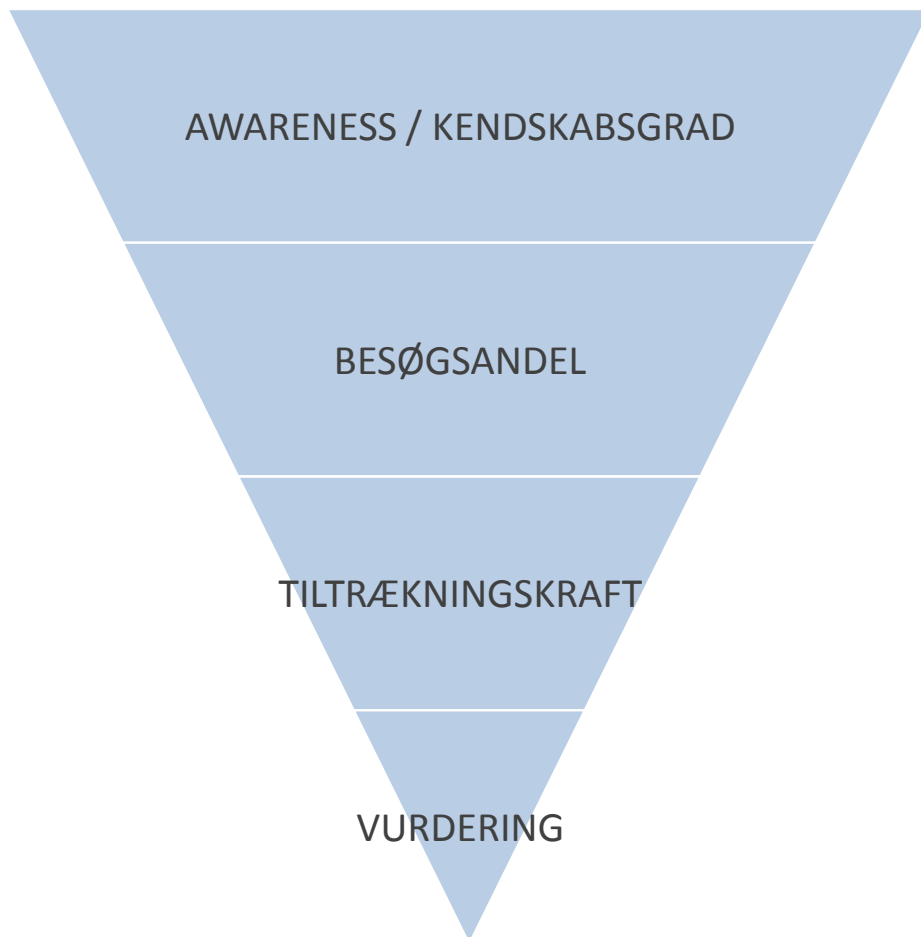
EVALUERING AF MIDDELALDERTRÆF OG ILDNAT



- Der ses en tendens til at kendskabet til Middelaldertræf og ildnat stiger fra 2015 til 2018. 15% af de rejsende i perioden havde et meget stort eller stort kendskab inden ankomsten til Bornholm, mens det samme gjaldt 14% i 2017 og 10% i 2015. 65% havde intet eller lille kendskab til arrangementet mod 70% i 2017.
- De tilbagevendende besøgende på Bornholm har et større kendskab til arrangementet; 20% har et stort eller meget stort kendskab til arrangementet mod 6% af de førstegangsbesøgende.
- Besøgsandelen til Middelaldertræf og ildnat er stabil; i 2018 har 7% af de rejsende i perioden besøgt Middelaldertræf og ildnat. Det samme som i 2017 og 2015.
- Et svagt stigende andel deltagere har tidligere besøgt Middelaldertræf og ildnat (33%) – i hhv. 2017 og 2015 var det 29% og 26%.
- De besøgende der udtrykker, at Middelaldertræf og ildnat havde betydning for beslutningen om at tage til Bornholm stiger fra 2015 til 2017. 26% angiver at arrangementet havde nogen, stor eller afgørende betydning for deres beslutning om at tage til Bornholm. Det samme gjaldt hhv. 17% og 12% i 2017 og 2015.
- Vurderingen af Middelaldertræf og ildnat er god; 22%* giver arrangementet en top-2 vurdering på en 10-punkts-skala. I 2017 var det 39% og 28% i 2015. Gennemsnitsvurderingen er på 7,67* (mod 7,86 i 2017).
- Andelen af deltagerne, der tidligere har besøgt Middelaldertræf og ildnat og som synes, at arrangementet er på samme niveau som sidste gang de deltog er 80%* i 2018. I 2017 var det 67% og 52% i 2015.

* OBS: Bemærk lille base

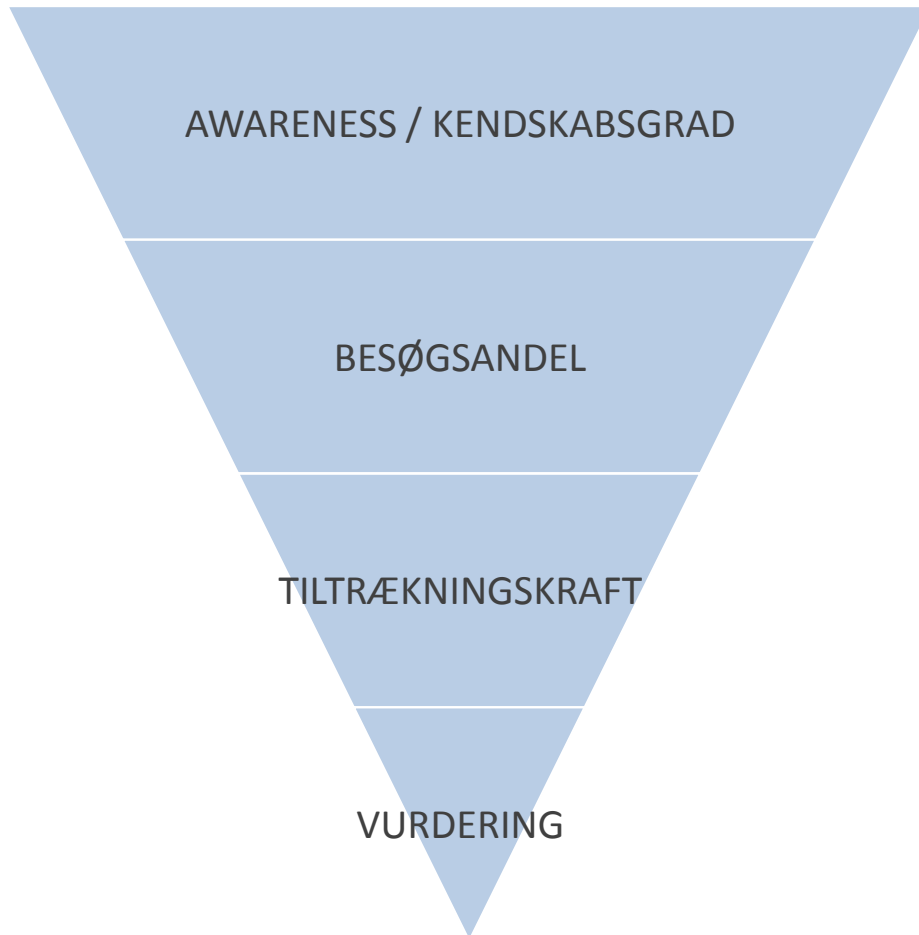
EVALUERING AF ETAPE BORNHOLM



- Kendskabet til Etape Bornholm er stabilt. 22% af de rejsende i perioden har et meget stort eller stort kendskab inden ankomsten til Bornholm (fra 2013 til 2017 lå kendskabet mellem 18-24%). 64% havde intet eller lille kendskab til arrangementet.
- De tilbagevendende besøgende på Bornholm har et større kendskab til arrangementet; 30% har et stort eller meget stort kendskab til arrangementet mod 7% af de førstegangsbesøgende.
- Besøgsandelen til Etape Bornholm er ligeledes på niveau med de andre år; i 2018 har 10% af de rejsende i perioden besøgt Etape Bornholm (fra 2013 til 2017 lå besøgsandelen mellem 7-9%).
- 37% af de besøgende til arrangementet deltager selv som løbere. Siden 2013 har løbet tiltrukket en større og større andel af tilskuere.
- Andelen af deltagere, der tidligere har besøgt Etape Bornholm er stabil (59%) – i 2017, 2016, 2015 og 2014 var det hhv. 58%, 50%, 41% og 56%.
- De besøgende der udtrykker, at Etape Bornholm havde afgørende eller stor betydning for beslutningen om at tage til Bornholm (55%) er på niveau med 2015. I 2017 var det 66%, i 2016 48%, 54% i 2015, 57% i 2014 og 70% i 2013.
- Vurderingen af Etape Bornholm er helt i top, og stiger fra 2017 til 2018; 93% giver arrangementet en top-2 vurdering på en 10-punkts-skala (hhv. 78% i 2017, 63% i 2016, 72% i 2015, 77% i 2014 og 76% i 2013). Gennemsnitsvurderingen er på 9,61 (mod hhv. 9,03 i 2017, 8,72 i 2016, 8,96 i 2015, 9,17 i 2014 og 9,14 i 2013).
- Andelen af deltagere, der tidligere har besøgt Etape Bornholm og som synes, at arrangementet er bedre end sidste gang de deltog er stabilt. 13%* i 2018, 17% i 2017, 16% i 2016, 12% i 2015 og 20% i 2014.

* OBS: Bemærk lille base

EVALUERING AF SNOGEBÆK HAVNEFEST



- Kendskabet til Snogebæk Havnefest er stabilt. 21% af de rejsende i perioden har et meget stort eller stort kendskab inden ankomsten til Bornholm (hhv. 16% i 2017, 18% i 2014 og 22% i 2013). 62% har intet eller lille kendskab til arrangementet (hhv. 70% i 2017, 64% i 2014 og 61% i 2013).
- De tilbagevendende besøgende på Bornholm har et større kendskab til arrangementet; 30% har et stort eller meget stort kendskab til arrangementet mod 5% af de førstegangsbesøgende.
- Besøgsandelen til Snogebæk Havnefest er ligeledes stabil; i 2018 har 9% af de rejsende i perioden besøgt Snogebæk Havnefest - i 2017, 2014 og 2013 var andelen henholdsvis 6%, 9% og 7%.
- 58% af deltagerne har tidligere besøgt Snogebæk Havnefest – i 2017 og 2014 var det hhv. 45% og 51%.
- De besøgende der udtrykker, at Snogebæk Havnefest havde afgørende eller stor betydning for beslutningen om at tage til Bornholm er 4%. I 2017 var det 2%, i 2014 var det 7% og i 2013 5%.
- Vurderingen af Snogebæk Havnefest er god; 13% giver arrangementet en top-2 vurdering på en 10-punktskala (hhv. 18% i 2017, 17% i 2014 og 20% i 2013). Gennemsnitsvurderingen er på 7,17 (mod 7,16 i 2017, 6,76 i 2014 og 7,04 i 2013).
- Andelen af deltagerne, der tidligere har besøgt Snogebæk Havnefest og som synes at arrangementet er på samme niveau som sidste gang de deltog er steget fra 66% i 2014 til 100%* i 2018.

* OBS: Bemærk lille base

ØKONOMISK EVALUERING AF JULI EVENTS

Baseret på Færgens trafiktal i undersøgelses perioden samt andelen der udtrykker, at eventen var betydende for deres besøg af Bornholm, udregnes den specifikke tiltrækningskraft. For Etape Bornholm kan tiltrækningskraften således beregnes til i alt 4.553 personer i 2018.

Vha. undersøgelsen fastsættes den gennemsnitlige opholdslængde for hver event - og fra Visit Danmarks "Turist-undersøgelse 2011" benyttes derefter nøgletal for døgnforbruget pr. overnatningsform. (Hotel: 1.358 kr., feriecentre: 495 kr., camping 246 kr., vandrehjem 682 kr., og lejet feriebolig 471 kr.)

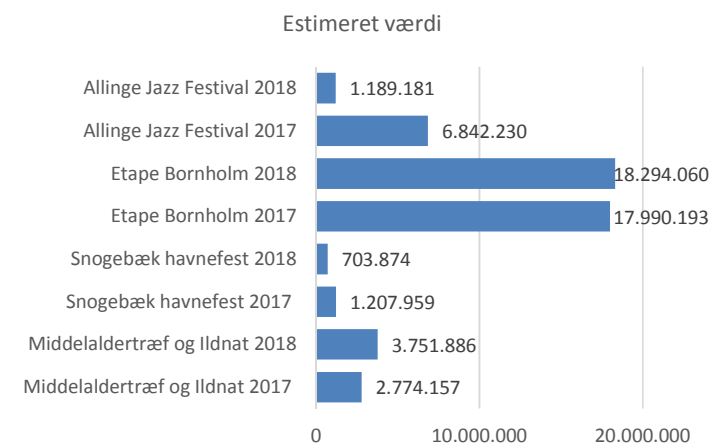
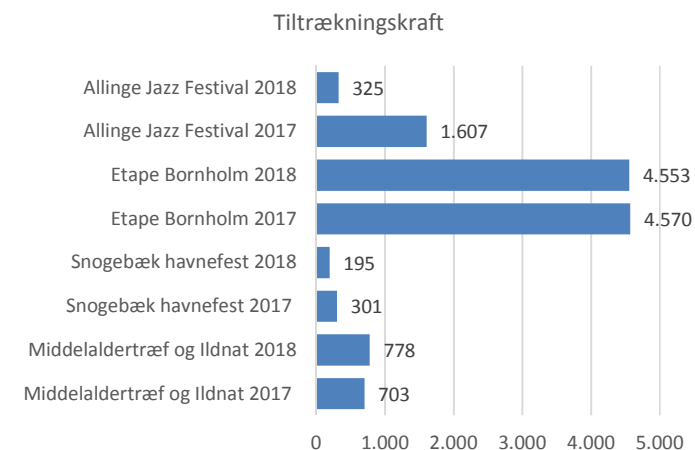
For hver event benyttes herefter fordelingen for overnatningsformen til at estimere det samlede forbrug, som er direkte afledt af den enkelte event. For Etape Bornholm beregnes værdien således til 18,3 mio. kr. i 2018, hvilket er på niveau med værdien i 2017.

For andelen der udtrykker afgørende betydning benyttes en faktor 0,9, for stor betydning en faktor 0,6 og nogen betydning og en faktor 0,3 for lille betydning.

Turistundersøgelse 2011 er baseret på ca. 12.000 interview med turister på hoteller, feriecentre, campingpladser, vandrehjem og feriehusene i Danmark. Interviewstederne er udtrukket af Danmarks Statistik og undersøgelsen er repræsentativ for turismen på de fem overnatningsformer. Turisterne svarer på, hvor mange penge de bruger - og på hvad. Døgnforbruget pr. overnatningsform bliver herefter kalibreret ift. nationalregnskabet således, at f.eks. det samlede hotelforbrug ikke overstiger den samlede omsætning på hoteller i Danmark.

Turistundersøgelsen gennemføres hvert tredje år - 2011, 2014, og 2017. I 2018 vil forbrugstallene således blive opdateret igen.

Besøgende som er ankommet med fly er ikke omfattet af estimatet.



PROFIL AF DELTAGERNE I ALLINGE JAZZ FESTIVAL

- Flest kvinder (67%)
- Mange midaldrende og ældre; 50 til 64 år (67%) og 65+ år (19%)
- Hovedparten er fra Hovedstaden (43%)
- For 48% var naturoplevelser det mest udslagsgivende for at de valgte at tage til Bornholm. 43% skulle besøge familie eller venner og 43% har adgang til sommerhus
- Flest rejste med partner/ægtefælle (24%) eller som familiegruppe (f.eks. bedsteforældre med børnebørn) (24%)
- Flest (48%) havde 7-10 overnatninger eller 4-6 overnatninger (31%)
- 70% boede i feriehus: 45% i lejet feriehus og 25% i eget/lånt feriehus. 20% boede privat hos familie eller venner
- De fleste var tilbagevendende besøgende. 52% har besøgt Bornholm 2-5 gange inden for de seneste 3 år, mens 19% var førstegangsbesøgende
- Flest overnattede i Allinge/Sandvig (52%)

MIDDELALDERTRÆF OG ILDNAT

- Flest kvinder (58%)
- Mange midaldrende; 35 til 49 år (26%) og 50 til 64 år (53%)
- Hovedparten er fra Hovedstaden (37%). En vis andel er fra Syddanmark (21%) eller Midtjylland (21%)
- For 53% var naturoplevelser det mest udslagsgivende for at de valgte at tage til Bornholm. 47% skulle se historiske bygninger/ seværdigheder, 37% angiver kulturelle oplevelser og 32% angiver mulighed for outdooraktiviteter
- Flest rejste som familie med små børn (33%). En vis andel rejste som familiegruppe (22%) eller familie med store børn (17%)
- Flest (67%) havde 7-10 overnatninger
- 58% boede i lejet feriehus. 16% boede privat hos familie eller venner og 16% boede i privat udlejning (Airbnb)
- De fleste var tilbagevendende førstegangsbesøgende (44%). 33% har besøgt Bornholm 2-5 gange inden for de seneste 3 år
- Flest overnattede i Rønne (16%), Gudhjem (16%) eller Hasle (16%)

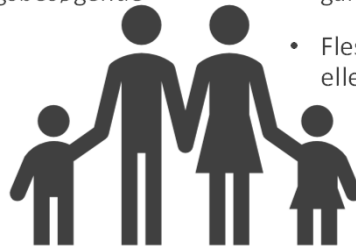


PROFIL AF DELTAGERNE I ETAPE BORNHOLM

SNOGEBÆK HAVNEFEST

- Flest kvinder (59%)
- Mange midaldrende og ældre; 35 til 49 år (31%), 50 til 64 år (31%) og 65+ år (28%)
- Hovedparten er fra Hovedstaden (52%). En vis andel er fra Sjælland (24%)
- For hele 59% var det mest udslagsgivende for at de valgte at tage til Bornholm, at de skulle deltage i et specifikt event eller arrangement. 59% angiver naturoplevelser, 48% skulle besøge familie eller venner og 24% angiver, at det er en tradition
- Flest rejste som familie med små børn (42%). En stor andel rejste med partner/ægtefælle (31%)
- Flest (64%) havde 7-10 overnatninger eller 4-6 overnatninger (18%)
- 58% boede i feriehus: 34% i lejet feriehus og 24% i eget/lånt feriehus. 17% boede privat hos familie eller venner
- De fleste var tilbagevendende besøgende. 38% har besøgt Bornholm 2-5 gange inden for de seneste 3 år, mens (17%) var førstegangsbesøgende
- Flest overnattede i Allinge/ Sandvig (28%) eller Tejn (17%)

- Flest mænd (56%)
- Mange midaldrende; 35 til 49 år (20%) og 50 til 64 år (60%)
- Hovedparten er fra Hovedstaden (44%). En vis andel er fra Sjælland (24%) eller Syddanmark (20%)
- For 44% var det mest udslagsgivende for at de valgte at tage til Bornholm, at de skulle besøge familie eller venner. 28% angiver naturoplevelser, 28% skulle se historiske bygninger/ seværdigheder og 28% angiver at de har adgang til sommerhus
- Flest rejste med partner/ægtefælle (40%). En stor andel rejste som familie med små børn (28%)
- Flest havde 4-6 eller 7-10 overnatninger (33%). En stor andel havde over 10 overnatninger (29%)
- 75% boede i feriehus: 46% i lejet feriehus og 29% i eget/lånt feriehus. 17% boede privat hos familie eller venner
- De fleste var tilbagevendende besøgende. 39% har besøgt Bornholm 2-5 gange inden for de seneste 3 år, mens 30% var førstegangsbesøgende
- Flest overnattede i Aakirkeby (21%), Dueodde (17%) eller Snogebæk (17%)

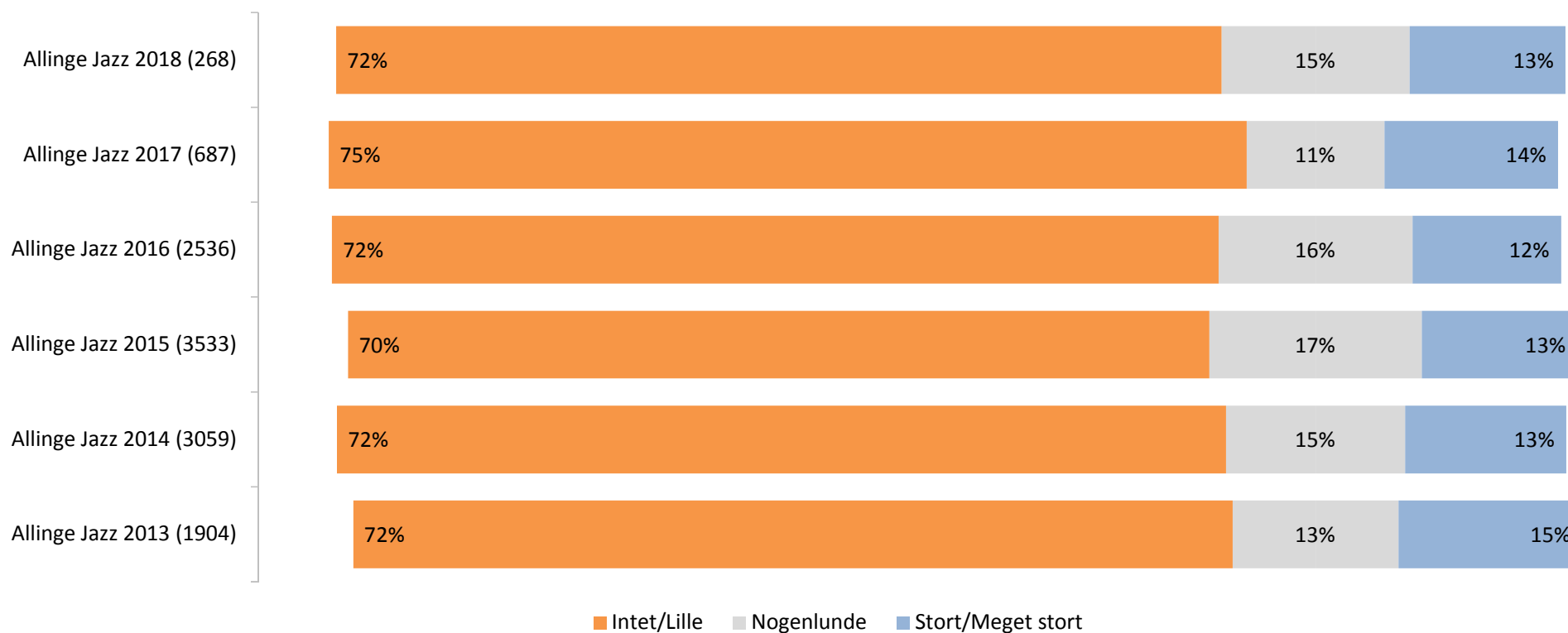


DETALJERET EVALUERING AF ALLINGE JAZZ FESTIVAL



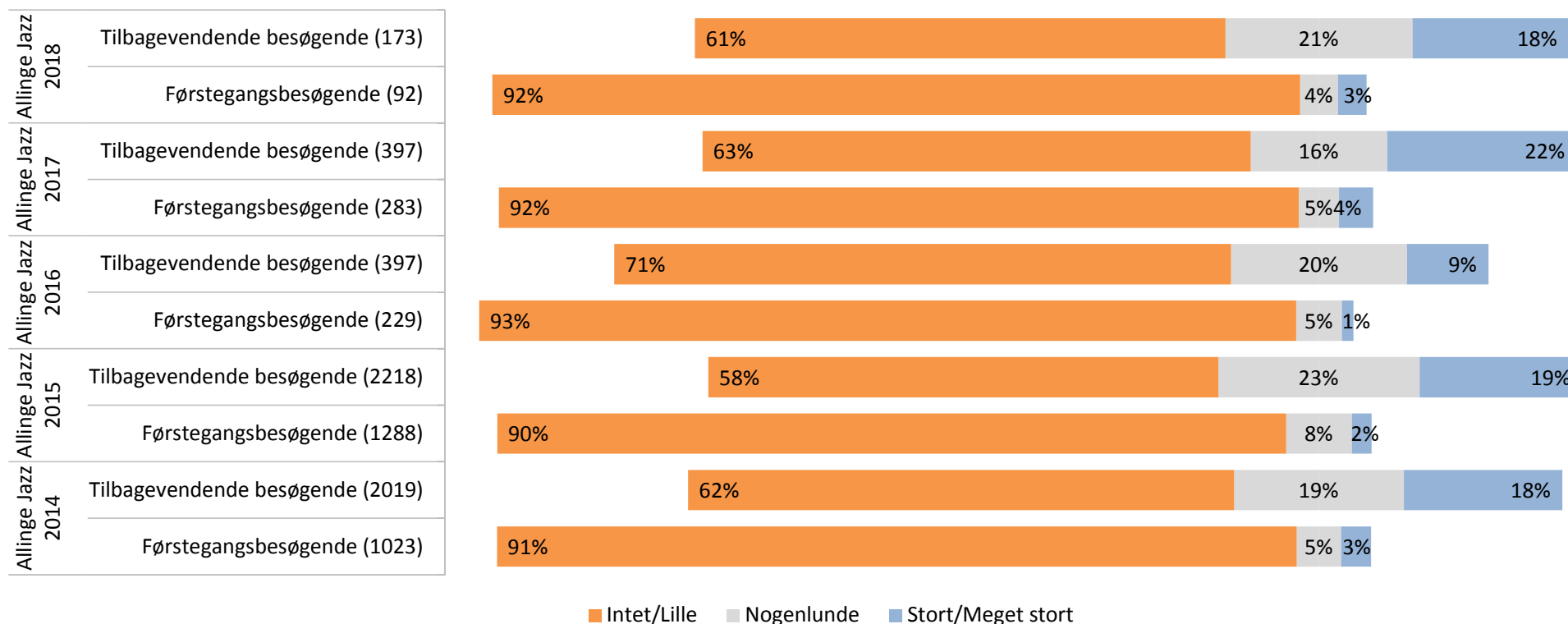
KENDSKAB TIL ALLINGE JAZZ FESTIVAL

Hvor stort var dit kendskab til arrangementet inden du ankom til Bornholm?



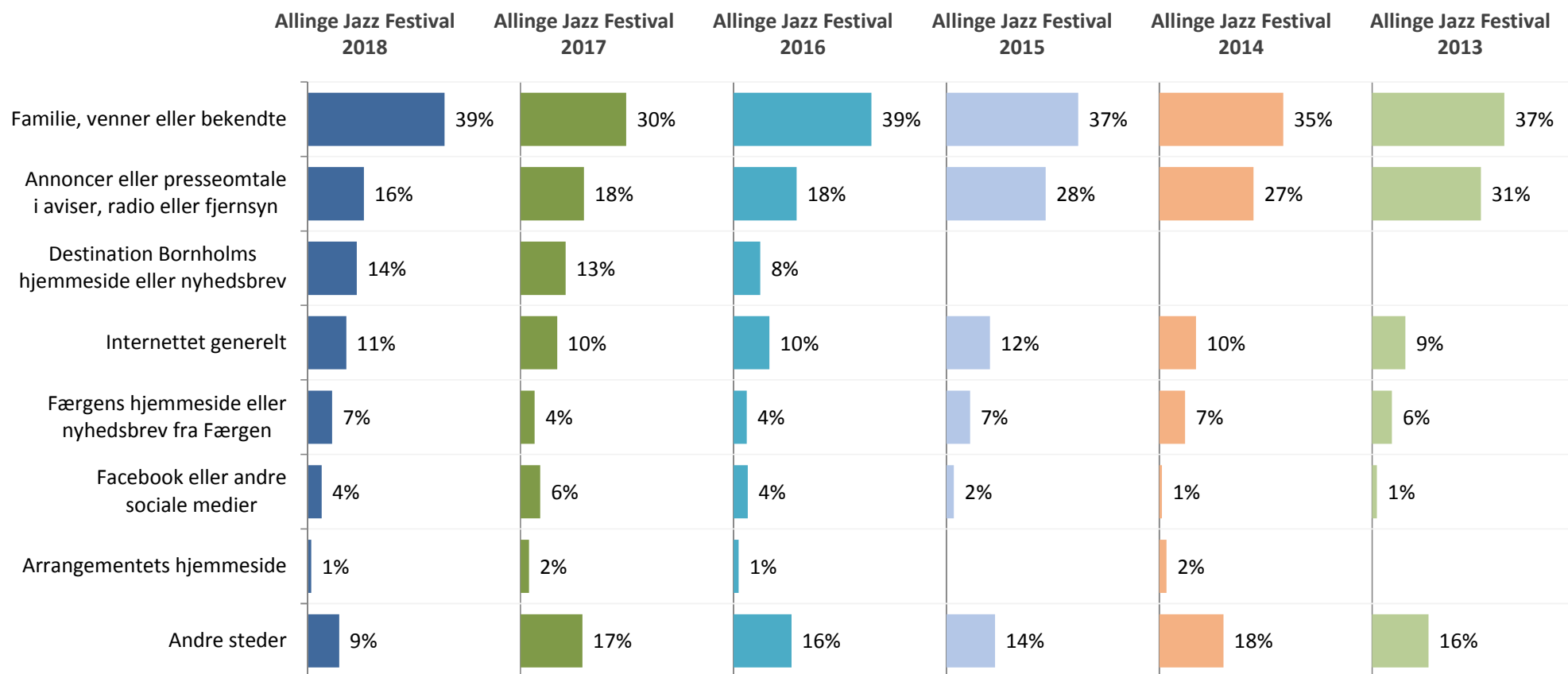
KENDSKAB TIL ALLINGE JAZZ FESTIVAL

Hvor stort var dit kendskab til arrangementet inden du ankom til Bornholm?



MEDIER/KILDER TIL KENDSKAB TIL ALLINGE JAZZ FESTIVAL

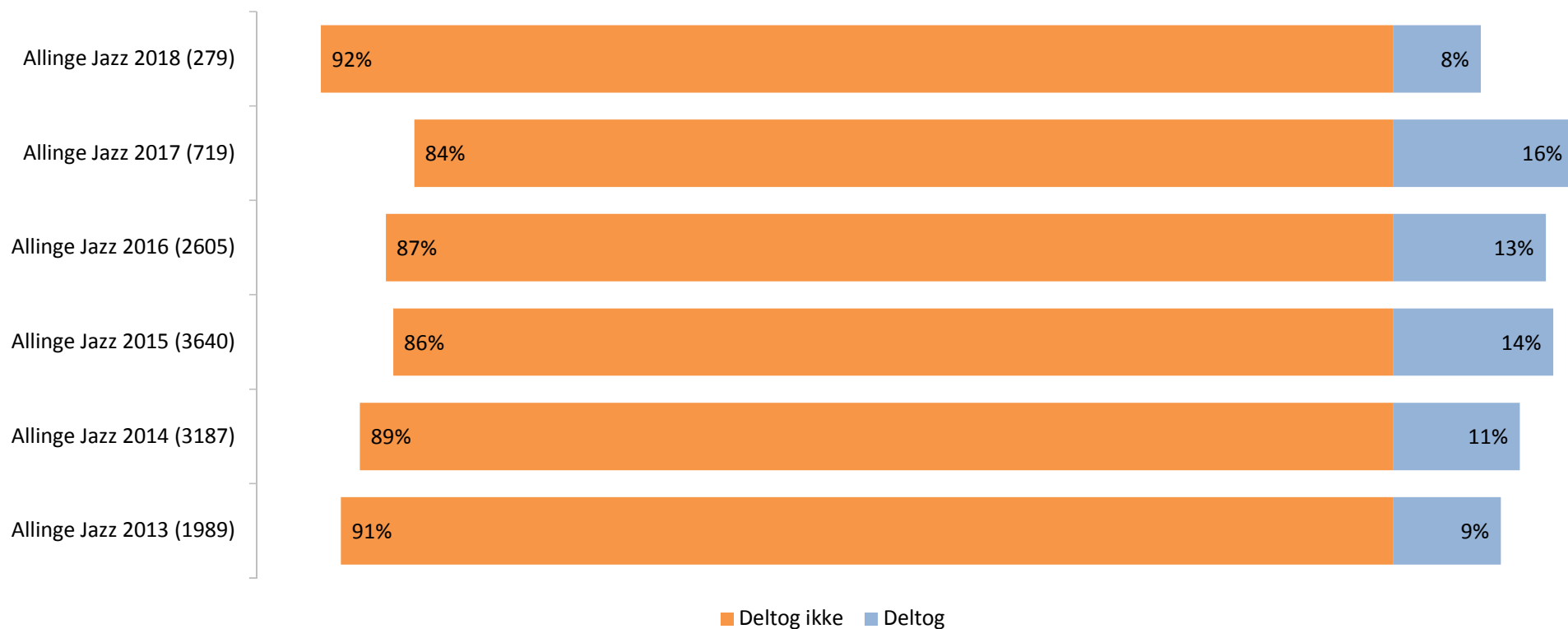
Hvordan fik du første gang kendskab til arrangementet?



Base: Havde kendskab til arrangementet inden ankomst minus "Husker ikke": 2018 (101) 2017 (252) 2016 (1.016) 2015 (1.500) 2014 (1.220) 2013 (757)

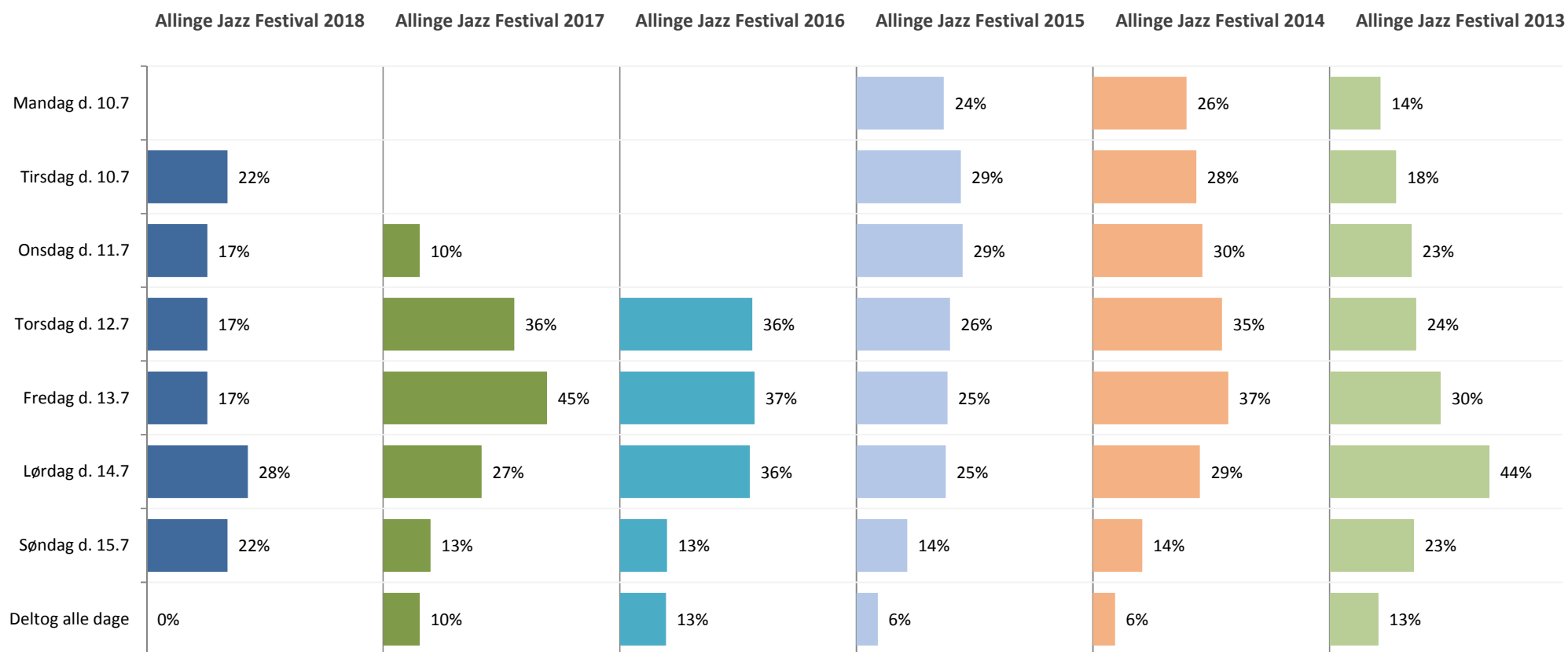
DELTAGELSE I ALLINGE JAZZ FESTIVAL

Deltog du i et eller flere af arrangementerne?



DELTAGELSE I ALLINGE JAZZ FESTIVAL

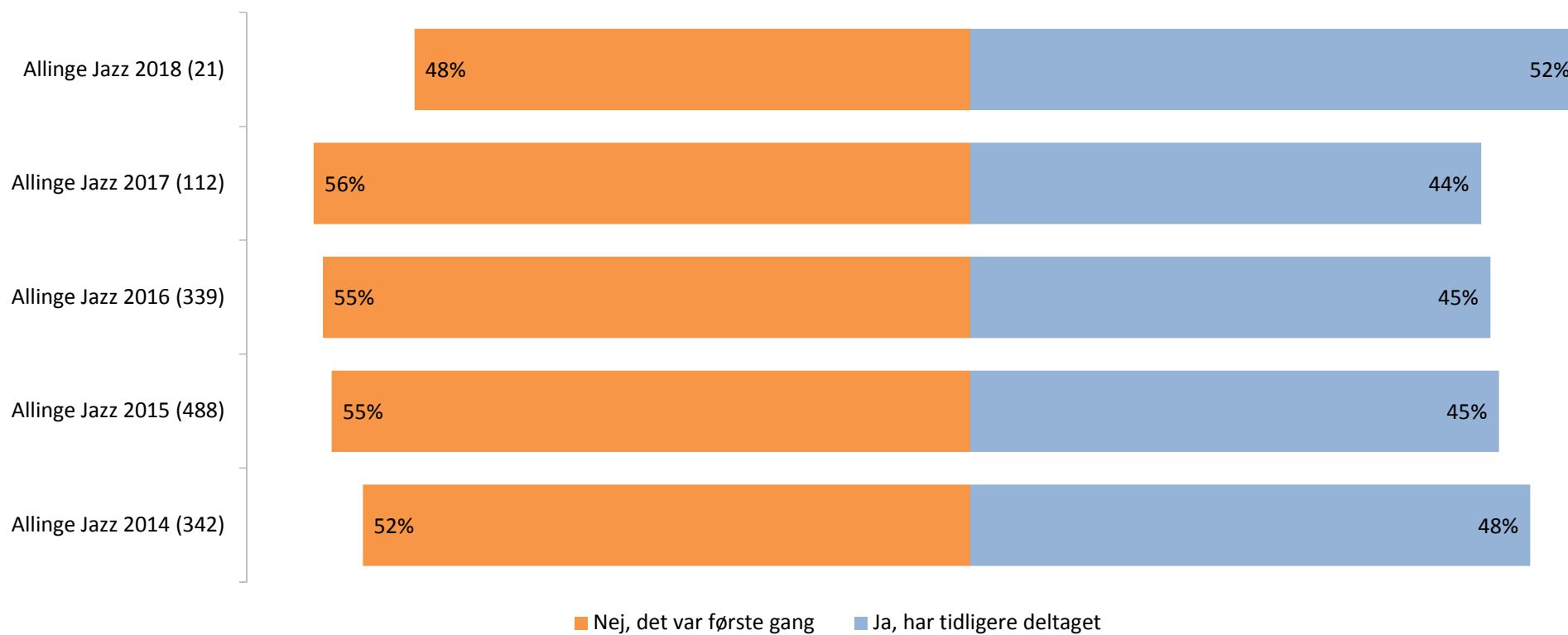
Hvilke dage besøgte du arrangementet?



Base: Besøgte arrangementet minus "Husker ikke": 2018 (18) 2017 (100) 2016 (308) 2015 (408) 2014 (296) 2013 (164)

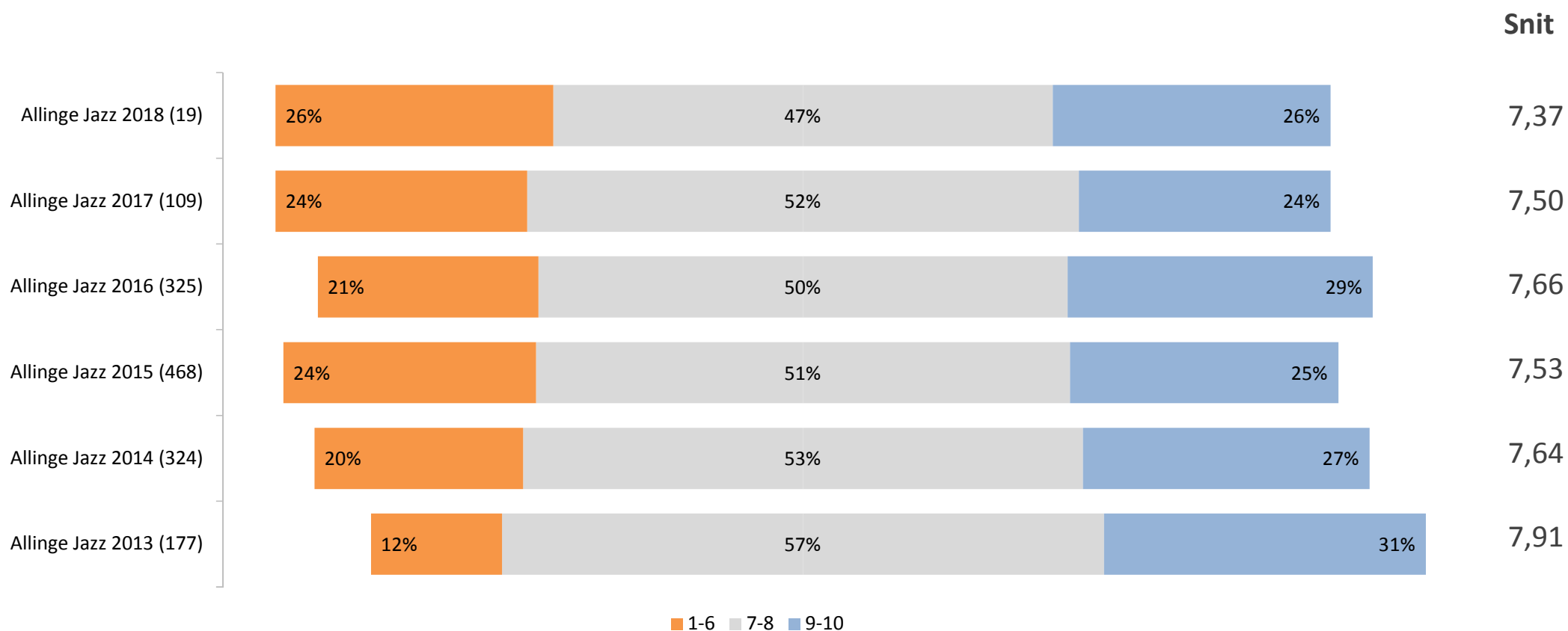
DELTAGELSE I ALLINGE JAZZ FESTIVAL

Har du tidligere deltaget?



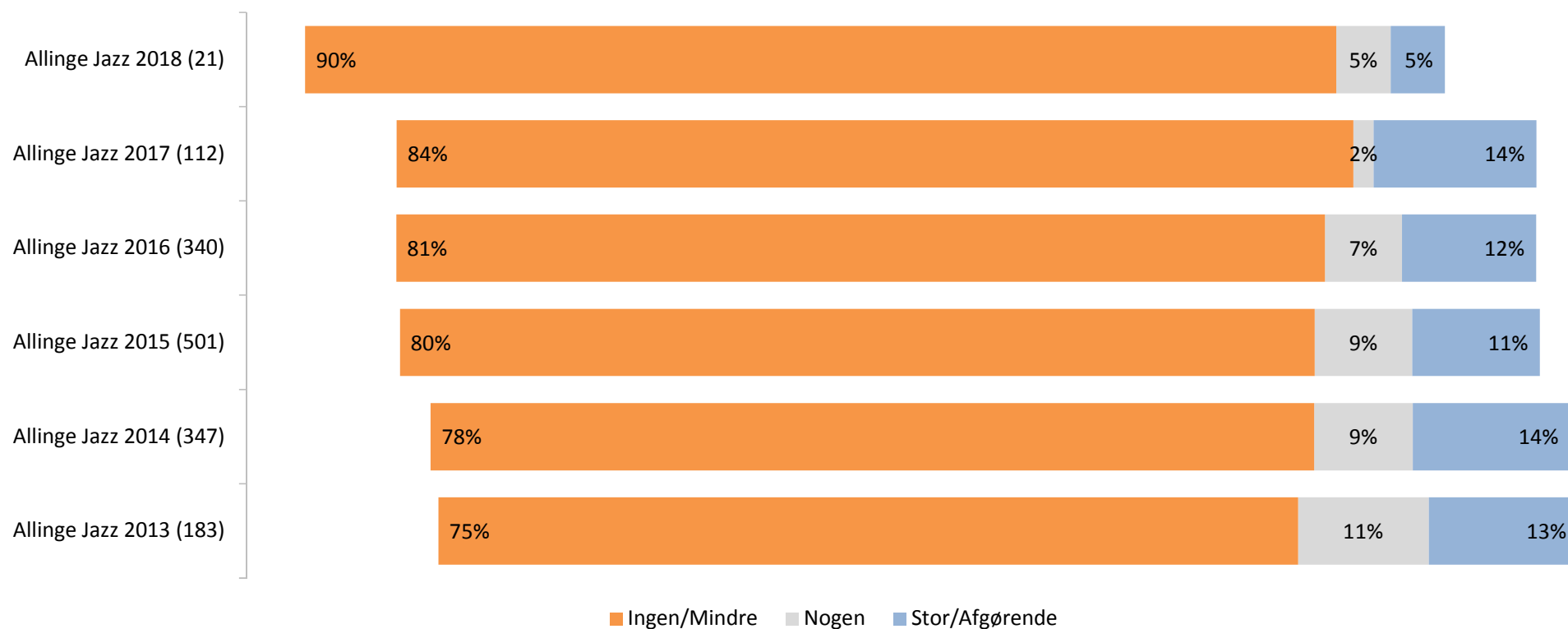
SAMLET VURDERING AF ALLINGE JAZZ FESTIVAL

Hvor mange point på en skala fra 1 til 10 – hvor 10 er bedst – vil du give din oplevelse?



ALLINGE JAZZ FESTIVALS TILTRÆKNINGSKRAFT

Hvor stor indflydelse havde arrangementet på din beslutning om at tage til Bornholm?

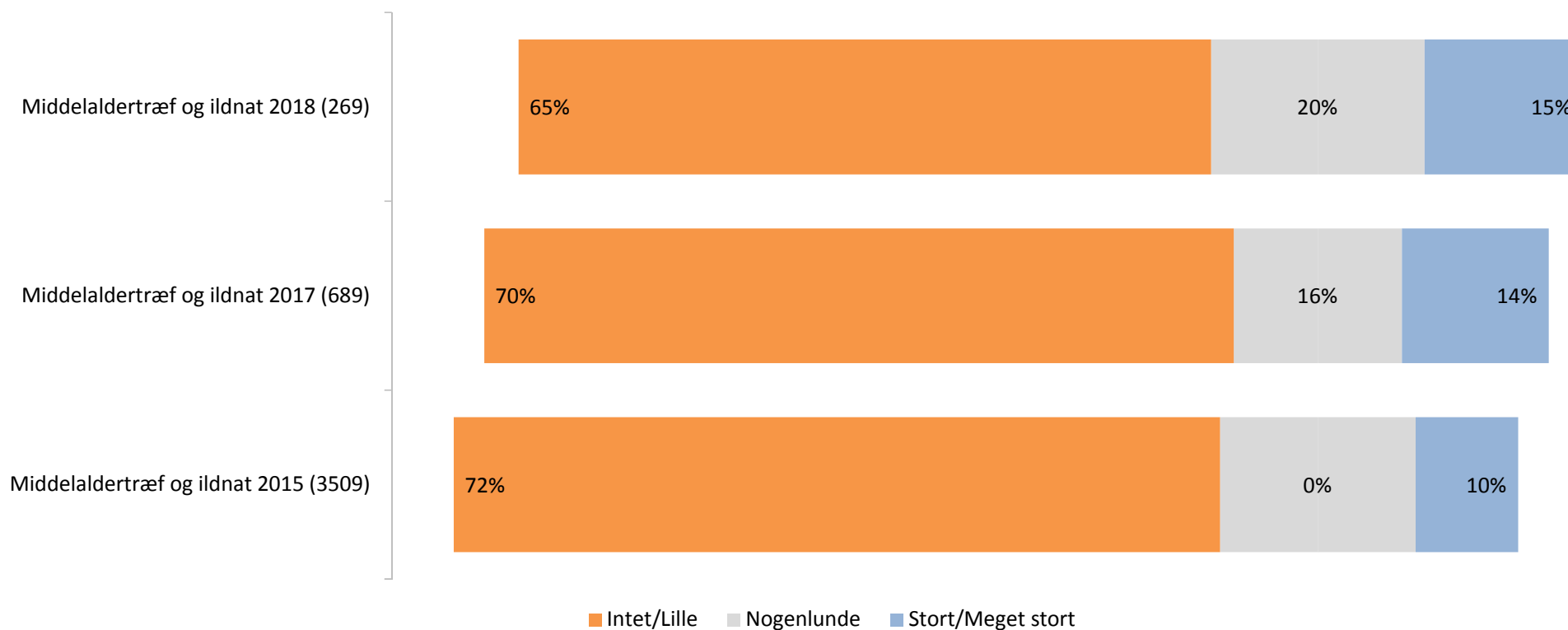


DETALJERET EVALUERING AF MIDDELALDERTRÆF OG ILDNAT



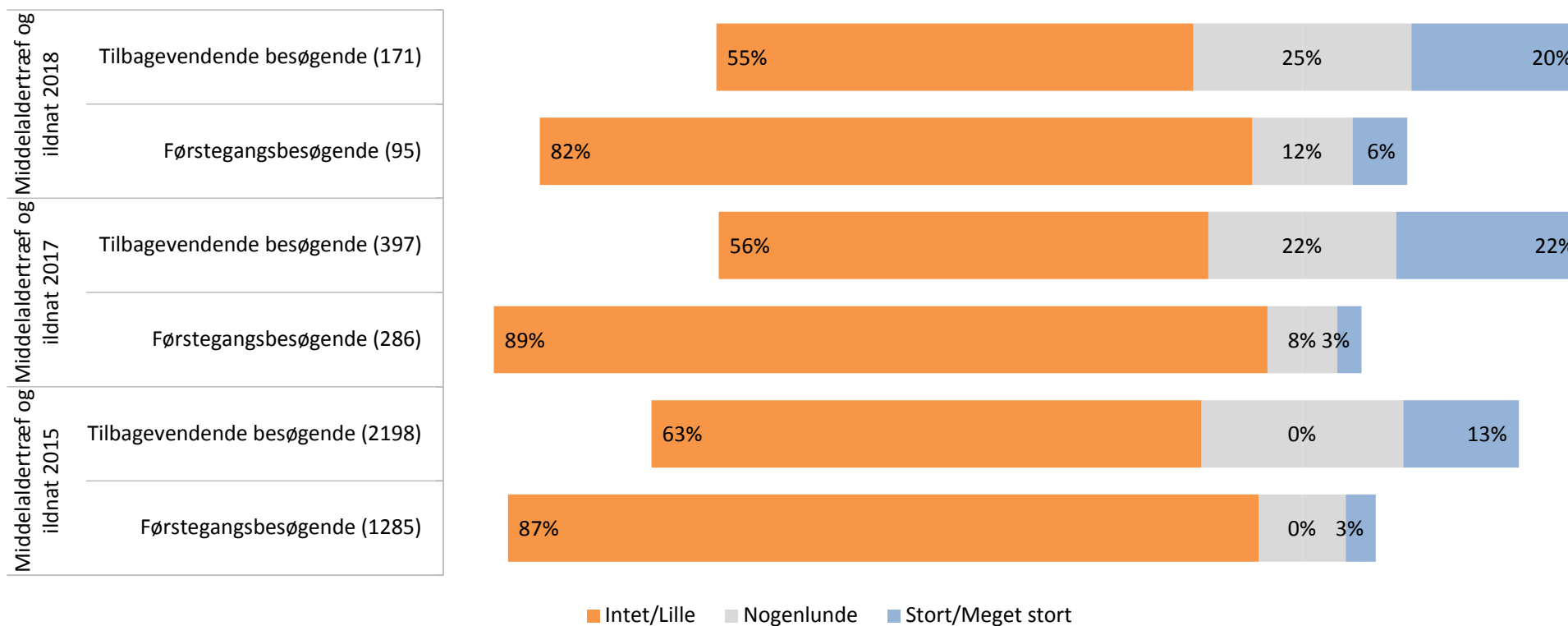
KENDSKAB TIL MIDDELALDERTRÆF OG ILDNAT

Hvor stort var dit kendskab til arrangementet inden du ankom til Bornholm?



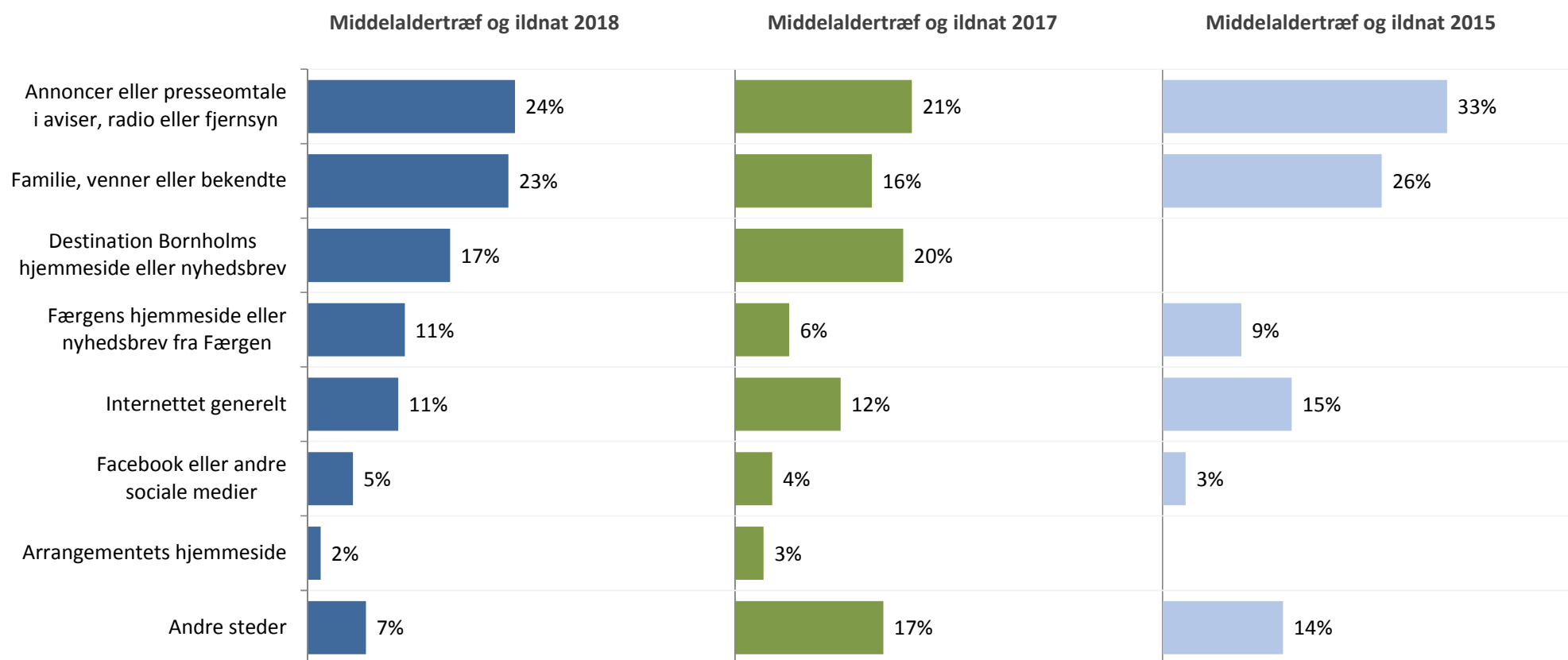
KENDSKAB TIL MIDDELALDERTRÆF OG ILDNAT

Hvor stort var dit kendskab til arrangementet inden du ankom til Bornholm?



MEDIER/KILDER TIL KENDSKAB TIL MIDDELALDERTRÆF OG ILDNAT

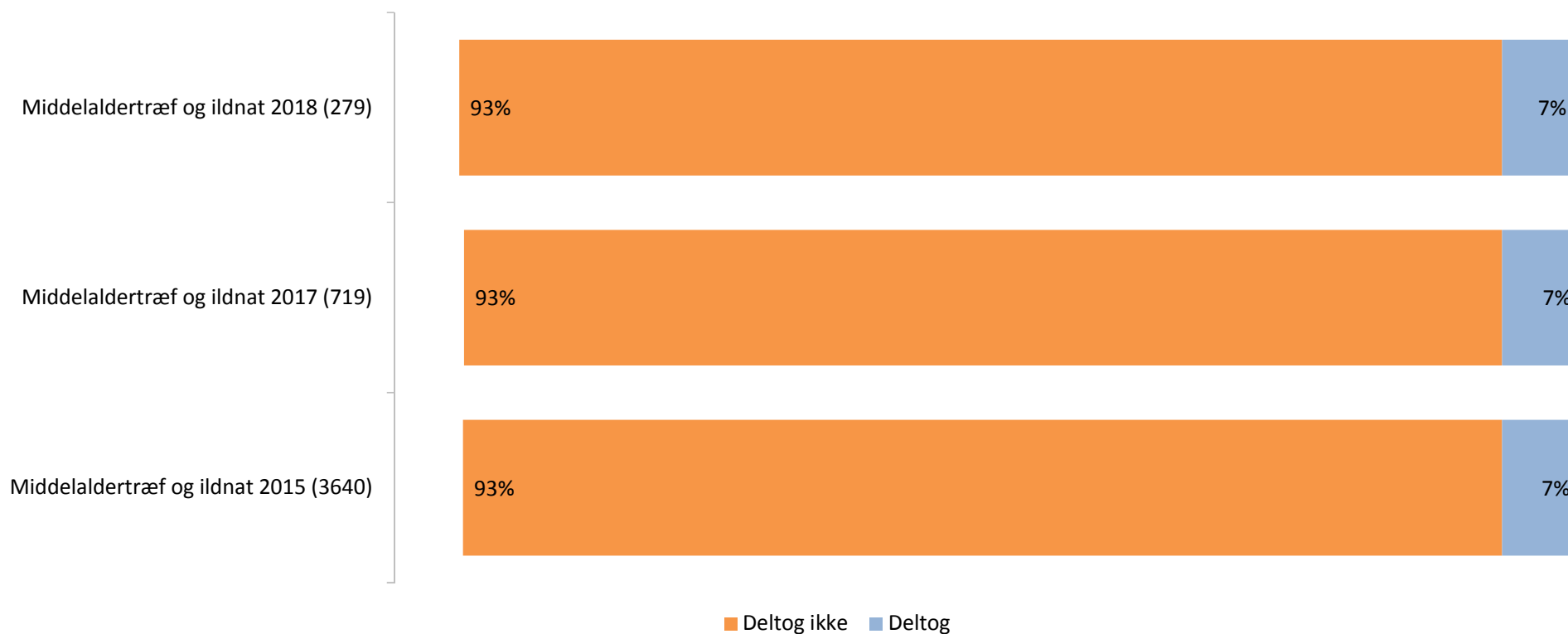
Hvordan fik du første gang kendskab til arrangementet?



Base: Havde kendskab til arrangementet inden ankomst minus "Husker ikke": 2018 (132) 2017 (300) 2015 (1.370)

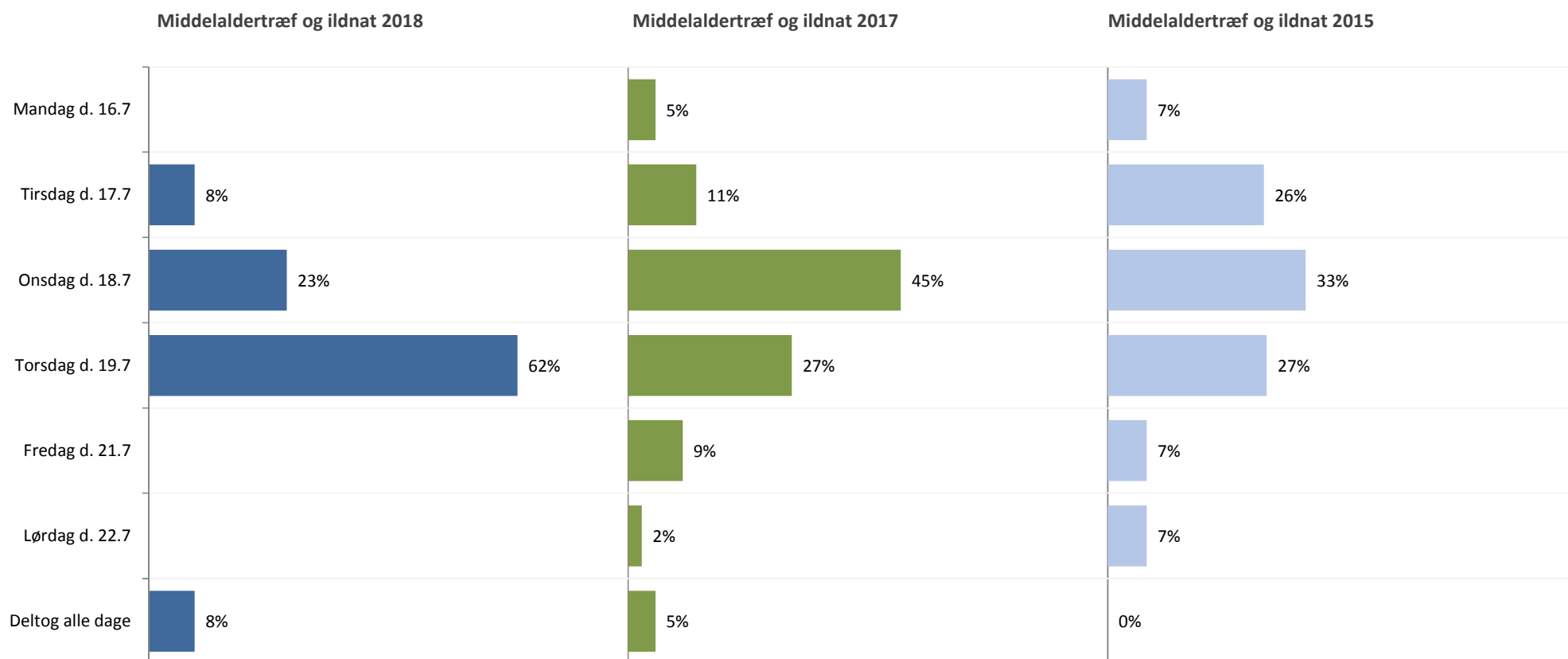
DELTAGELSE I MIDDELALDERTRÆF OG ILDNAT

Deltog du i et eller flere af arrangementerne?



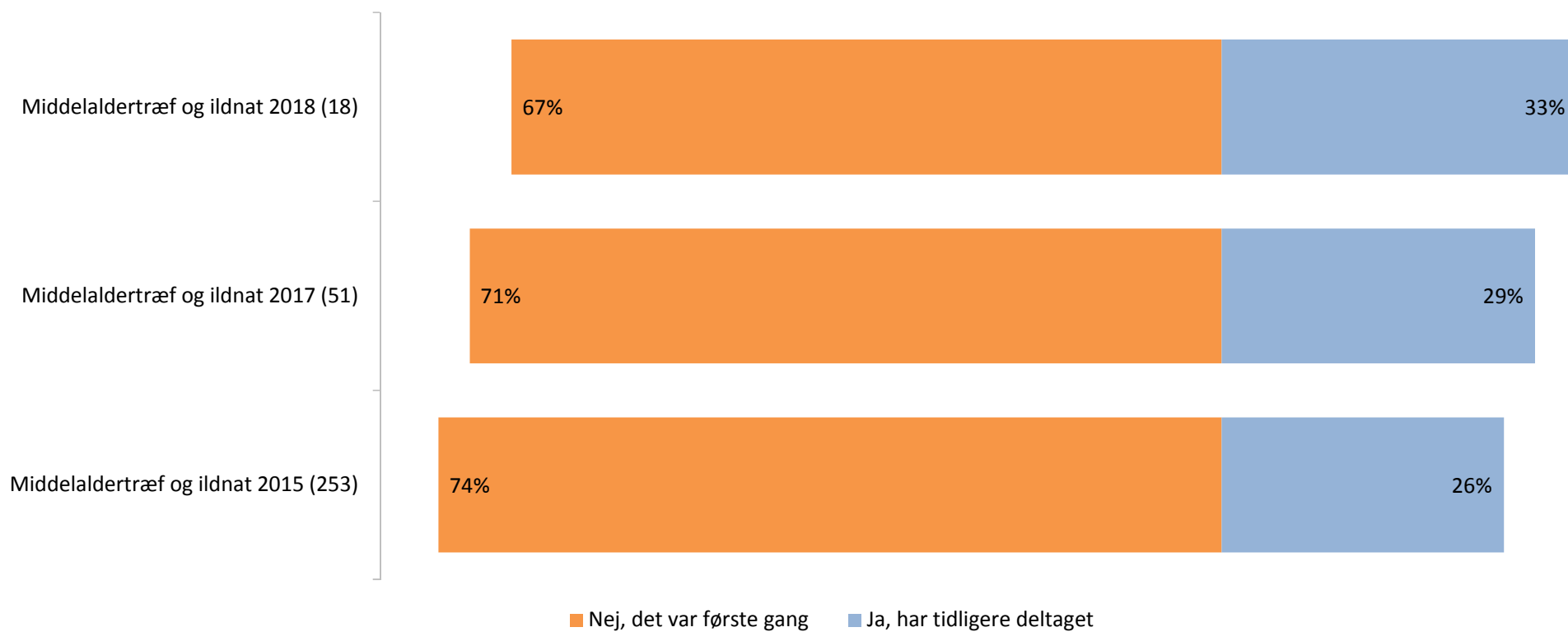
DELTAGELSE I MIDDELALDERTRÆF OG ILDNAT

Hvilke dage besøgte du arrangementet?



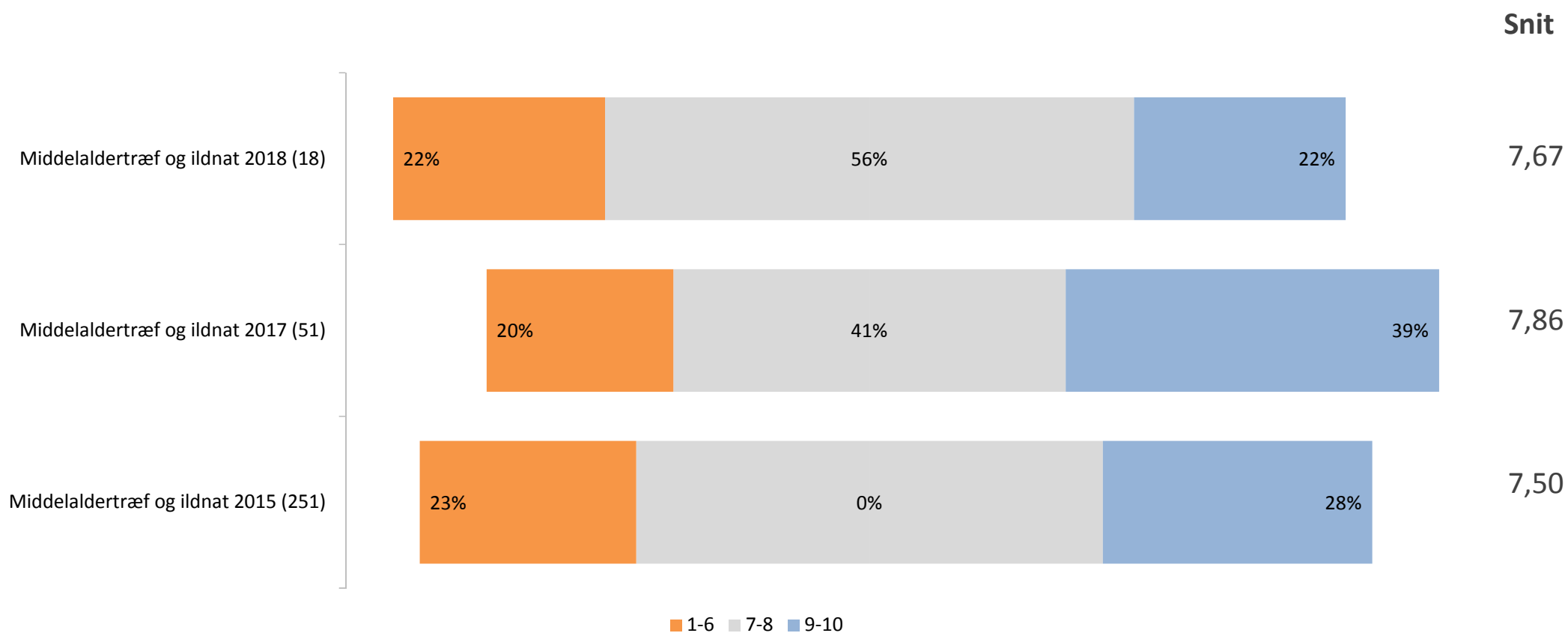
DELTAGELSE I MIDDELALDERTRÆF OG ILDNAT

Har du tidligere deltaget?



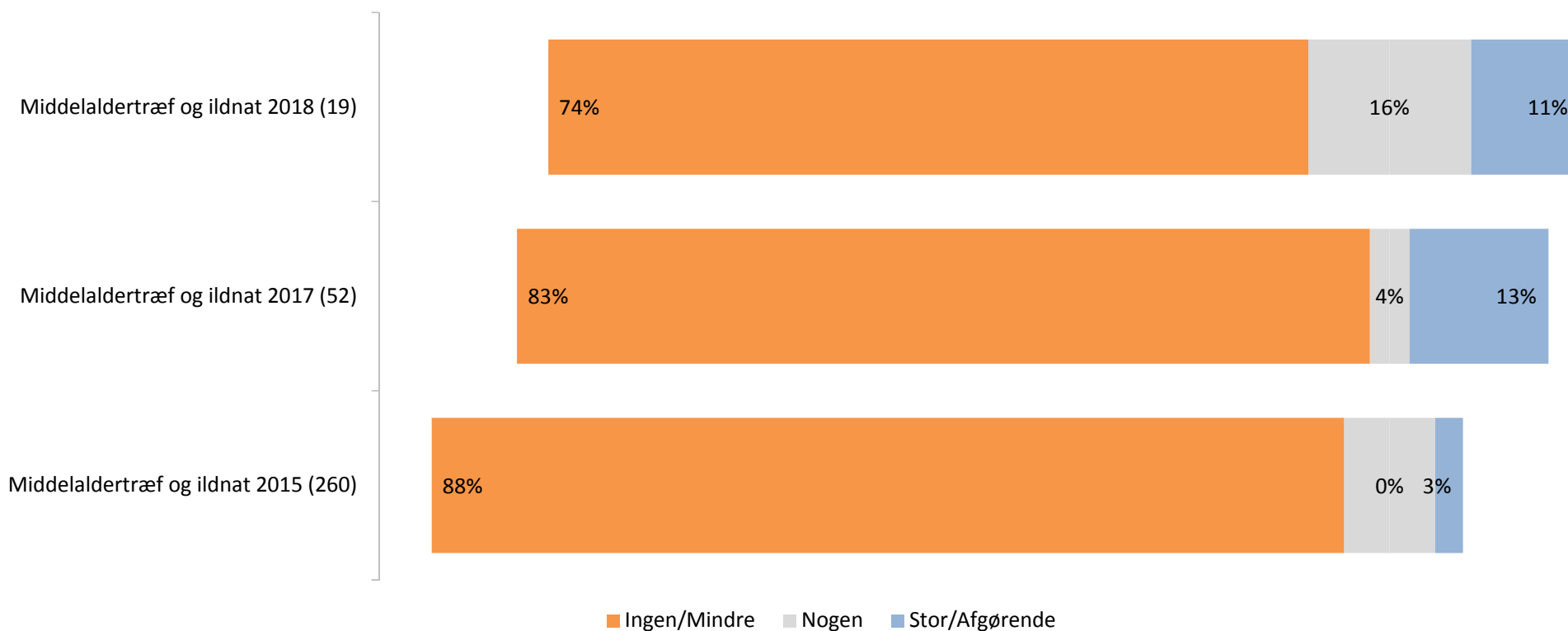
SAMLET VURDERING AF MIDDELALDERTRÆF OG ILDNAT

Hvor mange point på en skala fra 1 til 10 – hvor 10 er bedst – vil du give din oplevelse?



MIDDELALDERTRÆF OG ILDNATS TILTRÆKNINGSKRAFT

Hvor stor indflydelse havde arrangementet på din beslutning om at tage til Bornholm?



ÅBNE KOMMENTARER TIL MIDDELALDERTRÆF OG ILDNAT

"Vi deltog med stor succes i Eskilds testamente opgaverne. Børnebørnene var vildt optaget af udfordringerne."

Mand, 72 år, Hovedstaden

"Jeg synes, at centret på kort tid havde sammensat et flot program til aftenen, selvom de måtte ændre konceptet. Jeg var meget imponeret."

Kvinde, 61 år, Syddanmark

"Synd at der var meget der var lukket. Børnene synes det var sjovt, men desværre var nogle boder lukket."

Kvinde, 56 år, Sjælland

"Der var ikke så mange aktiviteter og deltagere som i 2009."

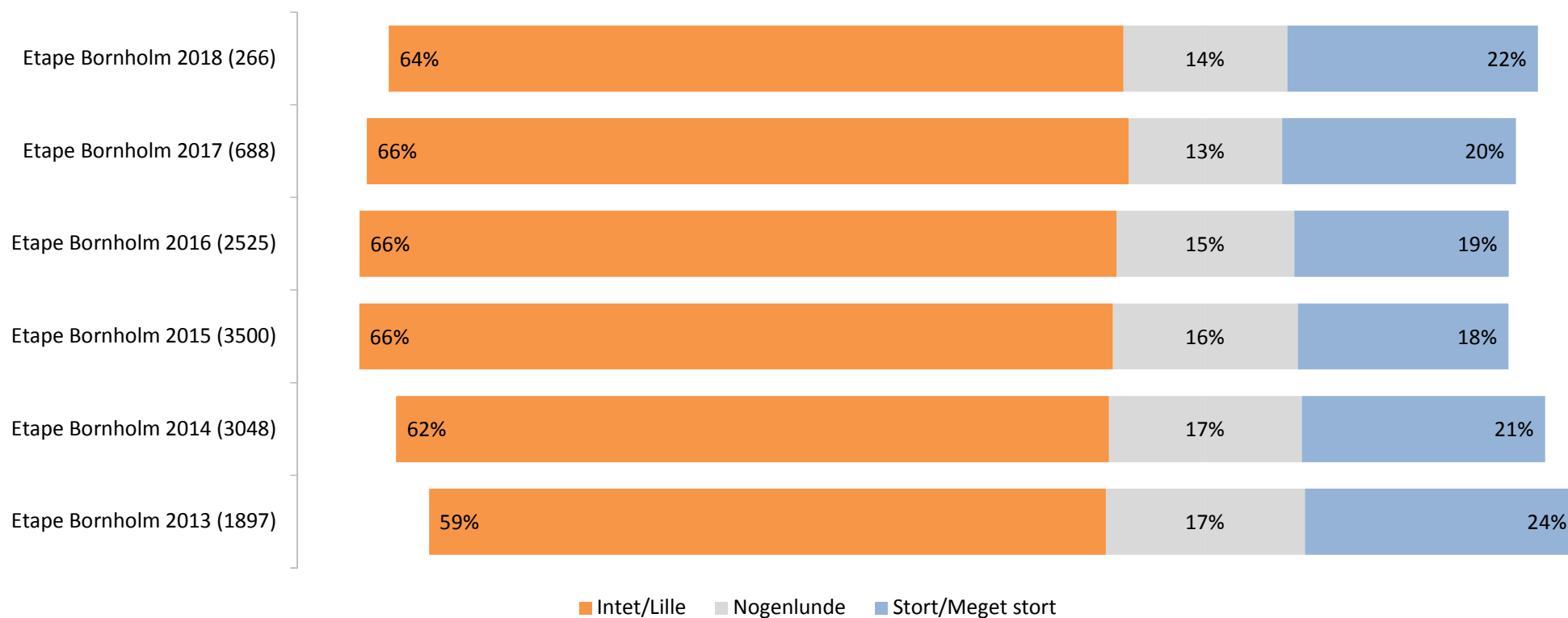
Mand, 58 år, Nordjylland

DETALJERET EVALUERING AF ETAPE BORNHOLM



KENDSKAB TIL ETAPE BORNHOLM

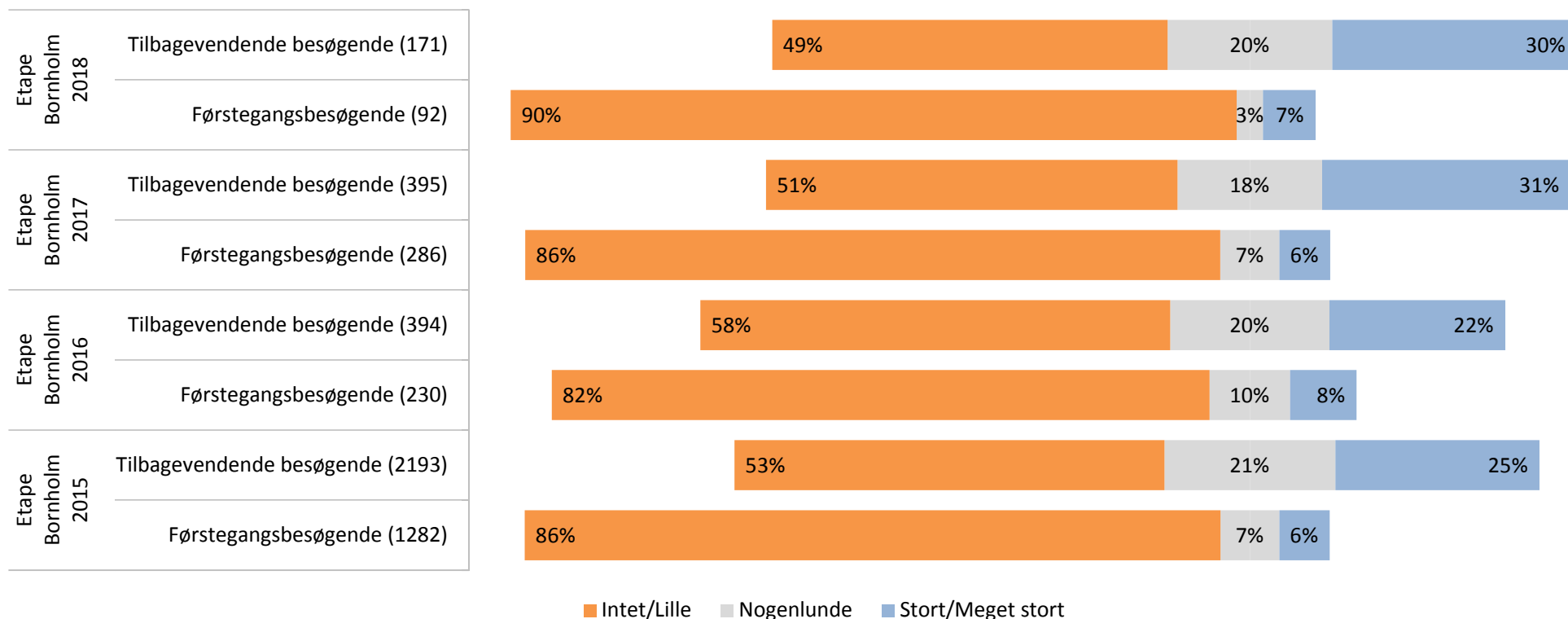
Hvor stort var dit kendskab til arrangementet inden du ankom til Bornholm?



Base: Alle respondenter minus "Ved ikke"

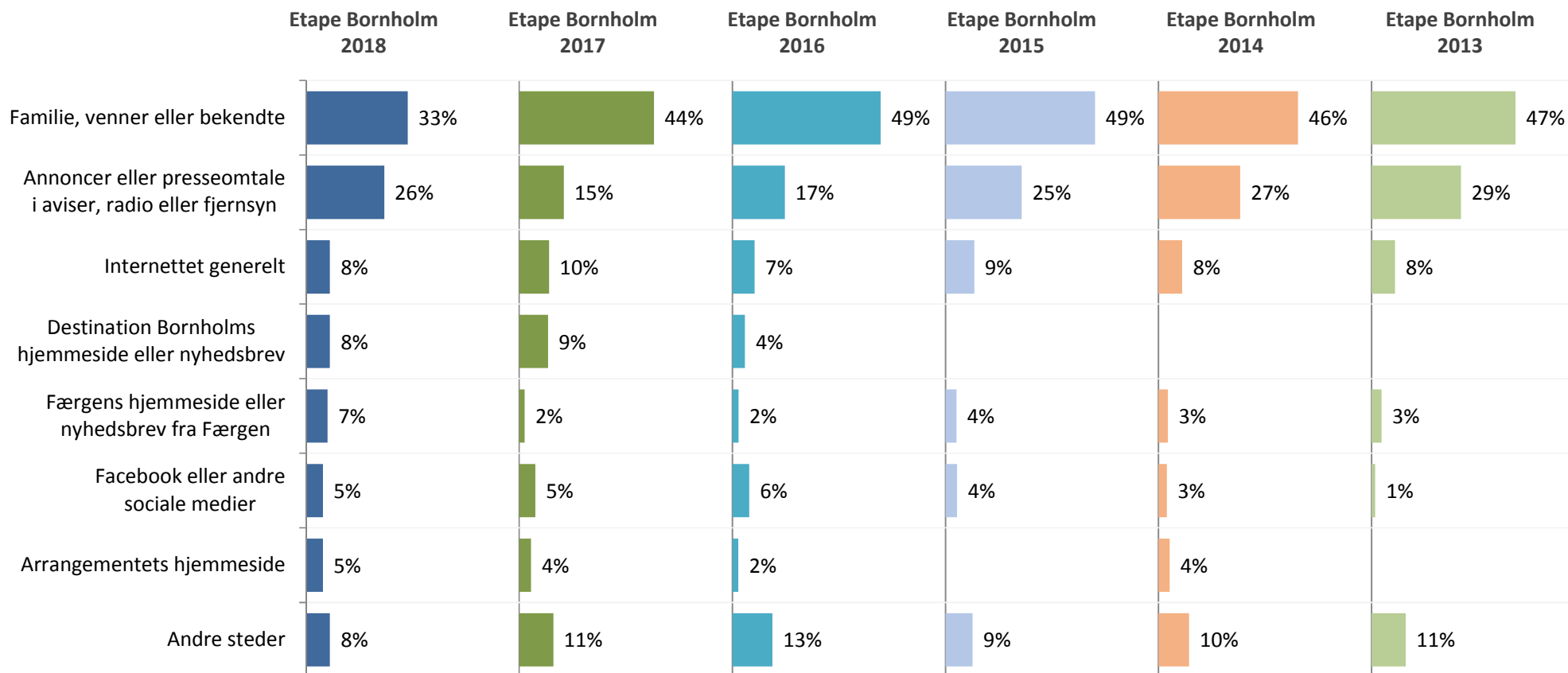
KENDSKAB TIL ETAPE BORNHOLM

Hvor stort var dit kendskab til arrangementet inden du ankom til Bornholm?



MEDIER/KILDER TIL KENDSKAB TIL ETAPE BORNHOLM

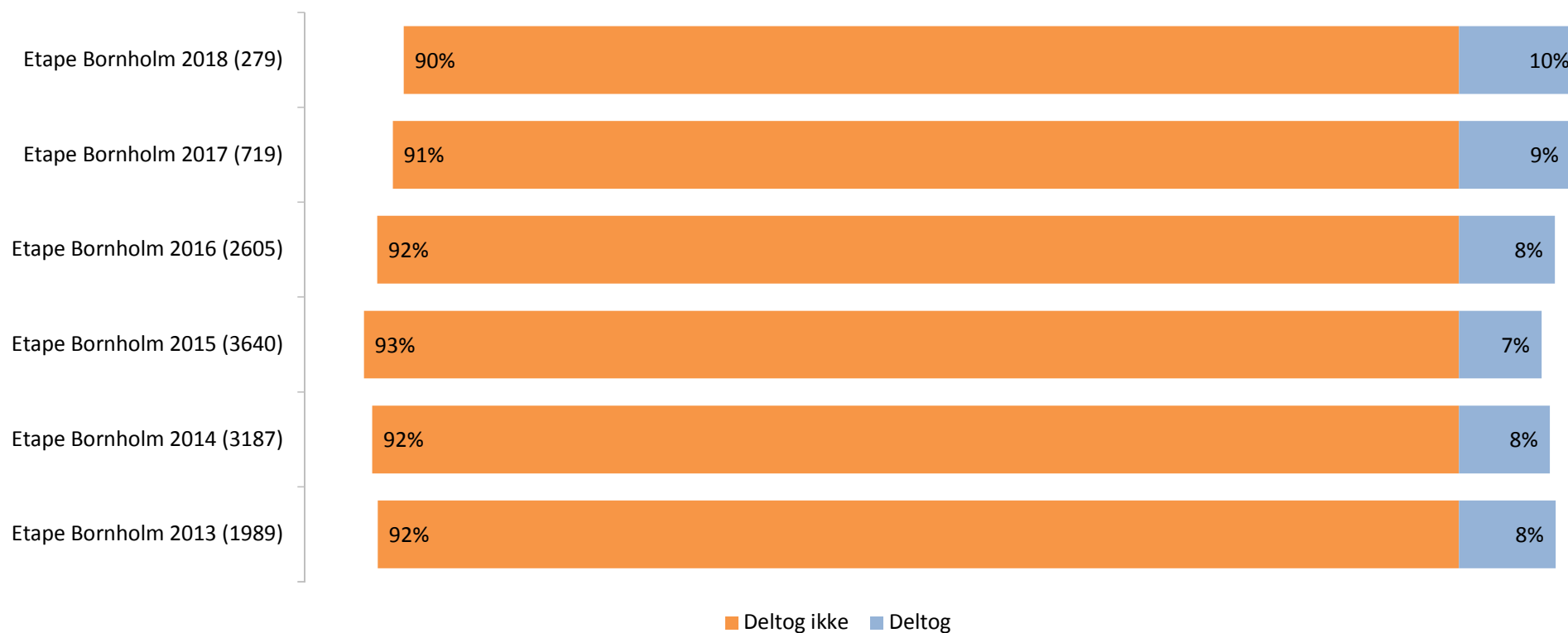
Hvordan fik du første gang kendskab til arrangementet?



Base: Havde kendskab til arrangementet inden ankomst minus "Husker ikke": 2018 (129) 2017 (287) 2016 (1.139) 2015 (1.501) 2014 (1.514) 2013 (1.015)

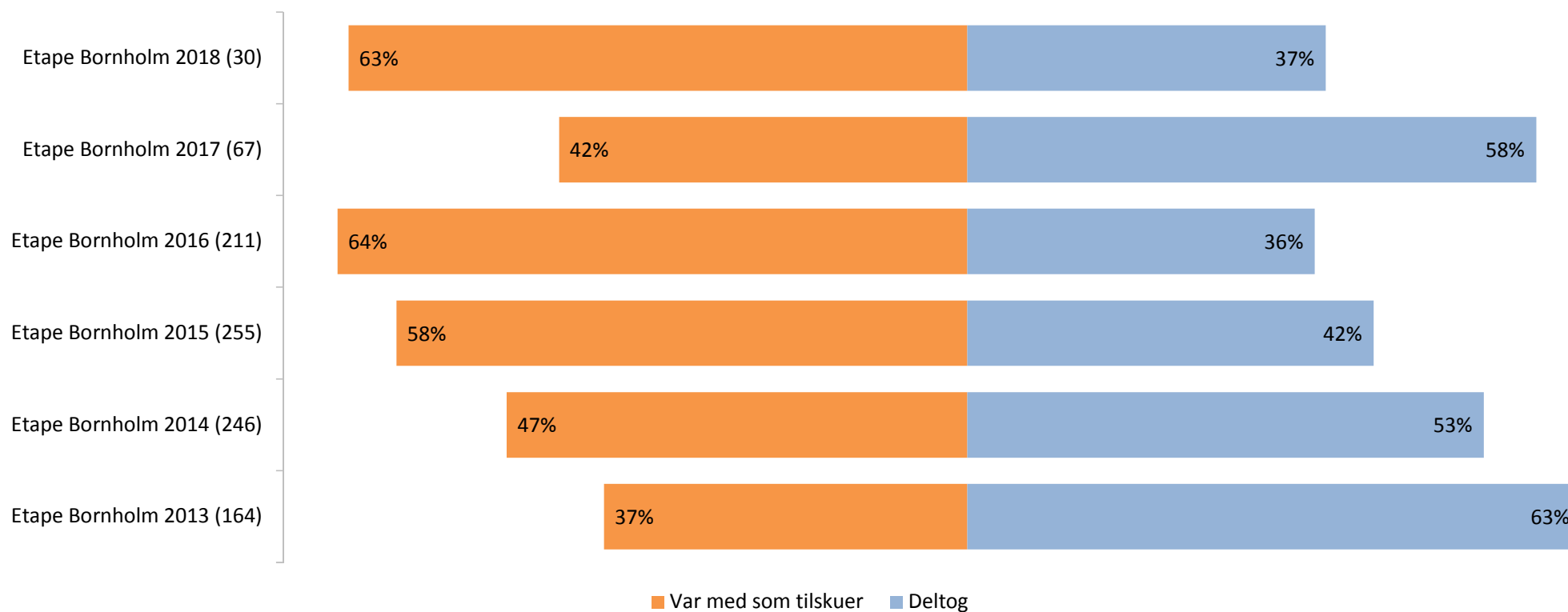
DELTAGELSE I ETAPE BORNHOLM

Deltog du i et eller flere af arrangementerne?



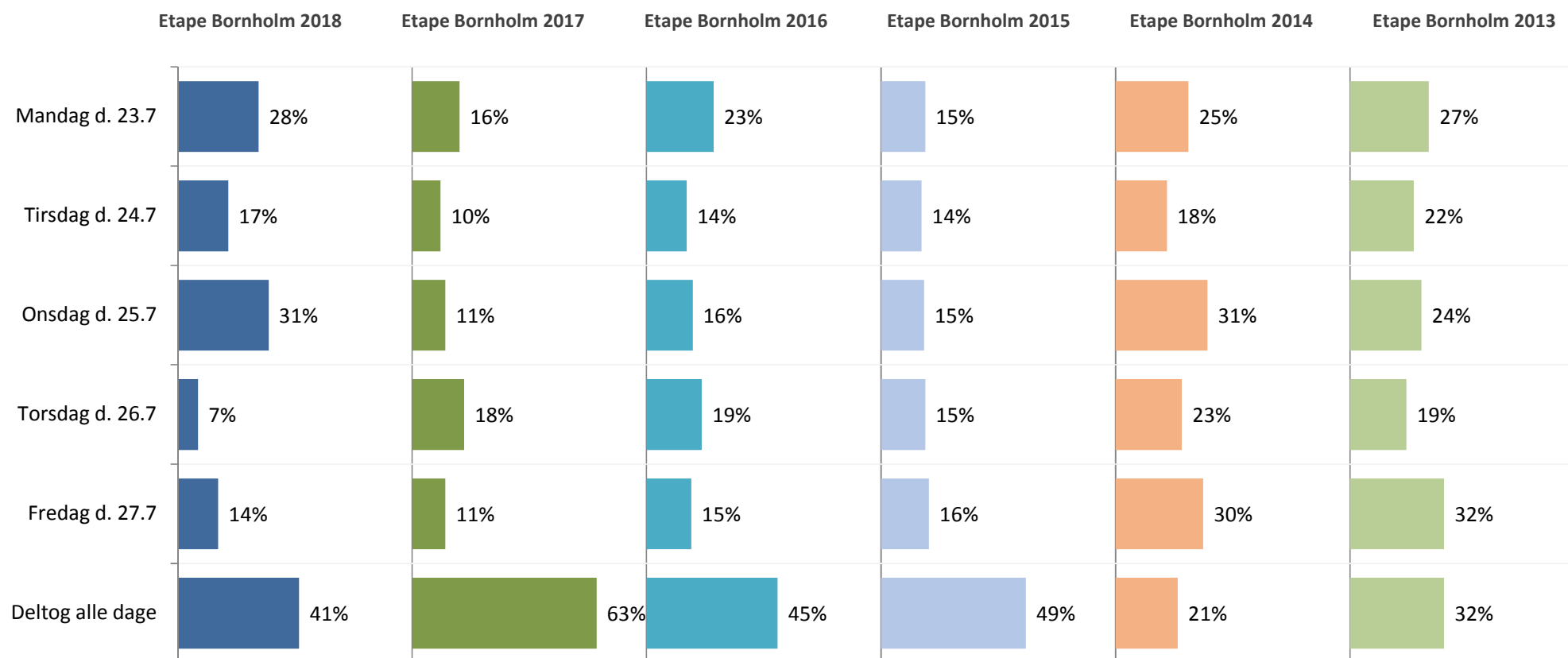
DELTAGELSE I ETAPE BORNHOLM

Deltog du selv i arrangementet, eller var du med som tilskuer?



DELTAGELSE I ETAPE BORNHOLM

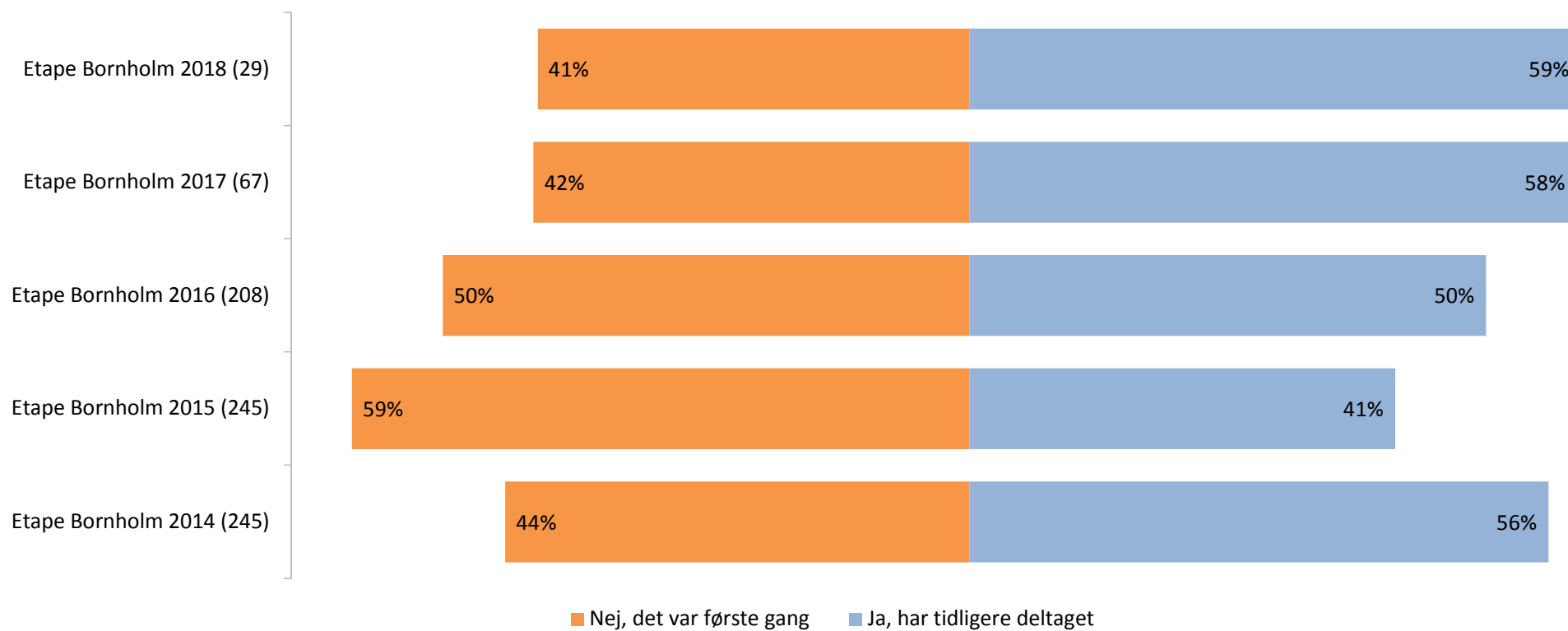
Hvilke dage besøgte du arrangementet?



Base: Besøgte arrangementet minus "Husker ikke": 2018 (29) 2017 (62) 2016 (197) 2015 (239) 2014 (137) 2013 (78)

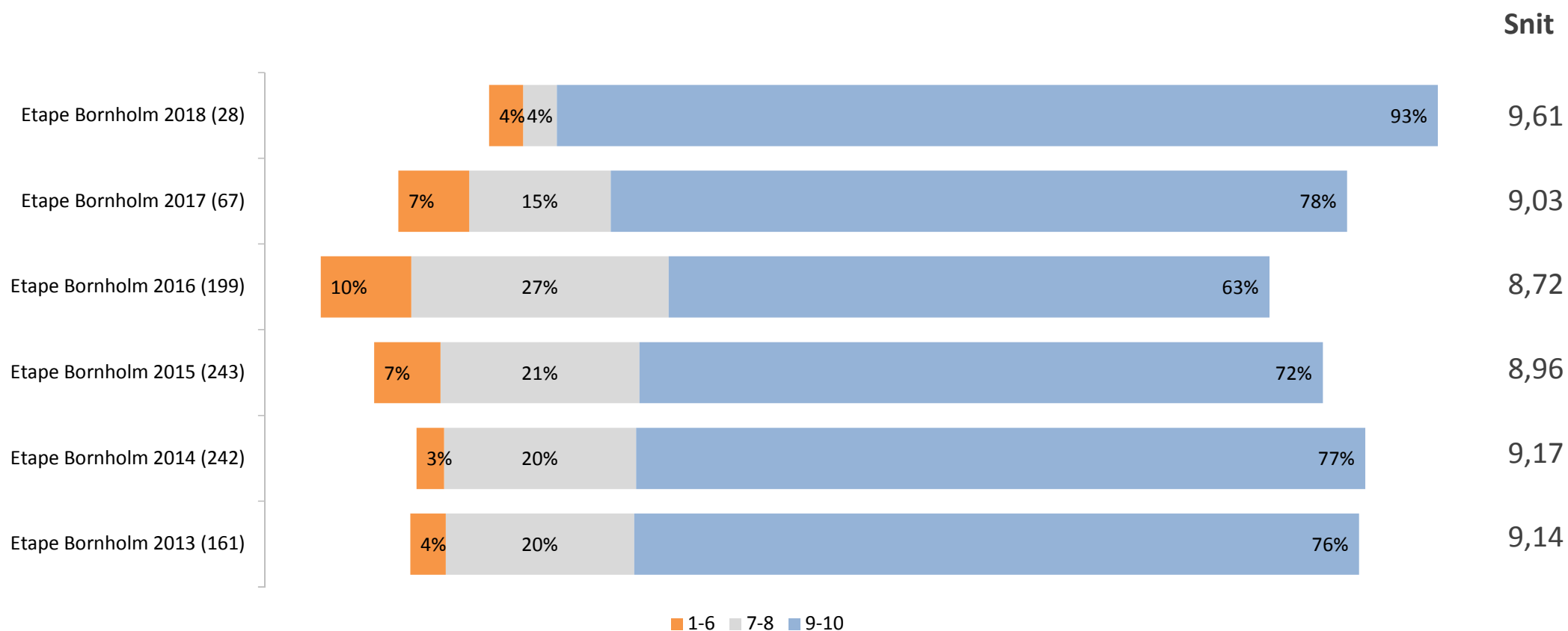
DELTAGELSE I ETAPE BORNHOLM

Har du tidligere deltaget?



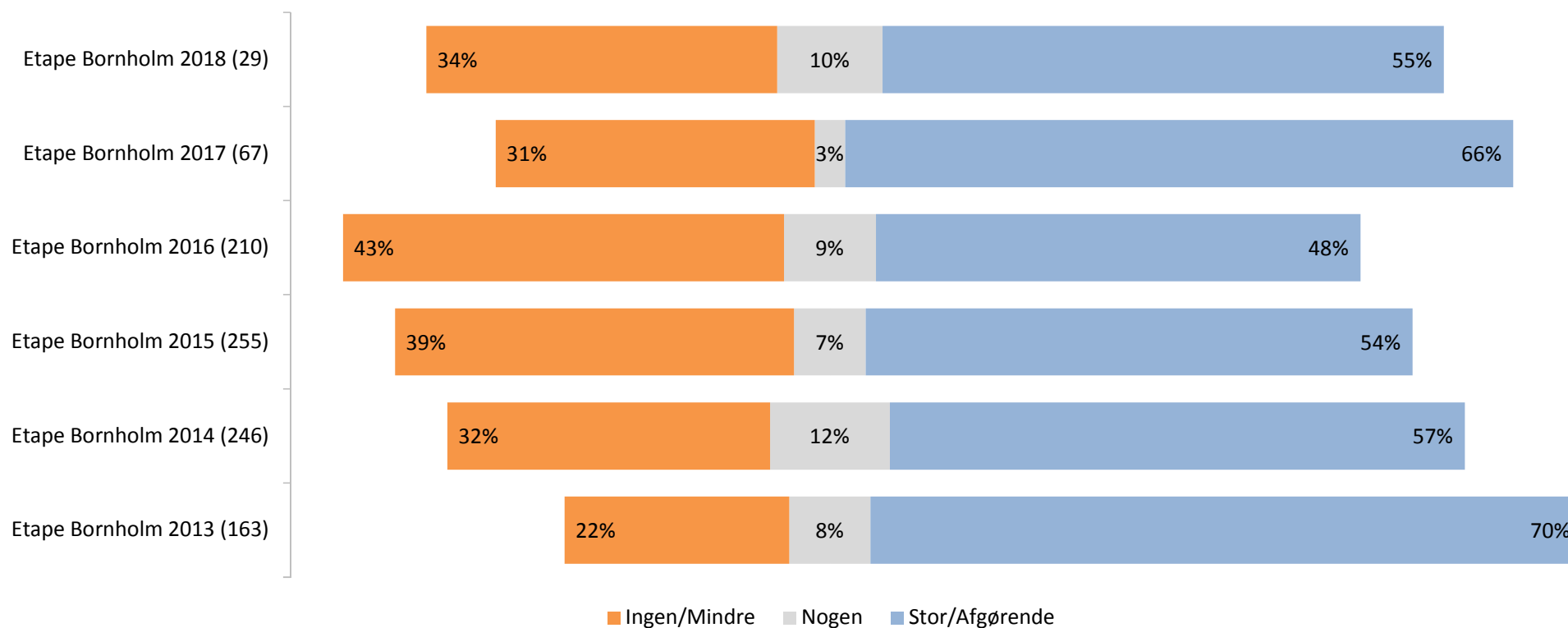
SAMLET VURDERING AF ETAPE BORNHOLM

Hvor mange point på en skala fra 1 til 10 – hvor 10 er bedst – vil du give din oplevelse?



ETAPE BORNHOLMS TILTRÆKNINGSKRAFT

Hvor stor indflydelse havde arrangementet på din beslutning om at tage til Bornholm?



ÅBNE KOMMENTARER TIL ETAPE BORNHOLM

"Det var en kæmpe oplevelse at deltage i dette så gennemarbejdede og veltilrettelagte løb, at det må have UG med kryds og slange. Alle var positive og hjælpsomme. Fantastiske frivillige hver dag."

Kvinde, 68 år, Sjælland

"Har gennemført etappen 16 gange og altid lagt min ferie så jeg kunne deltage. Har på grund af en skade ikke kunne deltage et par år, men satser meget på at vende tilbage, da det er et utrolig godt arrangeret og mega hyggeligt løb."

Kvinde, 58 år, Hovedstaden

"Havde nummer, men var skadet. Har ellers deltaget 10 gange og har tilmeldt mig til 2019 allerede."

Kvinde, 70 år, Hovedstaden

"Det er et usædvanlig godt og veltilrettelagt arrangement med en super stemning og med hjælp af en store skare frivillige, som er med til at give den gode stemning. Mange løbere med stor spredning i formåen kan her samles og nyde ferie, løb og hinanden."

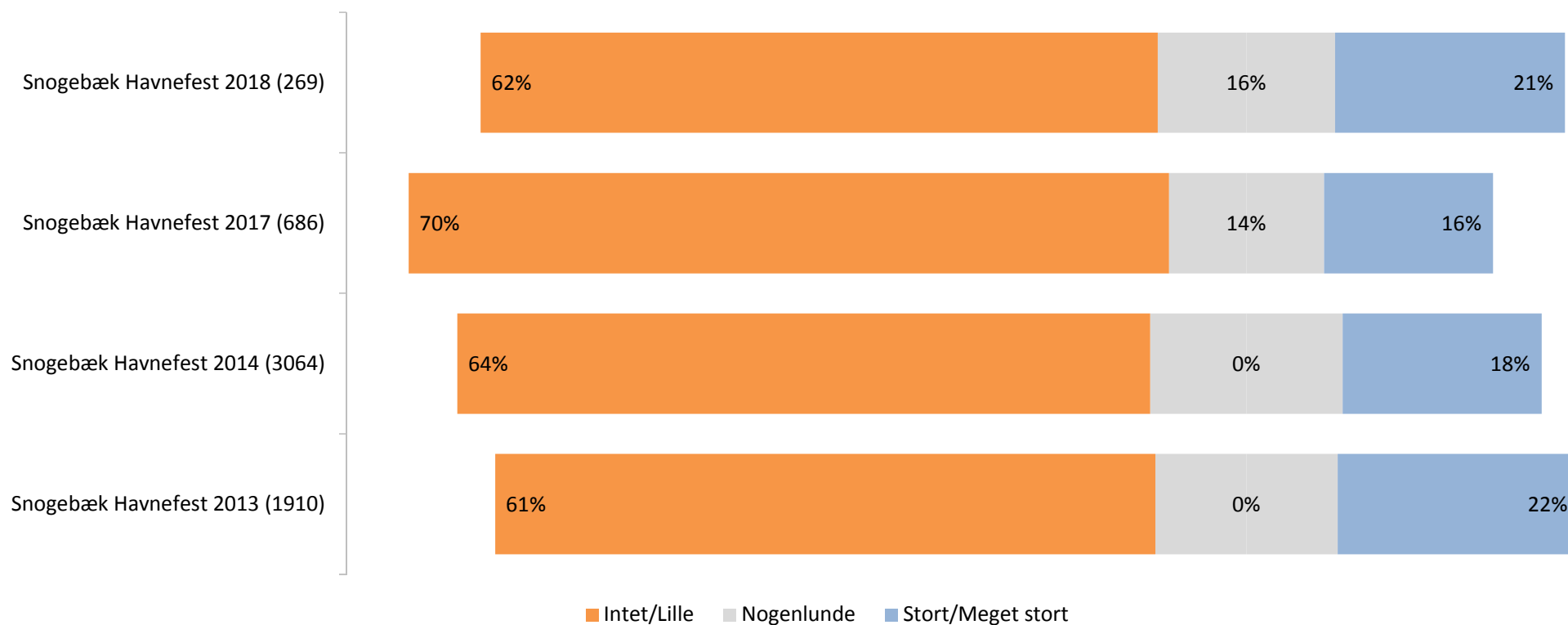
Kvinde, 68 år, Sjælland

DETALJERET EVALUERING AF SNOGEBÆK HAVNEFEST



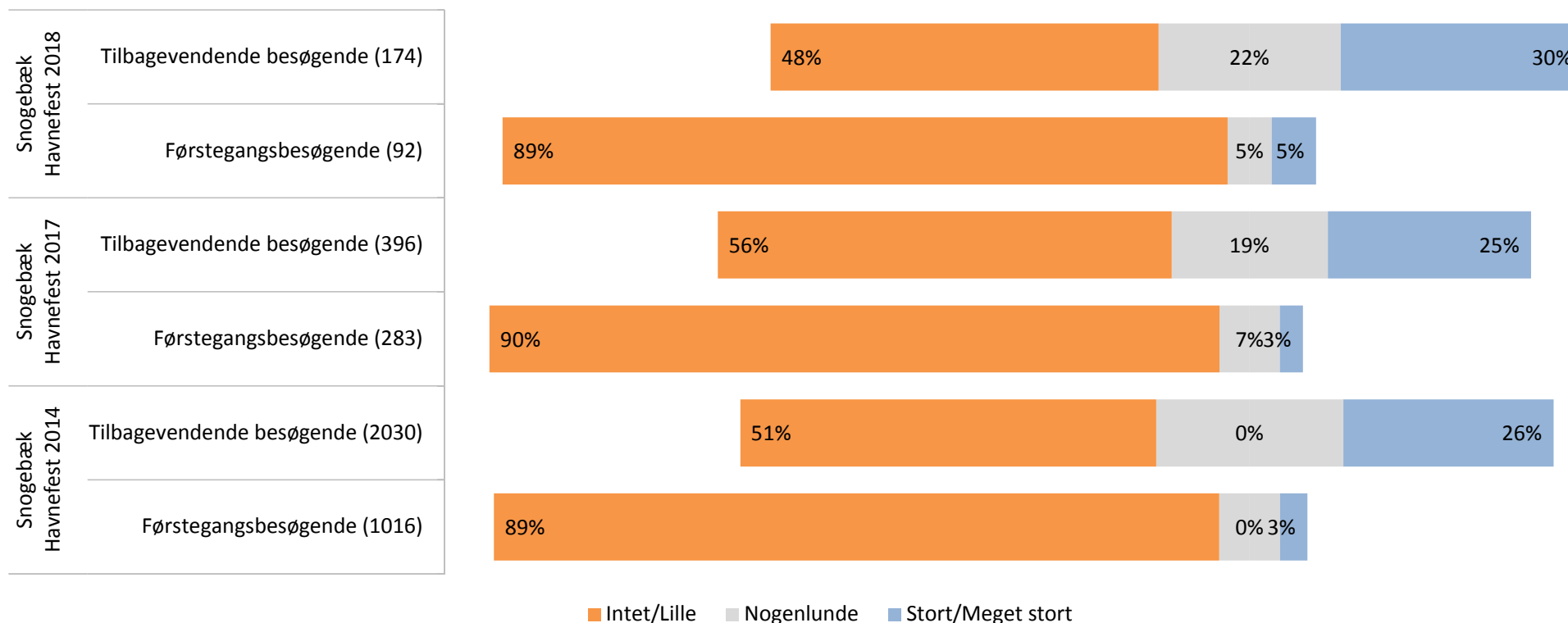
KENDSKAB TIL SNOGEBÆK HAVNEFEST

Hvor stort var dit kendskab til arrangementet inden du ankom til Bornholm?



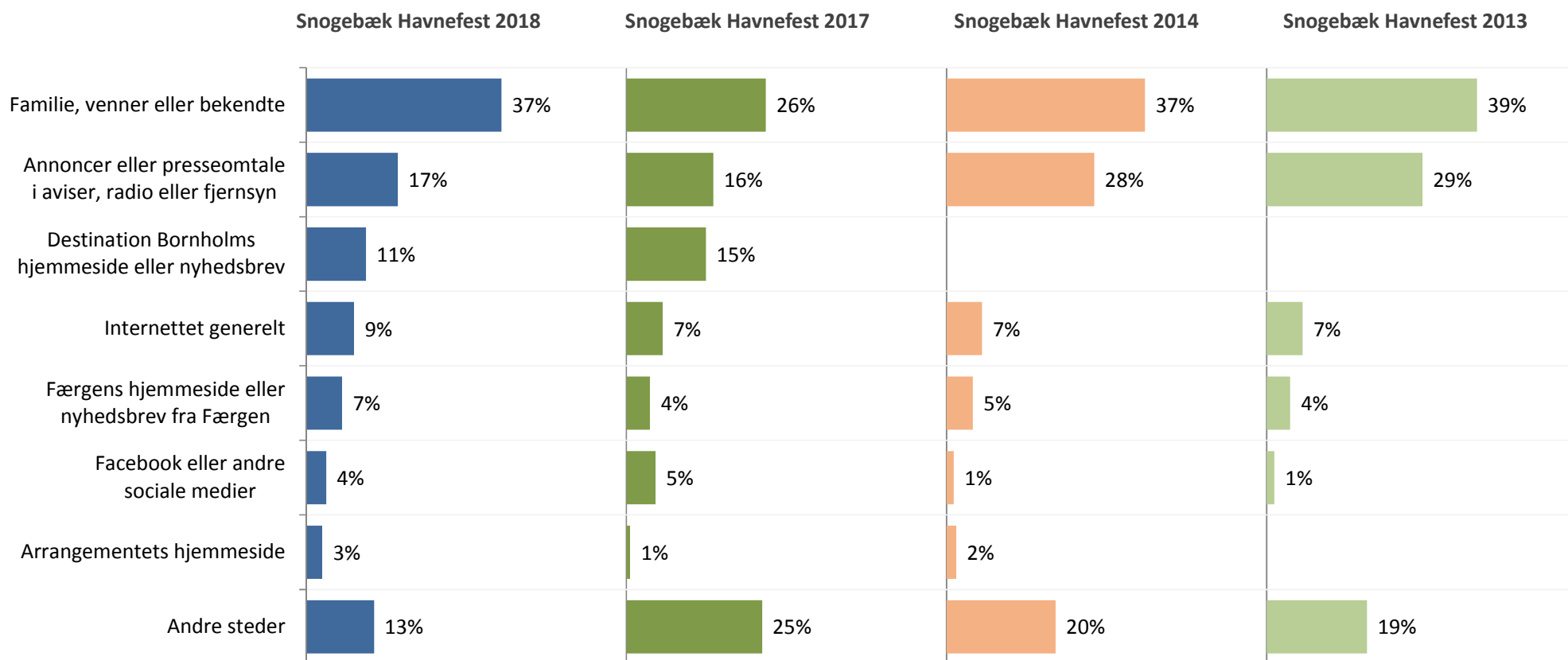
KENDSKAB TIL SNOGEBÆK HAVNEFEST

Hvor stort var dit kendskab til arrangementet inden du ankom til Bornholm?



MEDIER/KILDER TIL KENDSKAB TIL SNOGEBÆK HAVNEFEST

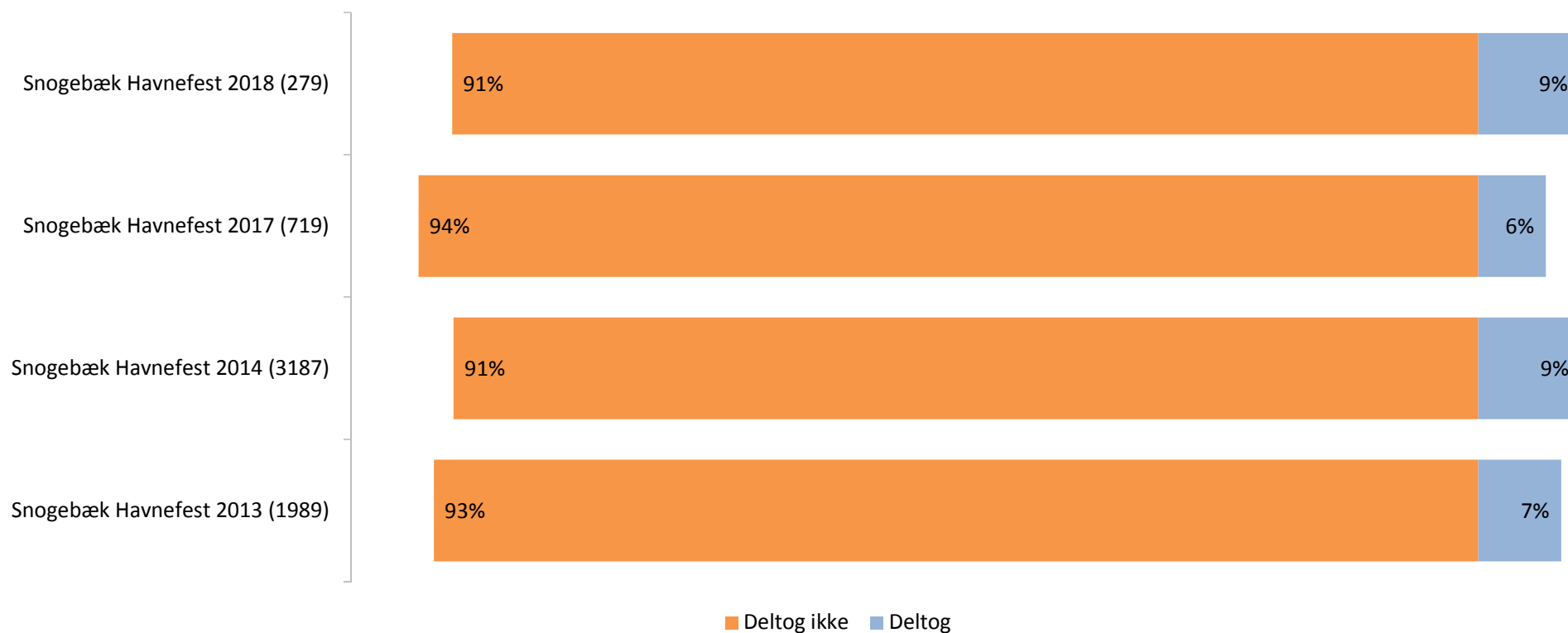
Hvordan fik du første gang kendskab til arrangementet?



Base: Havde kendskab til arrangementet inden ankomst minus "Husker ikke": 2018 (134) 2017 (295) 2014 (1.503) 2013 (979)

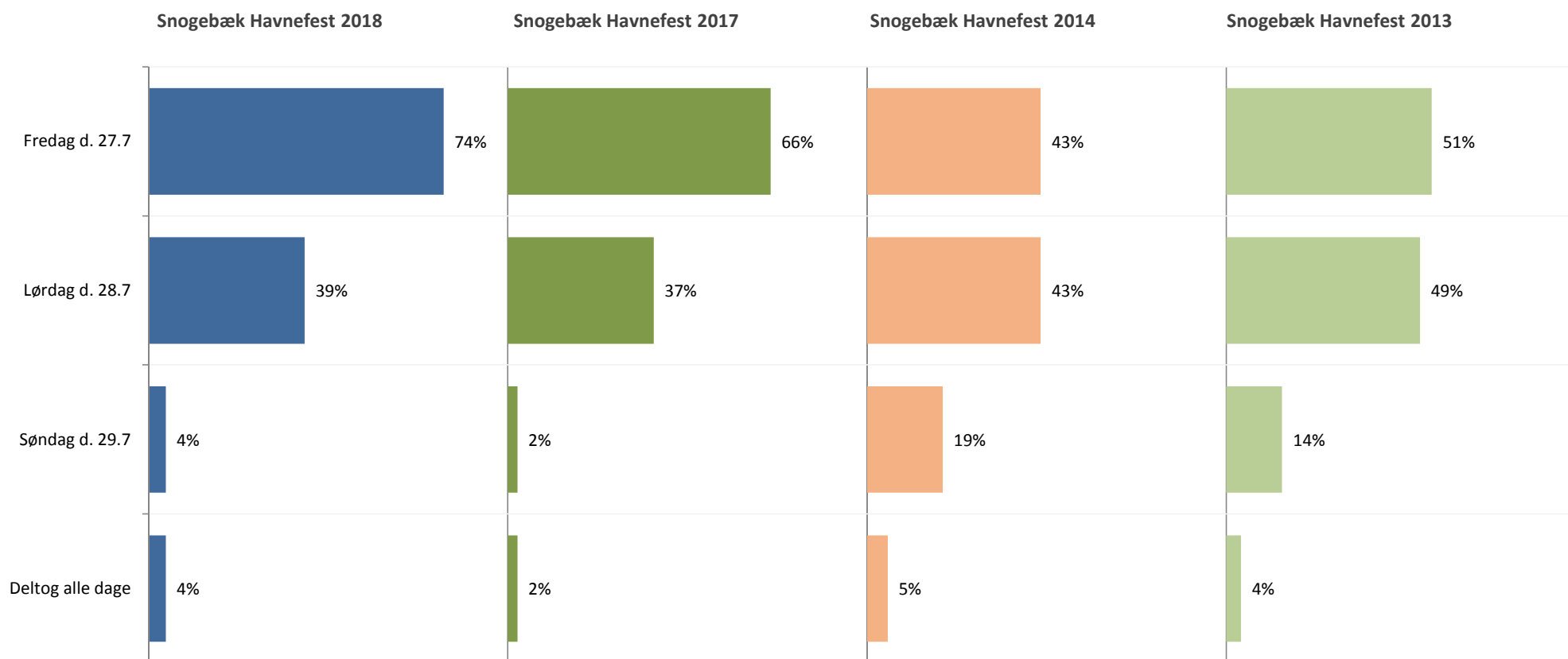
DELTAGELSE I SNOGEBÆK HAVNEFEST

Deltog du i et eller flere af arrangementerne?



DELTAGELSE I SNOGEBÆK HAVNEFEST

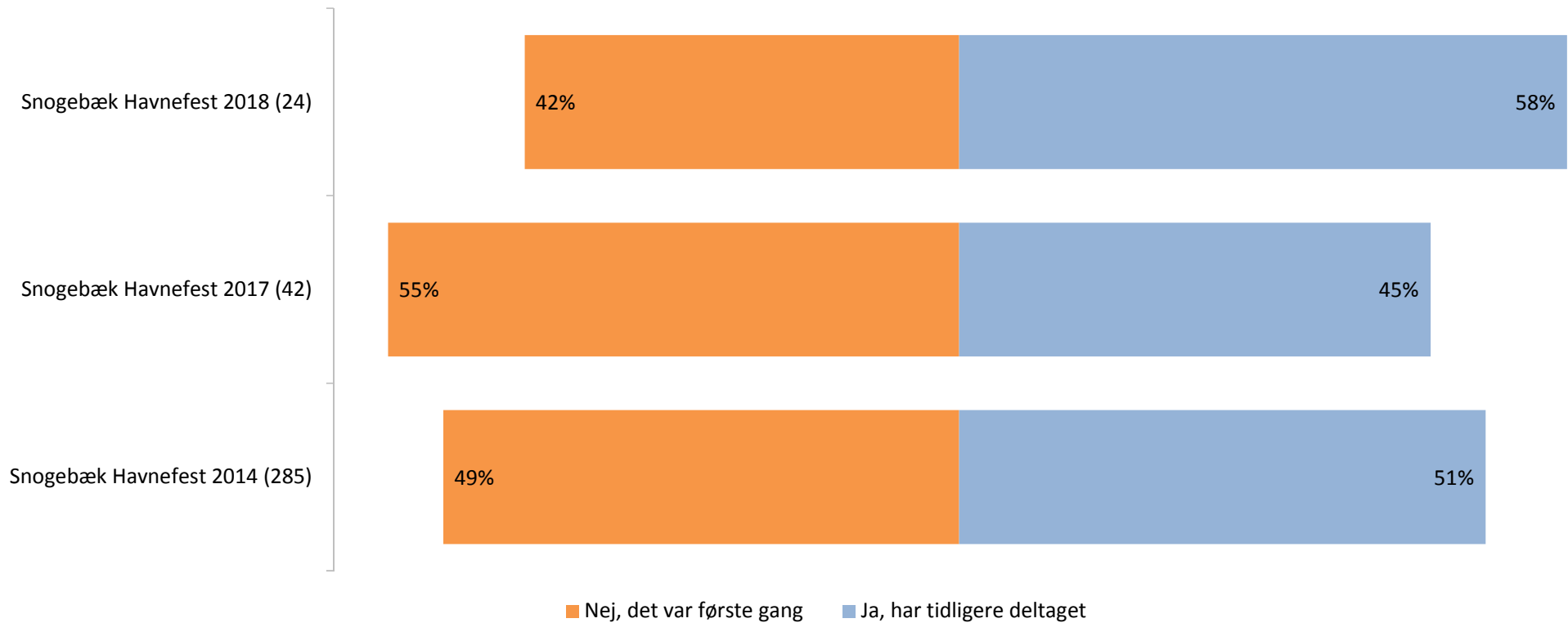
Hvilke dage besøgte du arrangementet?



Base: Besøgte arrangementet minus "Husker ikke": 2018 (23) 2017 (41) 2014 (269) 2013 (136)

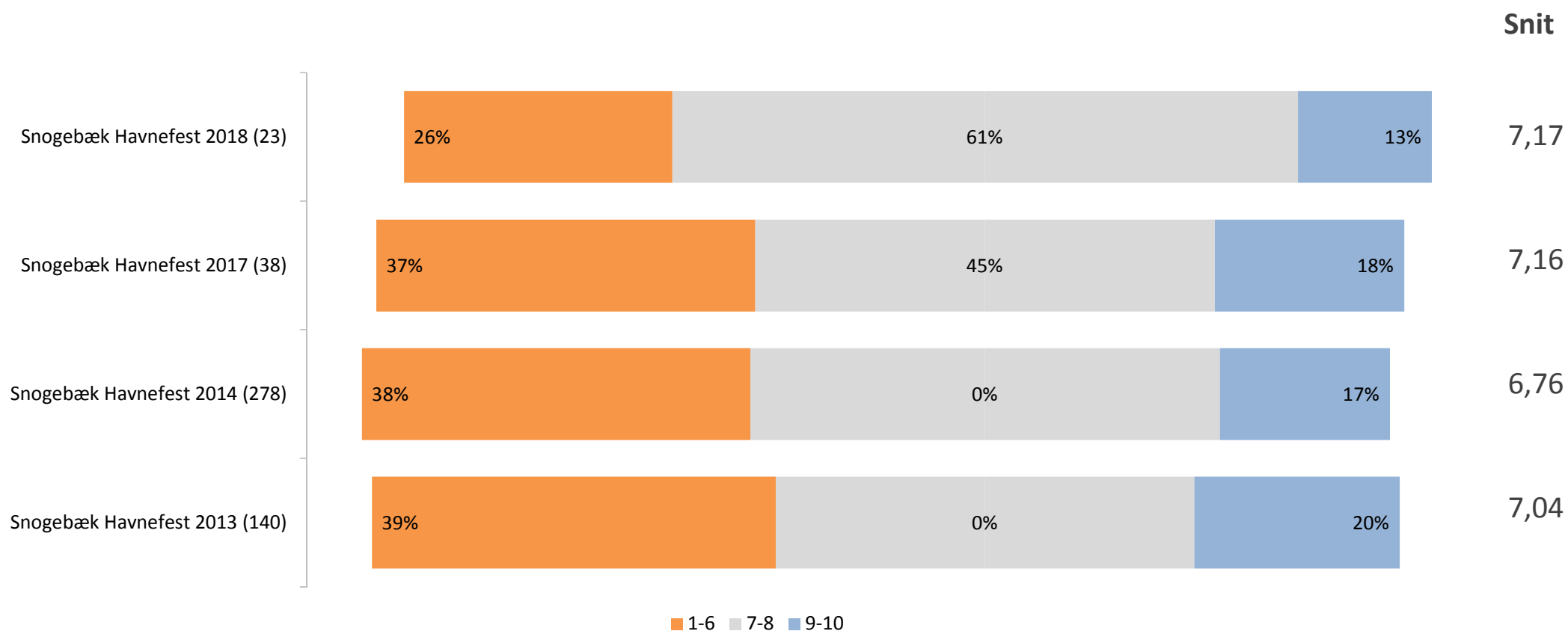
DELTAGELSE I SNOGEBÆK HAVNEFEST

Har du tidligere deltaget?



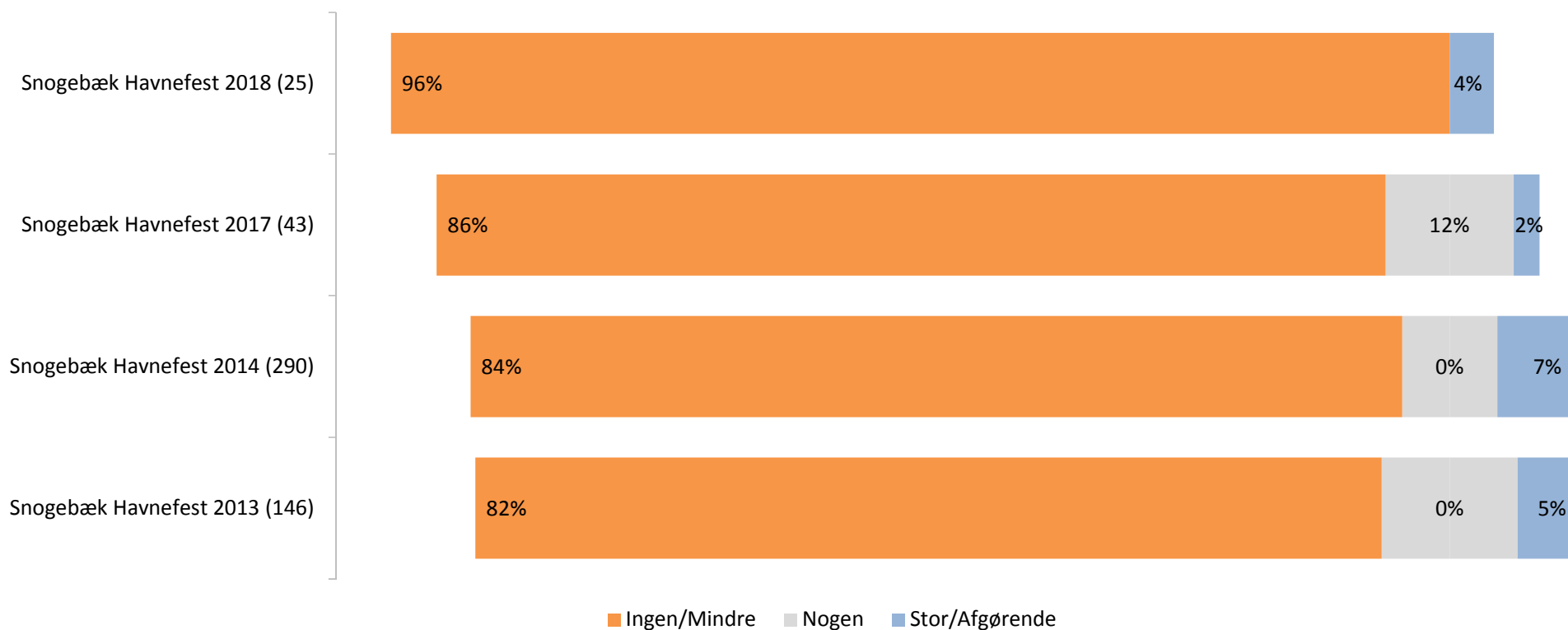
SAMLET VURDERING AF SNOGEBÆK HAVNEFEST

Hvor mange point på en skala fra 1 til 10 – hvor 10 er bedst – vil du give din oplevelse?



SNOGEBÆK HAVNEFESTS TILTRÆKNINGSKRAFT

Hvor stor indflydelse havde arrangementet på din beslutning om at tage til Bornholm?

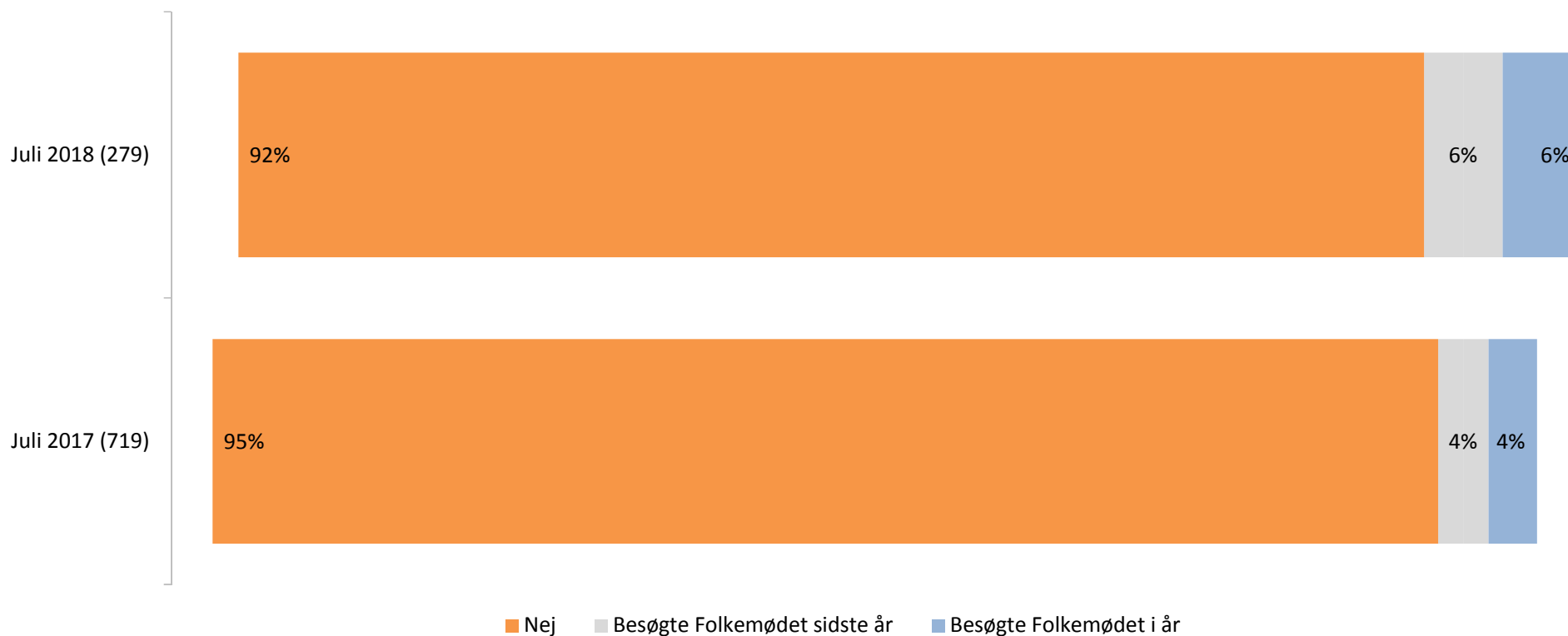


”LAGRET” EFFEKT AF FOLKEMØDET

(I HVILKEN GRAD HAR ET EVENTUELT BESØG AF BORNHOLM UNDER FOLKEMØDET, INSPIRERET TIL AT BESØGE BORNHOLM IGEN)

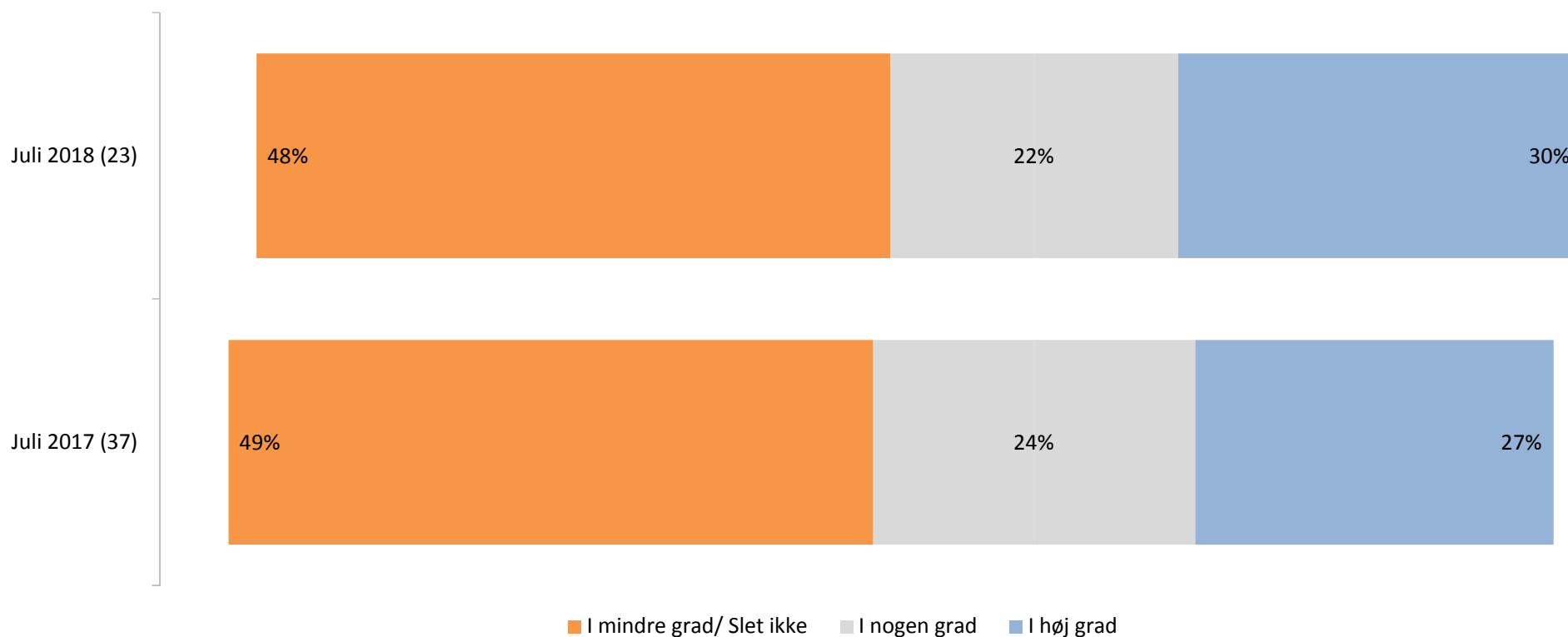
LAGRET EFFEKT AF FOLKEMØDET

Har du indenfor de sidste to år deltaget i Folkemødet på Bornholm?



LAGRET EFFEKT AF FOLKEMØDET

I hvilken grad inspirerede dit besøg på Bornholm under Folkemødet dig til at besøge Bornholm igen?

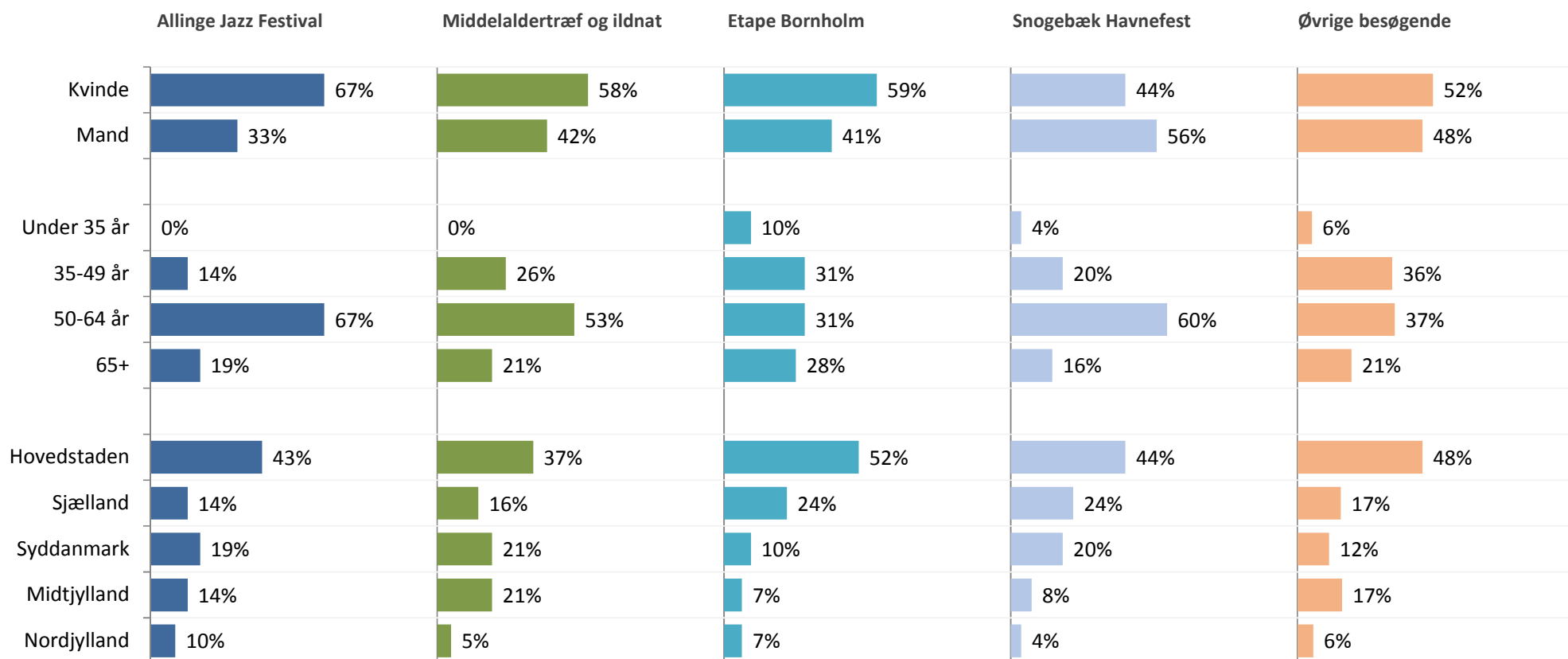




PROFIL AF DE BESØGENDE TIL BORNHOLM OG ARRANGEMENTER I UNDERSØGELSESPERIODEN

DEMOGRAFIKA

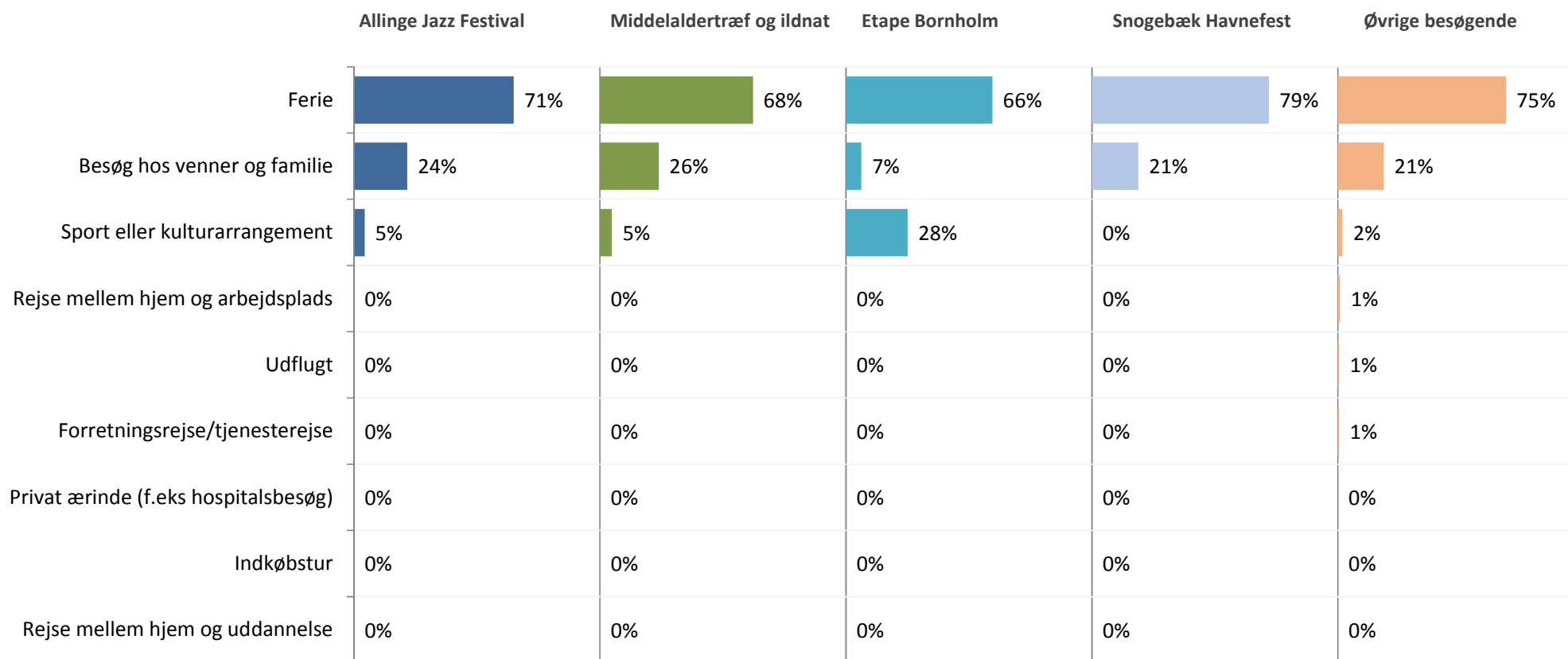
Køn, Alder & Region



Base: Alle respondenter; Allinge Jazz Festival (21) Middelaldertræf og ildnat (19) Etape Bornholm (29) Snogebæk Havnefest (25), Øvrige besøgende (198)

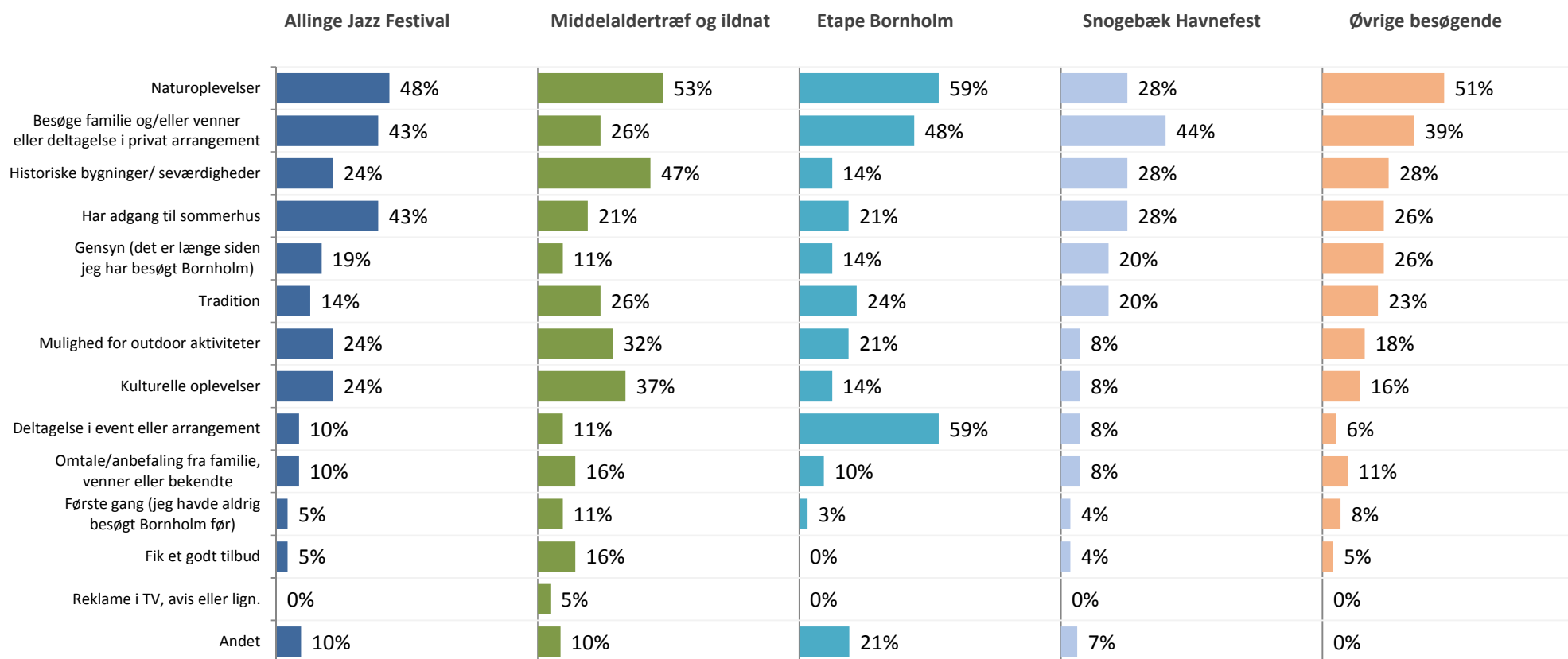
FORMÅL MED REJSEN

Hvilken af nedenstående muligheder passer bedst med det primære formål med din seneste rejse?



FORMÅL MED REJSEN

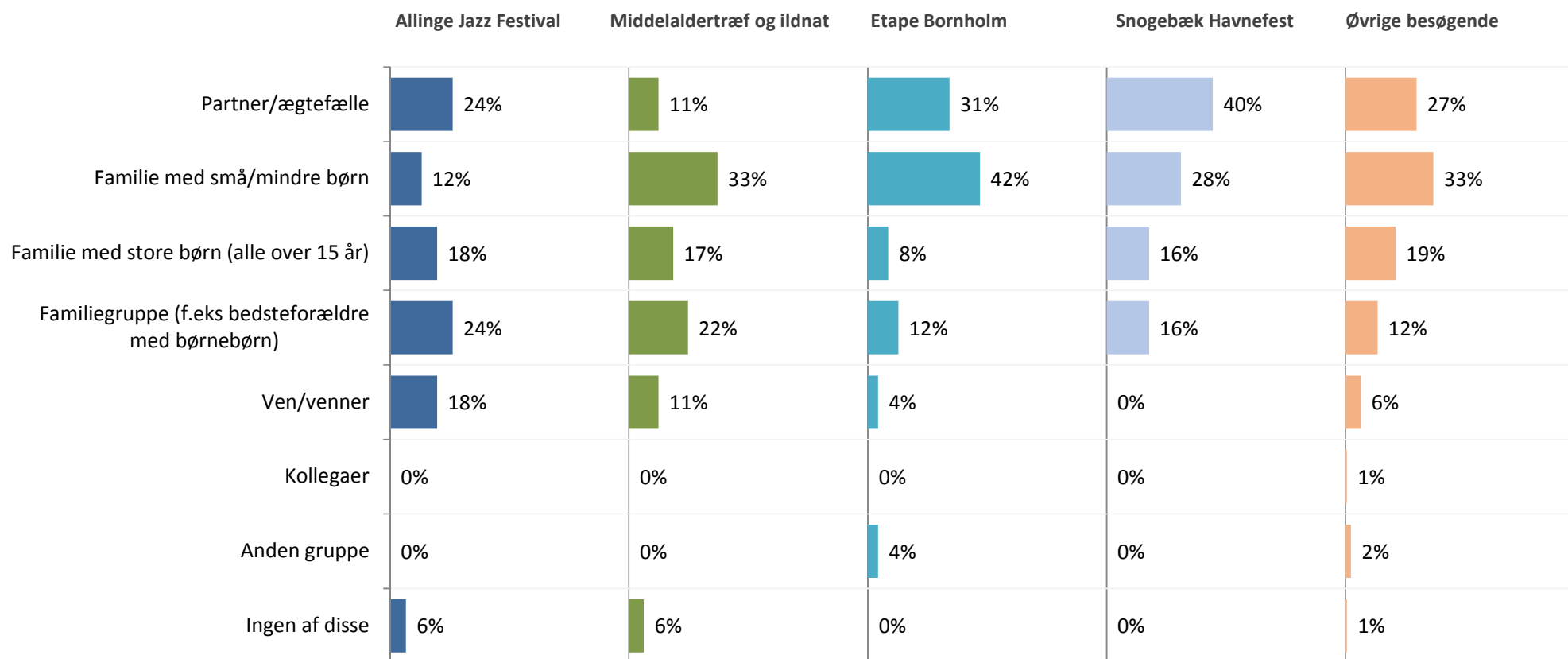
Hvis du tænker lidt nærmere over det, hvilke af nedenstående muligheder var mest udslagsgivende for, at du valgte Bornholm som destination?



Base: Alle respondenter minus "Ved ikke"; Allinge Jazz Festival (21) Middelaldertræf og ildnat (19) Etape Bornholm (29) Snogebæk Havnefest (25), Øvrige besøgende (197)

REJSELEDSAGERE

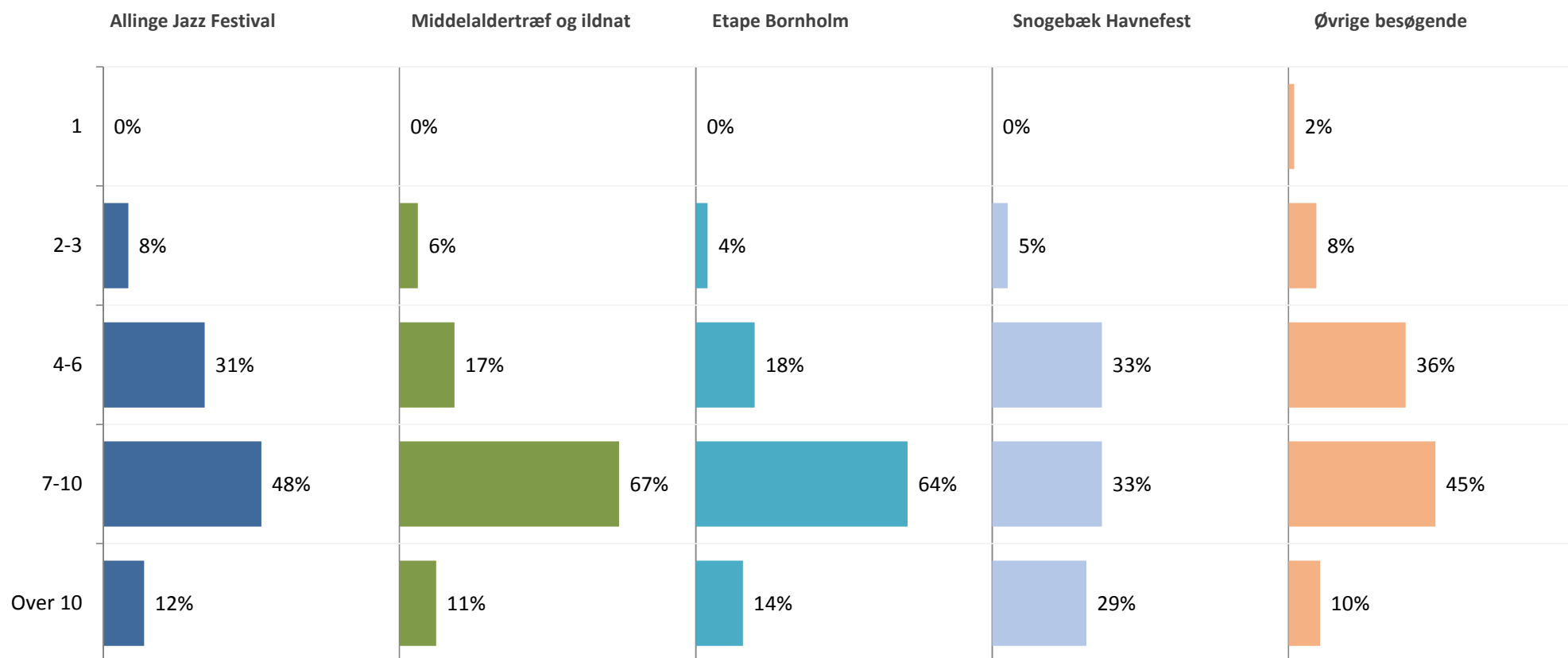
Hvem rejste du sammen med?



Base: Respondenter der ikke rejste alene; Allinge Jazz Festival (17) Middelaldertræf og ildnat (18) Etape Bornholm (26) Snogebæk Havnefest (25), Øvrige besøgende (190)

ANTAL OVERNATNINGER

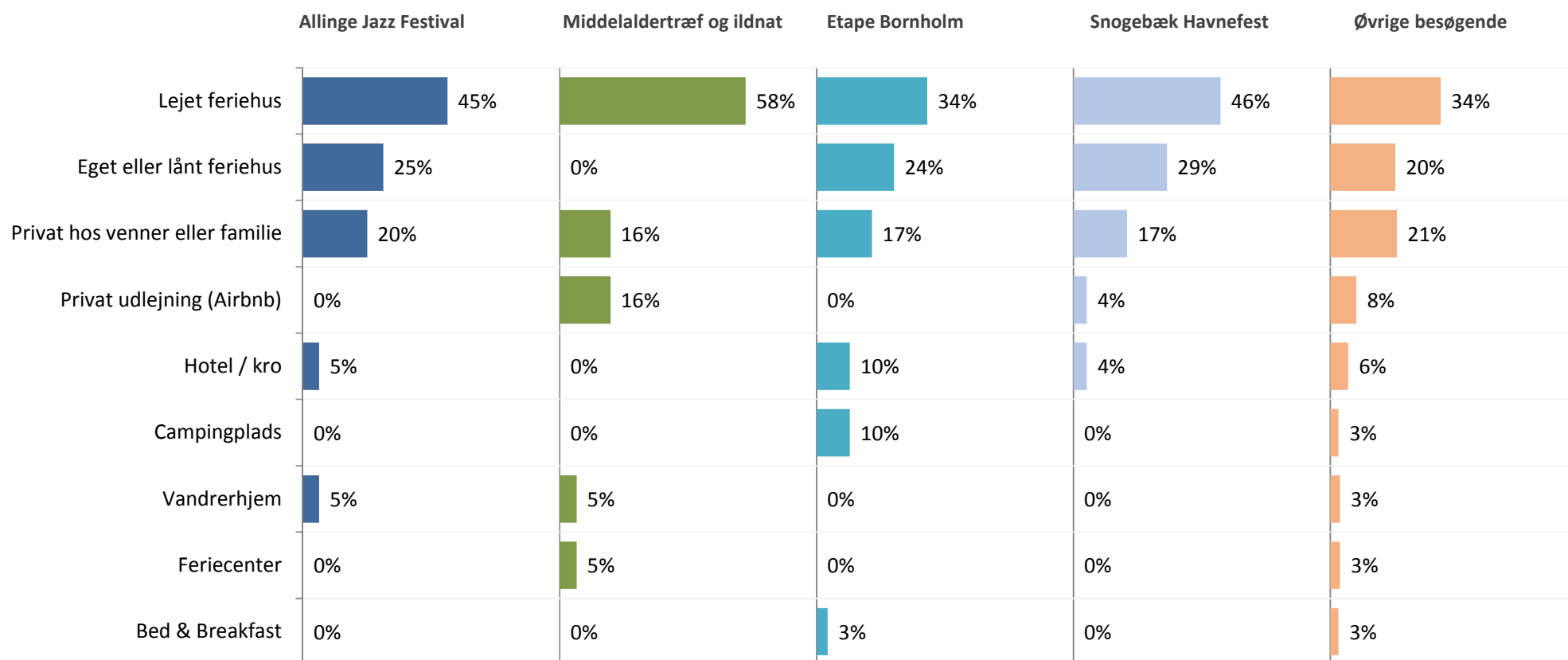
Hvor mange overnatninger havde du på Bornholm ifm. dit seneste besøg?



Base: Respondenter, der ikke var på endagsrejse minus "Husker ikke"; Allinge Jazz Festival (18) Middelaldertræf og ildnat (18) Etape Bornholm (28) Snogebæk Havnefest (21), Øvrige besøgende (177)

OVERNATNINGSFORM

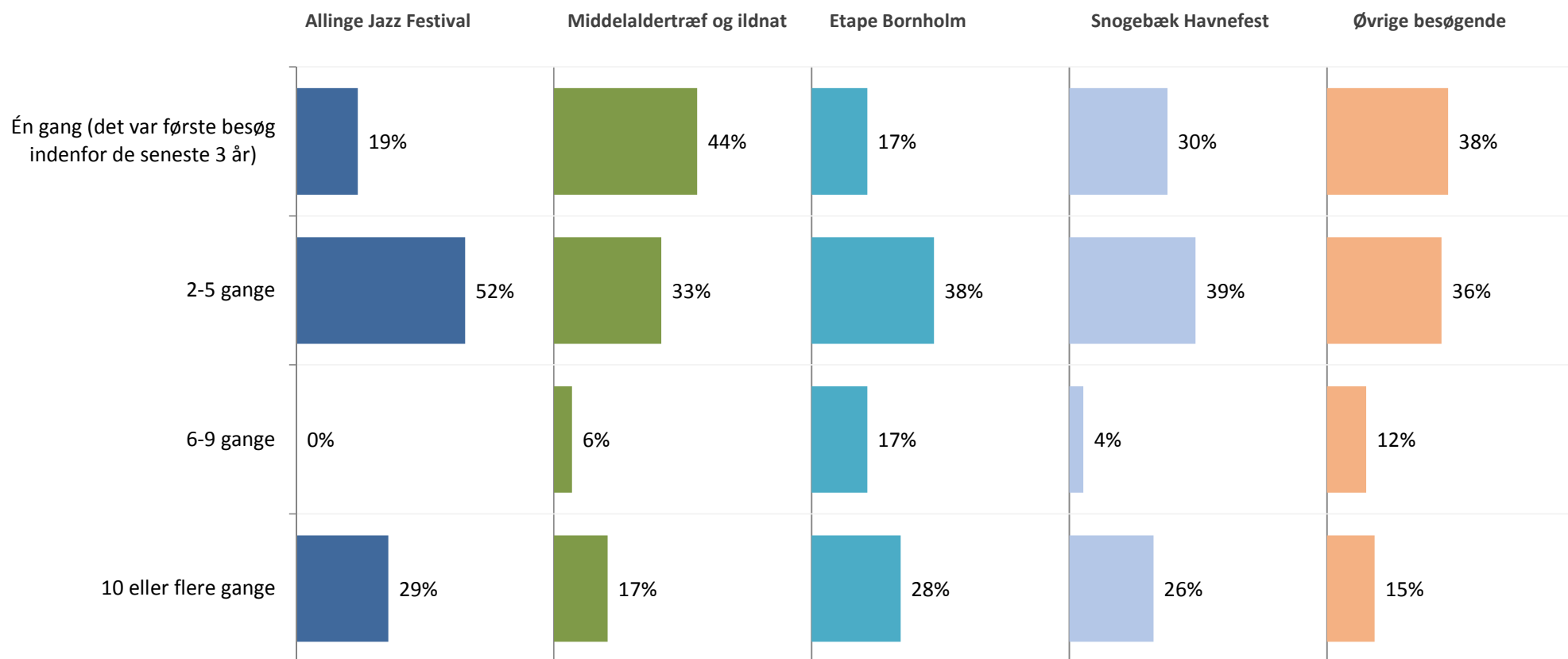
Hvilken overnatningsform har du benyttet mest?



Base: Respondenter, der ikke var på endagsrejse minus "Husker ikke"; Allinge Jazz Festival (20) Middelaldertræf og ildnat (19) Etape Bornholm (29) Snogebæk Havnefest (24), Øvrige besøgende (198)

HYPPIGHED FOR BESØG

Hvor mange gange har du tidligere besøgt Bornholm de seneste 3 år?



Base: Alle respondenter minus "Husker ikke"; Allinge Jazz Festival (21) Middelaldertræf og ildnat (18) Etape Bornholm (29) Snogebæk Havnefest (23), Øvrige besøgende (197)

OMRÅDE PÅ BORNHOLM

Hvilke af følgende byer / områder boede du tættest på?

