

DESTINATION BORNHOLM

Besøgsoplevelsen 2019

In|zights



INDHOLD

INTRODUKTION	3
SAMMENFATNING	7
VURDERING AF OPHOLD PÅ BORNHOLM	9
EVALUERING AF ATTRAKTIONER/SEVÆRDIGHEDER	18
EVALUERING AF OVERNATNINGSFORM	24
EVALUERING AF EVENTS	39

INTRODUKTION

A black and white photograph of a woman and a young child walking away from the camera on a sandy path. The woman is wearing a patterned sleeveless top and shorts, and the child is wearing a hat and overalls. They are holding hands. The path is surrounded by tall grass and trees in the background.

BAGGRUND OG METODE

Baggrund



Destination Bornholm ønsker løbende at monitorere de besøgendes oplevelse af deres ophold på Bornholm. Herunder kendskabet til- og vurderingen af en række specifikke events på Bornholm, besøg af attraktioner og seværdigheder, overnatningsmulighederne, samt de overordnede kriterier for valget af Bornholm som feriedestination.

I et samarbejde mellem Destination Bornholm, Bornholmslinjen og konsulenthuset Inzights gennemføres derfor kontinuerlige målinger blandt de besøgende til Bornholm. Dette betyder, at der henover sæsonen løbende udsendes mailinvitationer om deltagelse i undersøgelsen til de rejsende med Bornholmslinjens færger.

Resultatet af undersøgelserne præsenteres i denne rapport. Der indledes med rapportens metodiske grundlag, derefter en kort sammenfatning, hvorefter de detaljerede resultater præsenteres for hvert af rapportens emneområder.

Rapporten omfatter følgende arrangementer i 2019:

- Trolling Master Bornholm d. 24.-27. april
- Born Fondo 25.-26. maj
- Kunstrunden 30. maj - 2. juni
- Etape Bornholm 22.-26. juli
- Wonderfestiwall d. 15.-18. august

Udover målingen af hvordan de besøgende til Bornholm har oplevet deres ophold på øen, omfatter evalueringen yderligere brug og opfattelse af den tilgængelige turistinformation samt brugen af cykelruterne på Bornholm. Disse emneområder er rapporteret i særskilte rapporter.

Undersøgelses metode og målgruppe



Data til undersøgelsen er som nævnt indsamlet i form af internetbaserede spørgeskema-interview. Deltagere i undersøgelsen er rekrutteret via Bornholmslinjens bookingsystem.

Undersøgelsens målgruppe er således:

- Personer bosat i Danmark undtagen Bornholm, som har rejst med en af Bornholmslinjens ruter til/fra Rønne i udvalgte perioder fra april til oktober.

Stikprøve



Der er udsendt i alt 1.401 mailinvitationer til personer i målgruppen. I alt har 814 personer gennemført spørgeskemaundersøgelsen svarende til en svarprocent på 58%. Rejsende der har overnattet hos familie eller venner på Bornholm er efterfølgende udeladt af datamaterialet for at opnå det mest mulige sammenligningsgrundlag med tidligere år. Basen bliver derfor på 652 personer i 2019.

Dataindsamlingsperiode



Data er indsamlet i perioden fra 26.4 til 24.10.2019.

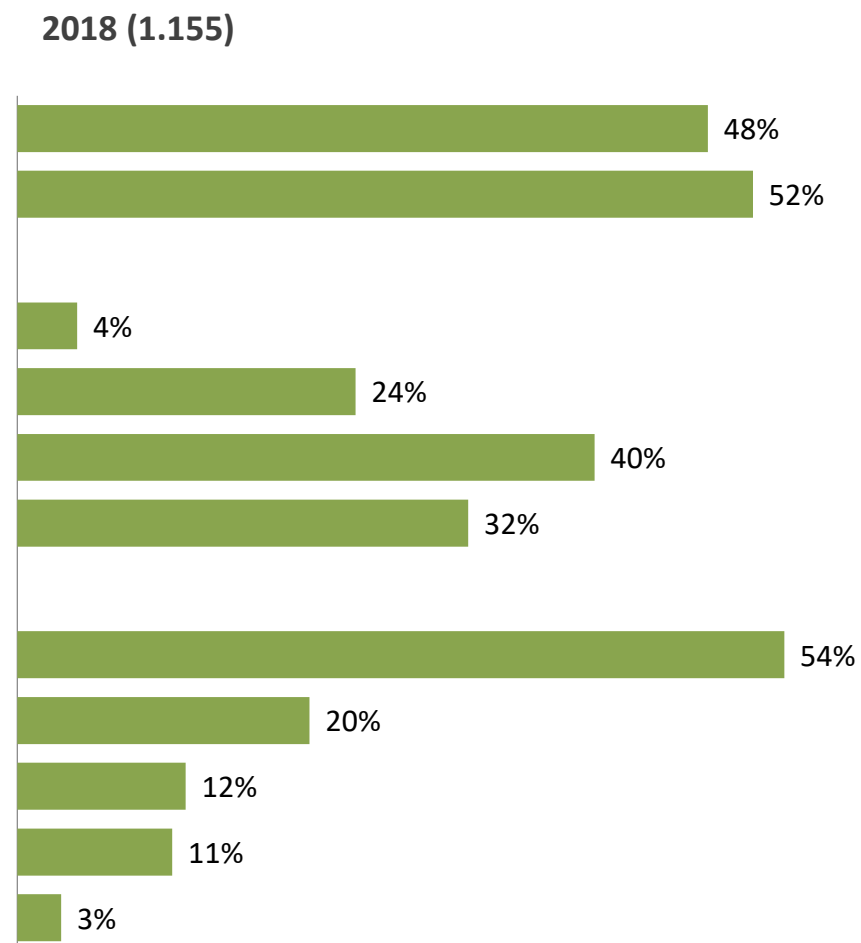
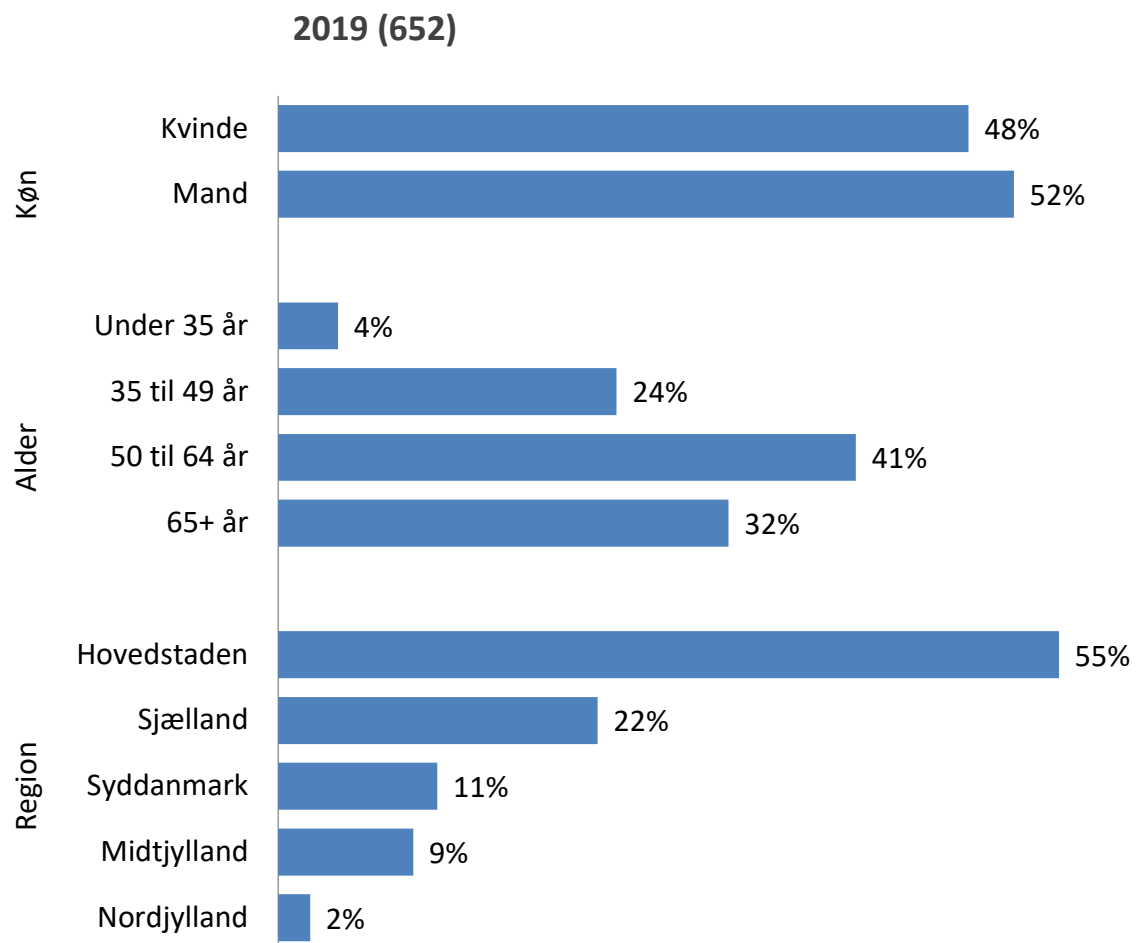
Vejning



Grundet den nye GDPR lovgivning, der trådte i kraft i maj 2018, har der været adgang til at sende undersøgelsen ud til færre rejsende end tidligere. Derfor er data for 2019 og 2018 vejet sådan, at fordelingen af rejsende over månederne marts til oktober svarer til fordelingen i rejsedata fra Bornholmslinjen. Data er desuden vejet for køn og alder, så den svarer til gennemsnitsfordelingen fra 2016-2018.

DEMOGRAFI

KØN, ALDER OG BOPÆLSOMRÅDE FOR DE DELTAGENDE I UNDERSØGELSEN



SAMMENFATNING



OPSUMMERING

Bornholm lever fortsat op til forventningerne

Kun 2% af de besøgende vil ikke anbefale Bornholm som destination til en ven eller kollega. Og på en skal fra 1 til 10, hvor 10 betyder meget sandsynligt og 1 betyder meget usandsynligt, er det gennemsnitlige svar 9,57 ift. at anbefale Bornholm. Omregnet til en NPS (net promoter) score opnås 89 point ud af 100. I 2018 var NPS scoren 90, men særligt når overnatningsformerne har været hotel, kro, feriecenter eller airbnb falder NPS scoren ift. 2018.

Størstedelen af de besøgende til Bornholm fra april til oktober overnatter i lejet feriehus (28%) eller i eget/lånt feriehus (36%). Den tredje mest benyttede overnatningsform er hotel eller kro (17%). Henover sæsonen udtrykker én ud af fire gæster, at de har haft problemer med at finde et ledigt overnatningssted på Bornholm, der passer til deres behov/ønsker. Dette gælder naturligvis særligt i højsæson månederne juli og august, men når 24% i gennemsnit udtrykker dette henover hele sæsonen, bør det give anledning til overvejelser omkring kapaciteten.

Gæsterne vil opleve naturen

Mulighed for naturoplevelser er fortsat ubetinget den væsentligste "driver" for de besøgendes valg af feriedestination. Men herefter er det mad og gastronomi oplevelser samt mulighederne for aktiv ferie i naturen der trækker mest – og betydningen af disse to sidstnævnte "drivere" er fortsat stigende.

Særdeles positivt er det derfor også, at Bornholm vurderes mest positivt på netop disse top-tre "drivere". 82% af gæsterne angiver således værdien 9 eller 10 på en 10 punktskala, når de skal vurdere muligheden for at få naturoplevelser på en ferie til Bornholm. For aktiv ferie i naturen og mad og gastronomioplevelser er det 60% af gæsterne der har denne opfattelse.

Hver anden besøger Hammershus

Borgruinen er stadig i særklasse den mest besøgte seværdighed på Bornholm. I 2019 var det 55% af de besøgende som lagde vejen forbi Hammershus. De næst mest besøgte attraktioner er bisonerne (15%), NaturBornholm og Bornholmertårnet (begge 12%). Omkring én ud af tre af de danske turister på Bornholm har ikke besøgt nogen af de listede attraktioner eller seværdigheder under deres seneste ophold.

På trods af, at Bisonerne er blandt de mest besøgte seværdigheder, vurderer de besøgende denne attraktion lavest i forhold til deres forventninger. Og der er yderligere et fald fra 65% i 2018 til 58% i 2019, som svarer, at Bisonerne på Bornholm i høj grad eller meget høj grad levede op til forventningerne. Også tilfredsheden med udbyttet af Bornholmertårnet falder fra 84% i 2018 til 72% i 2019, som synes at tårnet i høj grad eller meget høj grad levede op til forventningerne. NaturBornholm og Hammershus har fortsat en rigtig høj vurdering.

Events tiltrækker færre besøgende til Bornholm

Andelen af de besøgende, der angiver, at et arrangement havde stor indflydelse på deres beslutning om at tage til Bornholm er dalende. I 2013 svarede 47%, at et specifikt event havde stor eller afgørende betydning for deres beslutning om at tage til Bornholm, mens det samme kun var gældende for 30% i 2019.

Den samlede vurdering af arrangementerne er også faldende. I 2013 gav 54% 9-10 på en 10-punktskala, mens 41% gjorde det samme i 2019.

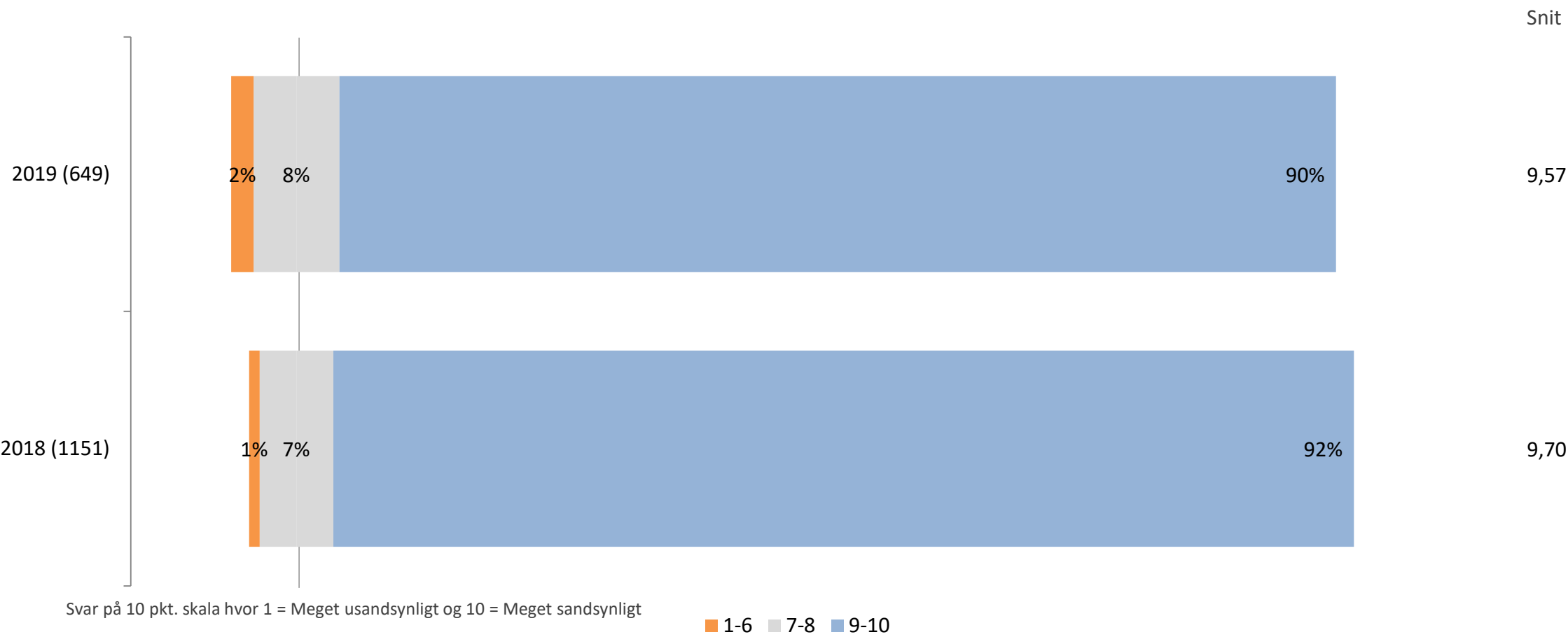
Samtidig er det kun 6% af de besøgende til Bornholm som er "nye" gæster – langt de fleste har således besøgt Bornholm før. Når andelen af "genbesøg" er høj er det det også naturligt, at det er Bornholms samlede tiltrækningskraft, der får en større betydning, snarere end den specifikke event. Oplagt er det derfor, at sætte fokus på at øge andelen af nye gæster til Bornholm i markedsføringen af de enkelte events.



VURDERING AF OPHOLDET PÅ BORNHOLM

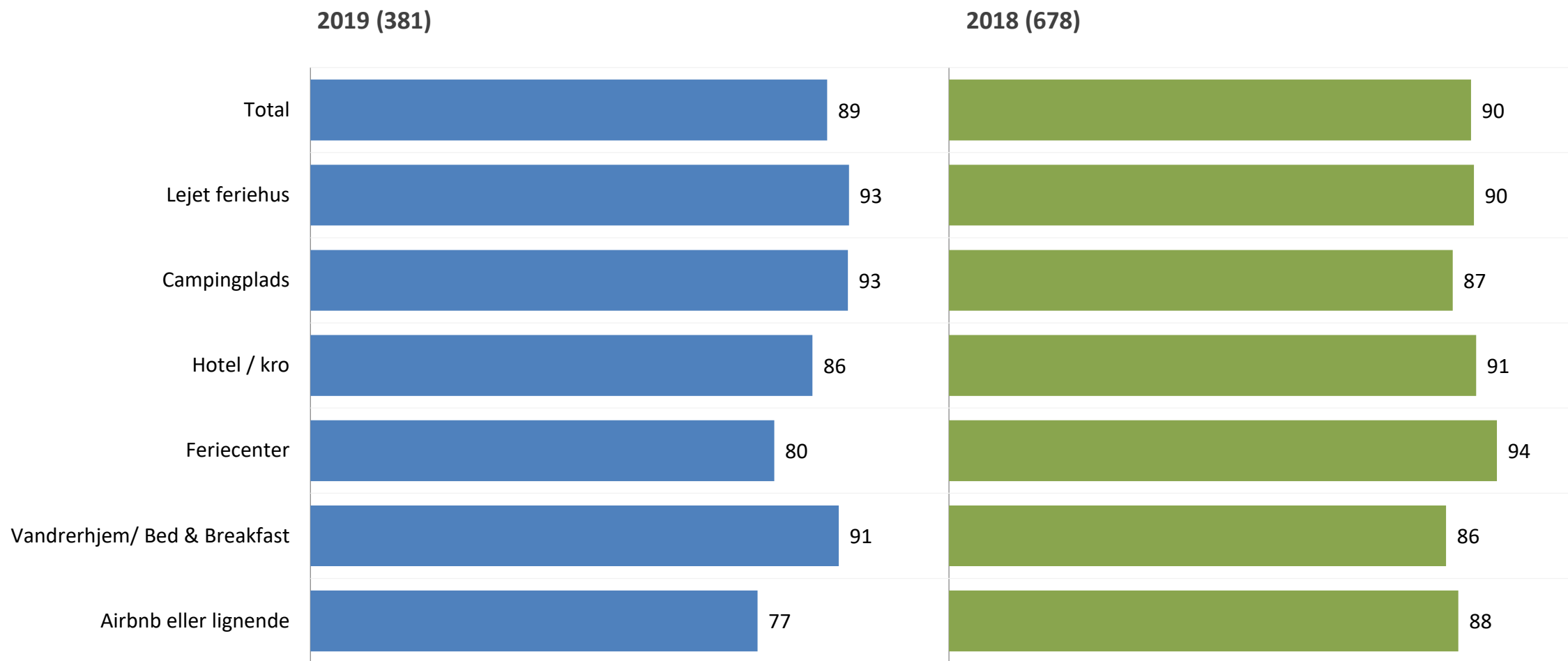
ANBEFALING AF BORNHOLM TIL ANDRE

Hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale Bornholm som destination til en ven eller kollega?



NET PROMOTOR SCORE: ANBEFALING AF BORNHOLM – NEDBRUDT PÅ OVERNATNINGSFORM

Hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale Bornholm til en ven eller kollega?

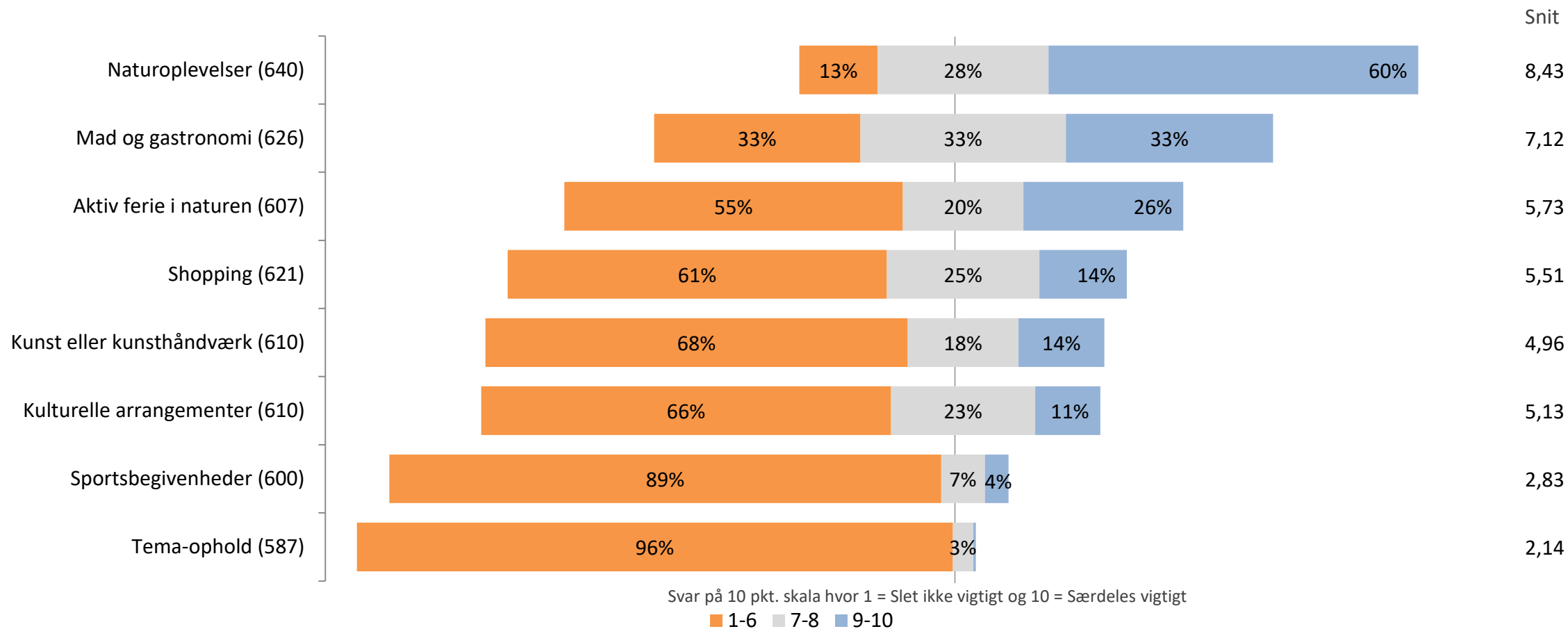


NPS® metode: Besvarelsene deles op i 3 grupper: Bagvaskere (1-6), Passive (7-8) og Fortalere (9-10). NPS findes ved at trække andelen af Bagvaskere fra andelen af Fortalere (og gange med 100). NPS måles på en skala fra -100 (Kun bagvaskere) til 100 (Kun fortalere). Svar på 10 pkt. skala hvor 1 = Meget usandsynligt og 10 = Meget sandsynligt

Base: Respondenter der overnattede mindst én nat uden "Ved ikke"

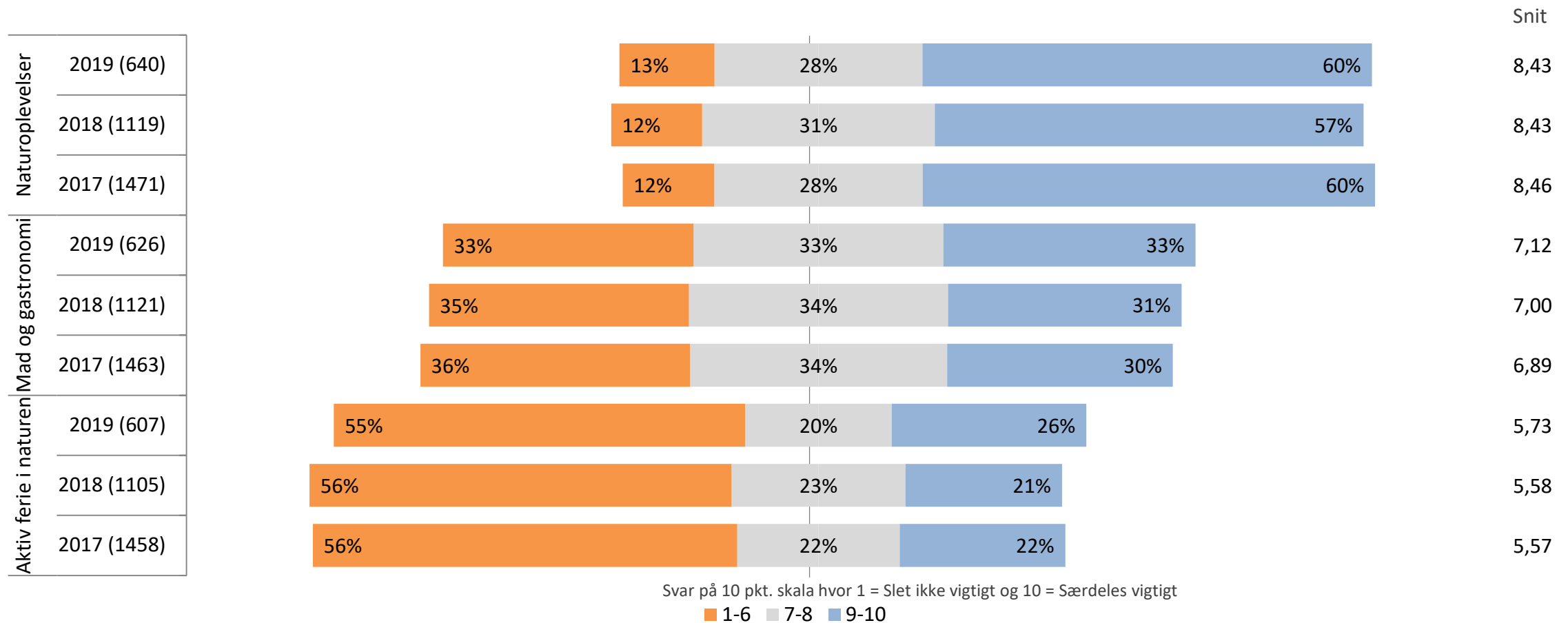
VIGTIGHED AF OPLEVELSER PÅ FERIE

Hvor vigtig er muligheden for at få oplevelser indenfor følgende områder, når du skal vælge hvor du vil rejse hen på ferie?



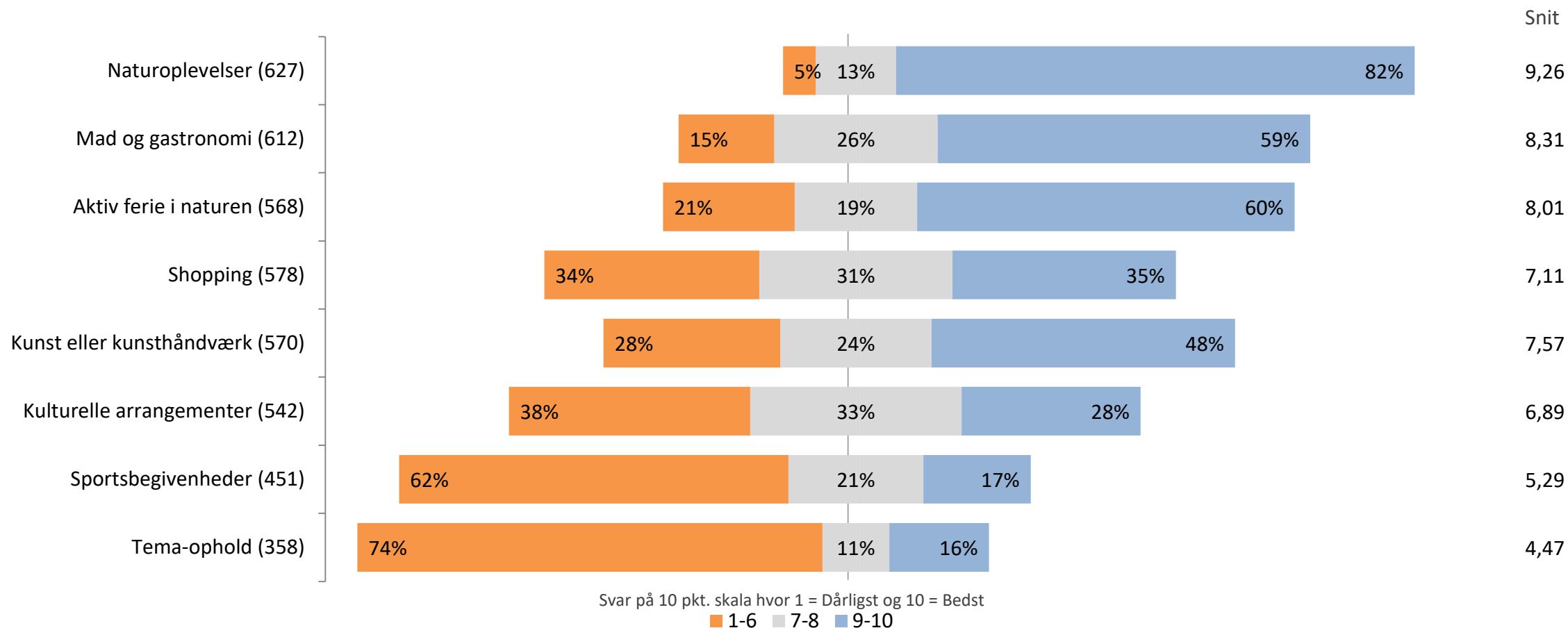
VIGTIGHED AF OPLEVELSER PÅ FERIE – TOP 3 UDVIKLING 2017-2019

Hvor vigtig er muligheden for at få oplevelser indenfor følgende områder, når du skal vælge hvor du vil rejse hen på ferie?



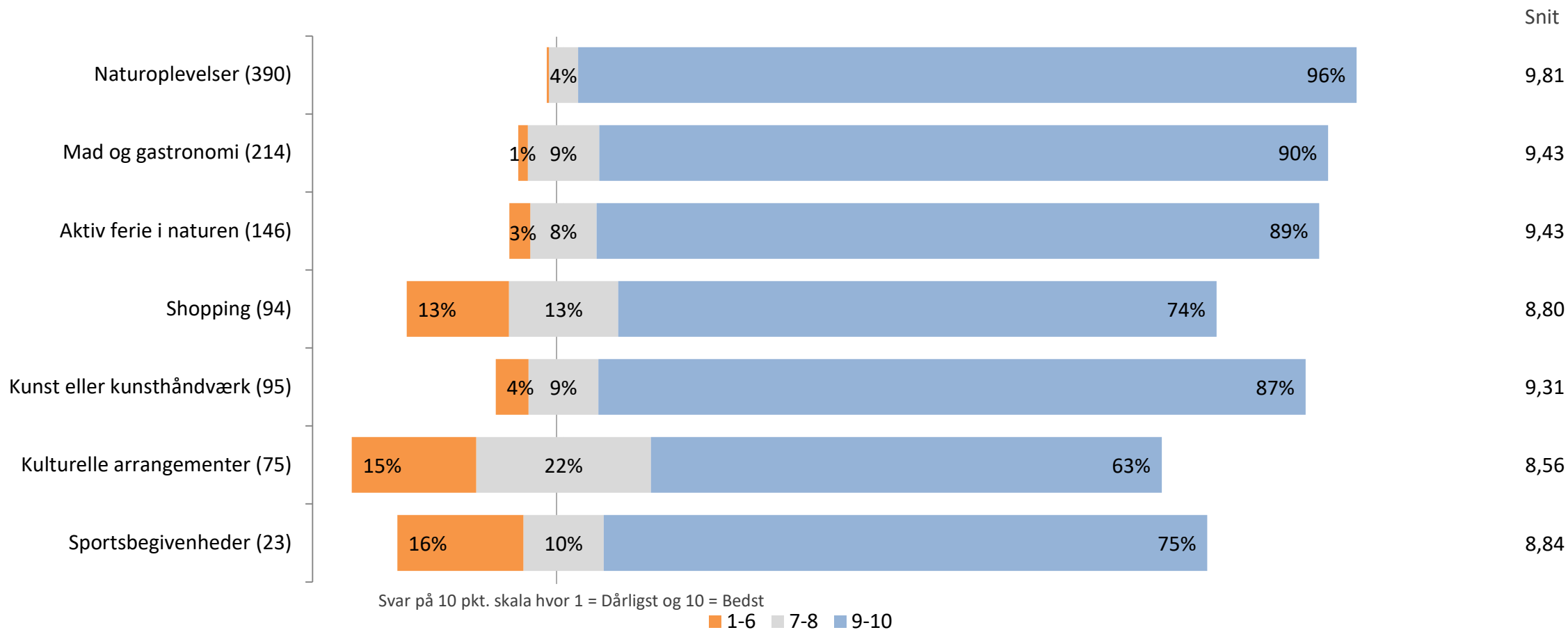
MULIGHED FOR OPLEVELSER PÅ BORNHOLM

Hvordan vil du vurdere muligheden for at få oplevelser på en ferie på Bornholm indenfor følgende områder?



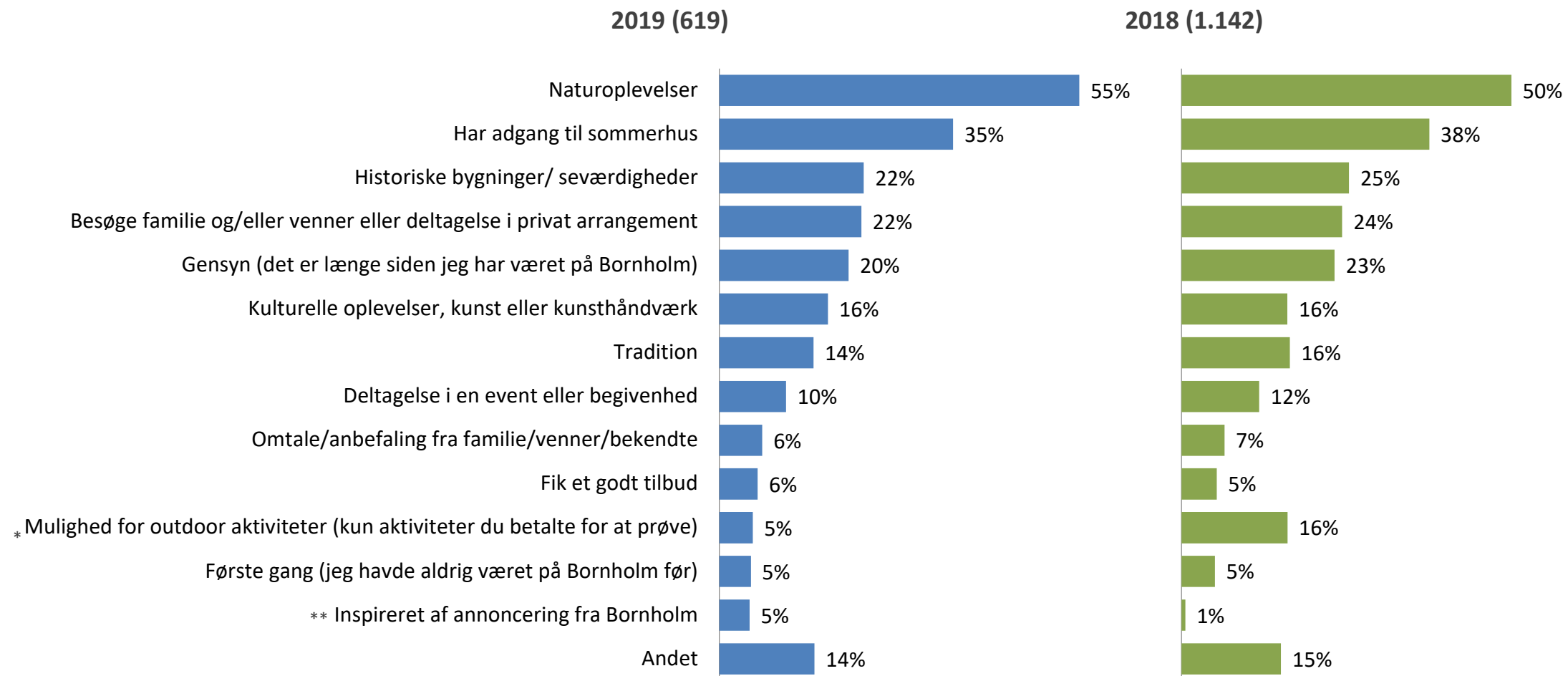
MULIGHED FOR OPLEVELSER PÅ BORNHOLM – OPLEVELSEN ER VIGTIG PÅ FERIE

Hvordan vil du vurdere muligheden for at få oplevelser på en ferie på Bornholm indenfor følgende områder?



VALG AF BORNHOLM SOM DESTINATION

Hvilke af nedenstående muligheder var mest udslagsgivende for, at du valgte Bornholm som destination?



*OBS: Formulering tilføjet i 2019 (Kun aktiviteter du betalte for at prøve) **Ny formulering i 2019. Tidligere formulering Reklame i TV, avis eller lign.

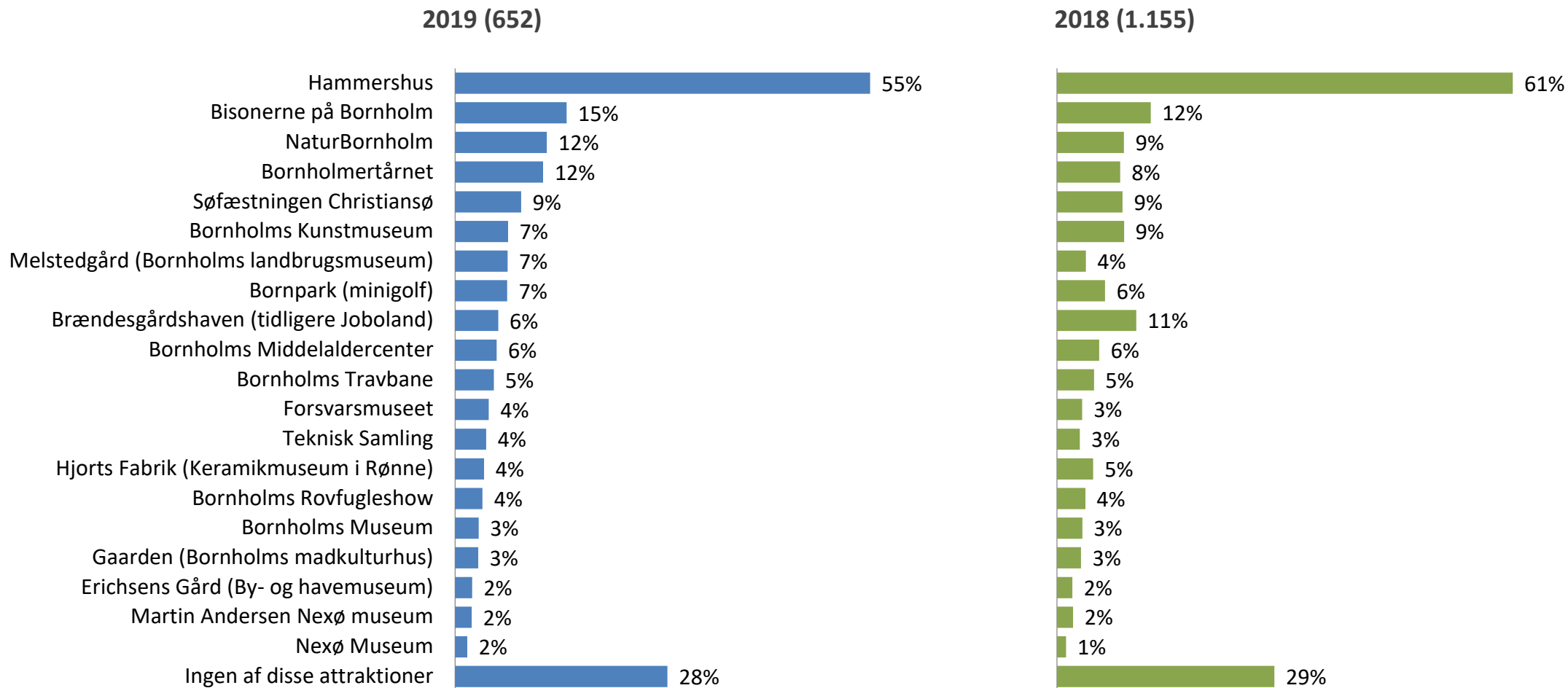
Base: Respondenter der ikke er på arbejds- eller uddannelsesrelateret rejse

A grayscale photograph of a bison standing in a forest. The bison is positioned in the center-left of the frame, looking directly at the camera. It is partially obscured by several vertical tree trunks. The background is a dense forest with many more trees and foliage, creating a sense of depth. The overall tone is natural and somewhat somber due to the grayscale palette.

EVALUERING AF ATTRAKTIONER OG SEVÆRDIGHEDER

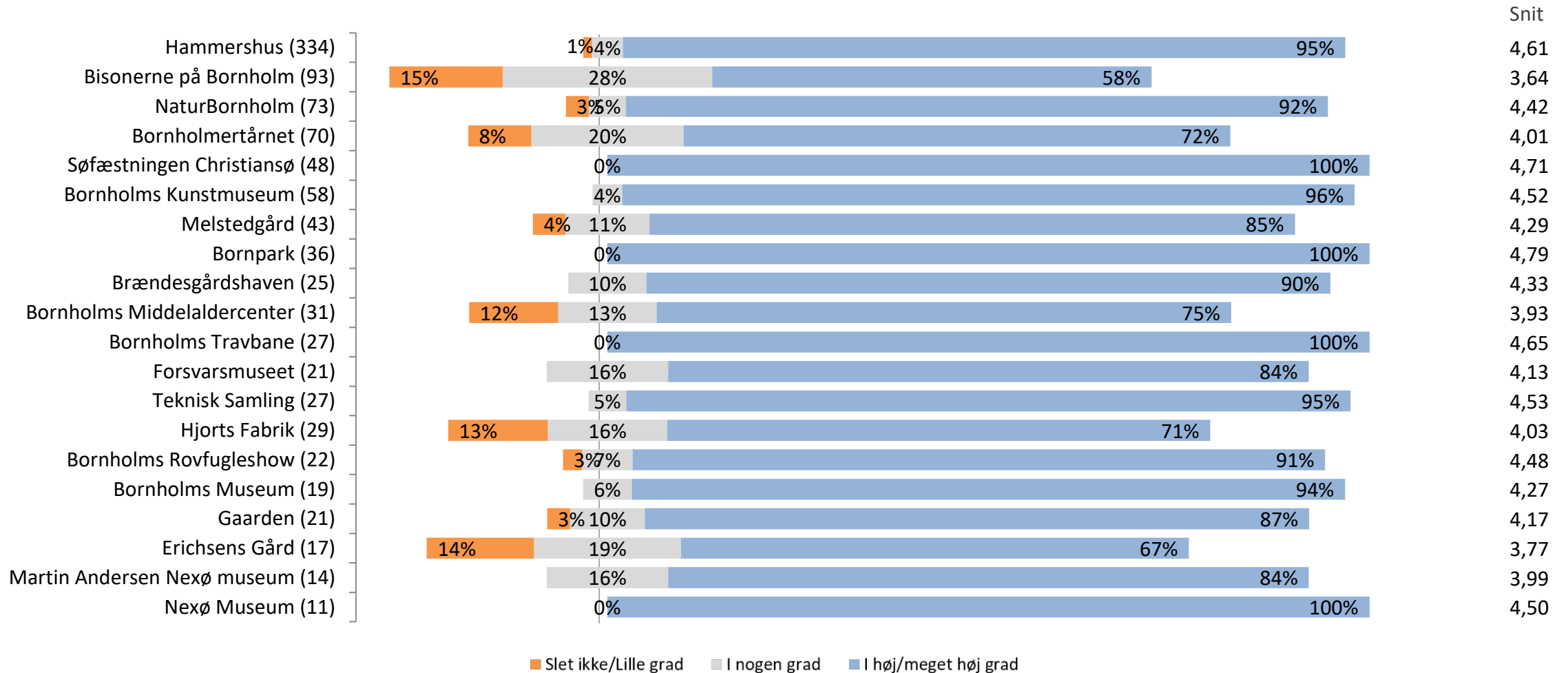
BESØG AF ATTRAKTIONER PÅ BORNHOLM

Hvilke af disse attraktioner eller seværdigheder besøgte du under dit seneste ophold på Bornholm?



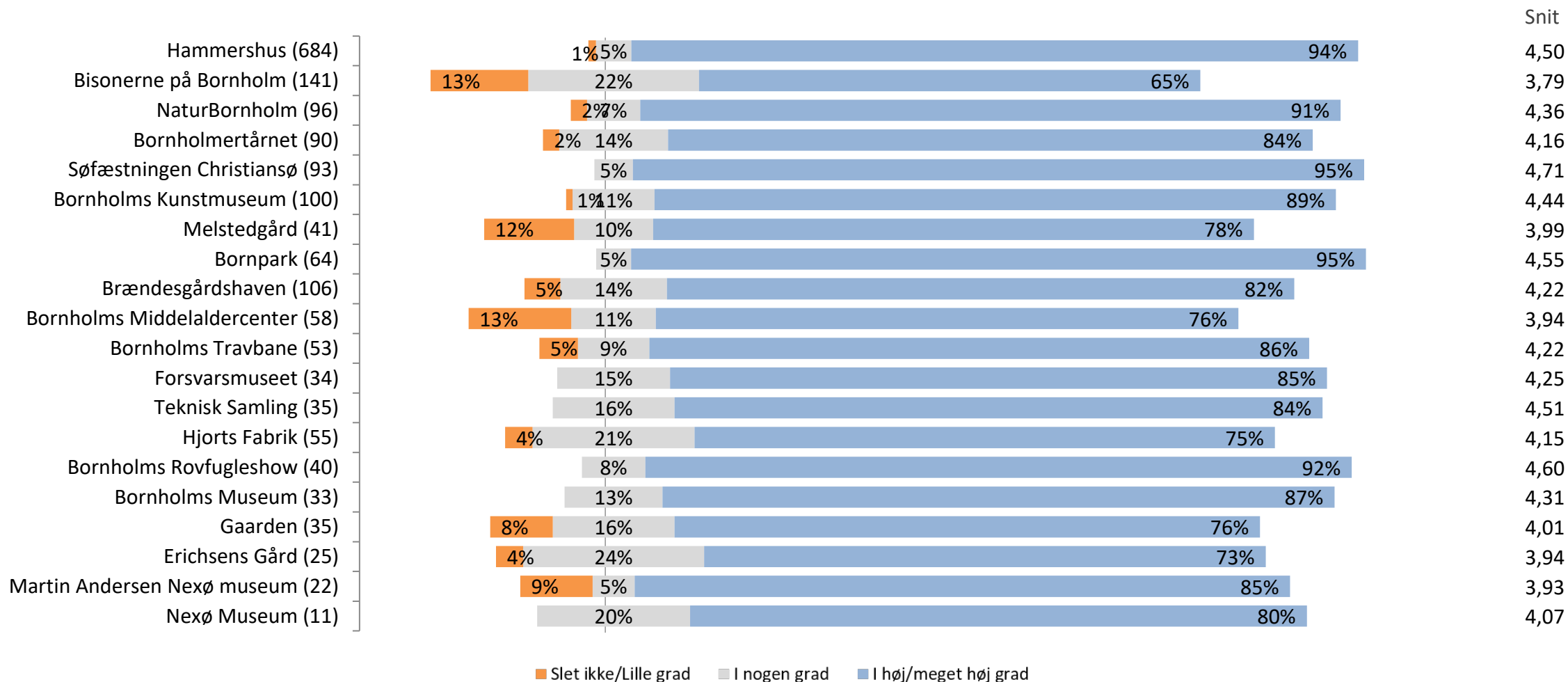
VURDERING AF ATTRAKTIONER PÅ BORNHOLM 2019

I hvilken grad levede de attraktioner eller seværdigheder som du besøgte op til dine forventninger?



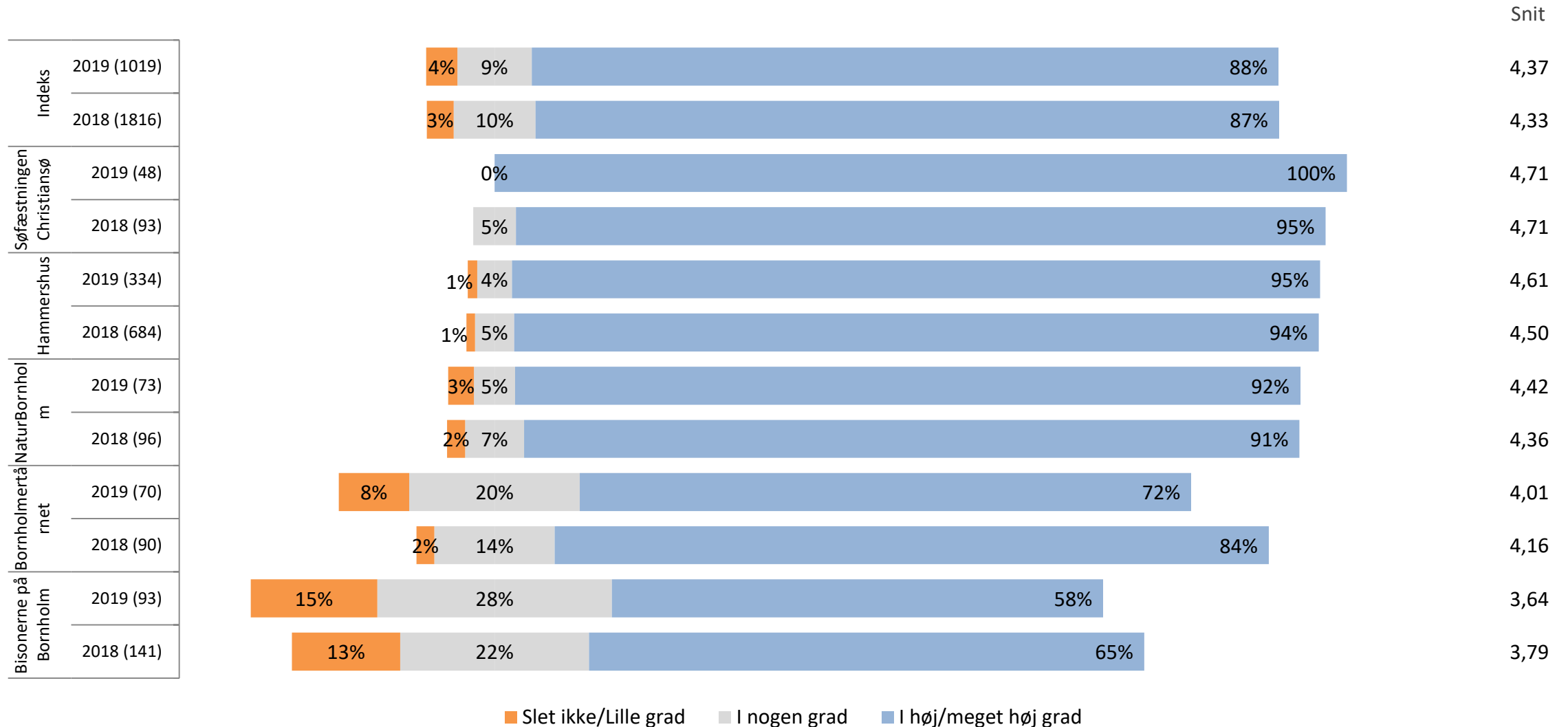
VURDERING AF ATTRAKTIONER PÅ BORNHOLM 2018

I hvilken grad levede de attraktioner eller seværdigheder som du besøgte op til dine forventninger?



VURDERING AF ATTRAKTIONER PÅ BORNHOLM – UDVIKLING IFT. 2018

I hvilken grad levede de attraktioner eller seværdigheder som du besøgte op til dine forventninger?
(Top 5 mest besøgte attraktioner, indeks = gennemsnittet for alle attraktioner)



ÅBNE KOMMENTARER OM ATTRAKTIONER (LEVEDE IKKE OP TIL FORVENTNINGER)

"Erichsens gård have var rimelig misvedligeholdt. Der var ikke meget at se på."

Mand, 53 år, Erichsens Gård (By- og havemuseum)

"Der skete ikke så meget på trods af det var påskeferie, det var mest for mindre børn."

Kvinde, 35 år, Bornholms Middelaldercenter

"Jeg synes at det er alt for dyrt at komme ind på NaturBornholm i forhold til hvad man kan opleve. Var ret skuffet over der ikke var mere at se til den pris."

Kvinde, 37 år, NaturBornholm

"For høj pris på indgang."

Mand, 53 år, Forsvarsmuseet

"På Melstedgård skete der for lidt, og jeg synes at de reklamerer med mange aktiviteter, men den dag vi var der skete der ikke spor, og så synes jeg at entré prisen er for høj."

Mand, 67 år, Melstedgård (Bornholms landbrugsmuseum)

"Forventede at der var flere forlystelser for store børn."

Kvinde, 44 år, Brændegårdshaven

"Teknisk samling var for uoverskueligt. Børnene måtte ikke røre ved særlig mange ting."

Kvinde, 36 år, Teknisk samling

"Så ingen bisoner denne gang. Resultatet; meget skuffede børn! Er det bevidst at den gode idé, appen 'Bison Spotter' aldrig viser hvor dyrene sidst er spottet?"

Mand, 71 år, Bisonerne på Bornholm

"Havde læst at jeg kunne komme på drejekursus, men kurset var lukket ned for sæsonen."

Kvinde, 39 år, Hjorts Fabrik

"Trist at det nye flotte hus/museum på Hammershus er lukket for besøgende på denne årstid og ikke mindst at man skal hele vejen udenom, da man ikke kan komme igennem museet og broen op. Det burde som minimum være åbent for gennemgang."

Kvinde, 55 år, Hammershus

"Der var for lidt udstillet. Variationerne var for få."

Mand, 75 år, Bornholms Kunstmuseum

"Bornholmertårnet var for mig, et ubehagelig besøg, med elevatoren op i tårnet. Den burde være betjent."

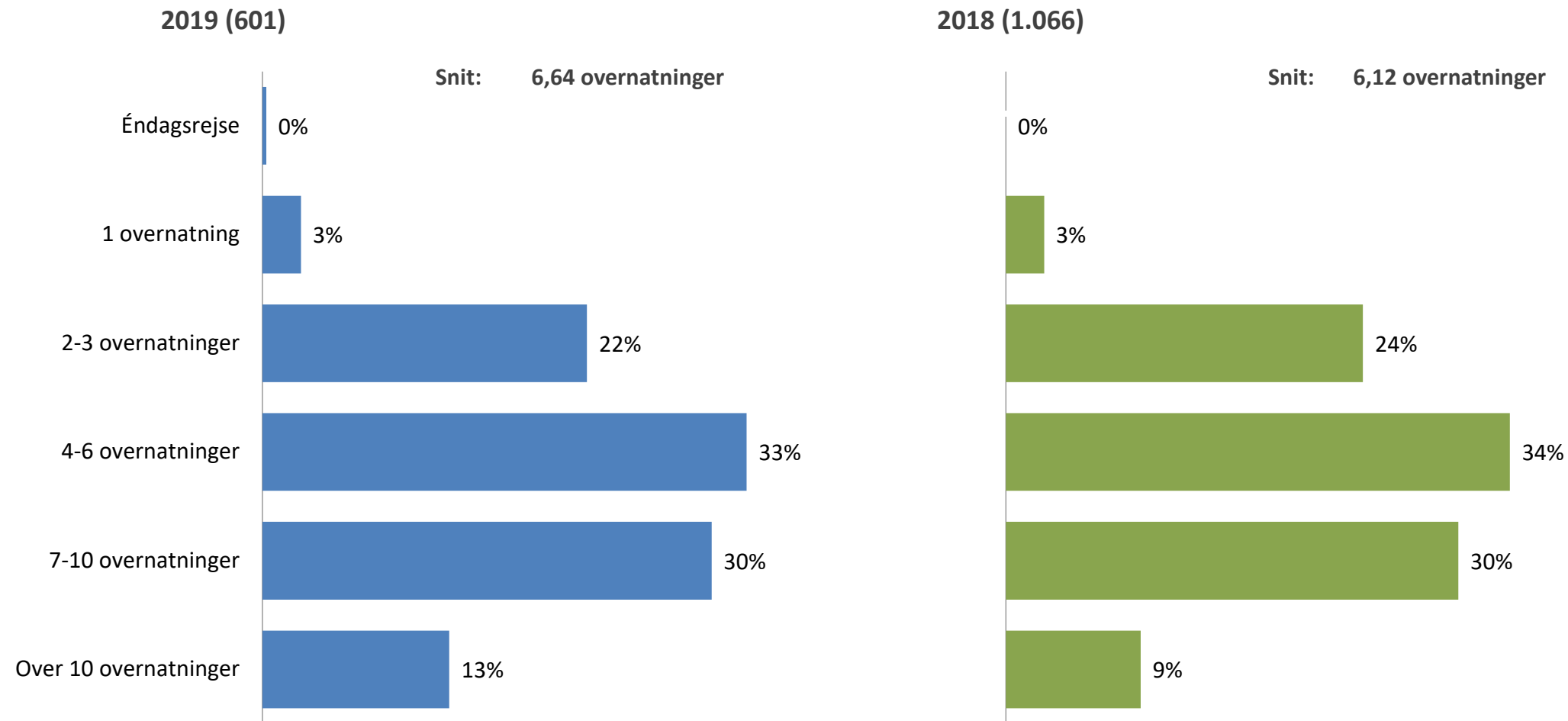
Kvinde, 73 år, Bornholmertårnet

A bright, minimalist bedroom with a bed, windows, and a door. The room features light-colored walls, a wooden floor, and a large window on the right side. A bed with white linens is in the foreground. A small table with a vase of flowers and two bottles is near the left window. A door with curtains is in the background. The text "EVALUERING AF OVERNATNINGSFORM" is overlaid on the left side of the image.

EVALUERING AF OVERNATNINGSFORM

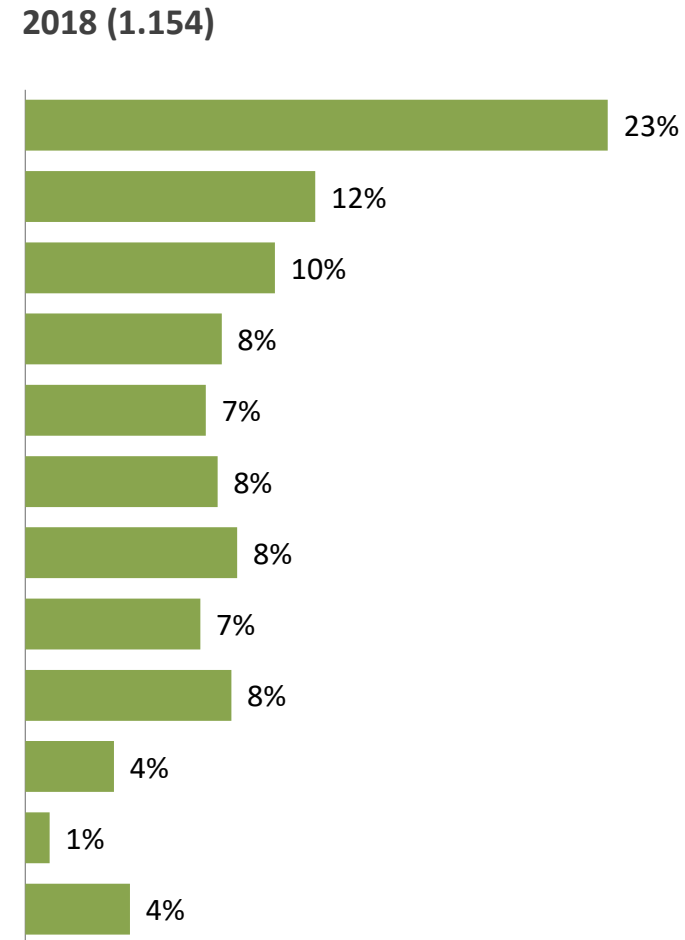
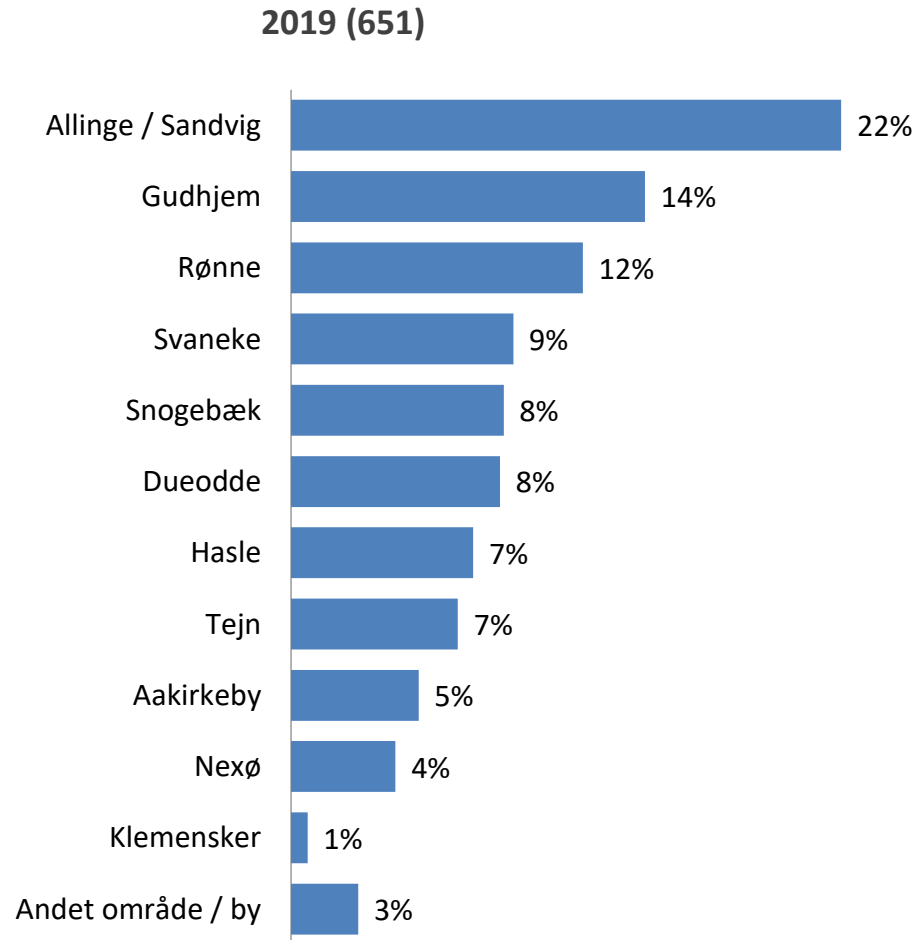
ANTAL OVERNATNINGER

Hvor mange overnatninger havde du på Bornholm i forbindelse med dit seneste besøg?



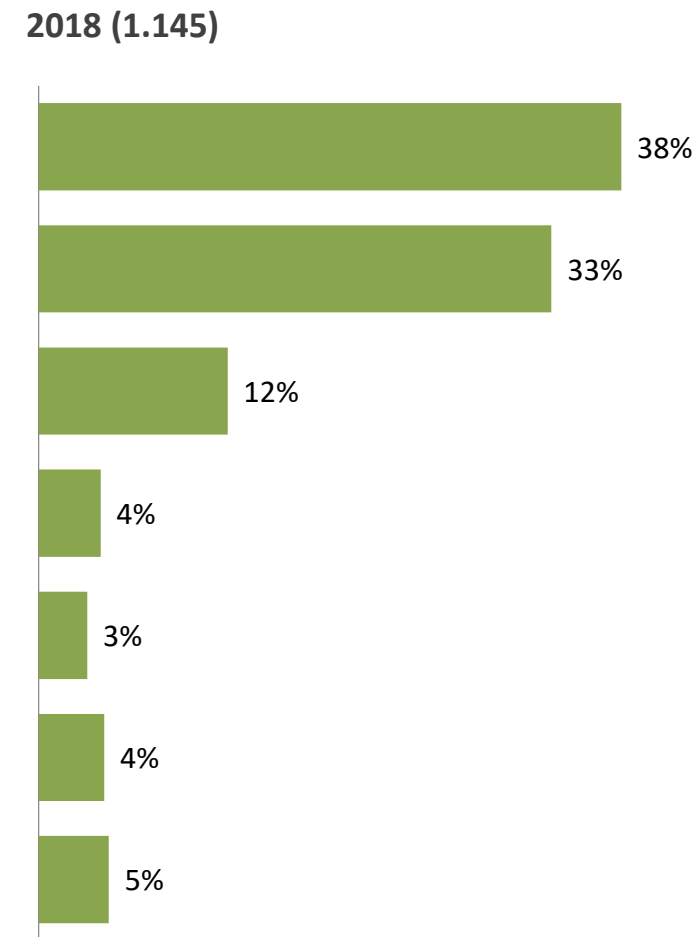
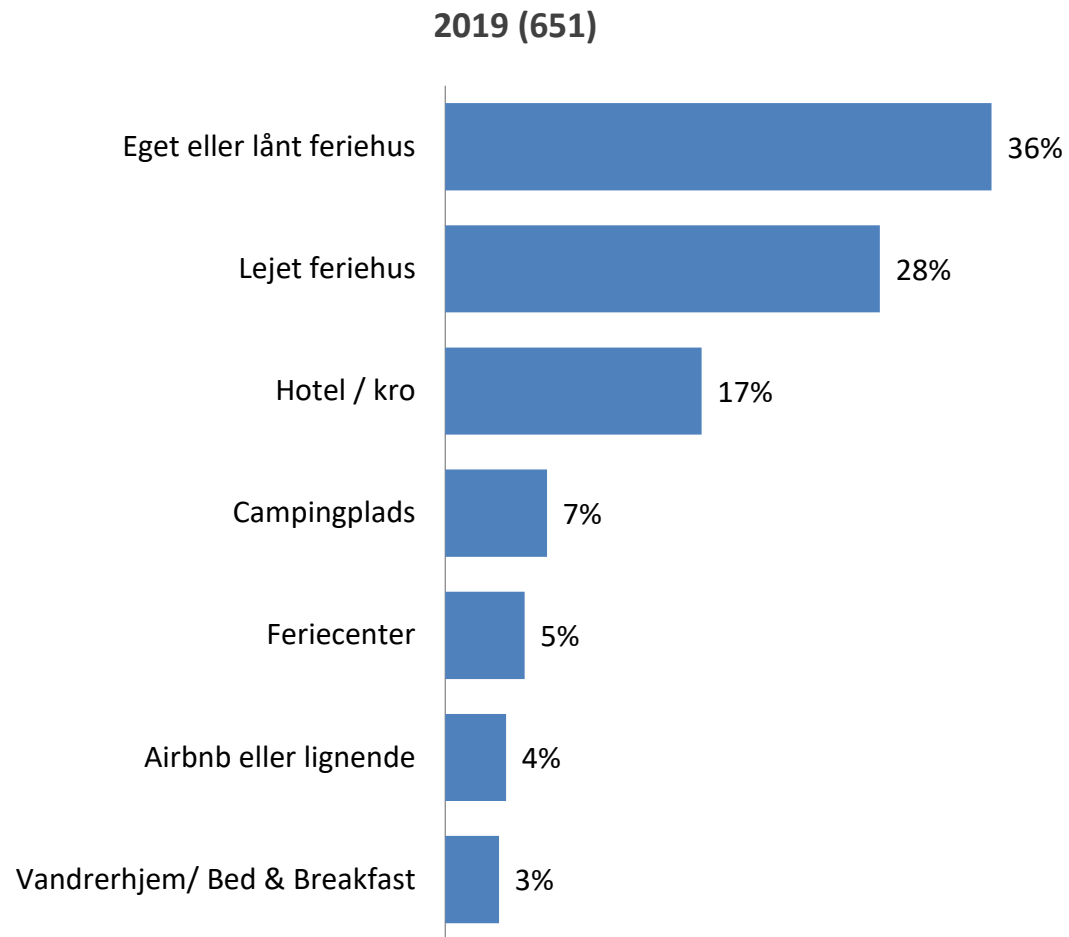
OMRÅDER

Hvilke af følgende byer/områder boede du tættest på?



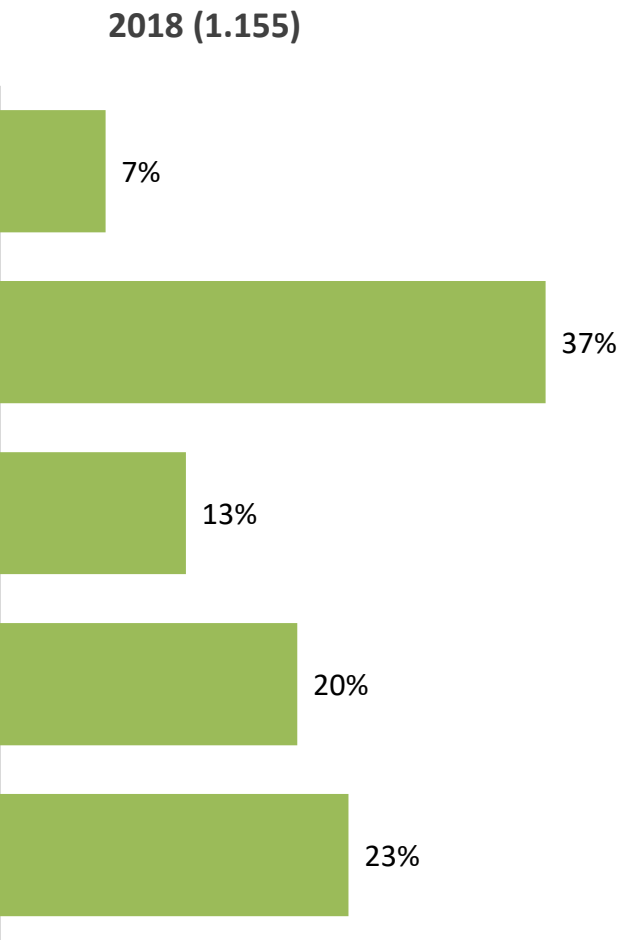
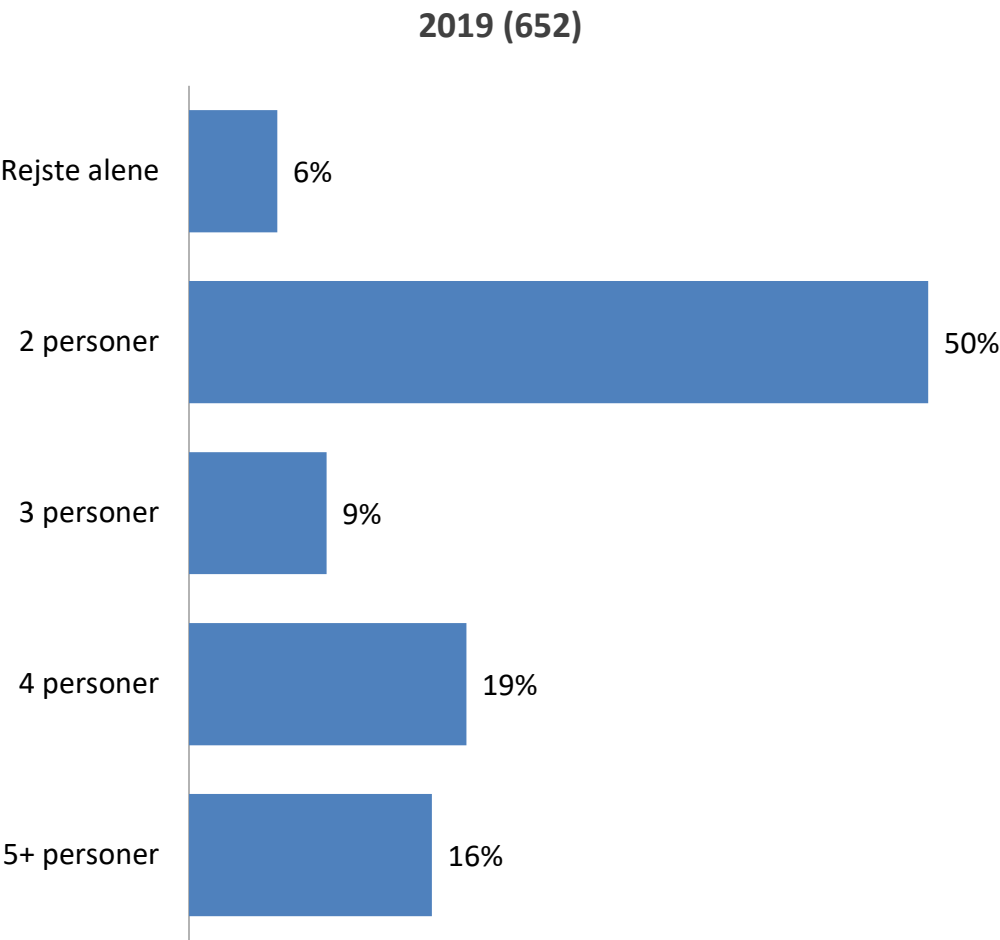
OVERNATNINGSFORM

Hvilken overnatningsform benyttede du mest?



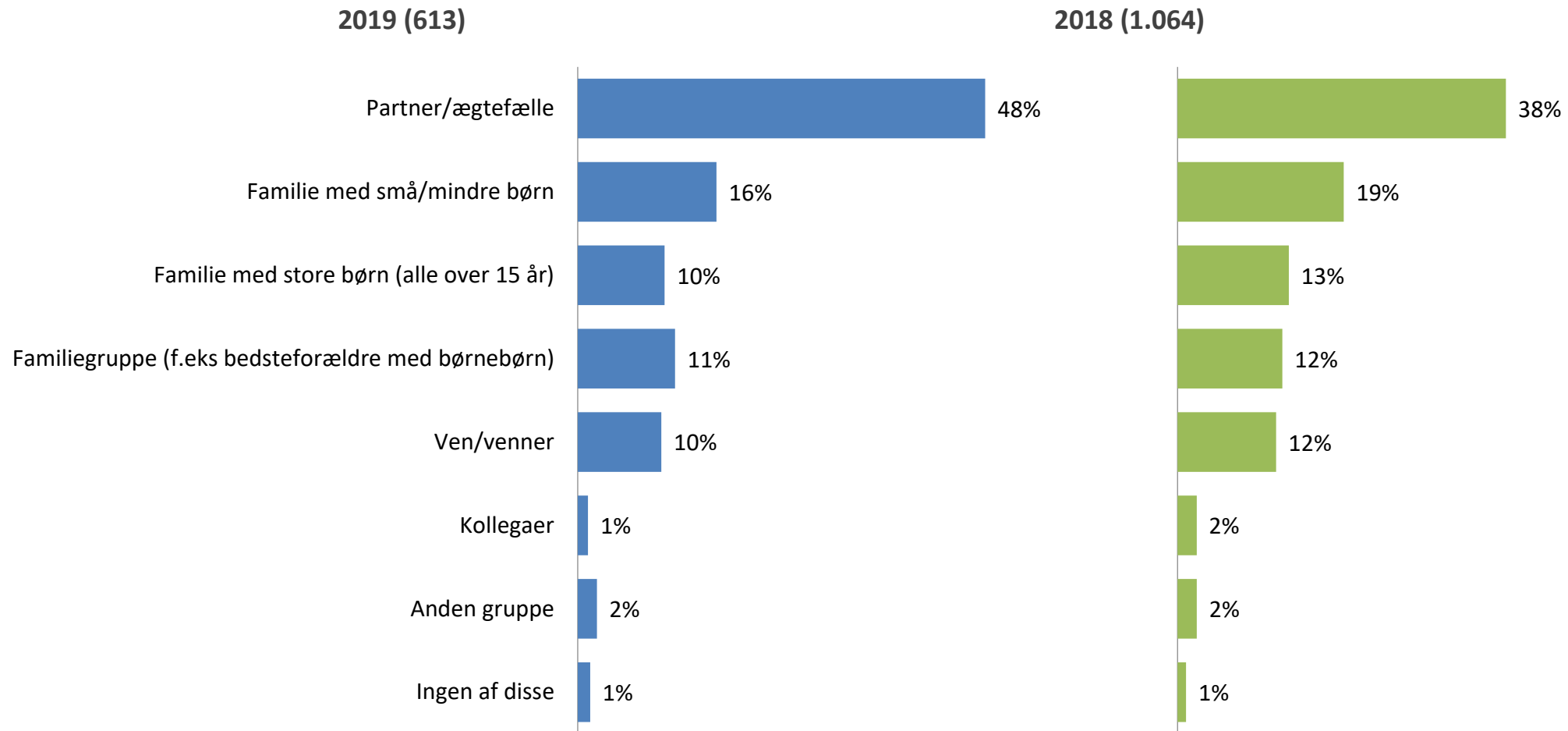
ANTAL PERSONER I REJSEGRUPPE

Hvor mange personer bestod din rejsegruppe af?



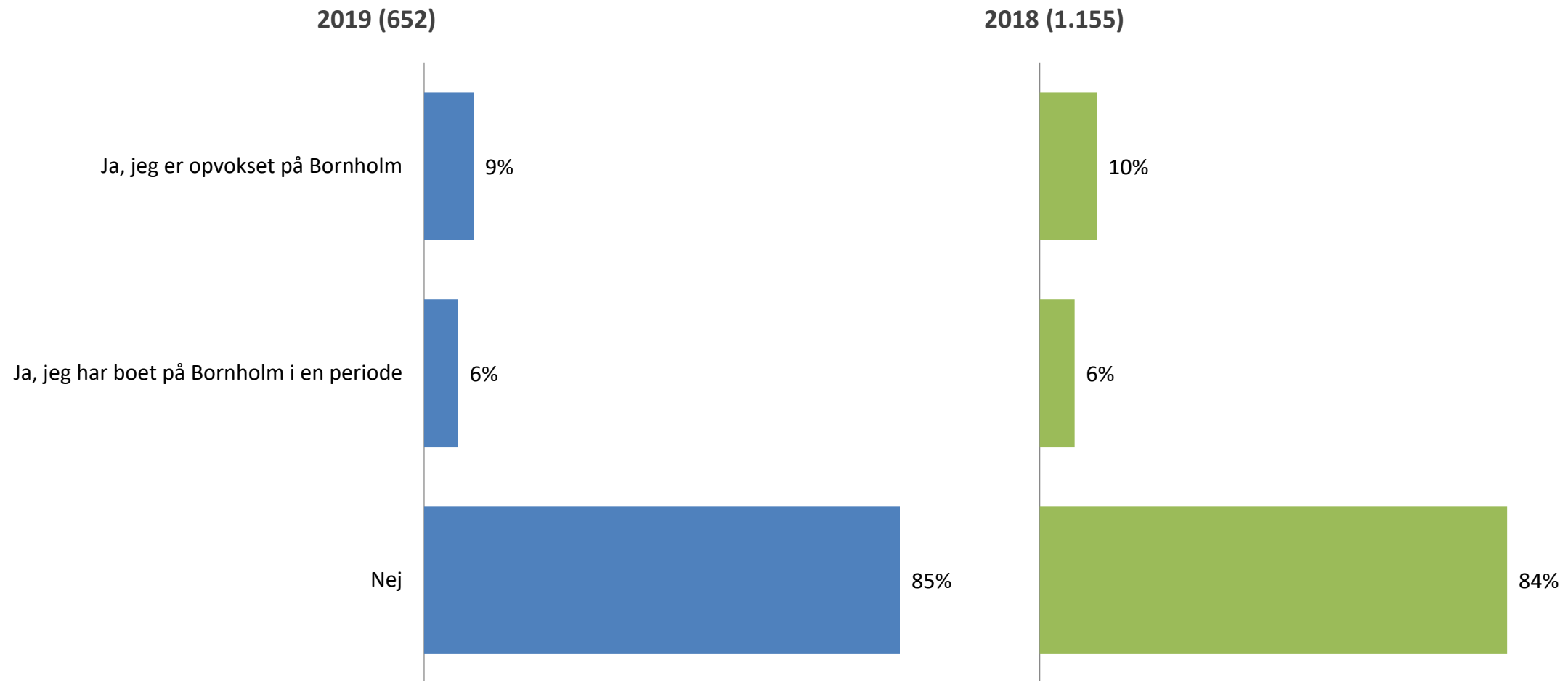
REJSELEDSAGER

Hvem rejste du sammen med?



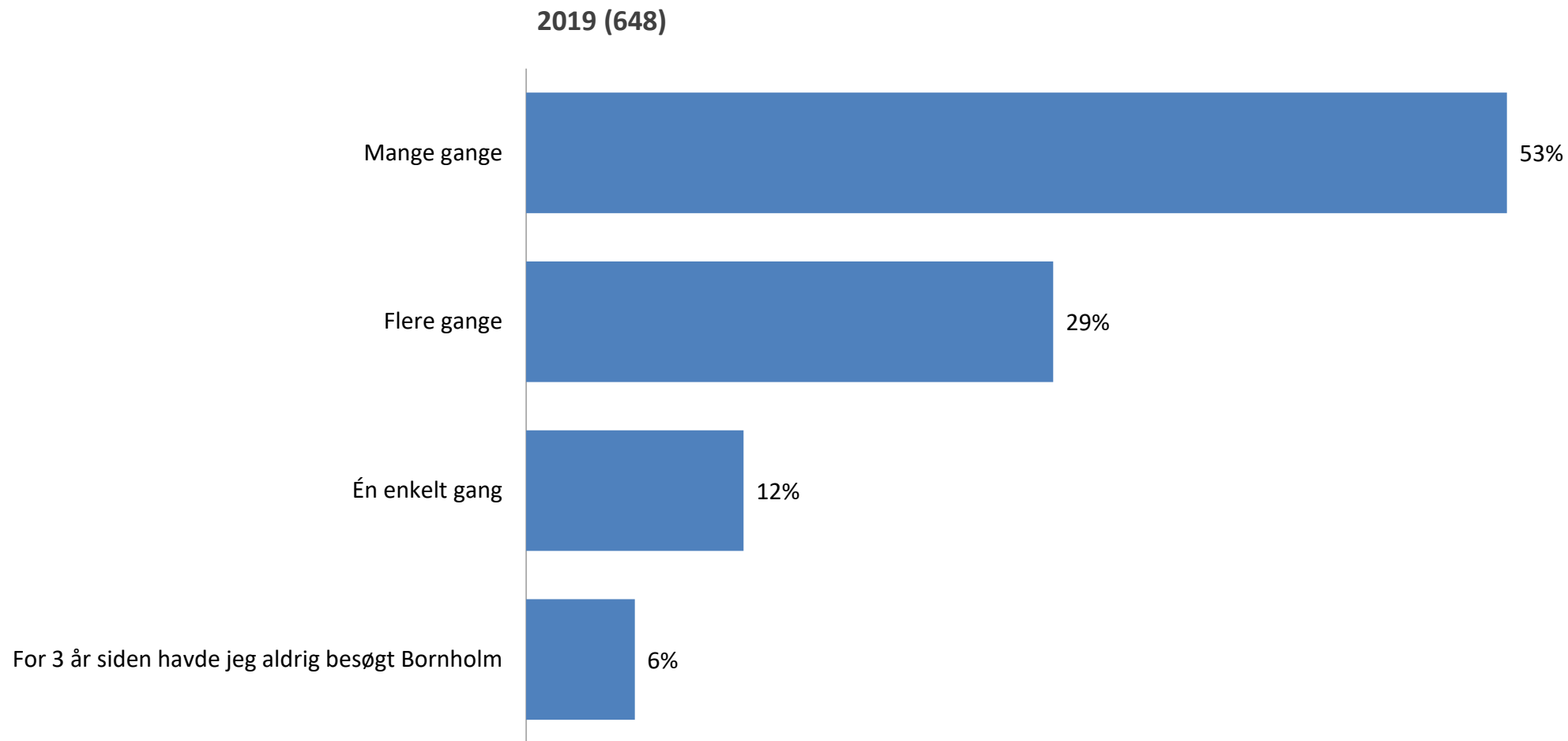
TILKNYTNING TIL BORNHOLM

Har du nogensinde haft bopæl på Bornholm?



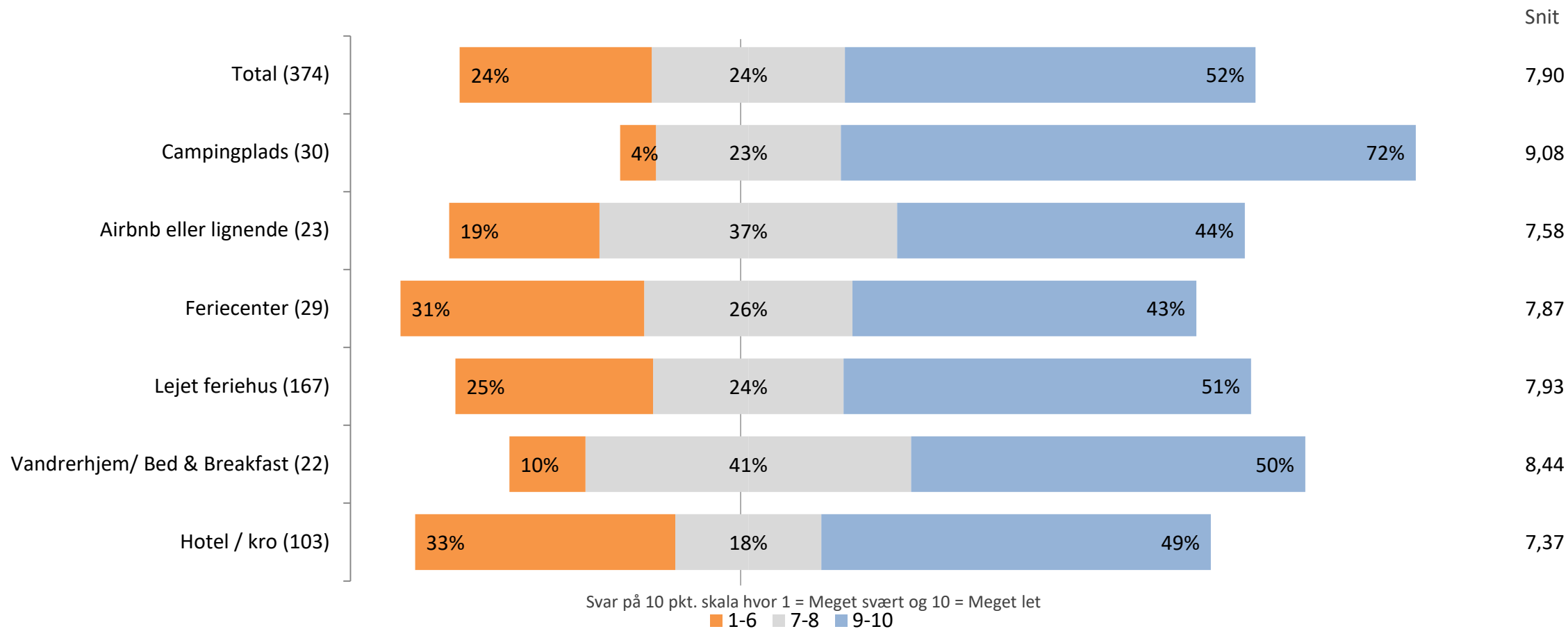
OMFANG BESØGT BORNHOLM

I hvilket omfang har du tidligere besøgt Bornholm (hvis du ser bort fra de seneste 3 år)?



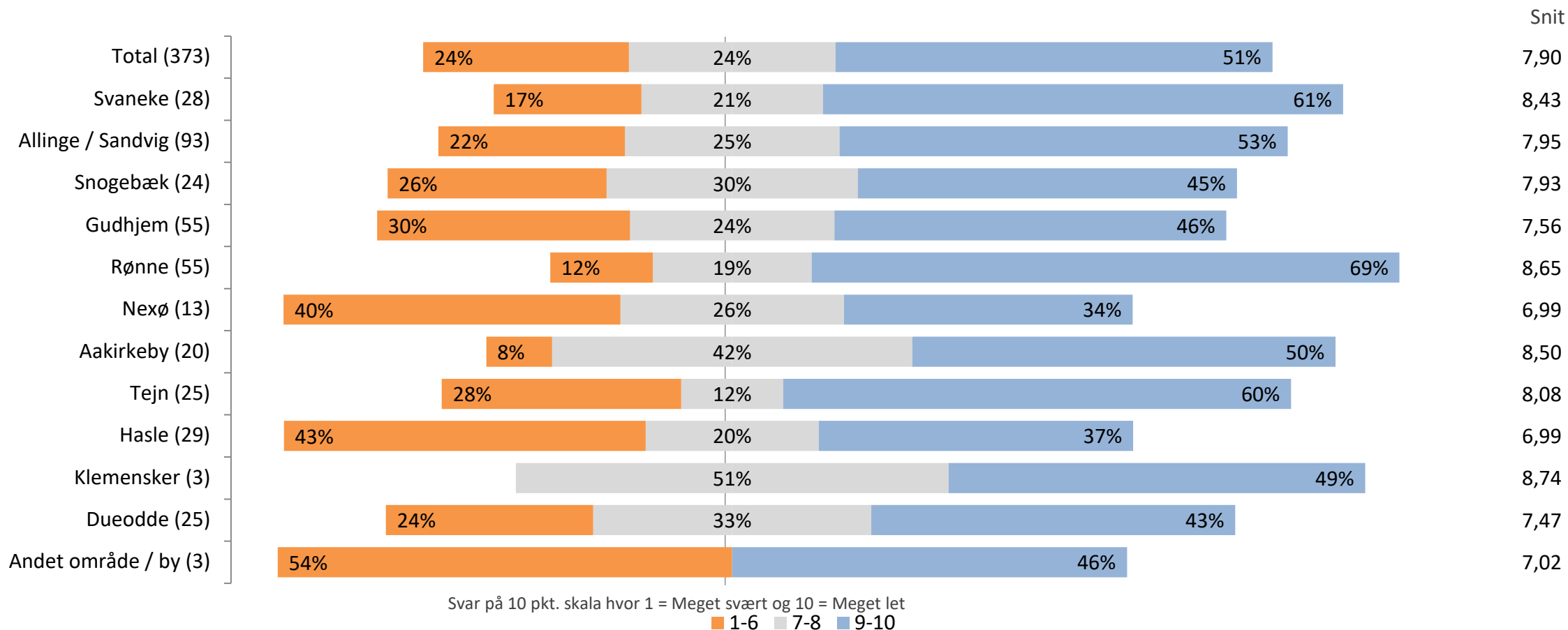
AT FINDE OVERNATNINGSSTED – NEDBRUDT PÅ OVERNATNINGSFORM

I hvilken grad syntes du, at det var muligt for dig at finde ledige overnatningssteder, der passede til dine behov og ønsker?



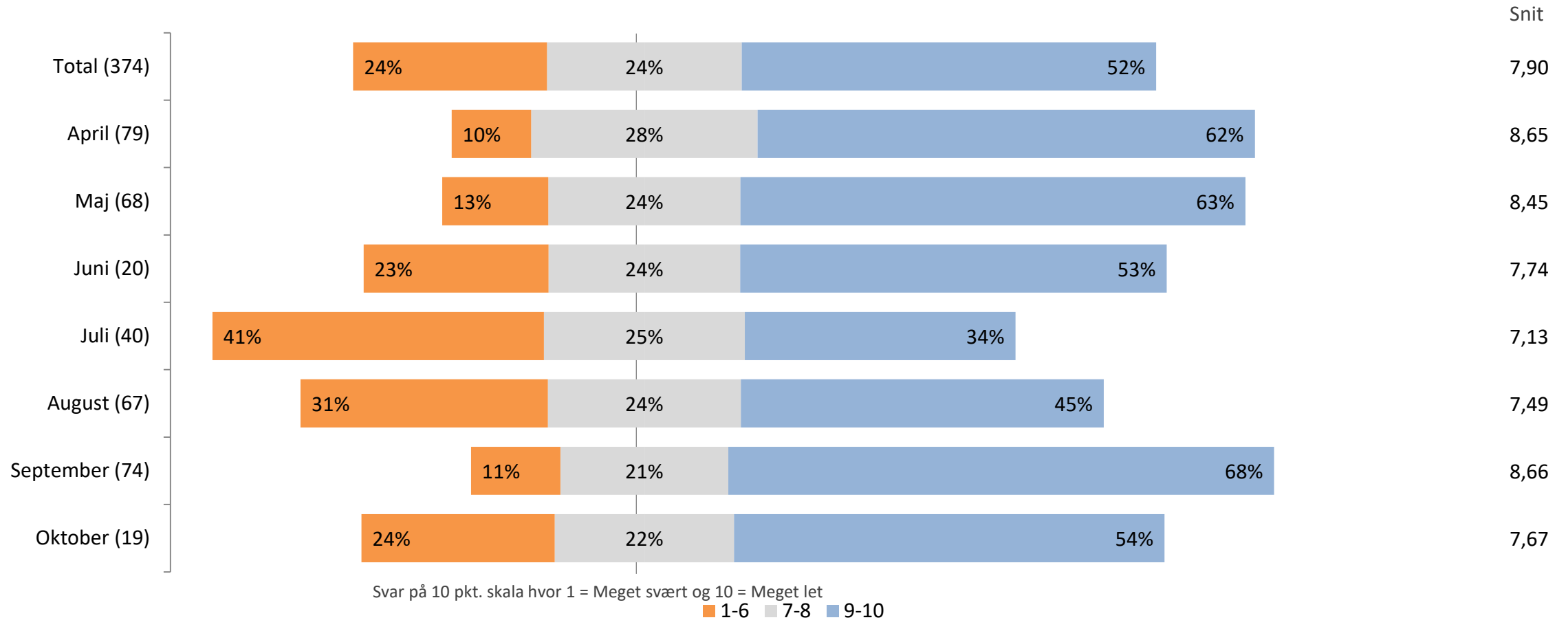
AT FINDE OVERNATNINGSTED – NEDBRUDT PÅ OMRÅDE

I hvilken grad syntes du, at det var muligt for dig at finde ledige overnatningssteder, der passede til dine behov og ønsker?



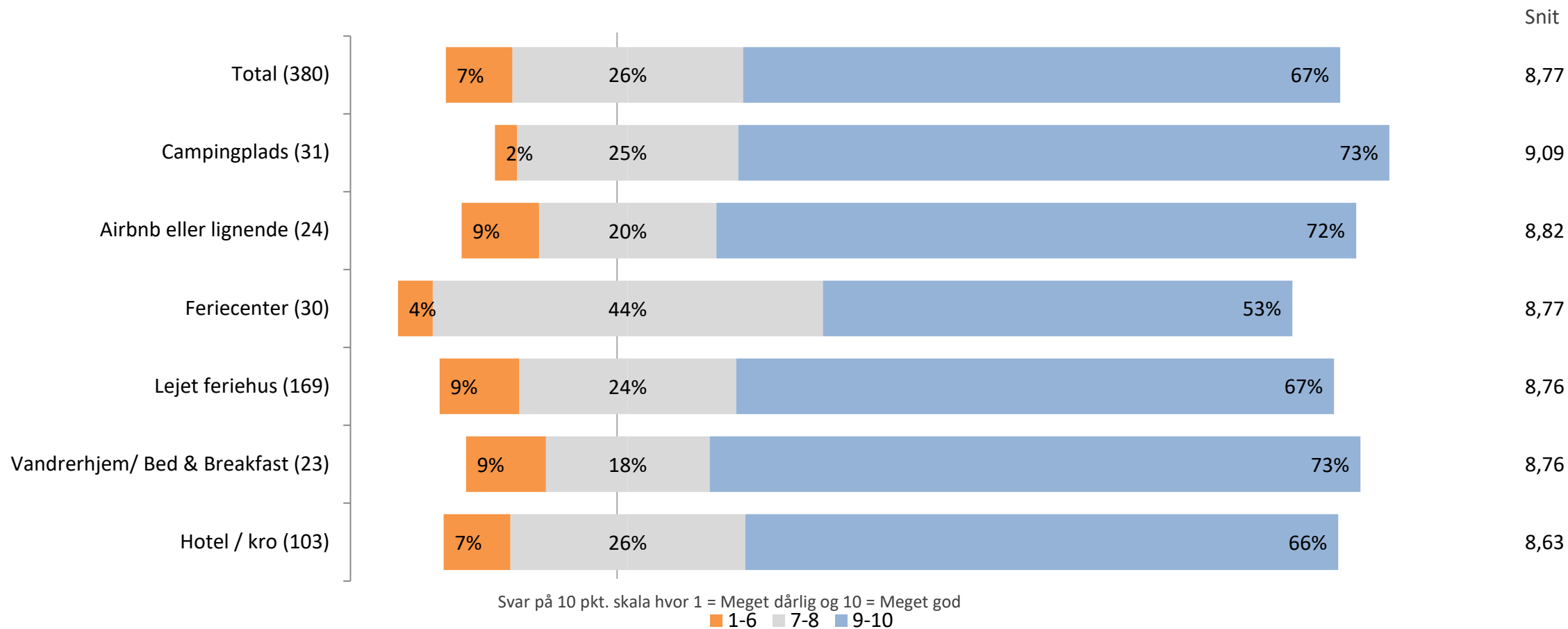
AT FINDE OVERNATNINGSTED – NEDBRUDT PÅ MÅNED

I hvilken grad syntes du, at det var muligt for dig at finde ledige overnatningssteder, der passede til dine behov og ønsker?



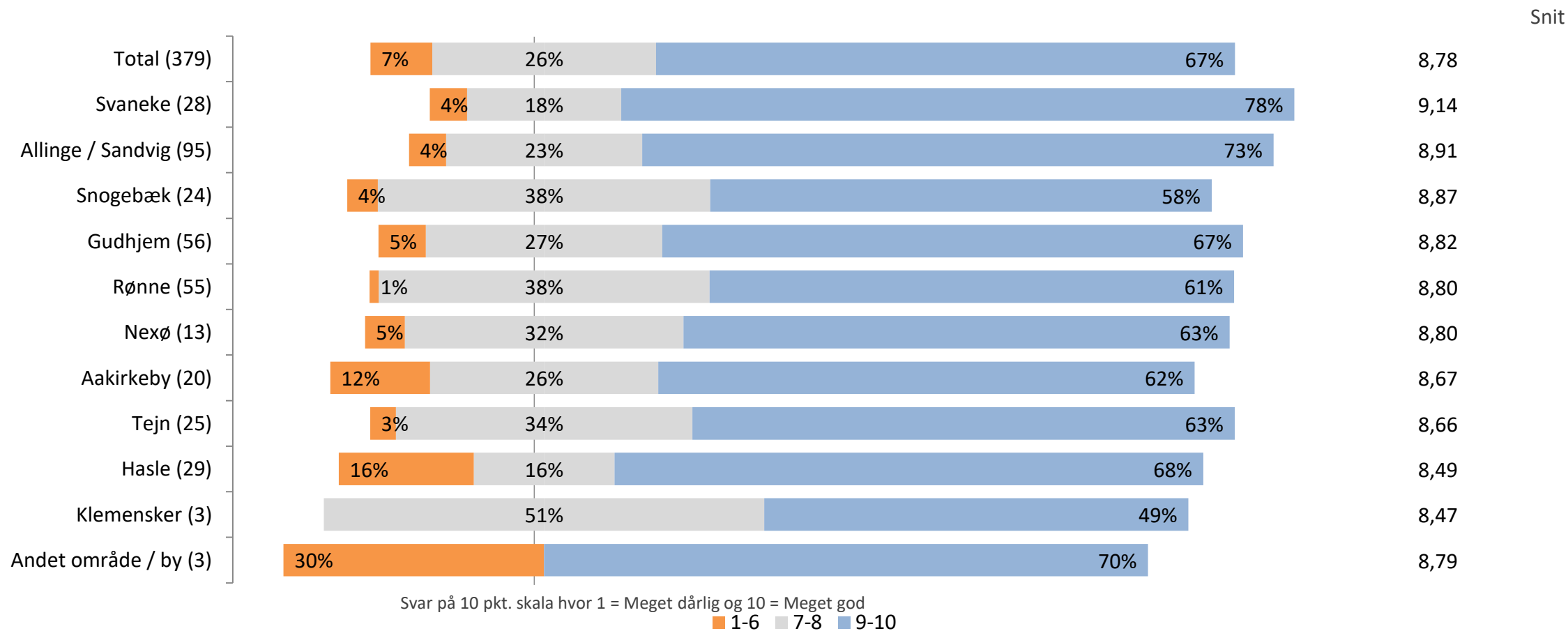
OVERNATNINGSSTED VURDERING – NEDBRUDT PÅ OVERNATNINGSFORM

Hvor god eller dårlig var din samlede oplevelse af overnatningsstedet set i forhold til den pris du betalte?



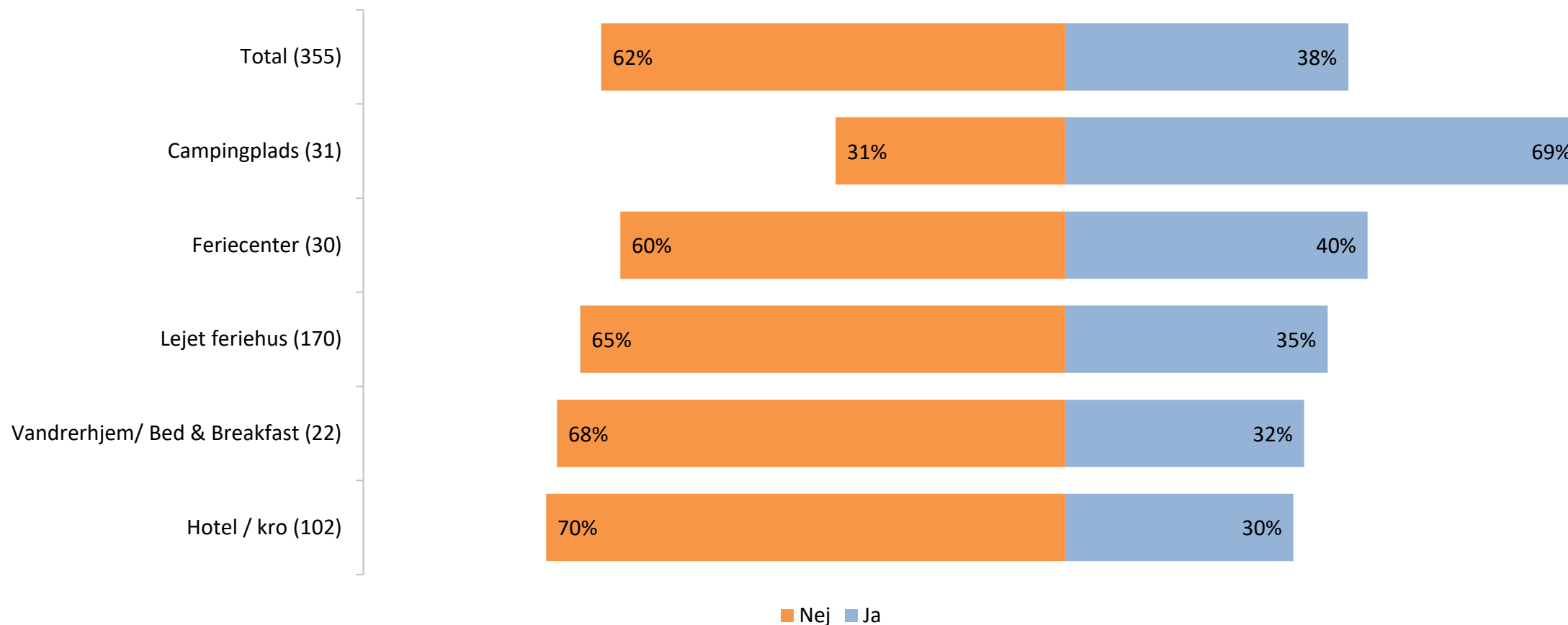
OVERNATNINGSTED VURDERING – NEDBRUDT PÅ OMRÅDE

Hvor god eller dårlig var din samlede oplevelse af overnatningsstedet set i forhold til den pris du betalte?



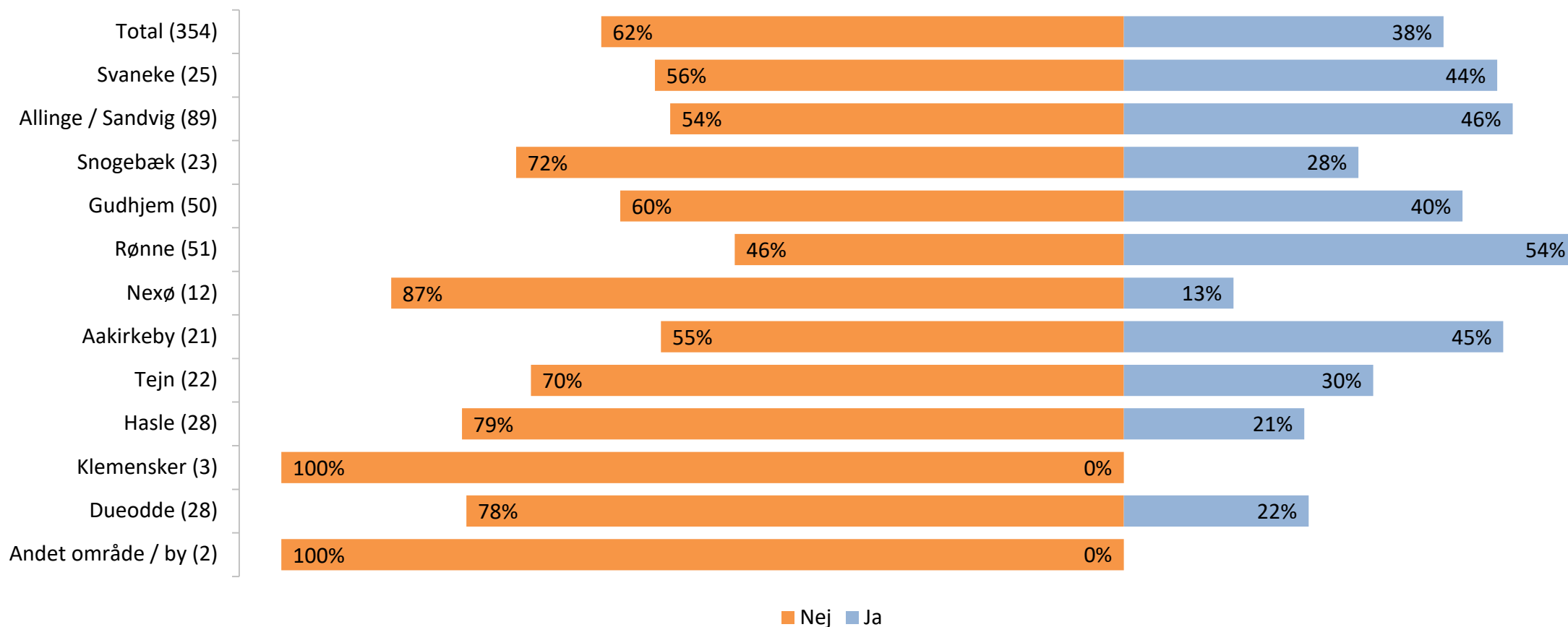
TIDLIGERE OVERNATTET SAMME STED – NEDBRUDT PÅ OVERNATNINGSFORM

Har du under et tidligere besøg på Bornholm overnattet det samme sted, som du gjorde ved dette besøg?



TIDLIGERE OVERNATTET SAMME STED – NEDBRUDT PÅ OMRÅDE

Har du under et tidligere besøg på Bornholm overnattet det samme sted, som du gjorde ved dette besøg?

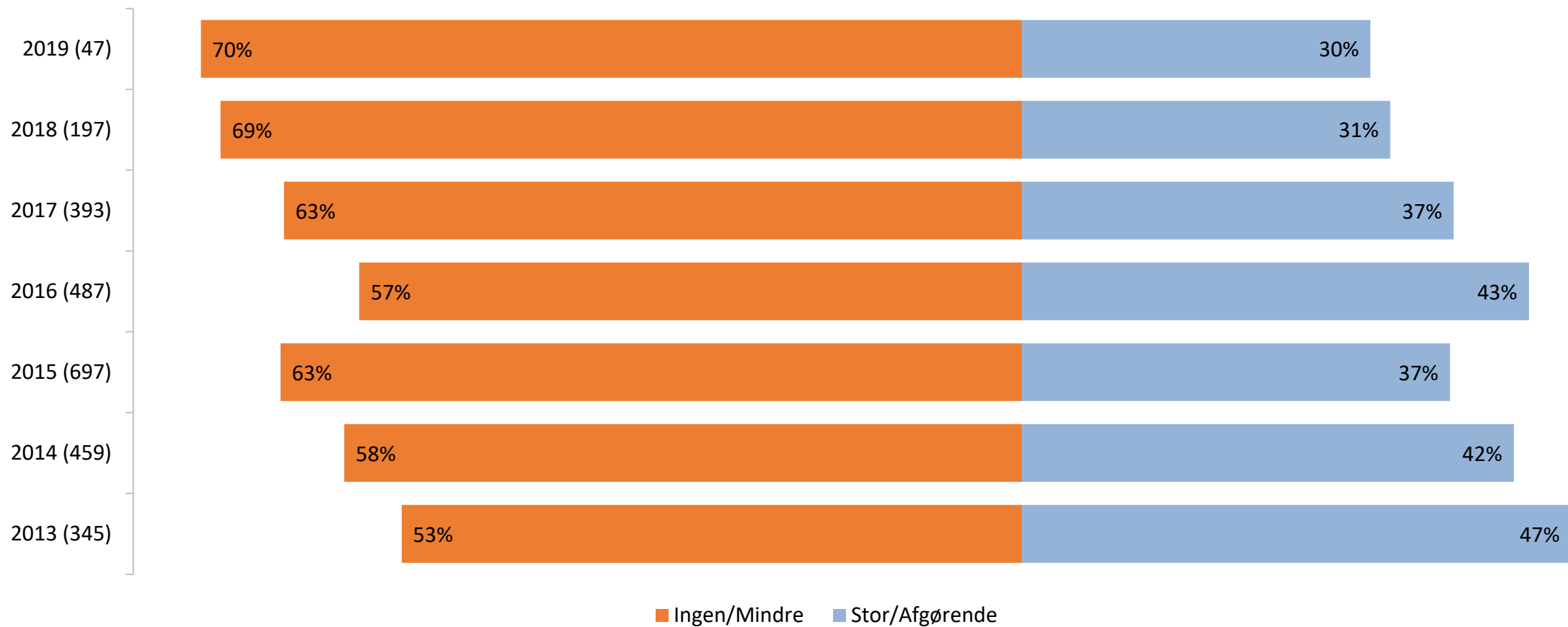


EVALUERING AF EVENTS



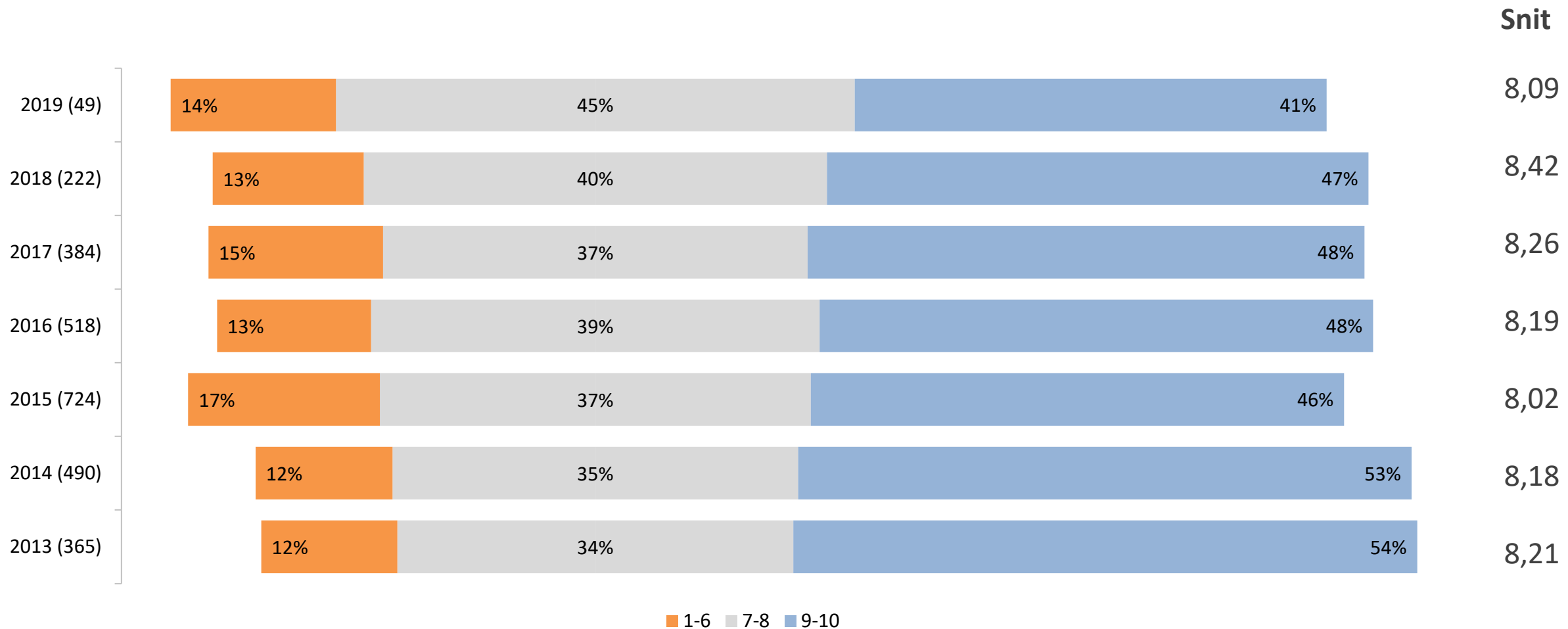
TILTRÆKNINGSKRAFT – SAMLET FOR ALLE EVENTS

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



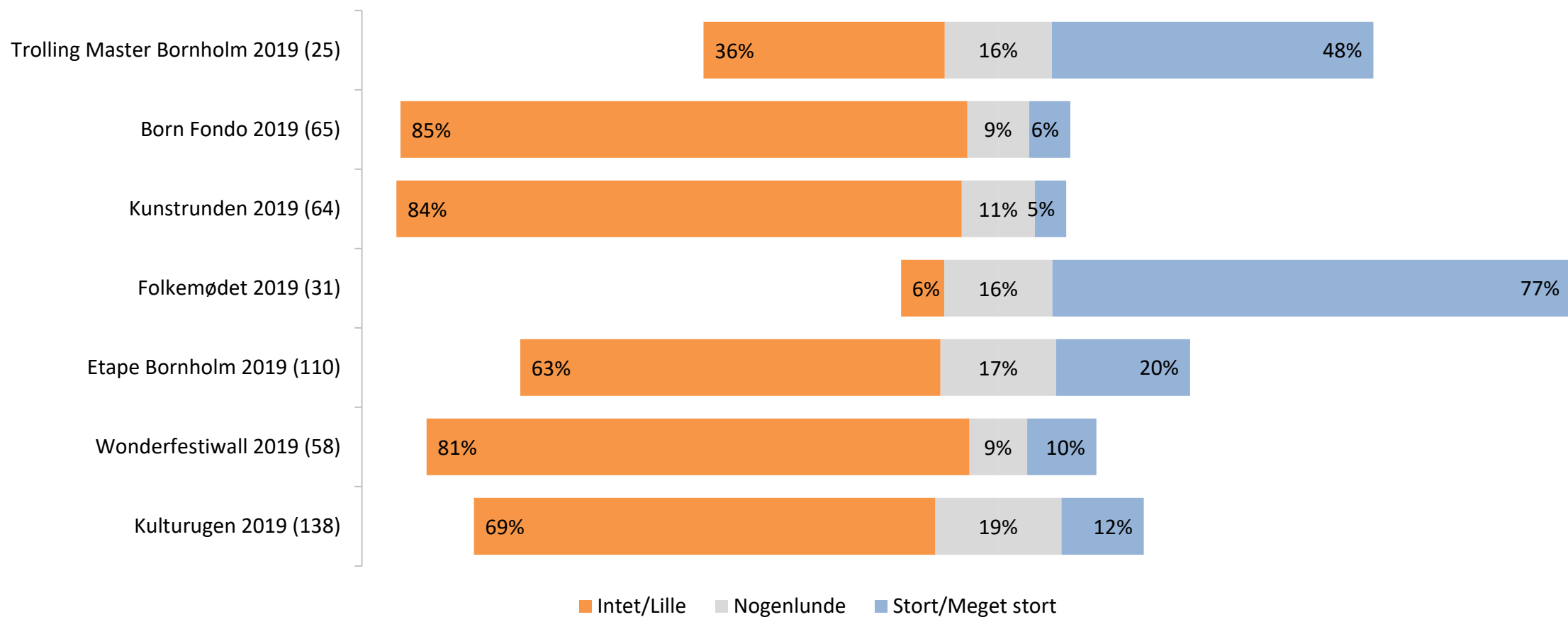
SAMLET VURDERING AF EVENTS

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



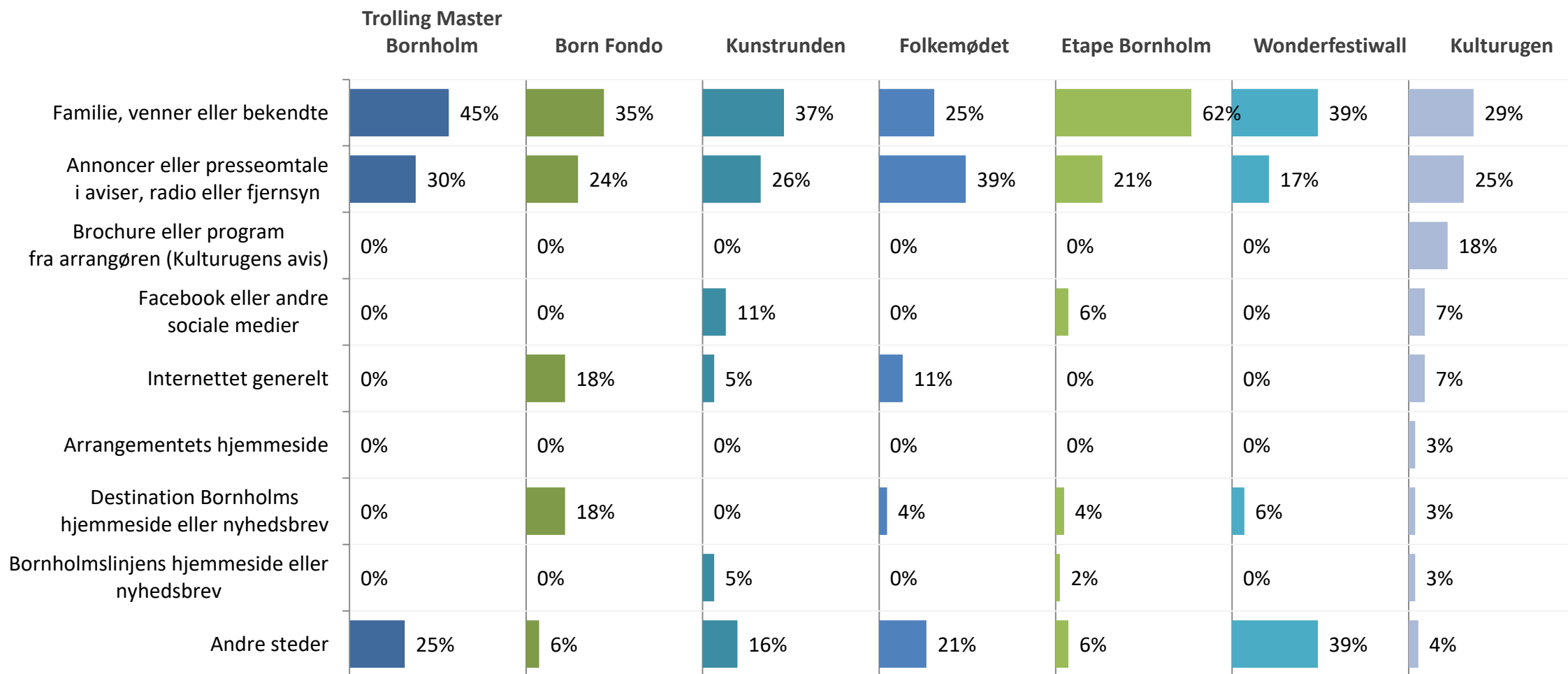
KENDSKAB TIL EVENTS 2019

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



MEDIER/KILDER TIL KENDSKAB TIL EVENTS 2019

Hvordan fik du første gang kendskab til arrangementet?



ÅBNE KOMMENTARER TIL ALLE ARRANGEMENTER

Trolling Master Bornholm

"Der mangler et område til gæster hvor man kan få en kop kaffe eller mad."

Mand, 57 år, Hovedstaden

Kulturugen

"Der kunne være større offentlig spredning af budskabet f.eks. ved plakater."

Mand, 71 år, Sjælland

Kulturugen

"Vi var til Steffen Brandts koncert 'Udenfor sæsonen'. Det var kedeligt og ikke særligt interessant. Der opstod ikke noget nyt og spændende af at bringe klassiske musikere sammen med hans og andre musikeres numre. Det virkede som om, Steffen Brandt lagde navn til noget, der IKKE holdt."

Kvinde, 60 år, Sjælland

Etape Bornholm

"Kommer igen."

Mand, 55 år,
Hovedstaden

Kulturugen

"Jeg synes ikke, at det er rimeligt, at når man køber et kulturpas at man så også skal betale for at deltage/opleve tingene. Det gør at nogle af dem med den dårligste økonomi ikke kan deltage."

Kvinde, 63 år, Hovedstaden

Wonderfestiwall

"Der mangler ordentlige spisesteder. Der er for meget junkfood."

Kvinde, 50 år, Hovedstaden

Etape Bornholm

"Godt organiseret løbe- og familiearrangement."

Mand, 68 år, Hovedstaden

Trolling Master Bornholm

"Jeg var der kun som tilskuer, men en meget engageret flok frivillige som svarede på alle de spørgsmål vi havde og mere til meget informative og venlige personer over hele arrangementet."

Kvinde, 72 år, Sjælland

Trolling Master Bornholm

"Ekstremt veltilrettelagt og gennemført til stor tilfredshed siden 2008."

Mand, 72 år, Hovedstaden

Kulturugen

"Jeg var skuffet over at købe billet til gallakonzert, for så at blive nægtet adgang, hvis jeg ikke købte kulturugepas ved indgangen. Ved ikke hvad de ville have gjort, hvis vi ingen penge havde med. Der må være andre måder at gøre dette på."

Mand, 61 år, Hovedstaden

Kulturugen

"Vi har oplevet kulturugen flere gange. Vi manglede udendørs kunst og større kunststillinger. Vi besøgte Melsted gård fordi kulturugen reklamerede med smag på Bornholm. Det var meget skuffende aflyst. Der var ikke noget skilt udenfor med aflysning. Mange gik forgæves - og måtte informeres ved mund til mund."

Kvinde, 72 år, Sjælland

Kulturugen

"En anden gang kan vi forberede os på mulighederne. Får nu information via nyhedsbreve og app."

Mand, 72 år, Midtjylland

Kulturugen

"Det er super flot hvad man får stablet på benene. Spændende, bredde og mangfoldige arrangementer. Fint med badge krav, tænker at man godt kunne betale lidt mere for badge. Ved nogle arrangementer kommer der efterhånden så mange deltagere at det kan være svært at høre hvad der bliver sagt. Det bliver for crowded. Udenfor sæsonen koncerten er højdepunktet."

Kvinde, 61 år, Sjælland

Kulturugen

"For lidt kontrol med kulturpassene. Der er stadig for mange snydere, og en del af dem taler bornholmsk."

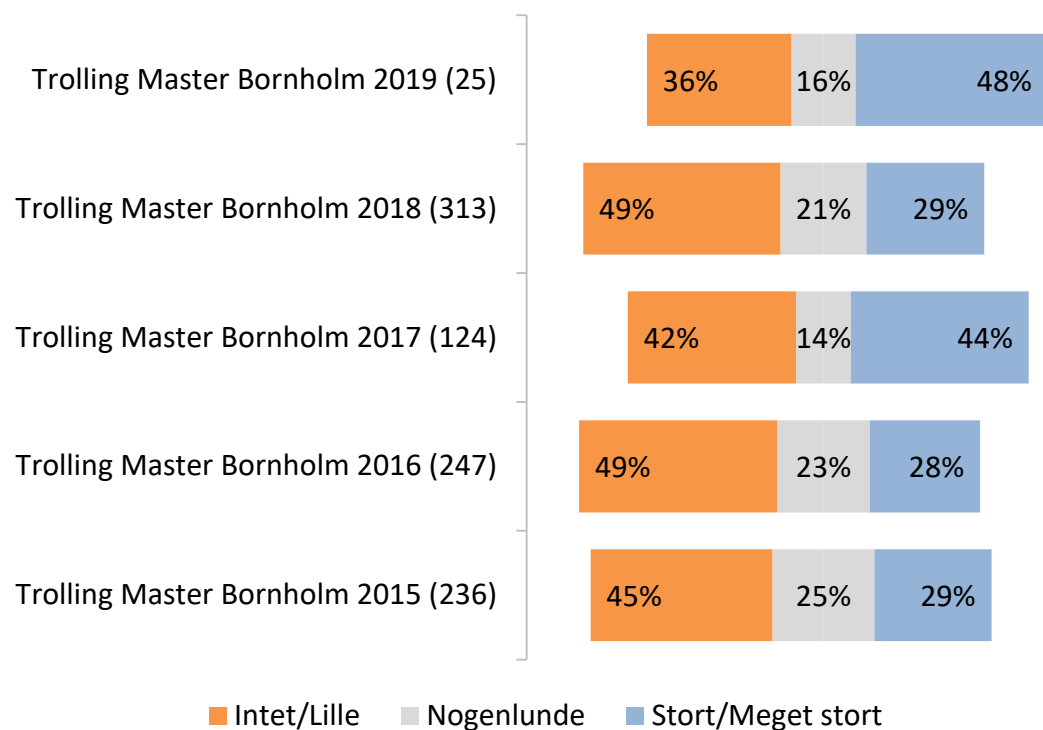
Mand, 72 år, Hovedstaden

EVALUERING AF TROLLING MASTER BORNHOLM

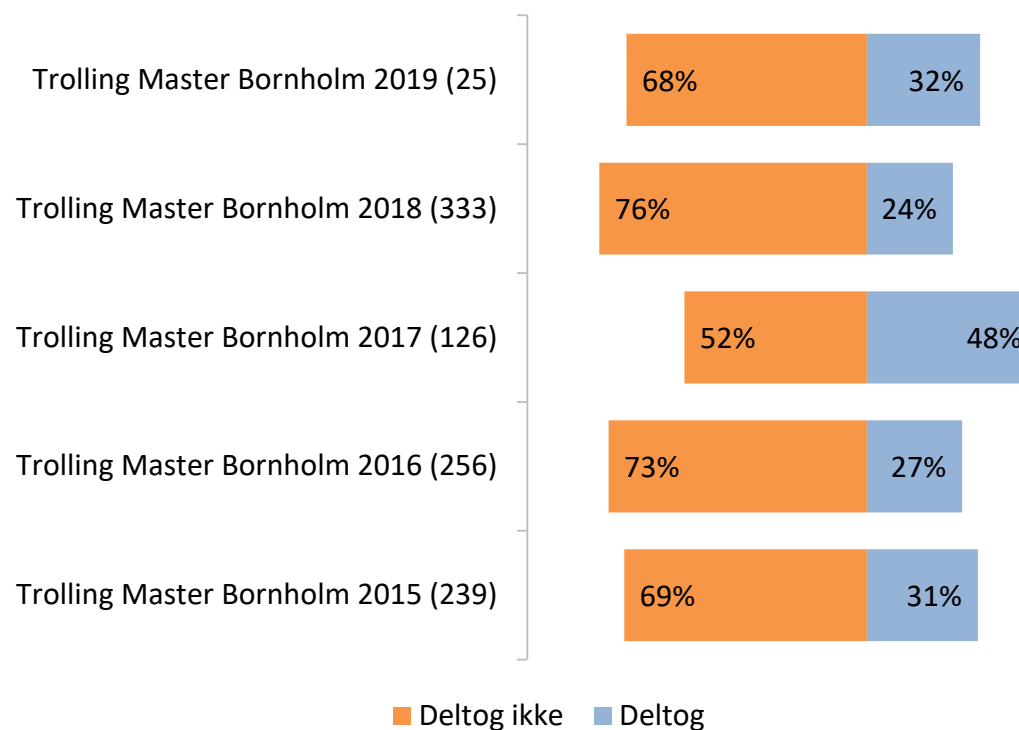


KENDSKAB TIL OG DELTAGELSE I TROLLING MASTER BORNHOLM

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

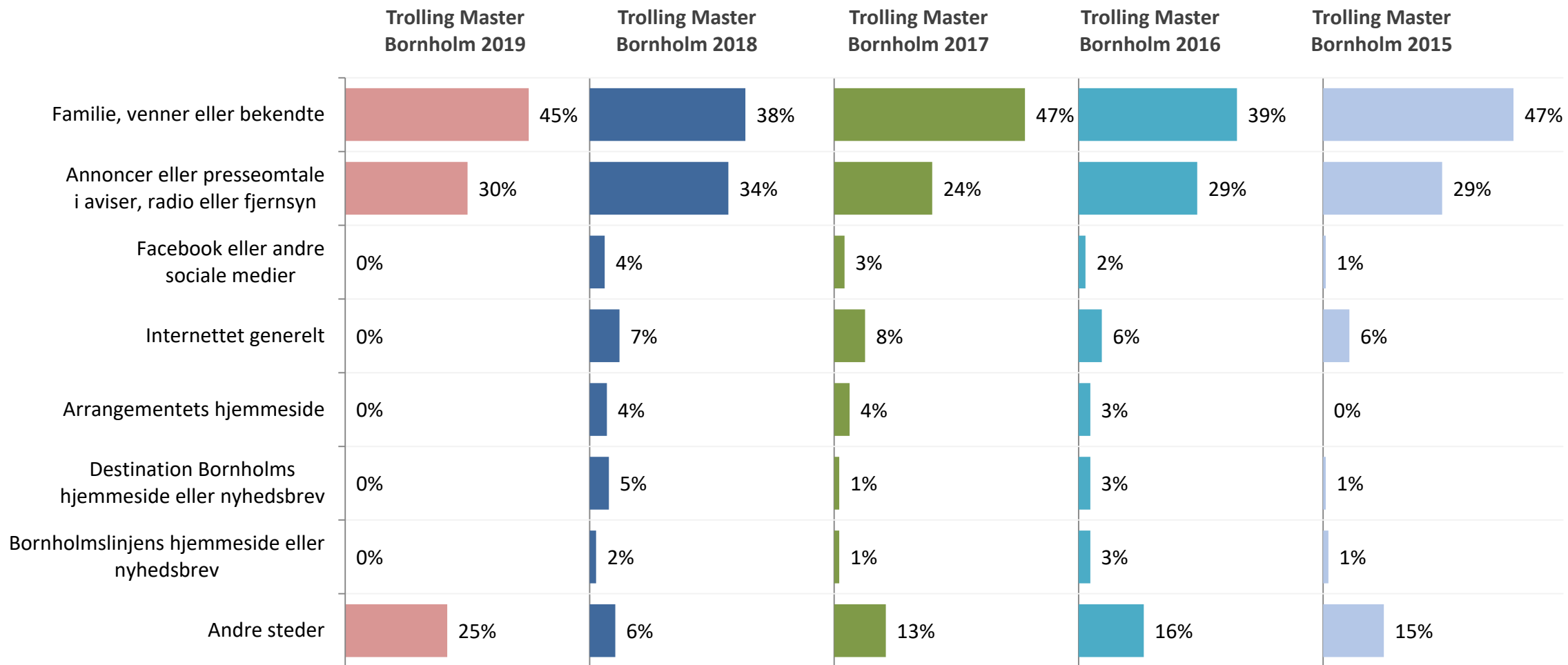


Deltog du i et eller flere af arrangementerne?



MEDIER/KILDER TIL KENDSKAB TIL TROLLING MASTER BORNHOLM

Hvordan fik du første gang kendskab til arrangementet?

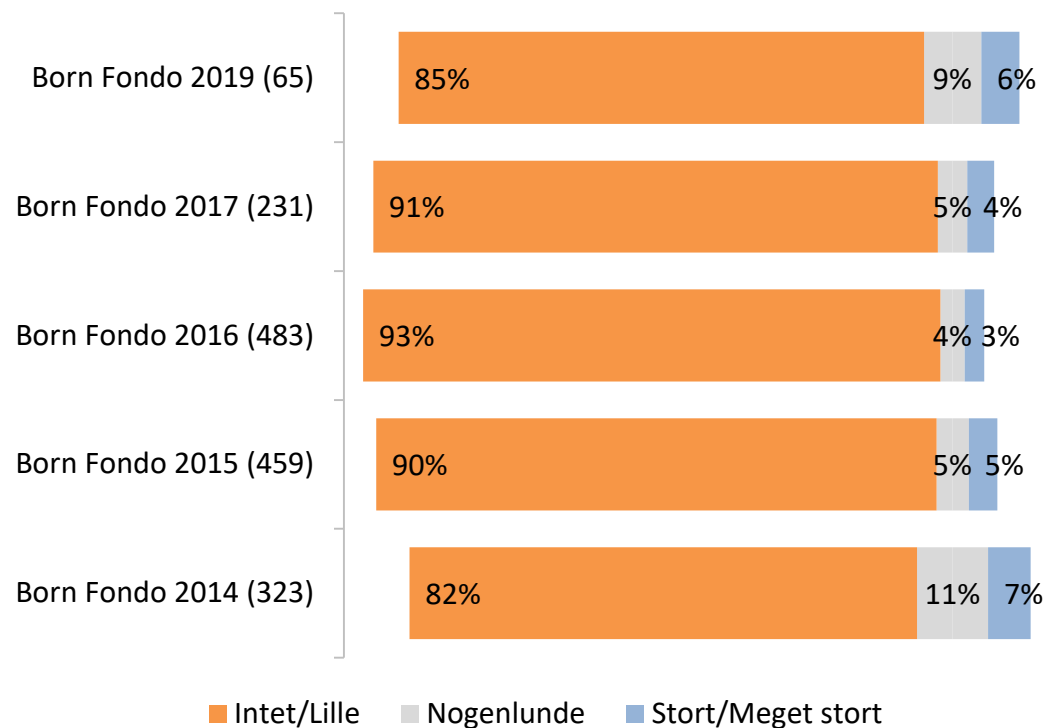


EVALUERING AF BORN FONDO

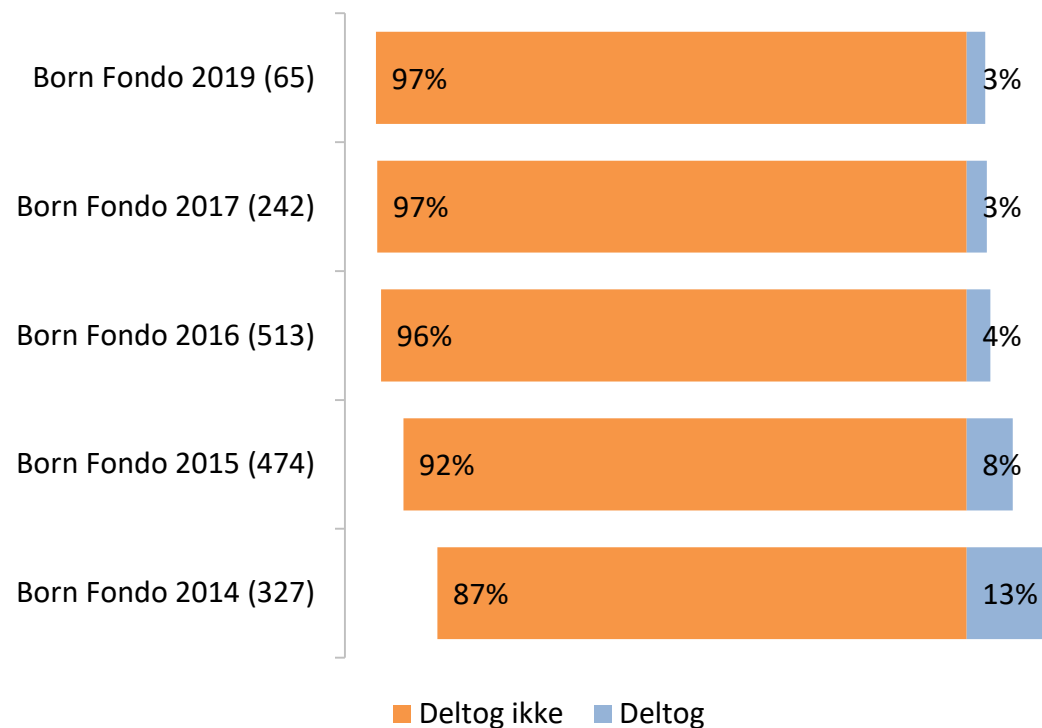


KENDSKAB TIL OG DELTAGELSE I BORN FONDO

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

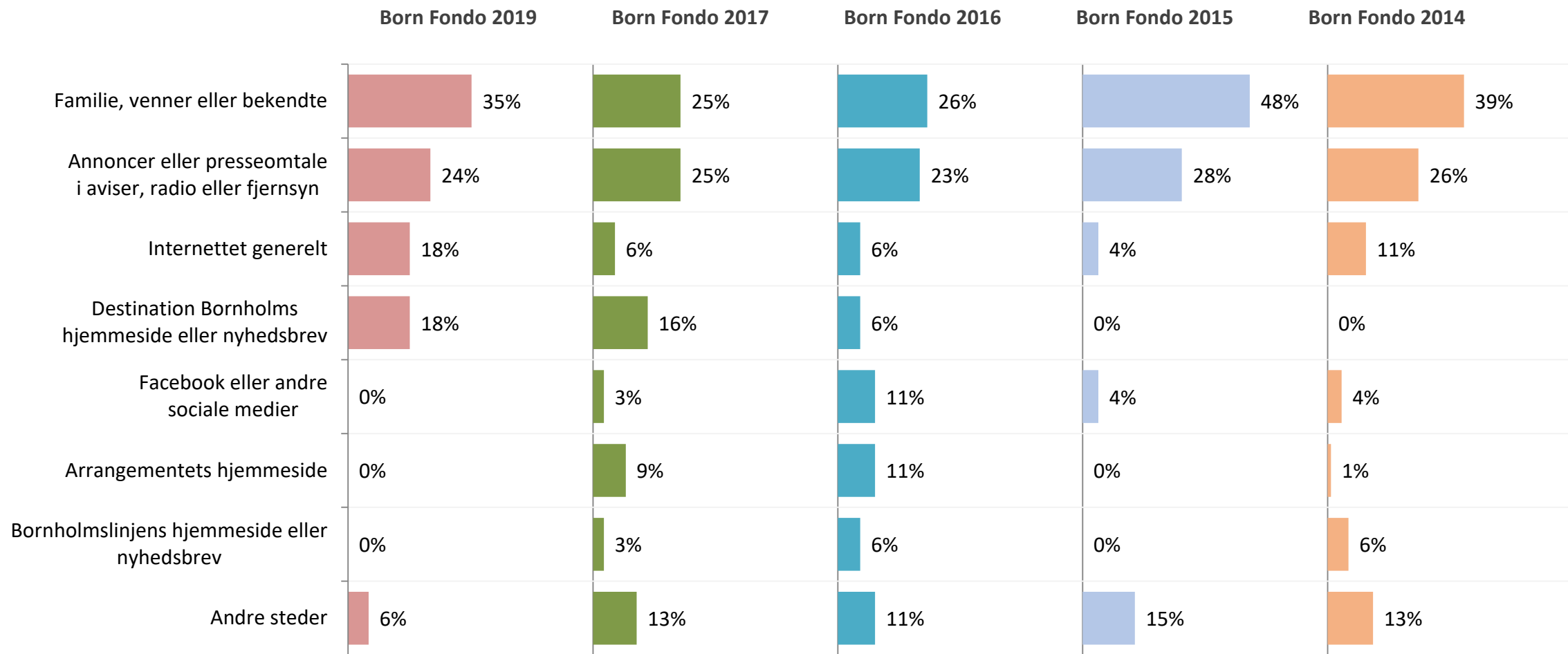


Deltog du i et eller flere af arrangementerne?



MEDIER/KILDER TIL KENDSKAB TIL BORN FONDO

Hvordan fik du første gang kendskab til arrangementet?

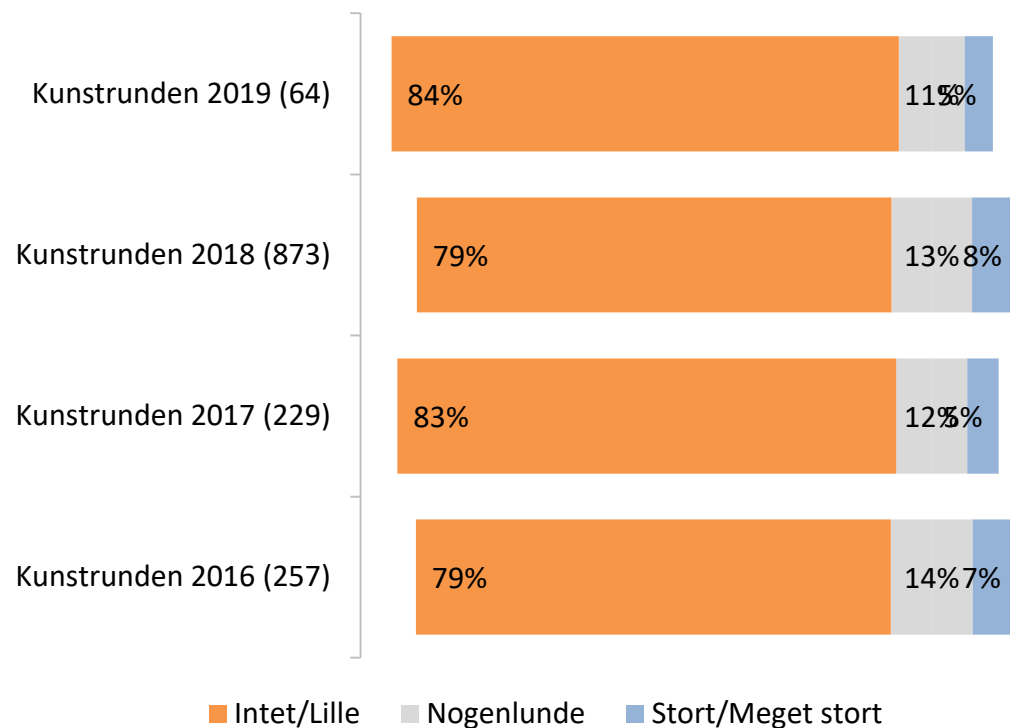


EVALUERING AF KUNSTRUNDEN

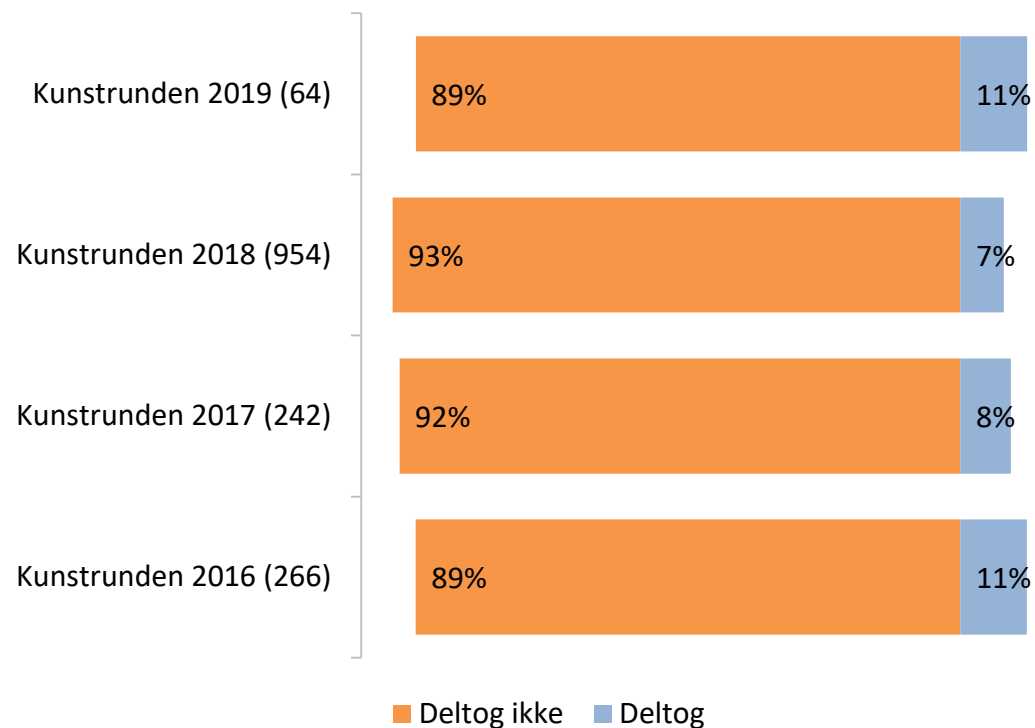


KENDSKAB TIL OG DELTAGELSE I KUNSTRUNDEN

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

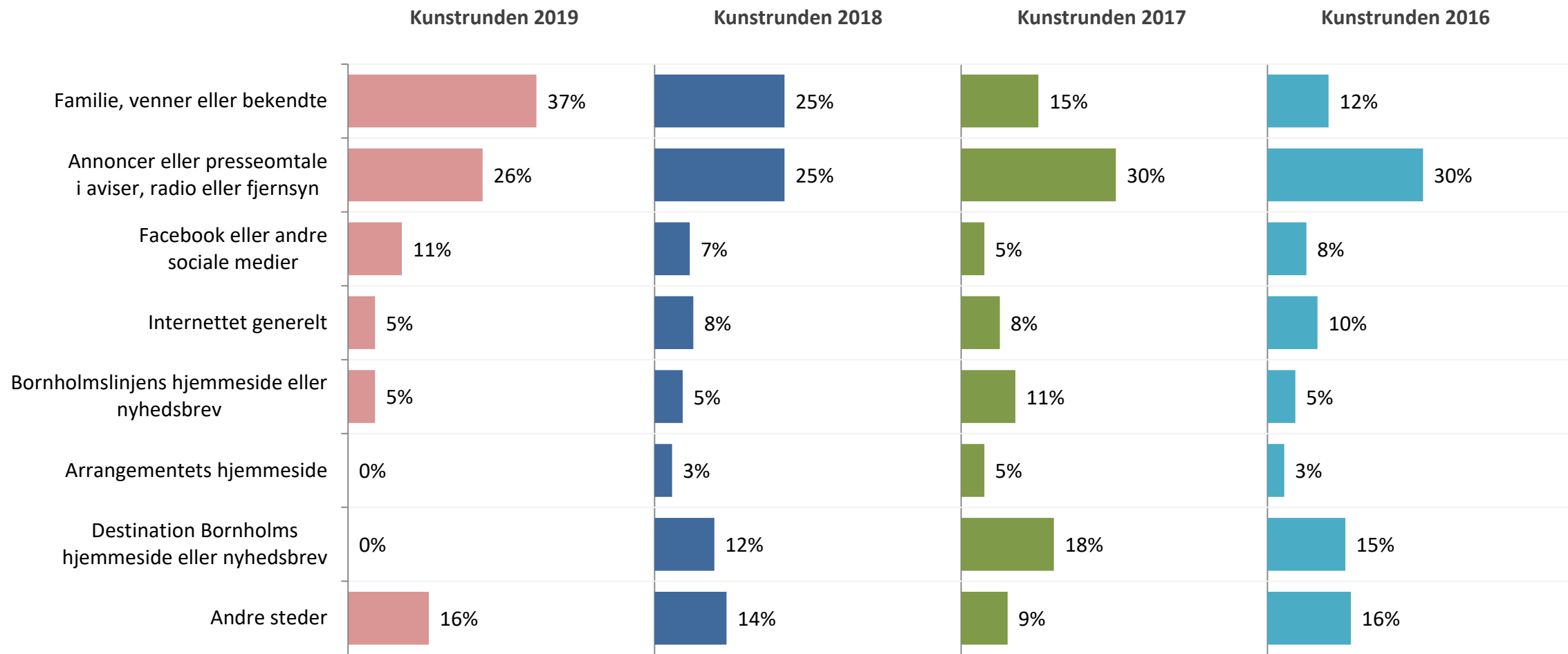


Deltog du i et eller flere af arrangementerne?



MEDIER/KILDER TIL KENDSKAB TIL KUNSTRUNDEN

Hvordan fik du første gang kendskab til arrangementet?

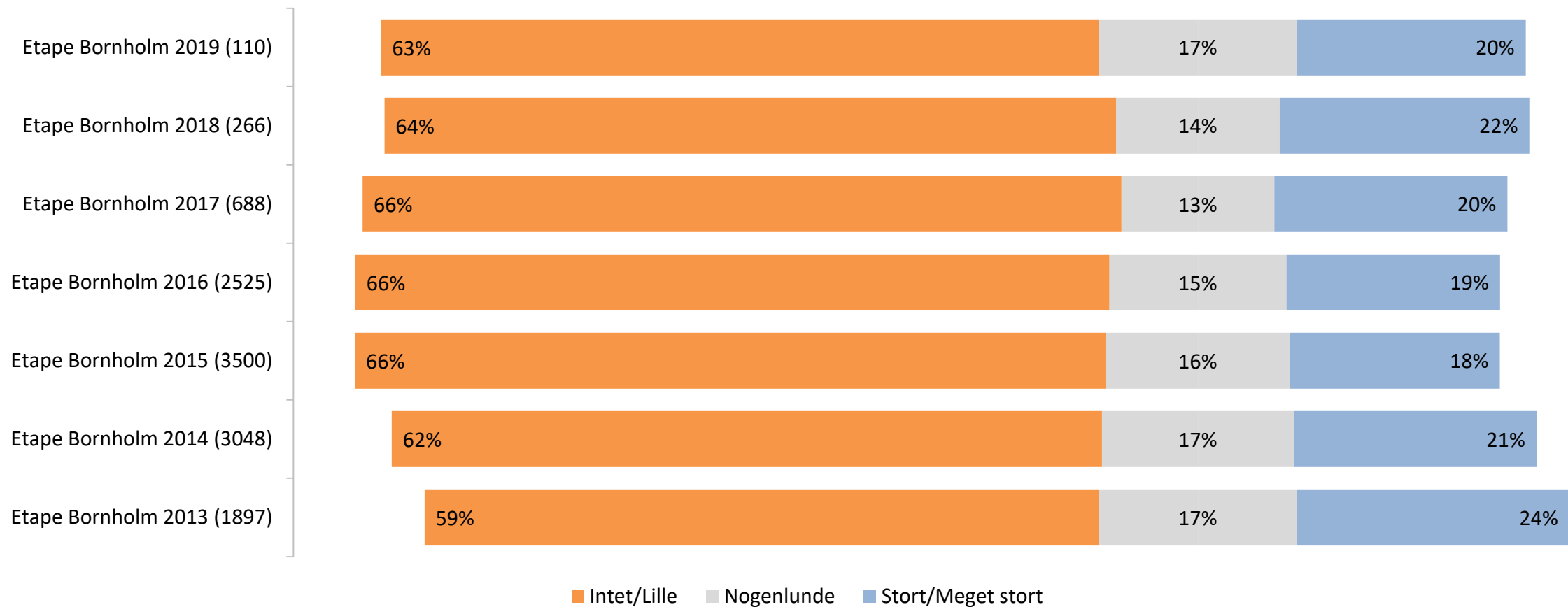


EVALUERING AF ETAPE BORNHOLM



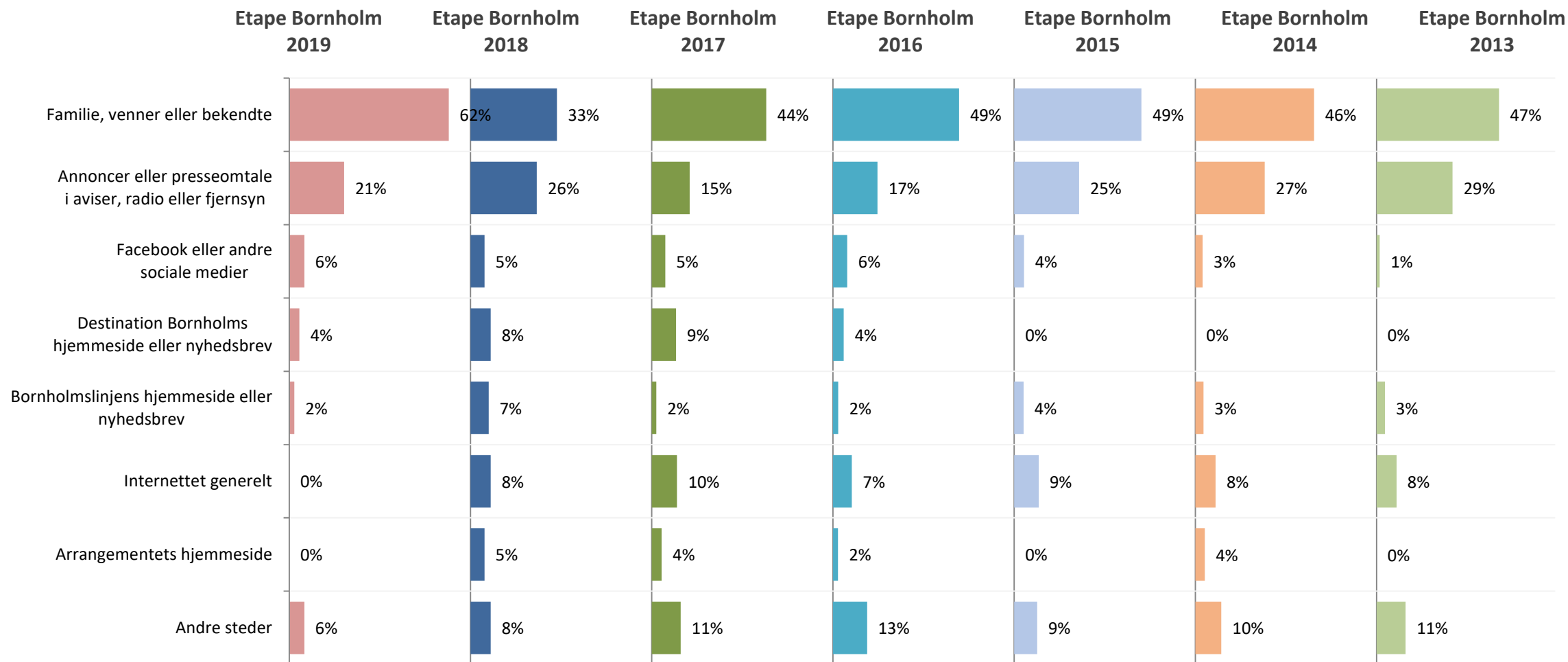
KENDSKAB TIL ETAPE BORNHOLM

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



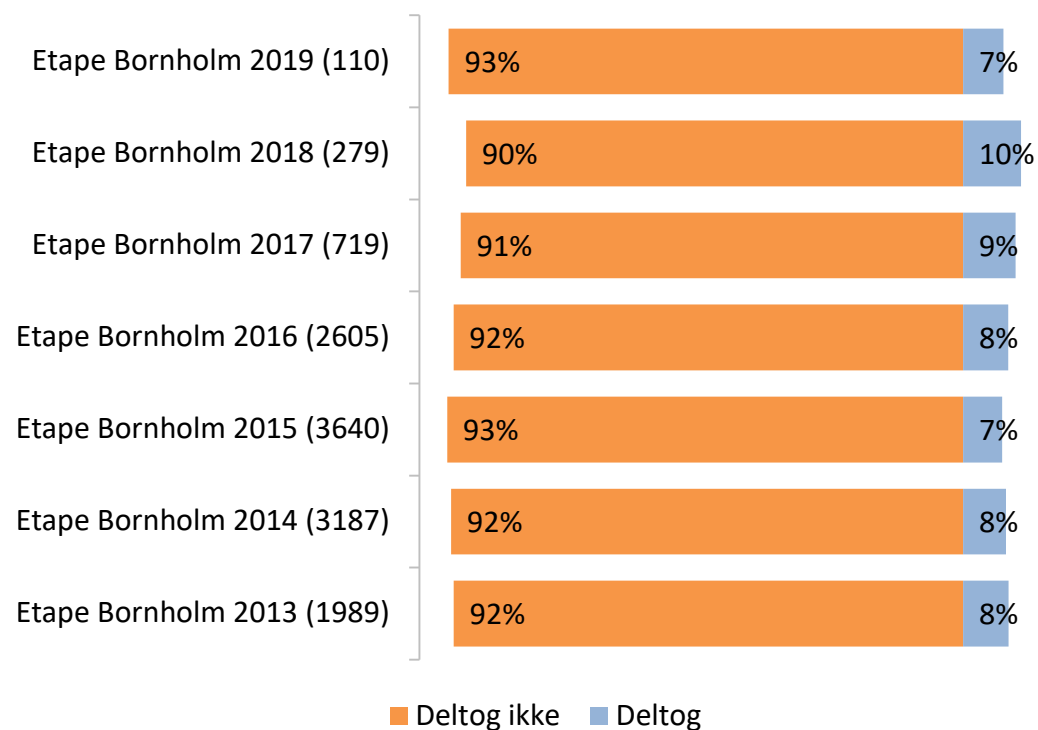
MEDIER/KILDER TIL KENDSKAB TIL ETAPE BORNHOLM

Hvordan fik du første gang kendskab til arrangementet?



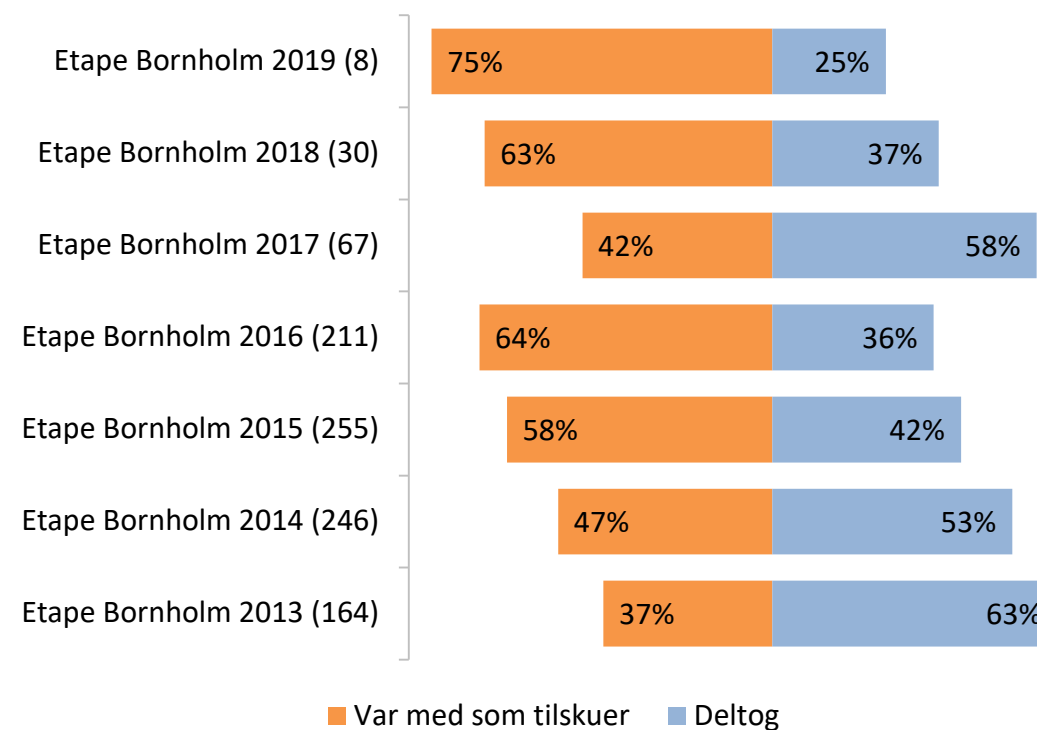
DELTAGELSE I ETAPE BORNHOLM

Deltog du i et eller flere af arrangementerne?



Base: Alle respondenter minus "Ved ikke"

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



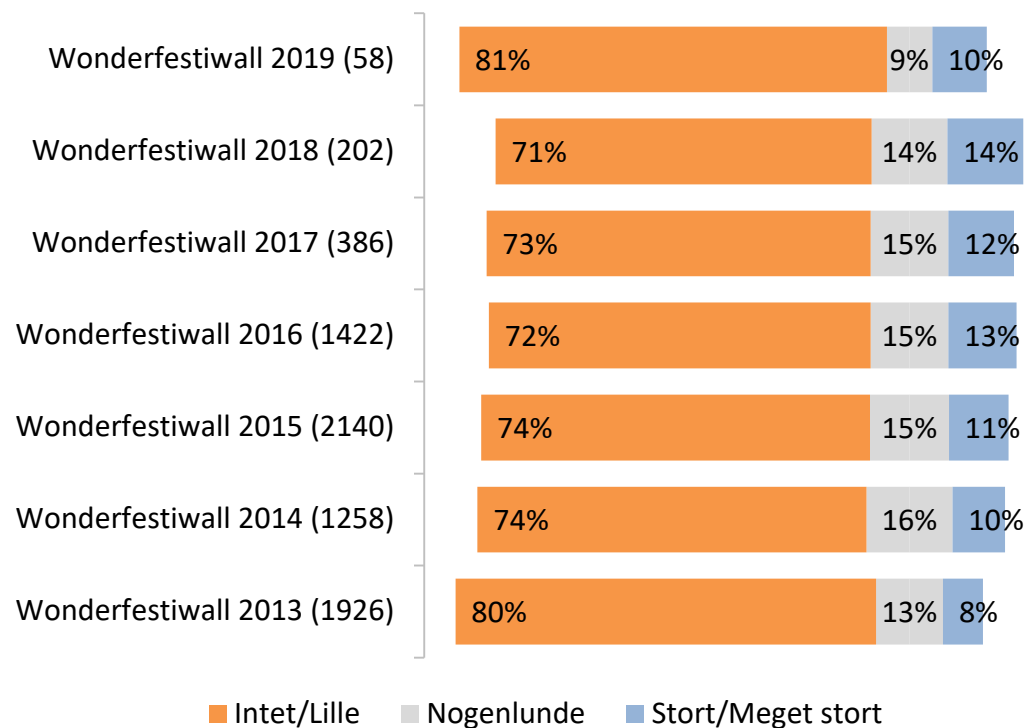
Base: Besøgte arrangementet

EVALUERING AF WONDERFESTIWALL

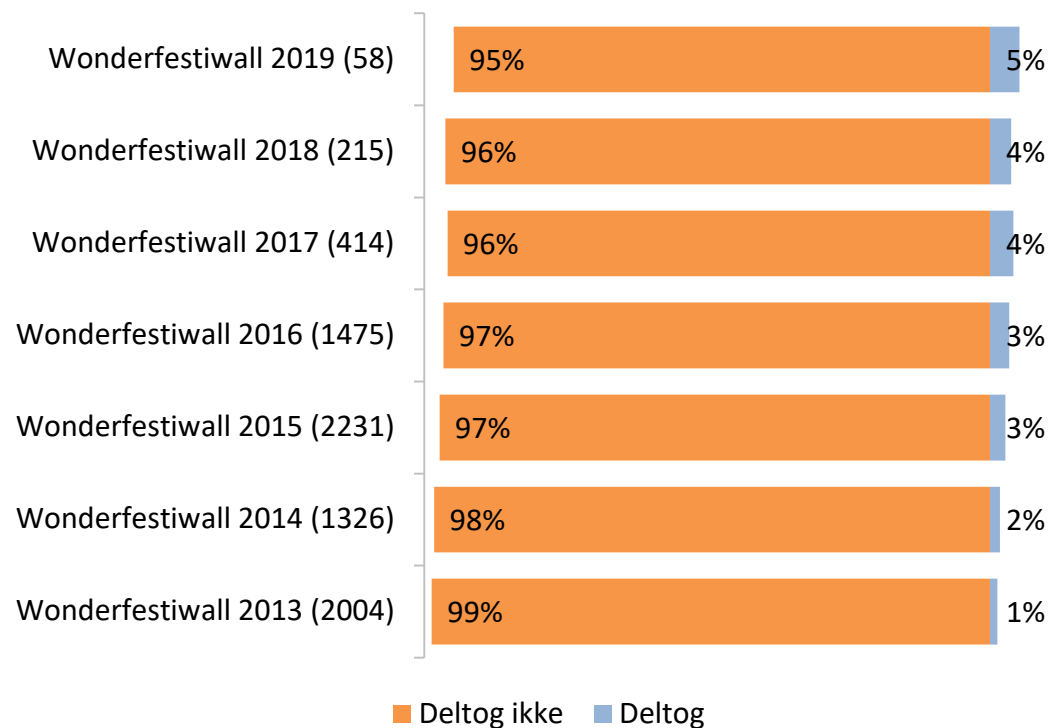


KENDSKAB TIL OG DELTAGELSE I WONDERFESTIWALL

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

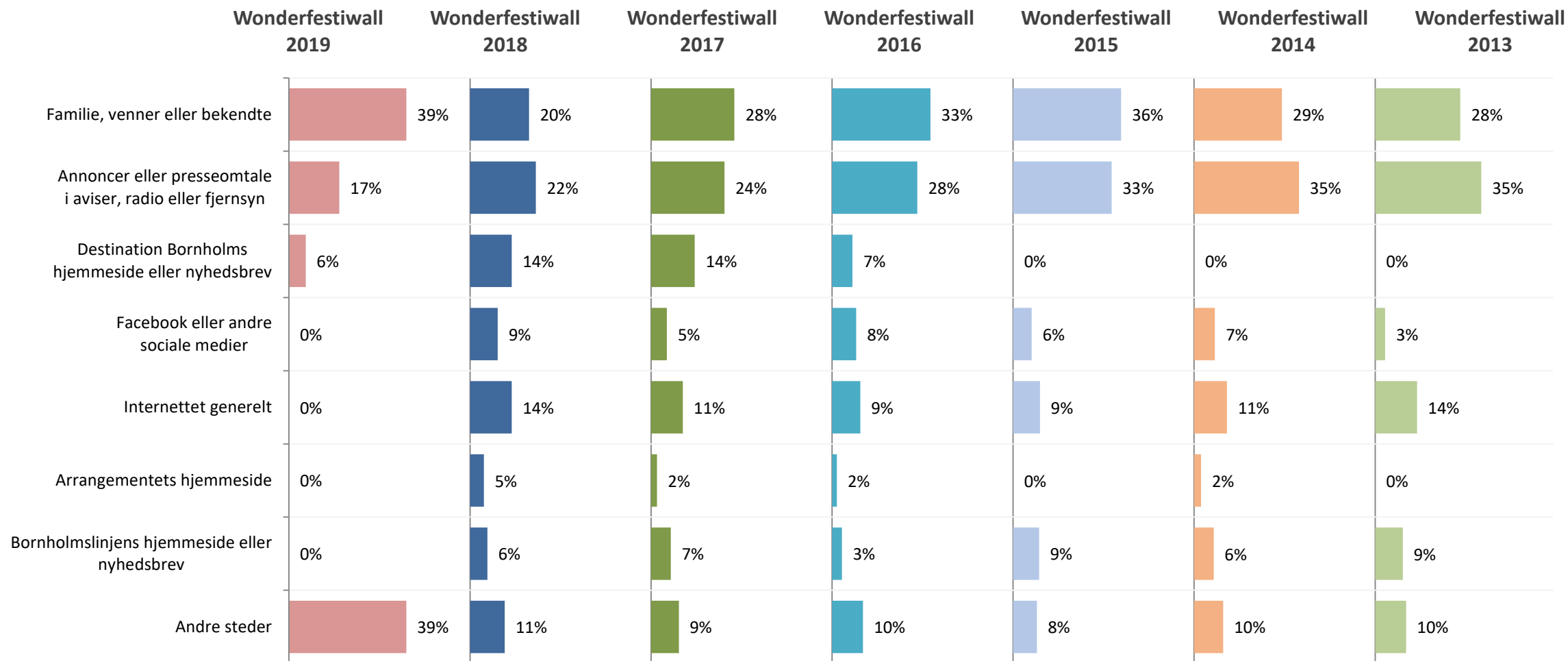


Deltog du i et eller flere af arrangementerne?



MEDIER/KILDER TIL KENDSKAB TIL WONDERFESTIWALL

Hvordan fik du første gang kendskab til arrangementet?

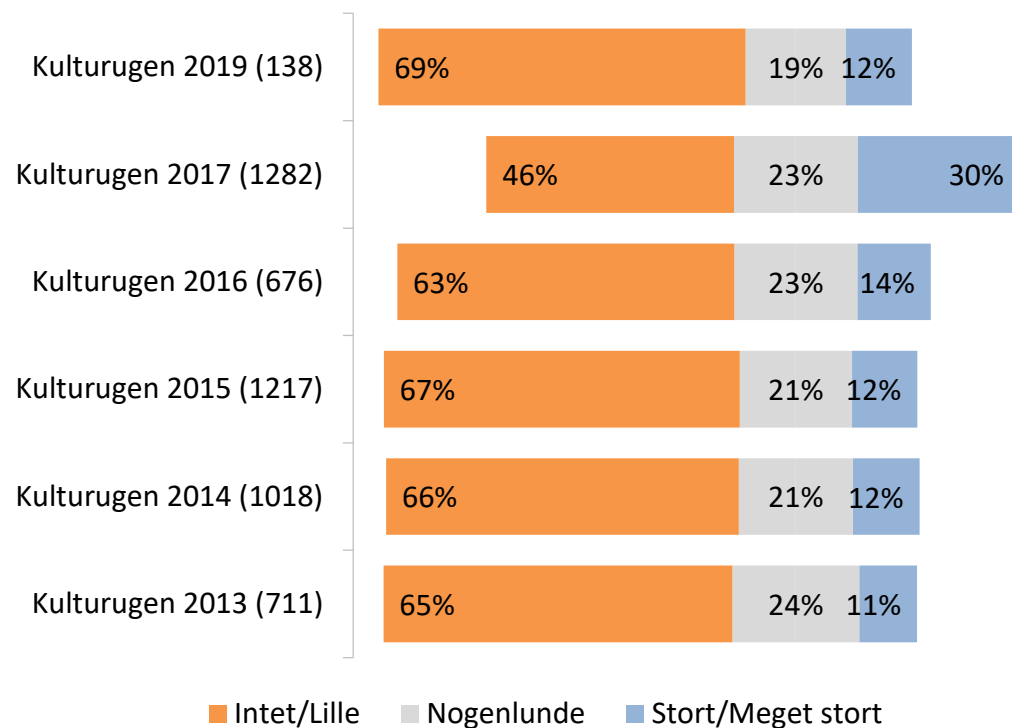


EVALUERING AF KULTURUGEN

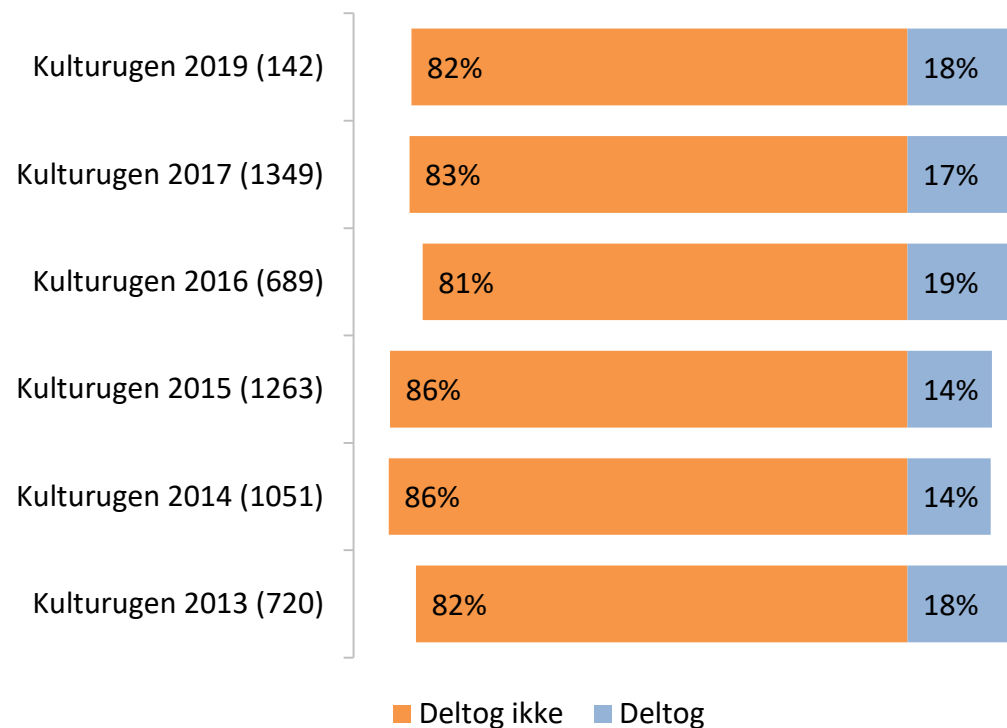


KENDSKAB TIL OG DELTAGELSE I KULTURUGEN

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



Deltog du i et eller flere af arrangementerne?



MEDIER/KILDER TIL KENDSKAB TIL KULTURUGEN

Hvordan fik du første gang kendskab til arrangementet?

