

GÆSTETILFREDSHED SOMMER 2019 - Blåvand

Dansk Kyst- og naturturisme

Wilke, 2019



DANSK
KYST & NATUR
TURISME



Indhold

Data og metode	S. 3
Opsummering af hovedresultater	S. 7
Overordnet tilfredshed og anbefalingsvillighed	S. 9
Tilfredshed med specifikke forhold	S. 25
Destinationsspecifikke spørgsmål	S. 40
Baggrund	S. 43
Kontakt	S. 54

DATA OG METODE

Data og metode



Data

Denne rapport bygger på 302 gennemførte interviews med danske og udenlandske gæster på feriestedet. Alle interviews er gennemført i juli og august måned 2019. Interviewene er gennemført over en periode på minimum 10 dage. Interviewlokationerne er udvalgt i samarbejde med destinationen/kommunen. Der er taget højde for særlige aktiviteter/begivenheder, der kan skævvride dataindsamlingen, fx sportsstævner.

De deltagende gæster er tilfældigt udvalgt. Det har været muligt at besvare spørgeskemaet på dansk, norsk, svensk, engelsk og tysk.



Metode

Alle vurderings- og tilfredshedsspørgsmål undtagen spørgsmålet om anbefalingsvillighed er blevet besvaret på en skala fra 1-5, hvor 1 er "Meget utilfreds" eller "Meget dårligt" og 5 er "Meget tilfreds" eller "Meget godt". I graferne er disse spørgsmålet kategoriseret på følgende måde:

- Utilfreds (har svaret 1-3)
- Tilfreds (har svaret 4)
- Meget tilfreds (har svaret 5)

Ved disse spørgsmål er der udregnet et gennemsnit baseret på denne skala. Gennemsnittet ved de enkelte spørgsmål bliver desuden sammenlignet med gennemsnittet af alle besvarelser i undersøgelsen.

Hvert spørgsmål er angivet med det antal gæster, der har besvaret spørgsmålet. Ved opdeling i undergrupper vises antallet af besvarelser i den pågældende undergruppe.

Data og metode



NPS

Net Promoter Score (NPS) er et mål for, i hvor høj grad turisterne vil anbefale feriestedet til venner eller kollegaer. NPS er derfor et mål for kundeloyalitet, baseret på gæstens villighed til at anbefale et feriested.

NPS i denne analyse er baseret på spørgsmålet: "Alt i alt, på en skala fra 0 til 10, hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale feriedestinationen til en ven eller en kollega?". Feriegæsterne kunne svare på en skala fra 0-10, hvor 0 er "meget usandsynligt" og 10 er "meget sandsynligt" i forhold til om de vil anbefale feriestedet til andre.

Gæsterne er baseret på deres svar blevet inddelt i tre grupper: kritikere, neutrale og ambassadører.

- Kritikere er de gæster, der har svaret 0-6
- De neutrale er de gæster, der har svaret 7-8
- Ambassadørerne er de gæster, der har svaret 9-10

NPS scoren går fra -100 til +100. NPS udregnes det ved at fratække andelen af kritikere (dem, der har svaret 0-6) fra andelen af ambassadører (dem, der har svaret 9-10).



Forbehold


Et nævneværdigt forbehold ved denne undersøgelse er at den gennemsnitlige tilfredshed og anbefalingsvillighed er relativt høj. Ferie er for de fleste opfattet som noget positivt. Dermed kan den høje tilfredshed og anbefalingsvillighed være et udtryk for, at ferie i sig selv er et positivt emne, og at man i interviewsituationen fanger folk i en positiv situation.

Alle typer af gæster er blevet interviewet i denne undersøgelse. Det vil sige fritidsgæster på udflugt, besøgende hos venner og familie til egentlige feriegæster. Interviewene er hovedsageligt gennemført i bymiljøerne på feriestederne, og besvarelserne kan derfor påvirkes af bymiljøernes kvalitet.

Selvom der er en spredning i indsamlingsperioden samt typen af feriegæst, er den demografiske fordeling af respondenterne i undersøgelsen ikke nødvendigvis retvisende for den faktiske fordeling af gæsterne på feriestedet i den givne periode.

Der er spørgsmål i denne undersøgelse, hvor baserne er under 30 besvarelser. Små baser er forbundet med stor usikkerhed. Derfor indgår spørgsmål med baser under 30 ikke i graferne.

Net Promoter Score (NPS) – et stærkt mål for loyalitet

 Alt i alt, på en skala fra 0 til 10, hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale feriestedet til en ven eller en kollega?



Ambassadører

Ambassadører (9-10) er loyale og entusiastiske besøgende der vil fortsætte med at vende tilbage, samt anbefale til andre og dermed skabe vækst.



Neutrale

Neutrale (7-8) er tilfredse men uentusiastiske besøgende, der er let modtagelige overfor hvad konkurrenterne tilbyder



Kritikere

Kritikere (0-6) er utilfredse besøgende, der kan skade dit brand og hindre vækst gennem negativ mund-til-mund omtale.

Net Promoter Score (NPS)

Hvis scoren er positiv, er der flere Ambassadører end Kritikere, og vice versa.

Jo højere NPS → Jo bedre

$$\text{NPS} = \text{😊} - \text{😞}$$

% Ambassadører | % Kritikere





OPSUMMERING AF HOVEDRESULTATER

Opsummering af hovedresultater



1

OVERORDNET TILFREDSHED OG ANBEFALINGSVILLIGHED

Den gennemsnitlige overordnede tilfredshed med Blåvand som rejse-/besøgsmaal er 4,6. Til sammenligning er tilfredsheden på tværs af alle de deltagende feriesteder 4,6. Anbefalingsvilligheden (NPS) i Blåvand er 63, hvor NPS'en på tværs af de deltagende feriesteder er 62.

2

ÅRSAGER TIL ANBEFALINGSVILLIGHED

Ambassadørerne for Blåvand fremhæver især atmosfæren (53%), naturen (22%) og stranden (17%) som årsager til den høje anbefalingsvillighed. De parametre, der kan øge anbefalingsvilligheden er især mindre turistpræget og bedre priser.

3

TILFREDSHEDEN MED SPECIFIKKE FORHOLD PÅ DESTINATIONEN

De forhold, der har højest tilfredshed på feriestedet blandt de interviewede er Den generelle venlighed fra befolkningen (4,7) og Områdets vedligeholdelse (rent og pænt) (4,7). Mens de forhold, der har lavest tilfredshed er Vejret (3,7) og Det generelle prisniveau ift. den tilbudte kvalitet af service og ydelser (3,8)

4

TILFREDSHED MED OVERNATNINGSFORM

Tilfredsheden med overnatningsstederne alt i alt på feriestedet er 4,5. Totalt set er den 4,5. De parametre ift. overnatningsstedet med den højeste tilfredshed er beliggenhed (4,6) og Information/service fra personalet (4,6) mens det parameter med den laveste tilfredshed er pris ift. Kvalitet (4,1)

5

RESPONDENTPROFIL

92% af respondenterne i Blåvand er feriegæster med mindst én overnatning i nærheden eller på en anden lokation, mens 8% er udflugtsgæster, der kommer hjemmefra. De fleste de interviewede gæster overnatter i området (mindre end 10 km væk). De fleste gæster overnatter i lejet feriehus, eget eller lånt feriehus eller på campingplads. 69% af de besøgende i Blåvand rejser med børn, mens de resterende (31%) rejser uden børn.



OVERORDNET TILFREDSHED OG ANBEFALINGSVILLIGHED

Tilfredshed med feriestedet

Alle besøgende

? Hvor tilfreds er du alt i alt med Blåvand som rejse-/besøgsmaal?

■ Utilfreds ■ Tilfreds ■ Meget tilfreds ■ Ved ikke

Overordnet
tilfredshed (n=302)



Gennemsnit

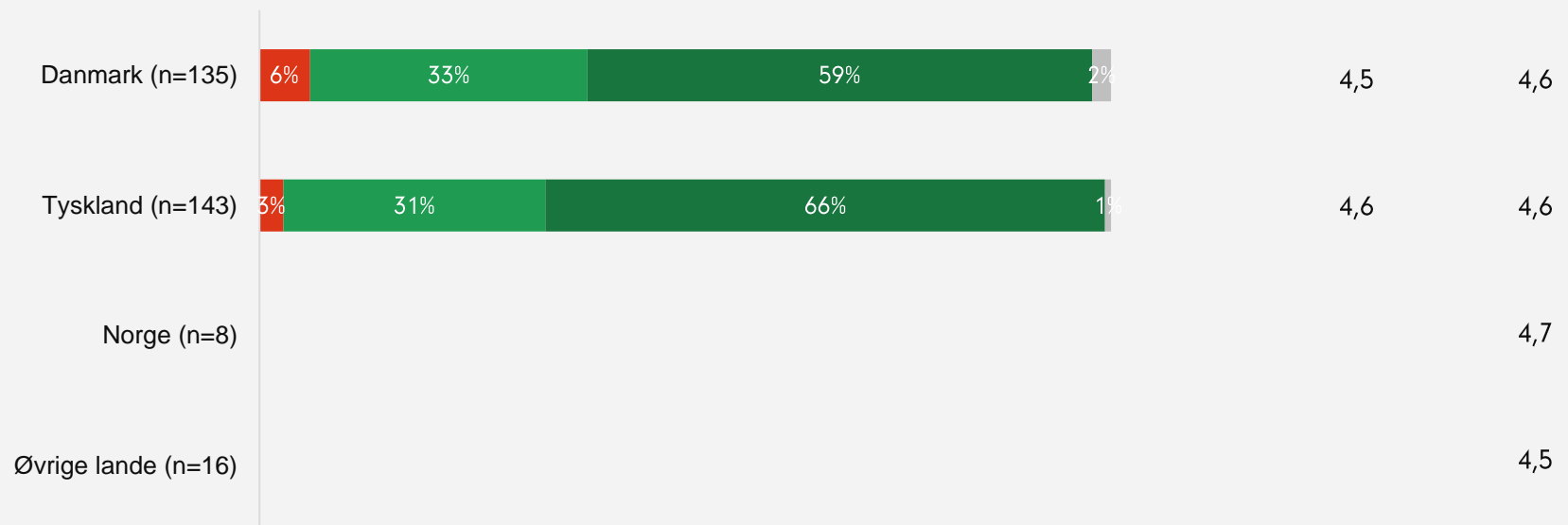
Blåvand	Total
4,6	4,6

Tilfredshed med feriestedet

Fordeling blandt nationaliteter

? Hvor tilfreds er du alt i alt med Blåvand som rejse-/besøgsmål?

■ Utilfreds ■ Tilfreds ■ Meget tilfreds ■ Ved ikke



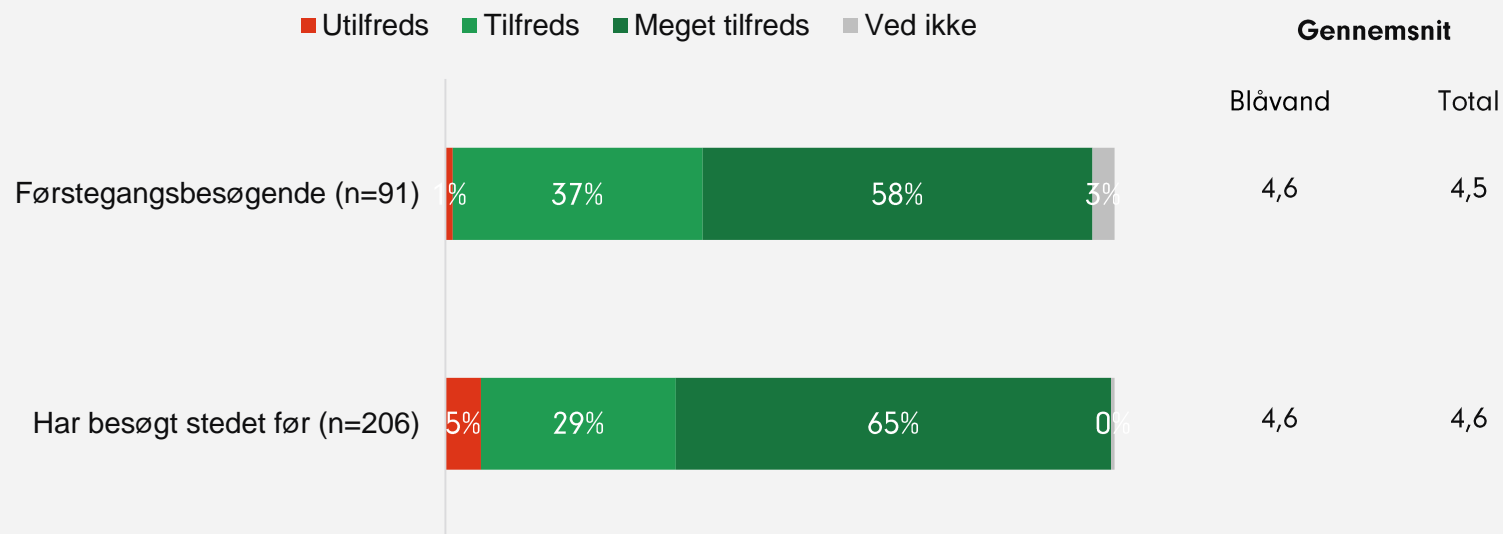
Note: Små baser er forbundet med stor usikkerhed. Grupper med mindre end 30 svar er usikre at tolke på og er derfor ikke medtaget i grafik



Tilfredshed med feriestedet


Fordelt mellem førstegangsbesøgende og har besøgt stedet før

? Hvor tilfreds er du alt i alt med Blåvand som rejse-/besøgsmaal?

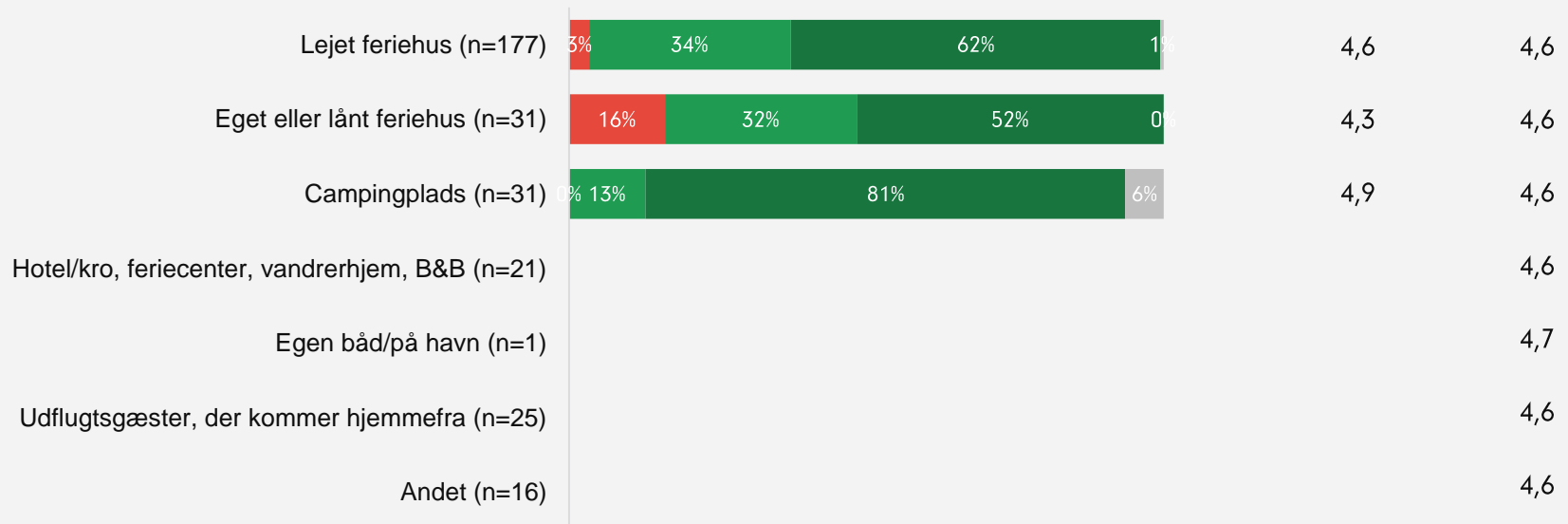


Tilfredshed med feriestedet

Fordeling på overnatningsform

 Hvor tilfreds er du alt i alt med Blåvand som rejse-/besøgsmaal?

■ Utilfreds ■ Tilfreds ■ Meget tilfreds ■ Ved ikke




Note: Små baser er forbundet med stor usikkerhed. Grupper med mindre end 30 svar er usikre at tolke på og er derfor ikke medtaget i grafik

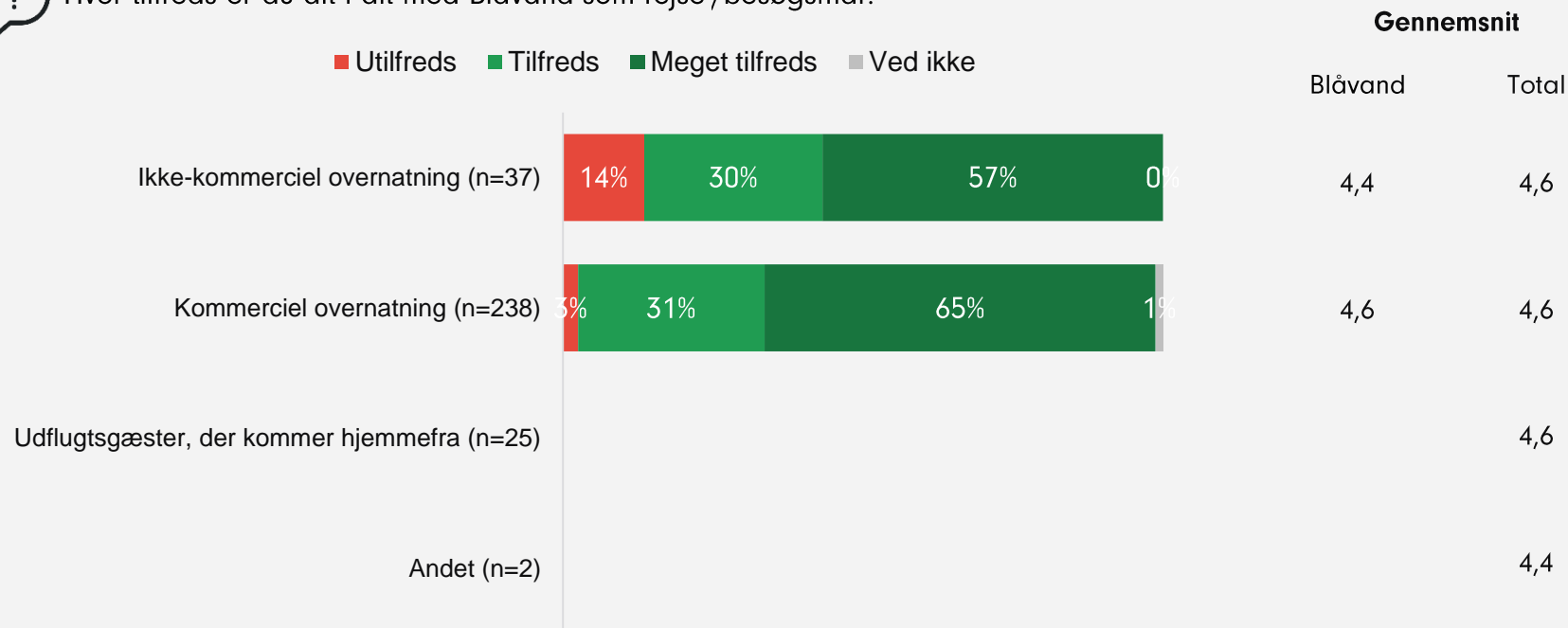


Tilfredshed med feriestedet

Fordeling på overnatningsform


 Hvor tilfreds er du alt i alt med Blåvand som rejse-/besøgsmål?

■ Utilfreds
 ■ Tilfreds
 ■ Meget tilfreds
 ■ Ved ikke



Note: Ikke-kommerciel overnatning er overnatning hos venner og familie samt i eget eller lånt feriehus. Kommerciel overnatning er overnatning i lejet feriehus, på campingplads, i autocamper udenfor campingplads, på hotel/kro, feriecenter, vandrerhjem, på egen båd/på havn, i privat lejet værelse/lejlighed/hus (både gennem privatudlejer, portal eller lign.)

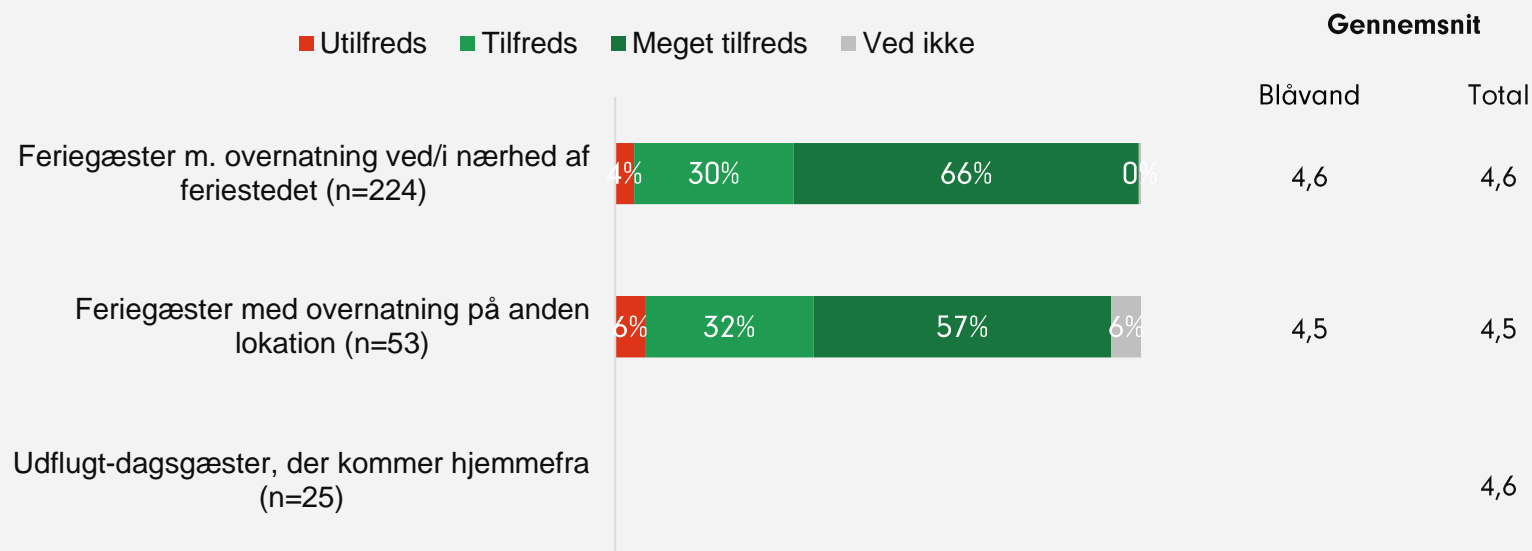
Note: Små baser er forbundet med stor usikkerhed. Grupper med mindre end 30 svar er usikre at tolke på og er derfor ikke medtaget i grafik



Tilfredshed med feriestedet

Fordelt mellem formålet med besøg/ophold

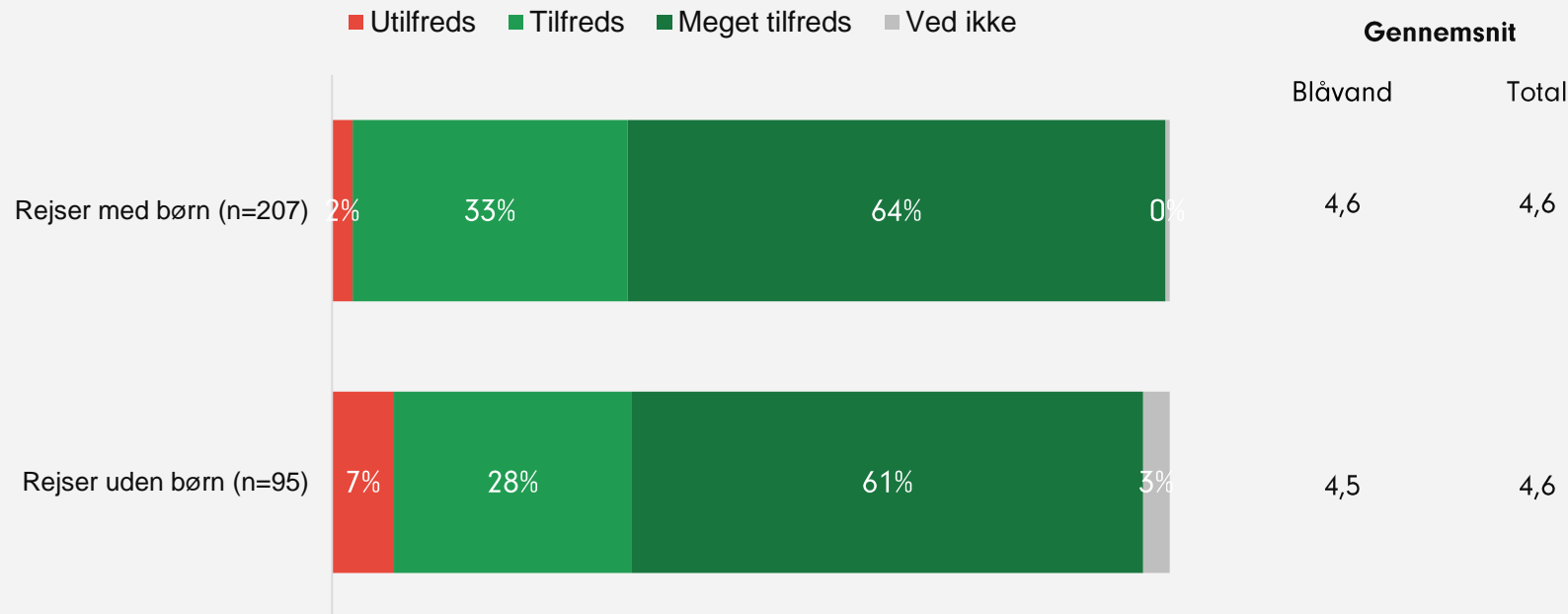
? Hvor tilfreds er du alt i alt med Blåvand som rejse-/besøgsmål?



Tilfredshed med feriestedet

Fordelt mellem rejsende med/uden børn

? Hvor tilfreds er du alt i alt med Blåvand som rejse-/besøgsmål?



Anbefalingsvillighed

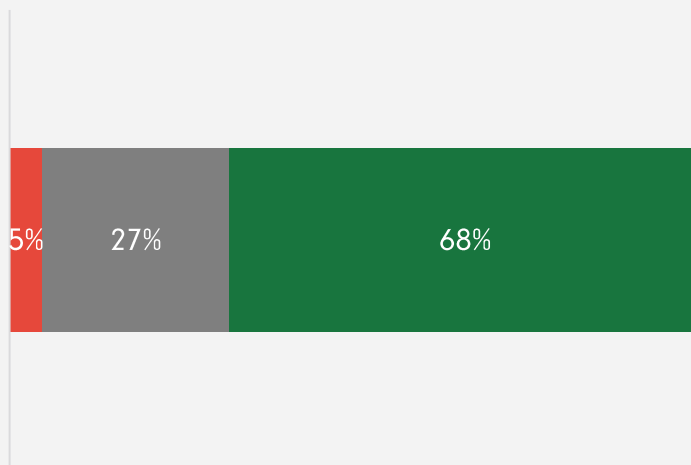
Alle besøgende



Alt i alt, på en skala fra 0 til 10, hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale Blåvand til en ven eller en kollega?

■ Kritikere ■ Neutrale ■ Ambassadører

Anbefalingsvillighed (n=290)



NPS

Blåvand

Total

63

62



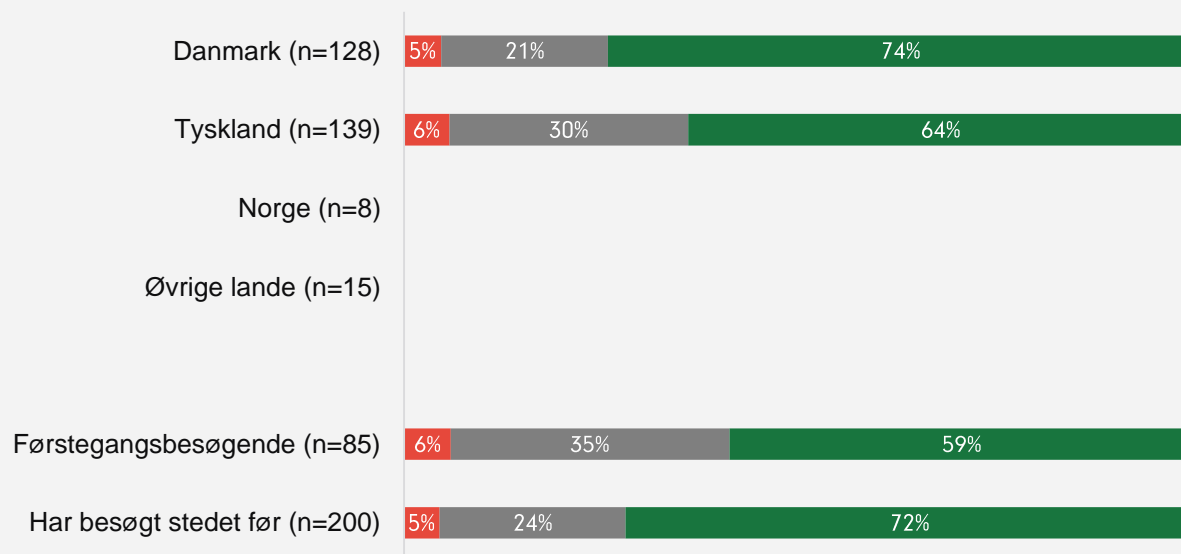
Anbefalingsvillighed

Fordelt mellem nationaliteter, førstegangsbesøgende og har besøgt stedet før



Alt i alt, på en skala fra 0 til 10, hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale Blåvand til en ven eller en kollega?

■ Kritikere ■ Neutrale ■ Ambassadører



Note: Små baser er forbundet med stor usikkerhed. Grupper med mindre end 30 svar er usikre at tolke på og er derfor ikke medtaget i grafik



Anbefalingsvillighed

Fordeling blandt formålet med besøget



Alt i alt, på en skala fra 0 til 10, hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale Blåvand til en ven eller en kollega?

■ Kritikere ■ Neutrale ■ Ambassadører

Feriegæster m. overnatning ved/i nærhed af feriestedet (n=220)



Feriegæster med overnatning på anden lokation (n=45)



Udflugt-dagsgæster, der kommer hjemmefra (n=25)



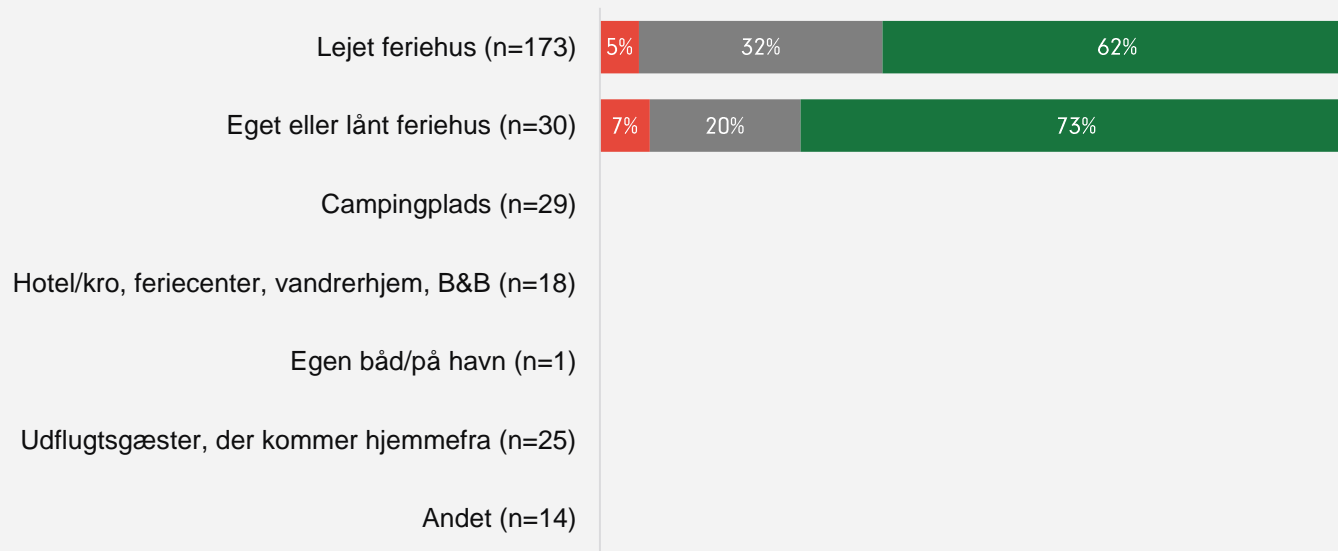
Anbefalingsvillighed

Fordeling på overnatningsform



Alt i alt, på en skala fra 0 til 10, hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale Blåvand til en ven eller en kollega?

■ Kritikere ■ Neutrale ■ Ambassadører

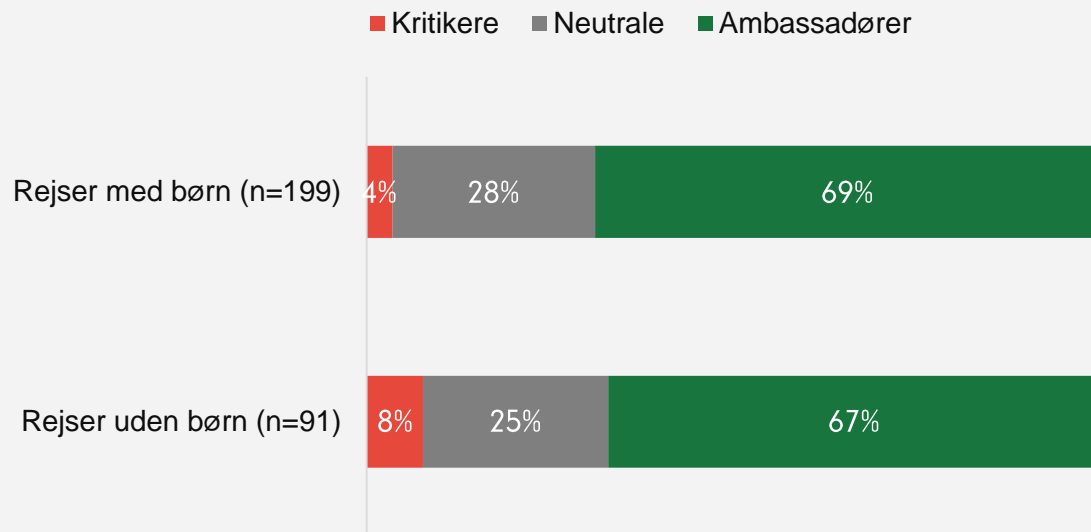


Anbefalingsvillighed

Fordelt mellem rejsende med/uden børn



Alt i alt, på en skala fra 0 til 10, hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale Blåvand til en ven eller en kollega?



Årsager til NPS

Kritikere

? Hvad er den primære årsag til, at du ikke vil anbefale Blåvand?

#I/T	#I/T	#I/T	#I/T	#I/T	#I/T	#I/T	#I/T	#I/T	#I/T	#I/T	#I/T	#I/T	#I/T	#I/T	#I/T	#I/T	#I/T	#I/T	#I/T	#I/T	#I/T	
Attraktioner og seværdigheder (n=1)	Aktiviteterne (n=2)	Naturen (n=0)	Vejret (n=0)	Stranden (n=0)	Havet (n=0)	Atmosfæren (n=3)	Infrastrukturen (n=2)	Information (n=0)	Turistpræget (n=2)	Beliggenheden (n=0)	Havnen (n=0)	Byen (n=2)	Butikker (n=0)	Overnatningsstedet (n=0)	Mad og drikke (n=1)	Priserne (n=2)	Service og venlighed (n=0)	Børnevenligt (n=2)	Samvær (n=0)	Sanitetsforhold (n=0)	Andet (n=0)	Ved ikke (n=0)

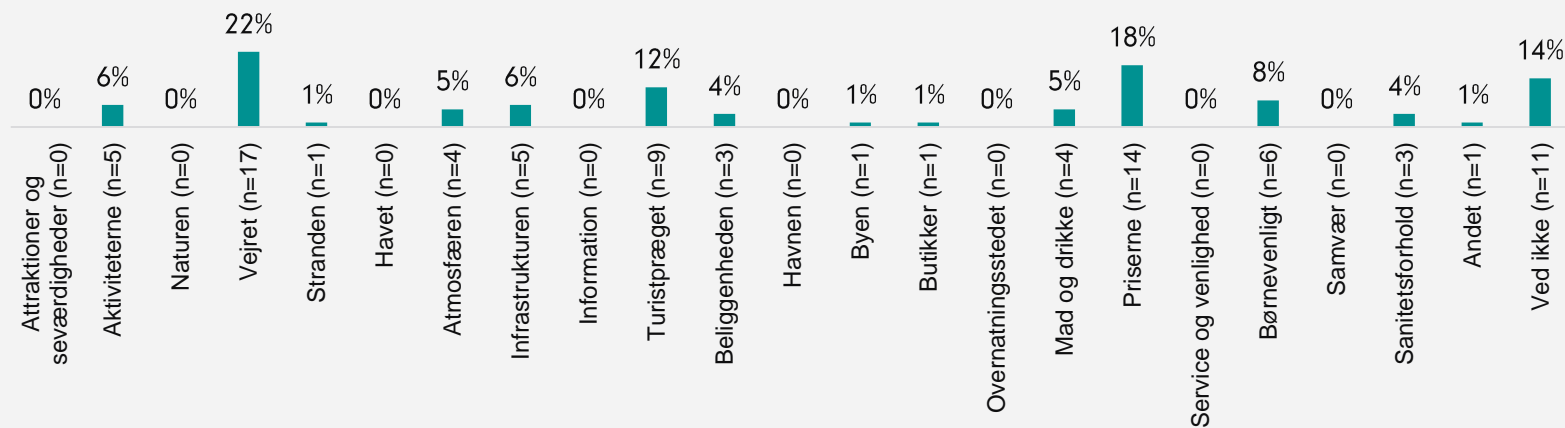
Note: Små baser er forbundet med stor usikkerhed. Grupper med mindre end 30 svar er usikre at tolke på og er derfor ikke medtaget i grafik



Årsager til NPS

Neutrale

? Hvad skulle der til for at du i højere grad ville anbefale Blåvand?

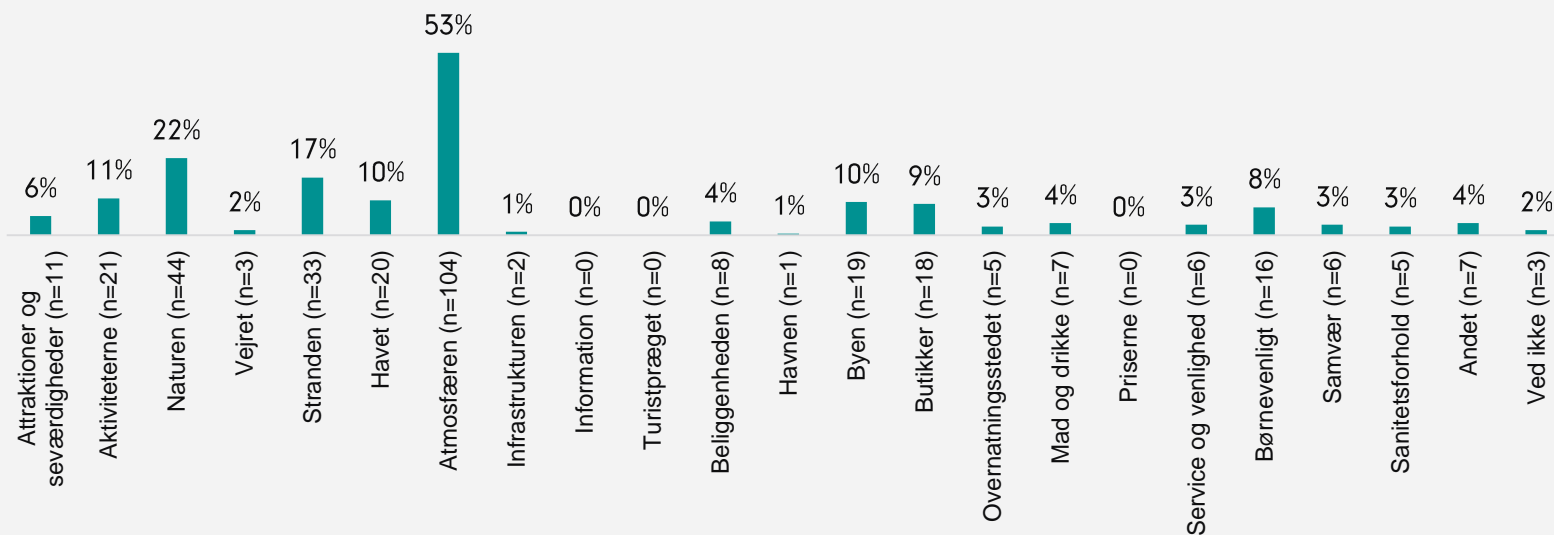


Note: Små baser er forbundet med stor usikkerhed. Grupper med mindre end 30 svar er usikre at tolke på og er derfor ikke medtaget i grafik

Årsager til NPS

Ambassadører

? Hvad er den primære årsag til, at du vil anbefale Blåvand?



Note: Små baser er forbundet med stor usikkerhed. Grupper med mindre end 30 svar er usikre at tolke på og er derfor ikke medtaget i grafik





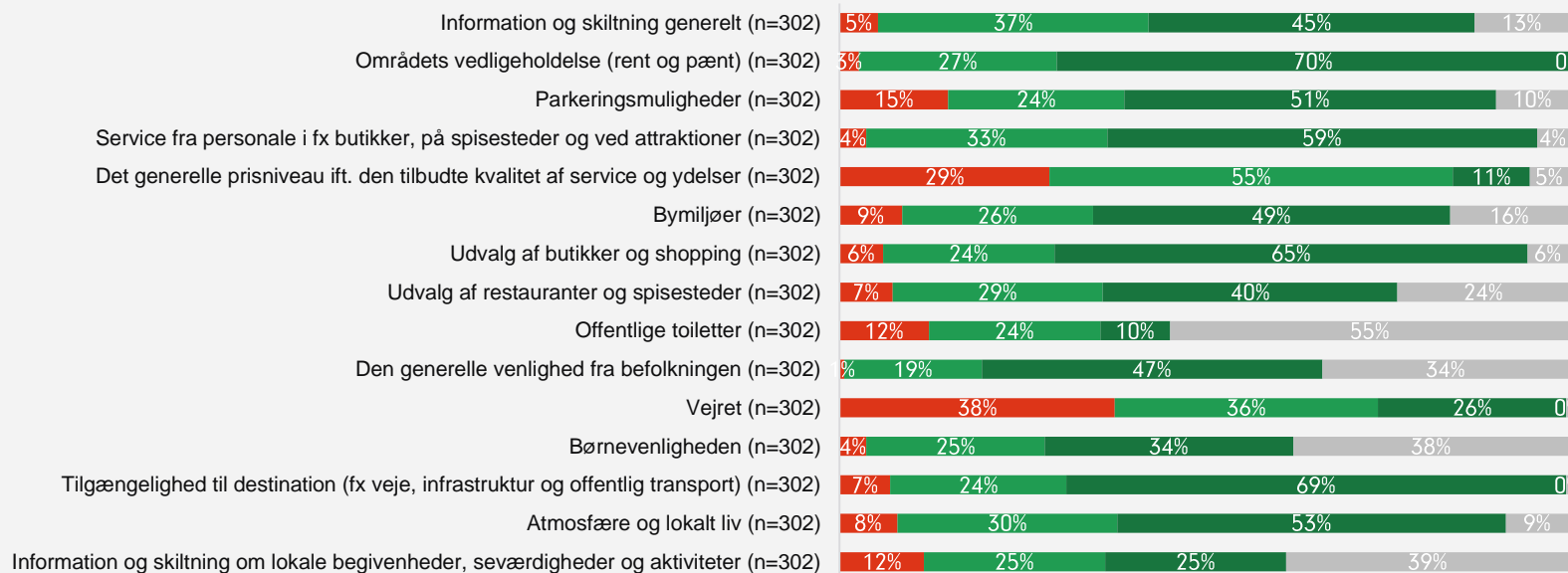
**TILFREDSHED MED
SPECIFIKKE FORHOLD PÅ
FERIESTEDET**

Oplevelse af generelle forhold

Alle besøgende

? Hvad er din oplevelse af følgende forhold på/i Blåvand?

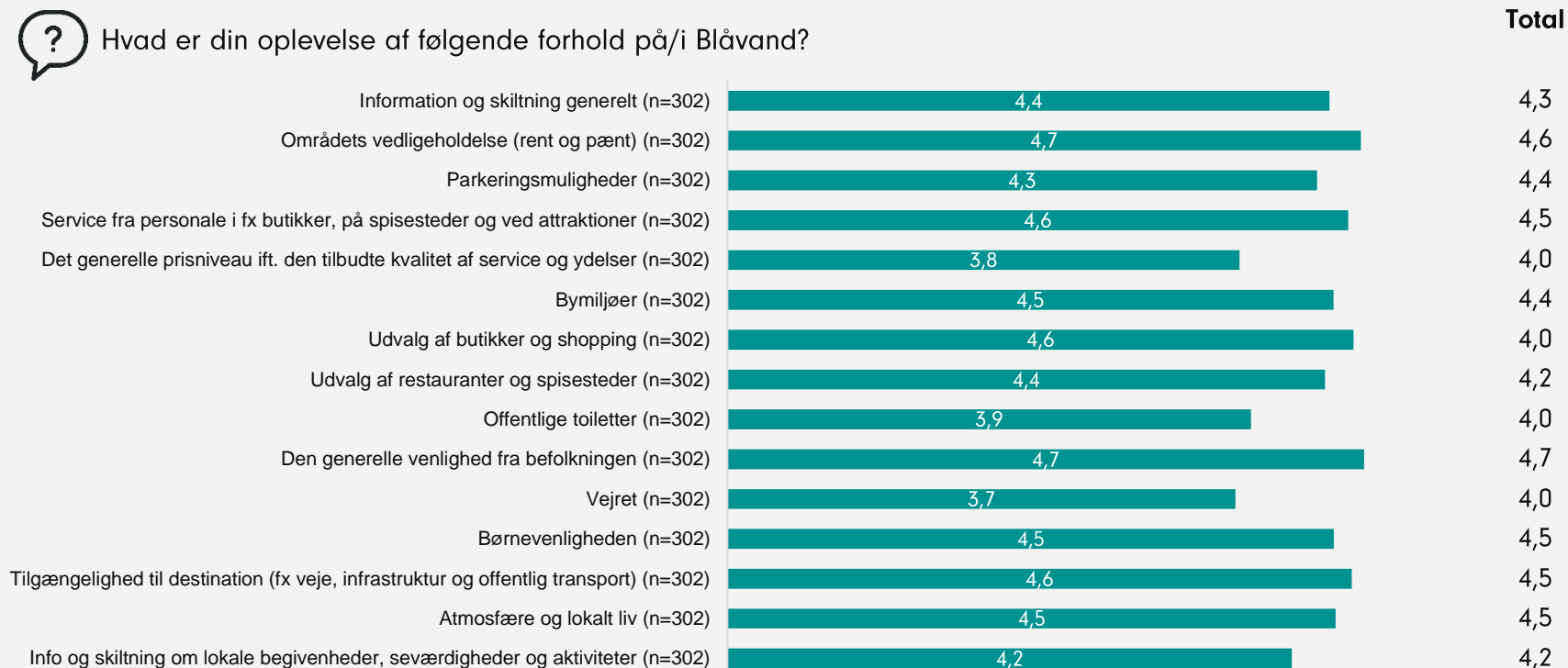
■ Utilfreds ■ Tilfreds ■ Meget tilfreds ■ Ved ikke



Oplevelse af generelle forhold

Alle besøgende

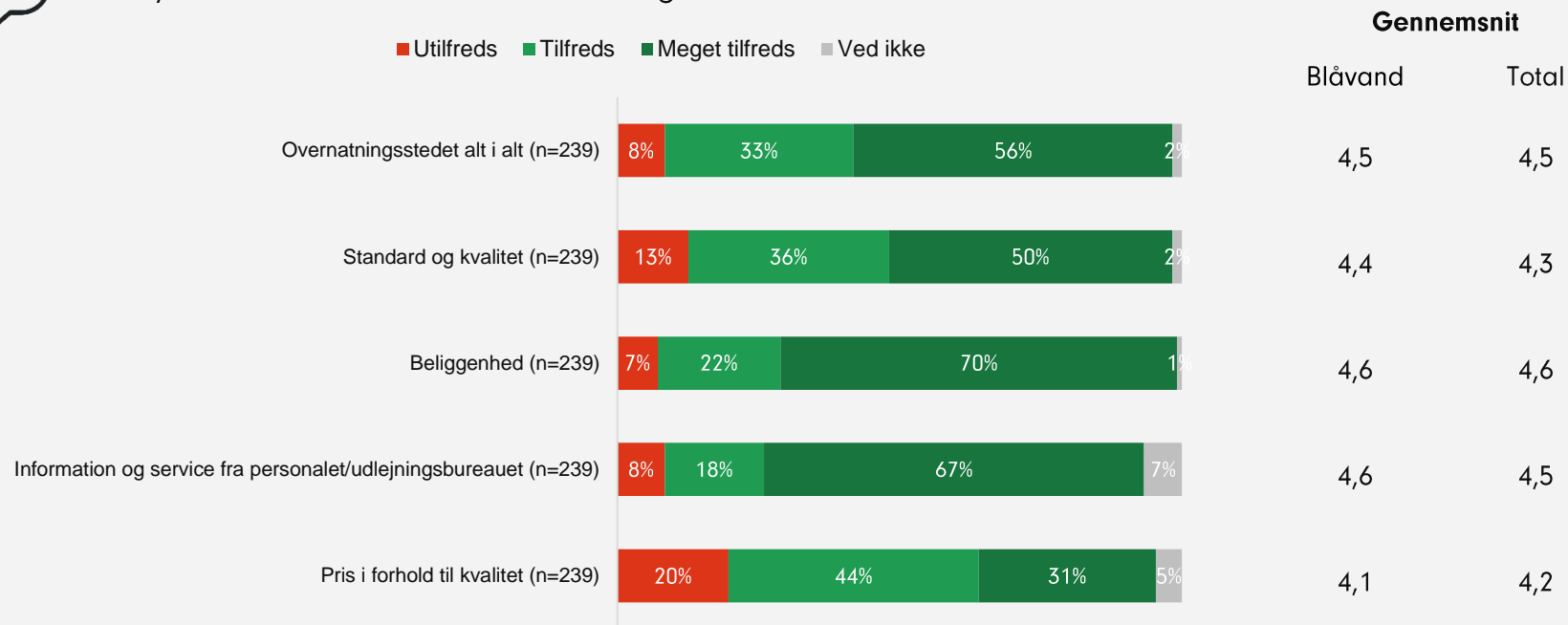
? Hvad er din oplevelse af følgende forhold på/i Blåvand?



Oplevelse af overnatningsstedet

Feriegæster med kommercielle overnatninger

ⓘ Hvad synes du om kvaliteten af dit overnatningssted?



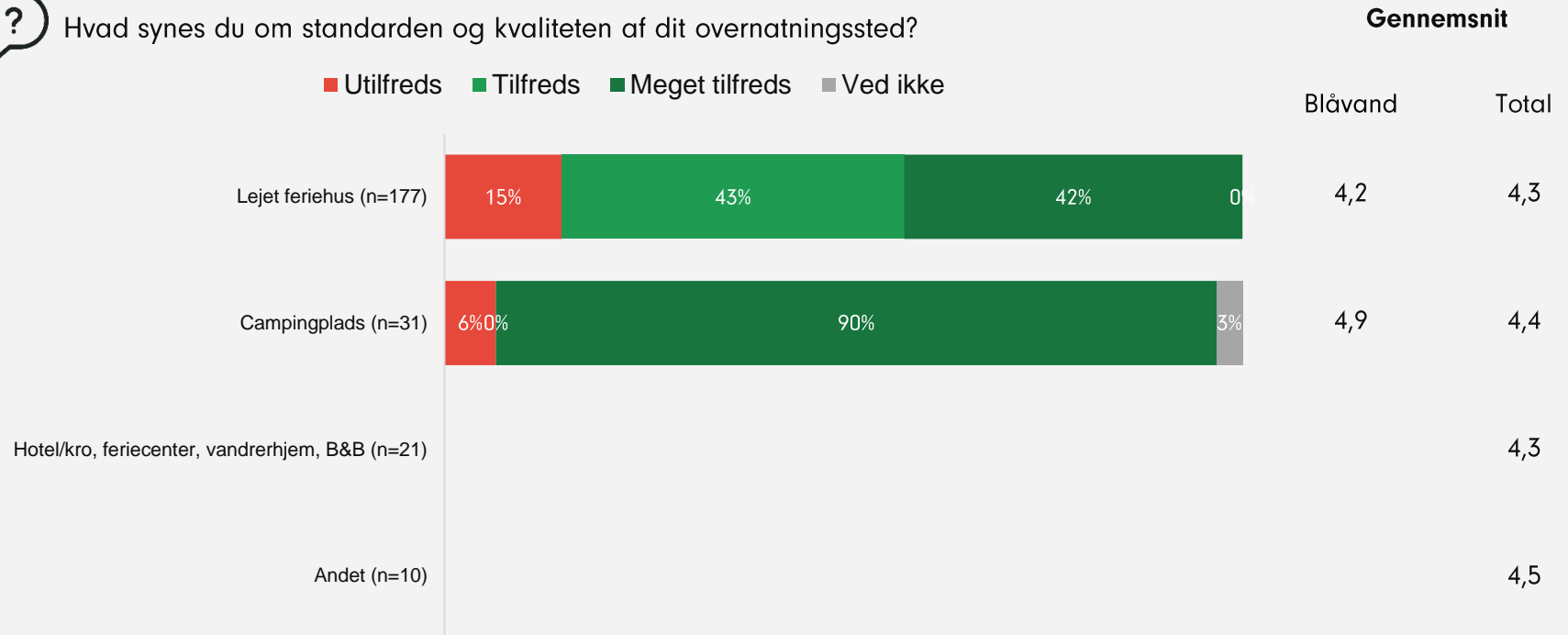
Oplevelse af overnatningsstedet

Fordeling på kommercielle overnatningsformer



Hvad synes du om standarden og kvaliteten af dit overnatningssted?

■ Utilfreds ■ Tilfreds ■ Meget tilfreds ■ Ved ikke



Note: Små baser er forbundet med stor usikkerhed. Grupper med mindre end 30 svar er usikre at tolke på og er derfor ikke medtaget i grafik



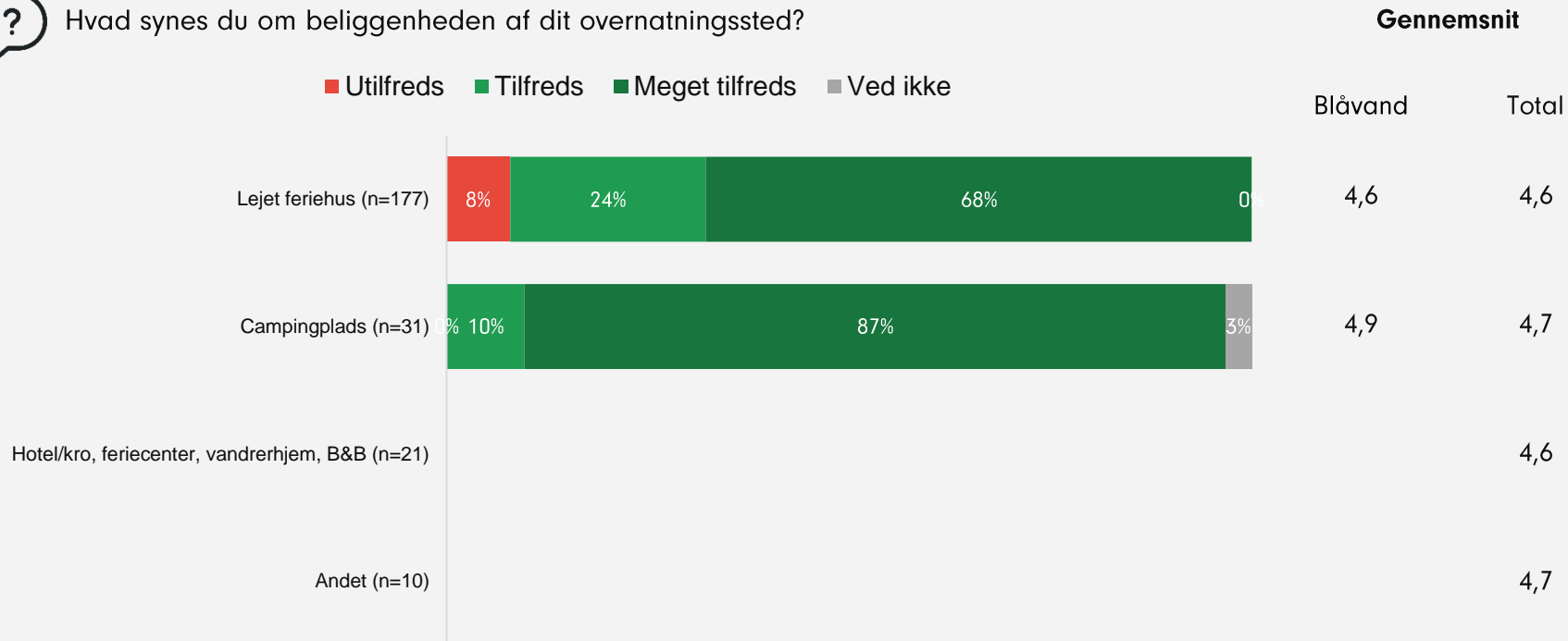
Oplevelse af overnatningsstedet

Fordeling på kommercielle overnatningsformer



Hvad synes du om beliggenheden af dit overnatningssted?

■ Utilfreds ■ Tilfreds ■ Meget tilfreds ■ Ved ikke



Note: Små baser er forbundet med stor usikkerhed. Grupper med mindre end 30 svar er usikre at tolke på og er derfor ikke medtaget i grafik



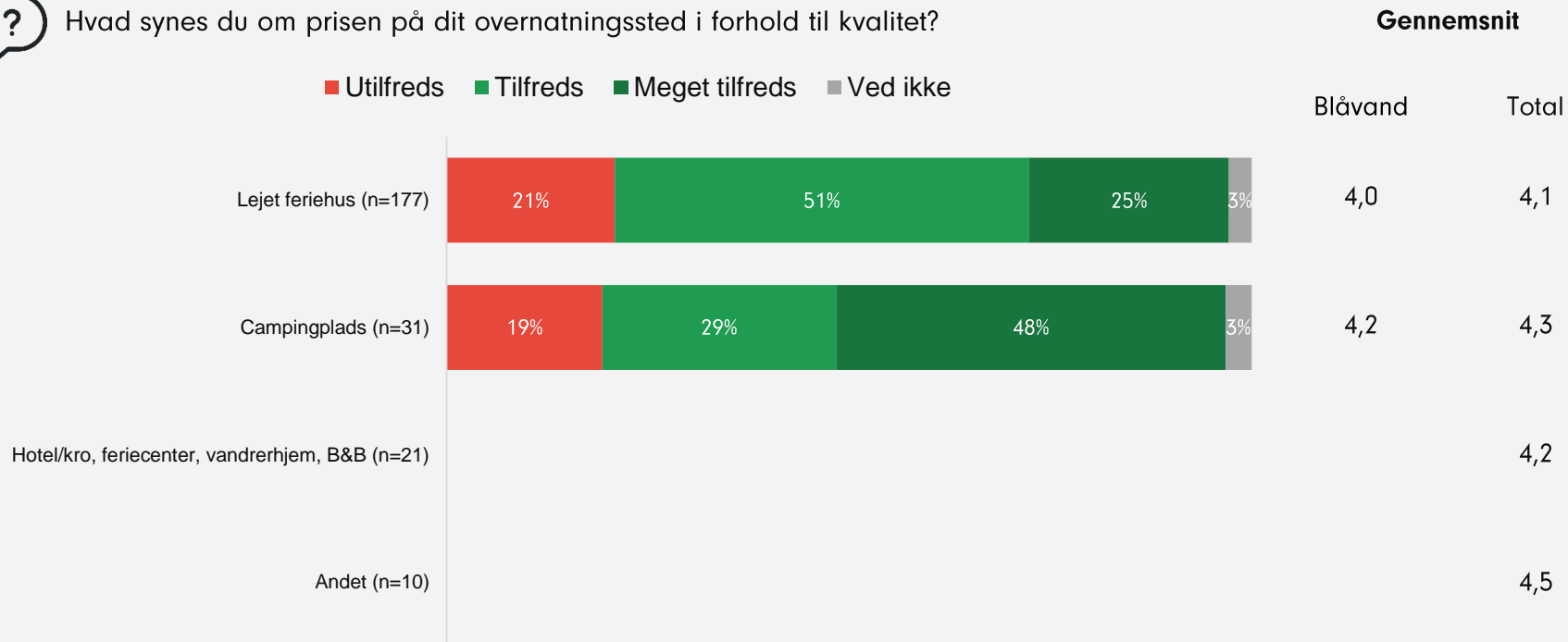
Oplevelse af overnatningsstedet

Fordeling på kommercielle overnatningsformer



Hvad synes du om prisen på dit overnatningssted i forhold til kvalitet?

■ Utilfreds ■ Tilfreds ■ Meget tilfreds ■ Ved ikke



Note: Små baser er forbundet med stor usikkerhed. Grupper med mindre end 30 svar er usikre at tolke på og er derfor ikke medtaget i grafik



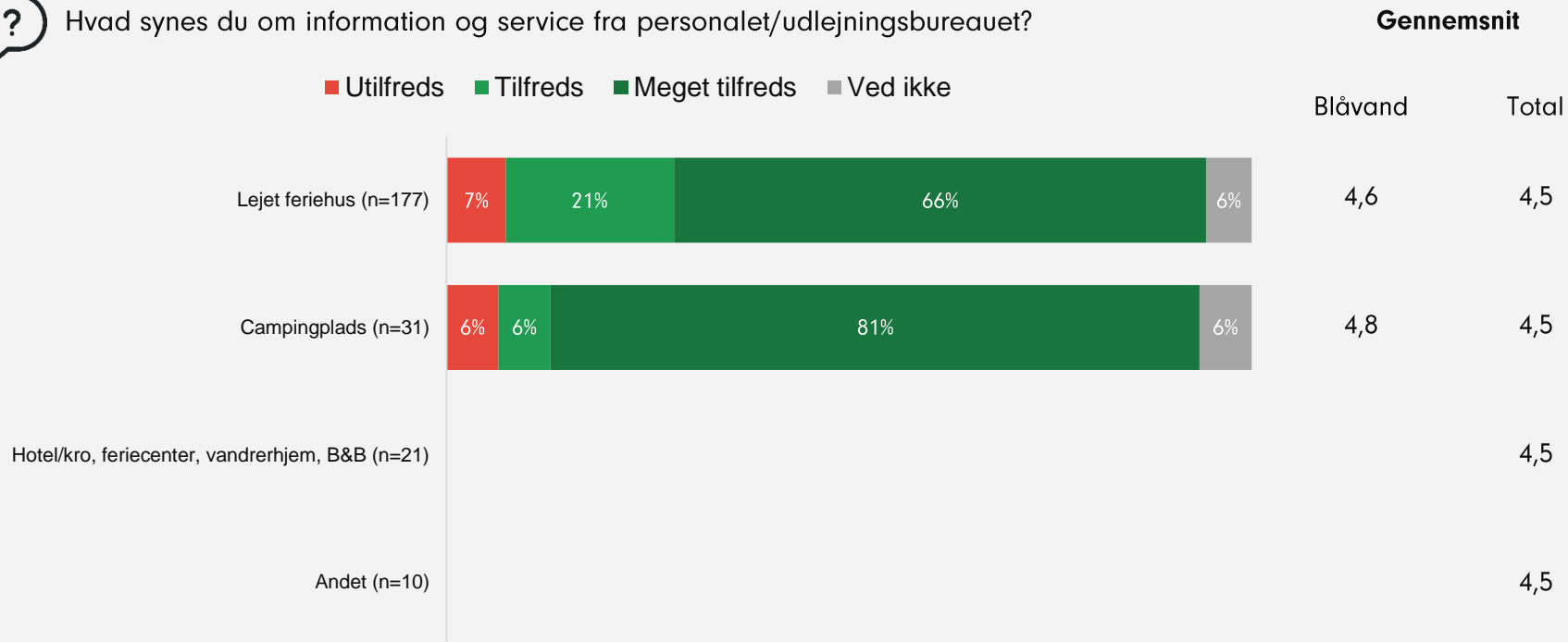
Oplevelse af overnatningsstedet

Fordeling på kommercielle overnatningsformer



Hvad synes du om information og service fra personalet/udlejningsbureauet?

■ Utilfreds ■ Tilfreds ■ Meget tilfreds ■ Ved ikke



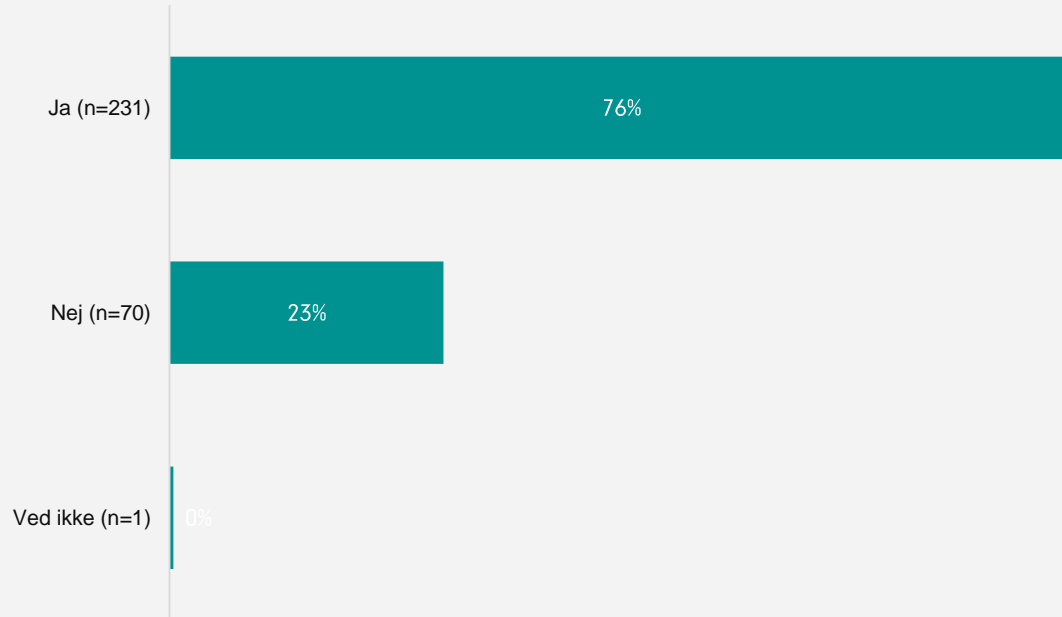
Note: Små baser er forbundet med stor usikkerhed. Grupper med mindre end 30 svar er usikre at tolke på og er derfor ikke medtaget i grafik

Oplevelse af naturområdet

Alle besøgende




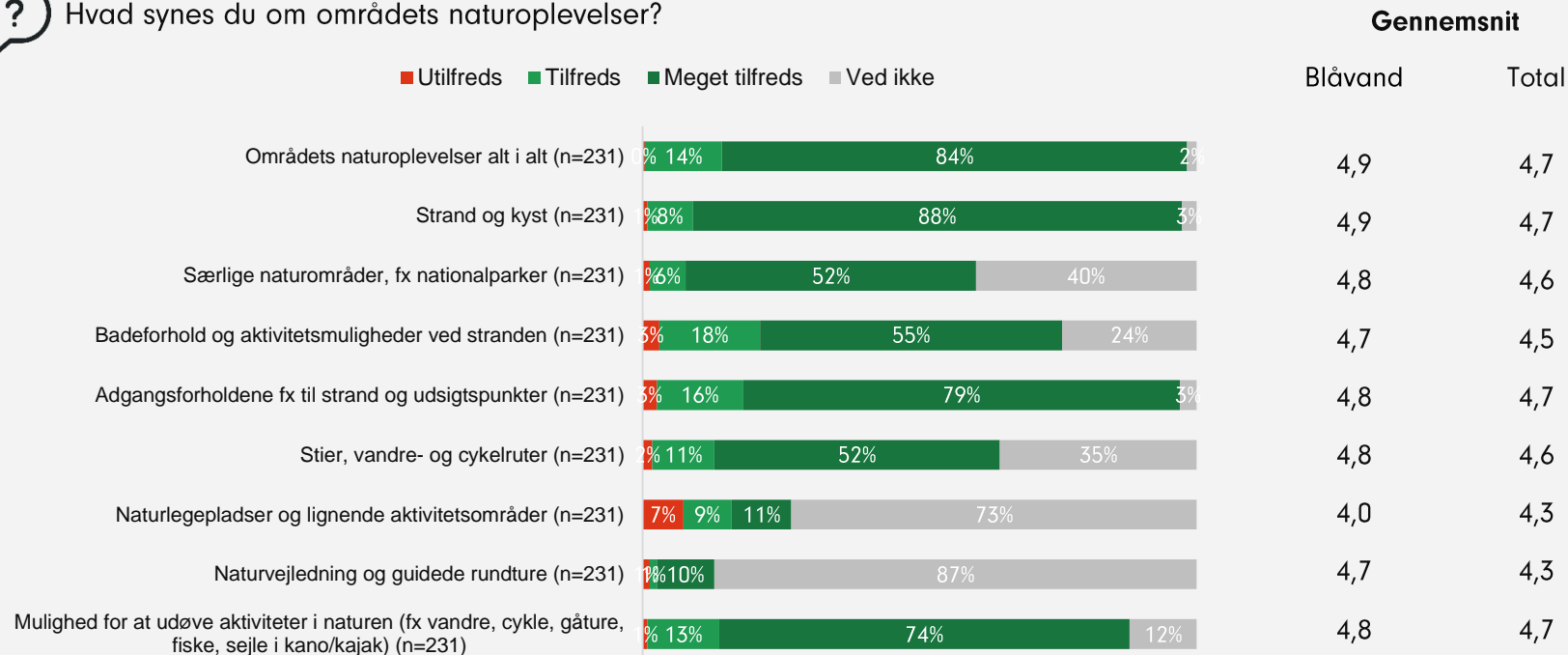
Har du besøgt eller forventer du at besøge naturområder, fx strande, kyst, nationalparker mv. under dit ophold på/i Blåvand?



Oplevelse af naturområdet

Gæster, der forventer at besøge naturområder

 Hvad synes du om områdets naturoplevelser?



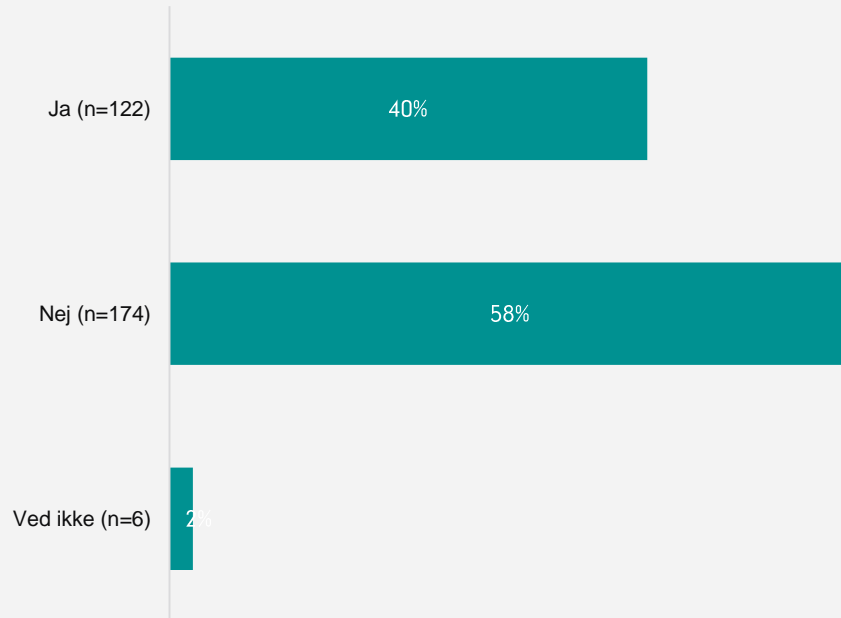
Note: Små baser er forbundet med stor usikkerhed. Grupper med mindre end 30 svar er usikre at tolke på og er derfor ikke medtaget i grafik

Oplevelse af attraktioner og oplevelser

Alle besøgende



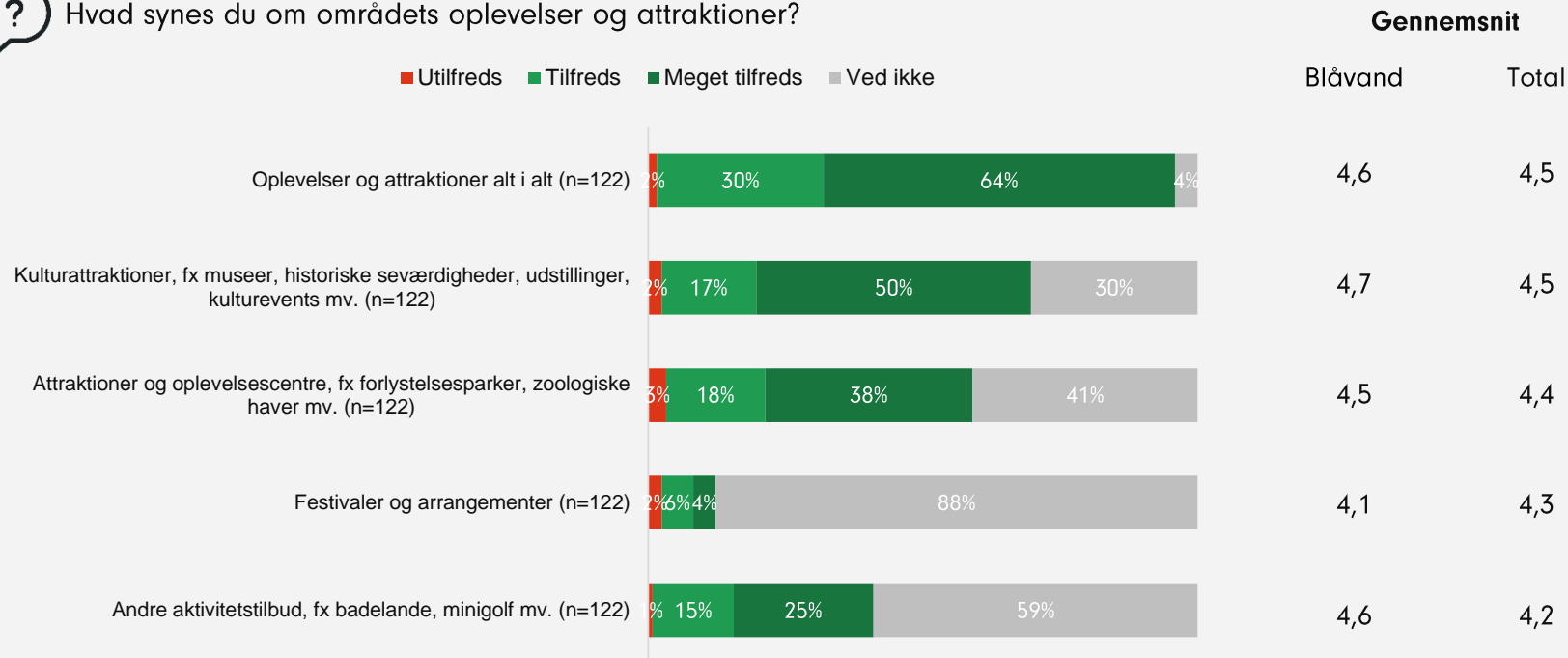
Har du besøgt eller forventer du at besøge attraktioner og/eller oplevelsescentre i eller tæt på Blåvand?



Oplevelse af områdets oplevelser og attraktioner

Gæster, der har besøgt eller forventer at besøge områdets oplevelser og attraktioner

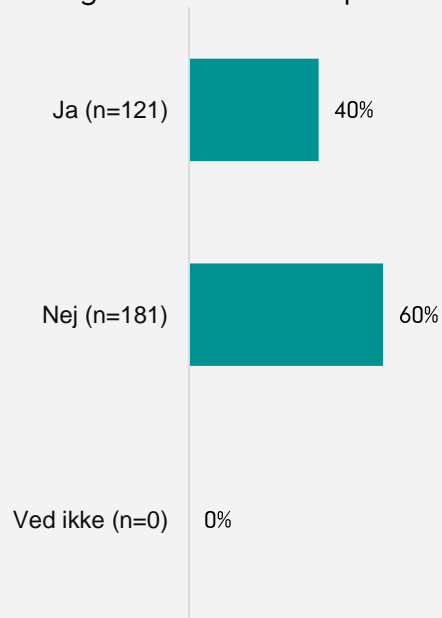
 Hvad synes du om områdets oplevelser og attraktioner?



Oplevelse af spisestederne

Alle besøgende

? Har du spist på en restaurant, café eller lignende under dit ophold?

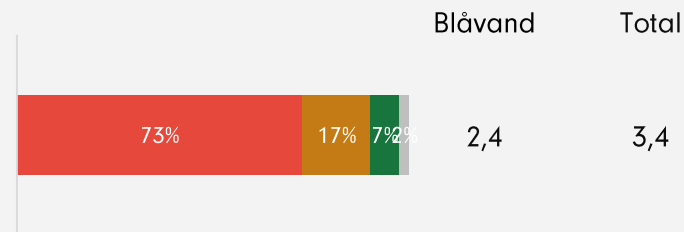


? Hvilken betydning havde det for dit valg af spisested, at stedet benytter lokale råvarer i maden og/eller serverer lokalproducerede drikkevarer?

Gæster, der har været ude at spise på deres ferie

■ Ingen betydning ■ Nogen betydning ■ Stor betydning ■ Ved ikke

Spisestedet bruger lokale råvarer og/eller lokalproducerede drikkevarer (n=121)

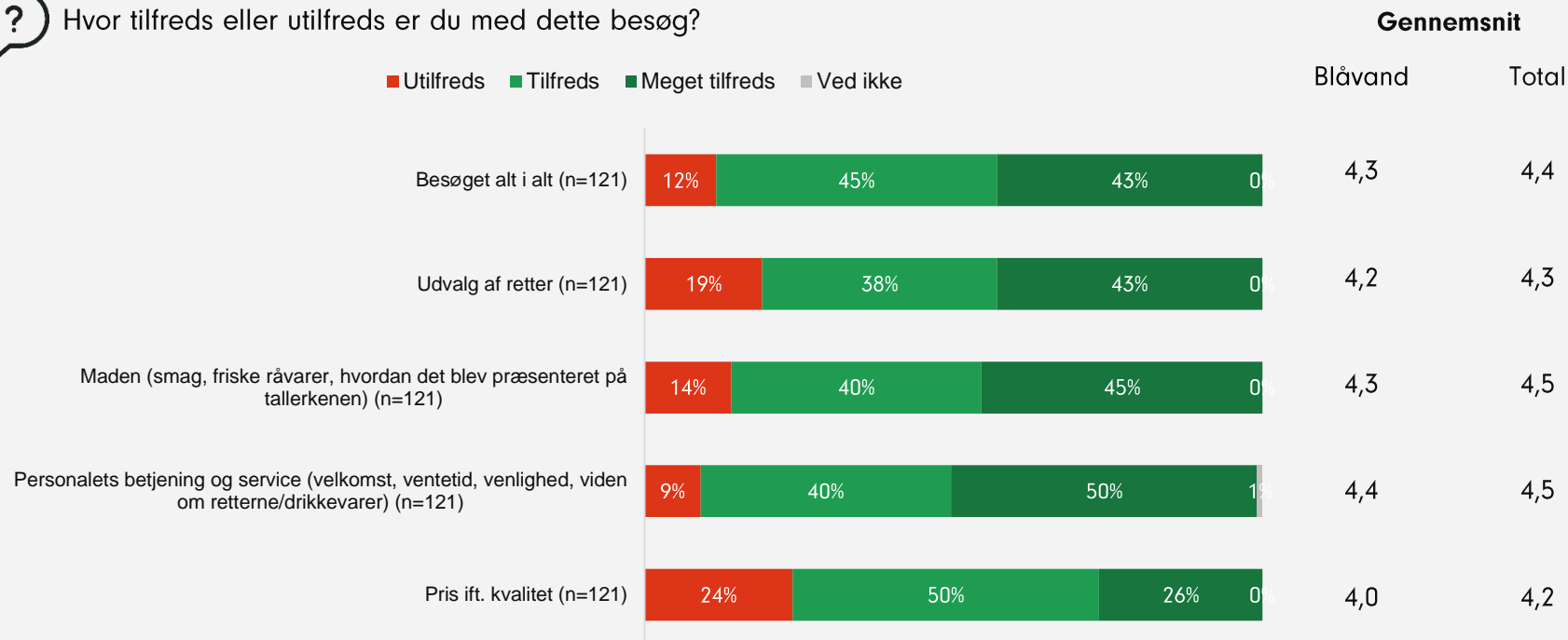


Oplevelse af spisestederne

Gæster, der har været ude at spise på deres ophold

 Hvor tilfreds eller utilfreds er du med dette besøg?

■ Utilfreds ■ Tilfreds ■ Meget tilfreds ■ Ved ikke

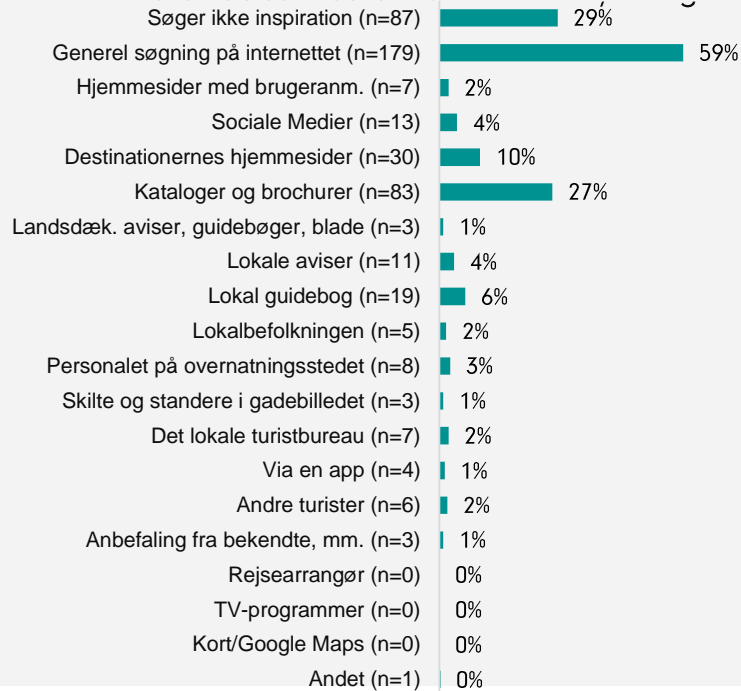


Informationssøgning

Alle besøgende



Hvor søger du inspiration til, hvad du kan opleve i forbindelse med din aktuelle ferie/udflugt?



Hvor tilfreds eller utilfreds er du med den information, du fik på turistkontoret?

Kun dem, der har brugt det lokale turistkontor

■ Utilfreds ■ Tilfreds
■ Meget tilfreds ■ Ved ikke

Gennemsnit

Blåvand Total

Informationen på turistkontoret (n=7)

4,6



A photograph of two fishing boats on a sandy beach. The boat on the left is white with a red hull and has the registration number 'F 43'. The boat on the right is orange and white with the registration number 'H 40'. Both boats have masts and antennas. The background shows a blue sky and the ocean.

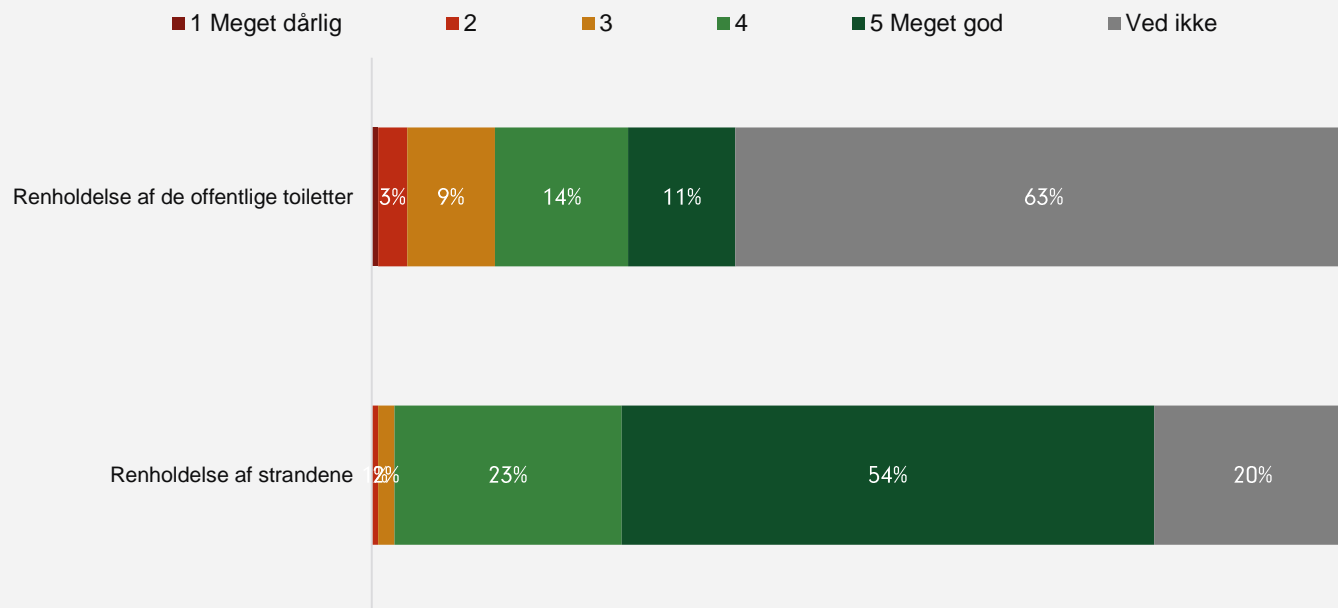
DESTINATIONSSPECIFIKKE SPØRGSMÅL

Renholdelse af offentlige toiletter og strande

Alle besøgende



Hvad er din oplevelse af følgende forhold i Blåvand?



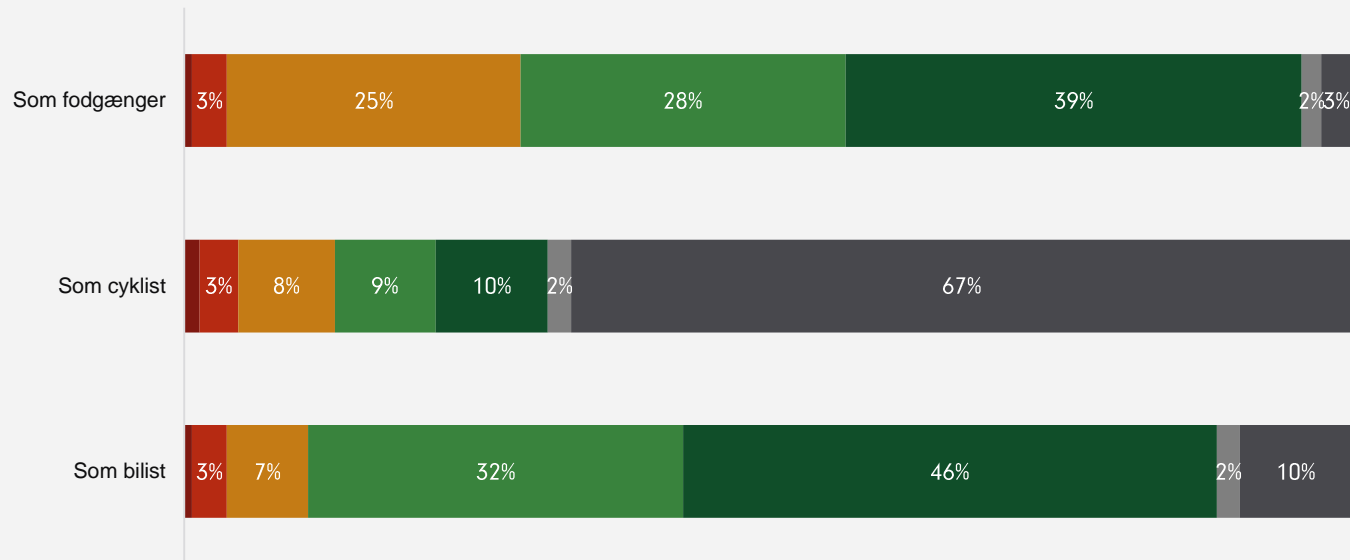
Tryghed ift. den øvrige trafik i bymidten

Alle besøgende



I hvilken grad oplever du, at det er trygt at færdes i Blåvand bymidte i forhold til den øvrige trafik i bymidten?

■ 1 Slet ikke trygt ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 Meget trygt ■ Ved ikke ■ Jeg har ikke brugt denne transportform i Blåvand bymidte

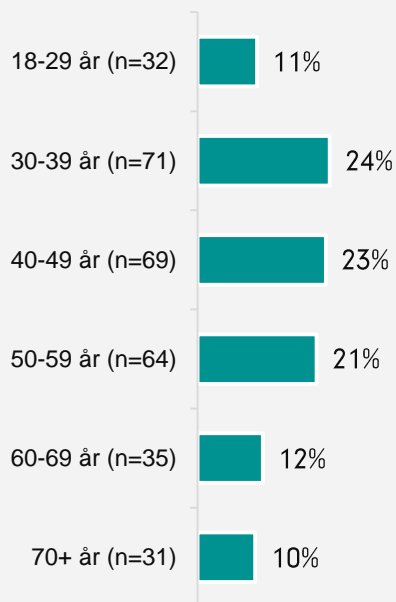


A person is seen from behind, walking away through a stone archway. They are carrying a black suitcase. The scene is set at sunset or sunrise, with a vibrant sky of orange, yellow, and blue. The archway frames the person and the landscape beyond. The overall mood is one of departure and adventure.

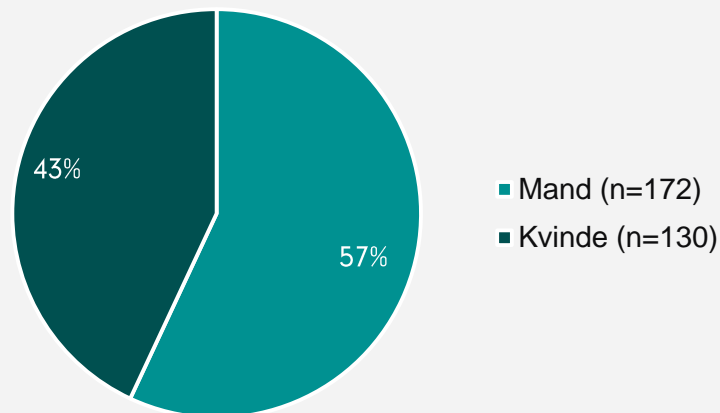
BAGGRUND

Demografi

? Hvad er din alder?

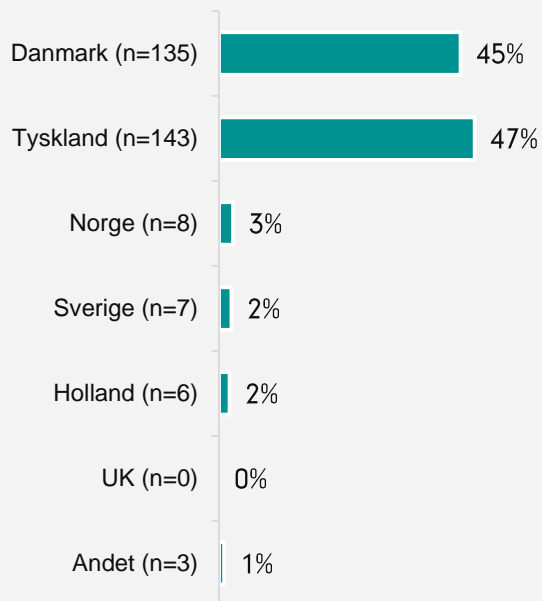


? Køn

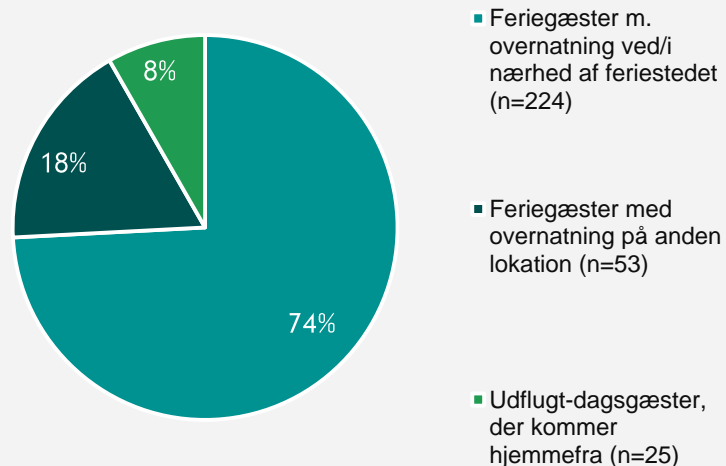


Demografi og opholdslængde

? I hvilket land bor du?

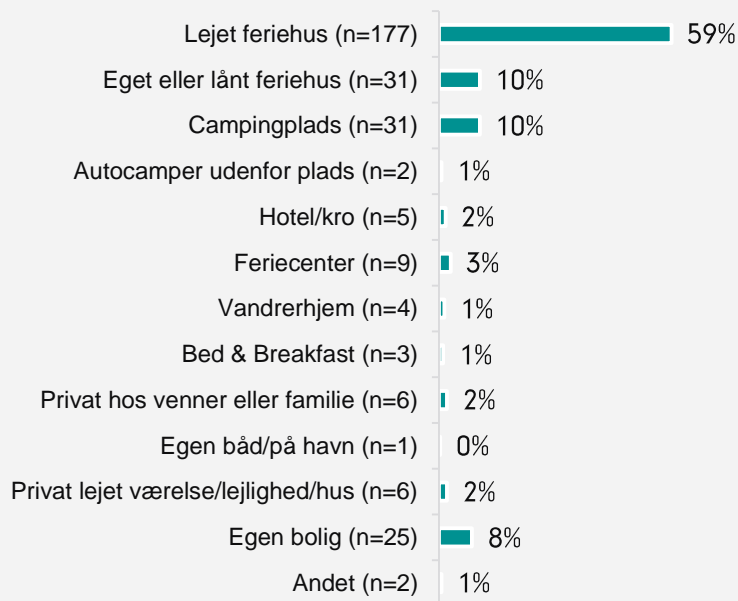


? Hvad er formålet med dit ophold eller besøg på/i Blåvand? Er du på...

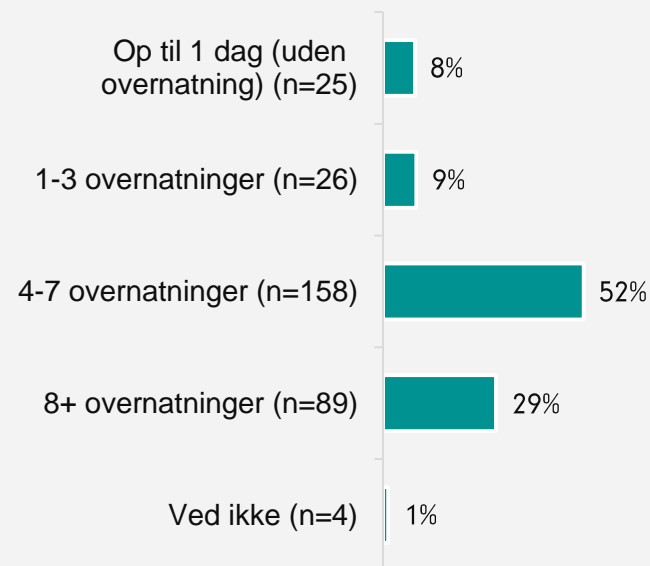


Overnatning og opholdslængde

? Hvor overnatter du i forbindelse med denne ferie/udflugt?



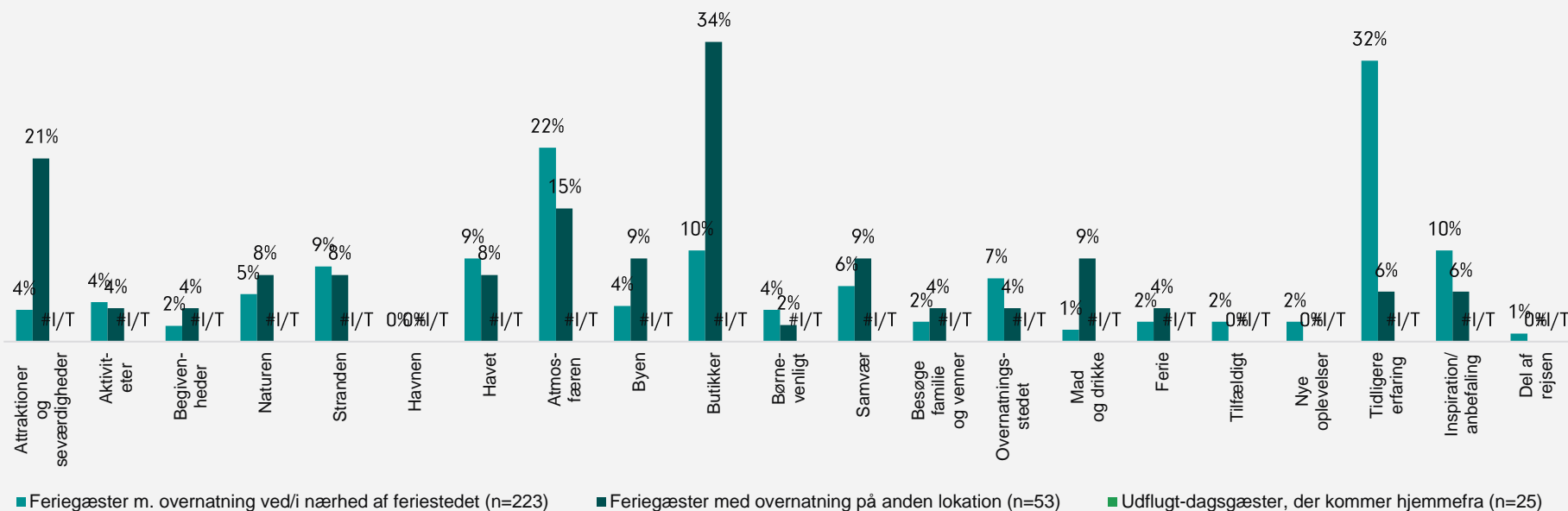
? Hvor mange overnatninger kommer dit nuværende ferieophold til at være alt i alt, både i Blåvand og evt. andre steder?



Årsag til besøg

Fordelt på formålet med besøget

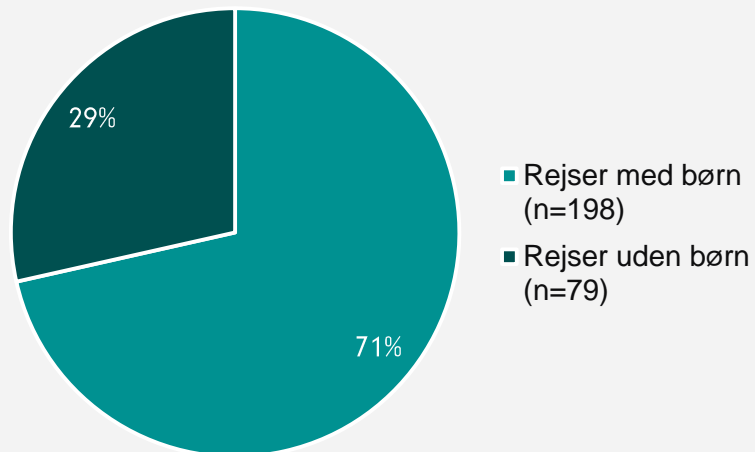
? Hvad er formålet med dit ophold eller besøg på/i Blåvand? Er du på...



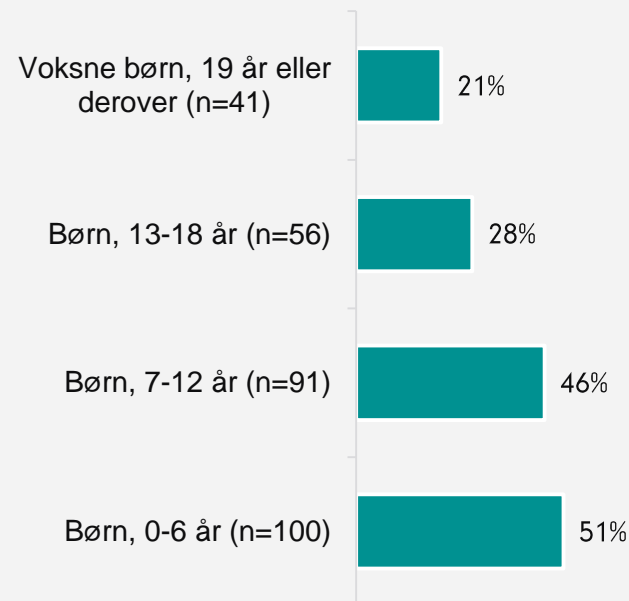
Rejsegruppe

Feriegæster med mindst en overnatning i nærheden eller på en anden lokation

? Hvilken af følgende beskriver bedst den gruppe, som du er på ferie med?



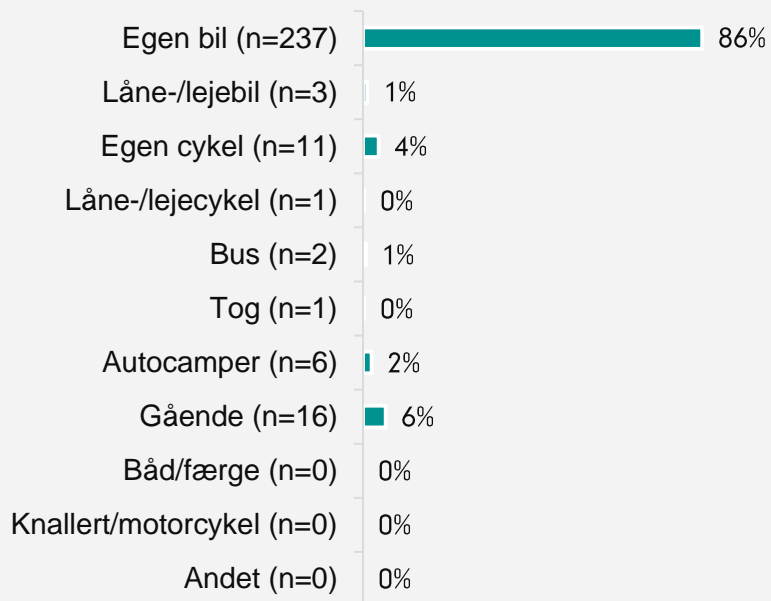
? Hvad er barnet/børnenes alder?
Feriegæster, der rejser med børn



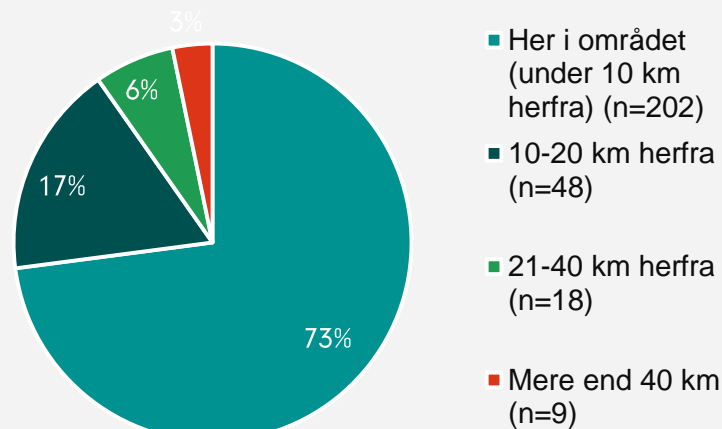
Transport og afstand

Feriegæster med mindst en overnatning i nærheden eller på en anden lokation

? Hvilken transportform har du brugt ind til Blåvand i dag?

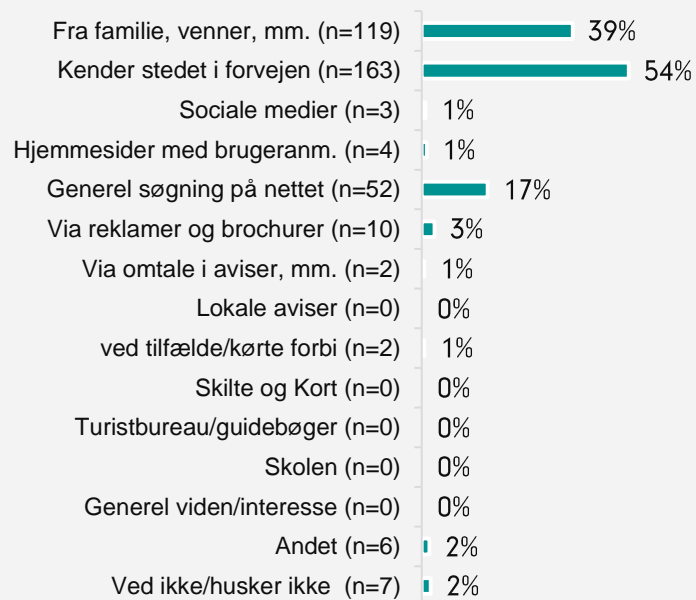


? Hvor langt væk ligger dette (eller dit hjem) ift. Blåvand?

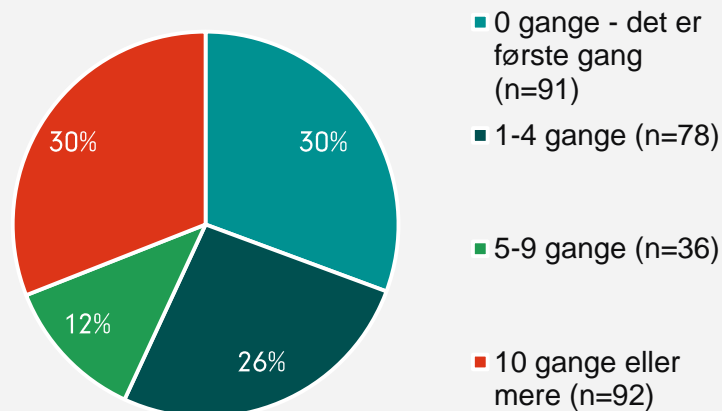


Kendskab og tidligere besøg

? Hvorfra har du hørt om Blåvand som ferie- eller udflugtsmål?

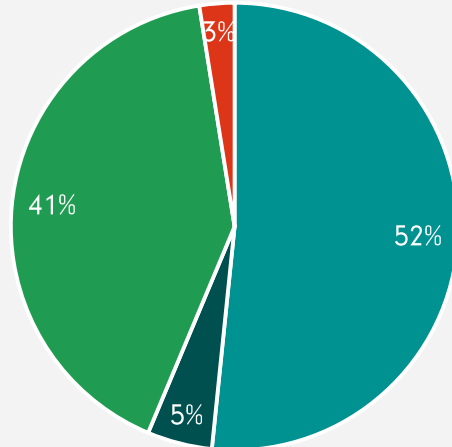


? Hvor mange gange har du tidligere besøgt/været i/på Blåvand?



Besøgt andre byer/områder, seværdigheder, attraktioner mm.

Har du besøgt andre byer, seværdigheder, attraktioner eller områder på din nuværende ferie eller ophold?



- Ja (n=143)
- Nej, men jeg forventer at gøre det (n=13)
- Nej, jeg forventer ikke at gøre det (n=114)
- Ved ikke (n=7)

Hvilke andre byer/områder mm. har du eller forventer du at besøge?

Har besøgt/forventer at besøge andre byer/områder



WILKES PROJEKTTEAM

Jakob Fiellau
CEO og Partner
jfn@wilke.dk
Tlf. 40971055

Sara Dolmer
Analytics Consultant
sdo@wilke.dk
+45 27 90 23 75

Maria Ross
Research Manager
mro@wilke.dk
+45 28 29 77 66



DANSK
KYST & NATUR
TURISME

