

# GÆSTETILFREDSHED SOMMER 2019 - Søndervig

Dansk Kyst- og naturturisme

Wilke, 2019



DANSK  
KYST & NATUR  
TURISME



# Indhold

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



# DATA OG METODE



# Data og metode



## Data

Denne rapport bygger på 303 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 Søndervig som rejse-/besøgsmaal er 4,4. Til sammenligning er tilfredsheden på tværs af alle de deltagende feriesteder 4,6. Anbefalingsvilligheden (NPS) i Søndervig er 48, hvor NPS'en total set er 62.

2

### ÅRSAGER TIL ANBEFALINGSVILLIGHED

Ambassadørerne for Søndervig fremhæver især atmosfæren (54%), aktiviteterne (26%), stranden (24%) og børnevenligheden (20%) som årsager til den høje anbefalingsvillighed. 43% af de neutrale ved ikke hvad, der kan øge anbefalingsvilligheden. Resten nævner bl.a. bedre infrastruktur og vejtr.

3

### TILFREDSHEDEN MED SPECIFIKKE FORHOLD PÅ FERIESTEDET

Det forhold, der har højest tilfredshed på feriestedet blandt de adspurgte i undersøgelsen er den generelle venlighed fra befolkningen (4,5). Mens de forhold, der har lavest tilfredshed er det generelle prisniveau ift. den tilbudte kvalitet af service og ydelser (3,6), de offentlige toiletter (3,8) og vejret (3,8).

4

### TILFREDSHED MED OVERNATNINGSFORM

Tilfredsheden med overnatningsstederne alt i alt på feriestedet er 4,2. Totalt set er den 4,5. Det parameter ift. overnatningsstedet med den højeste tilfredshed er beliggenhed (4,5) mens det parameter med den laveste tilfredshed er pris ift. kvalitet (4,0).

5

### RESPONDENTPROFIL

90% af de interviewede er feriegæster med mindst én overnatning i nærheden eller på en anden lokation, mens 10% er udflugtsgæster, der kommer hjemmefra. De fleste gæster overnatter i området (mindre end 10 km væk), og overnatter i lejet feriehus (52%), i eget eller lånt feriehus (15%) eller på campingplads (10%). 71% af de adspurgte besøgende i Søndervig rejser med børn, mens de resterende (29%) rejser uden børn.







# OVERORDNET TILFREDSHED OG ANBEFALINGSVILLIGHED

# Tilfredshed med feriestedet

Alle besøgende

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

■ Utilfreds ■ Tilfreds ■ Meget tilfreds ■ Ved ikke

Overordnet tilfredshed (n=303)



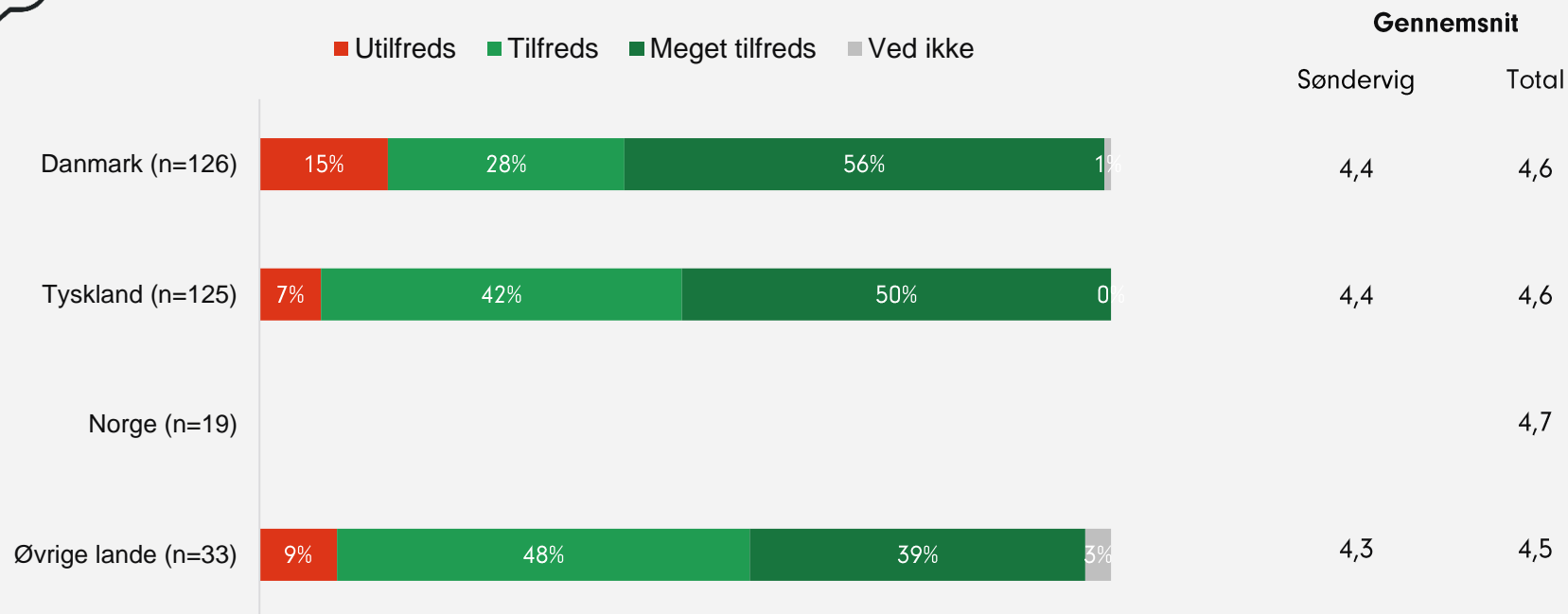
## Gennemsnit

Søndervig	Total
4,4	4,6

# Tilfredshed med feriestedet

Fordeling blandt nationaliteter

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




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



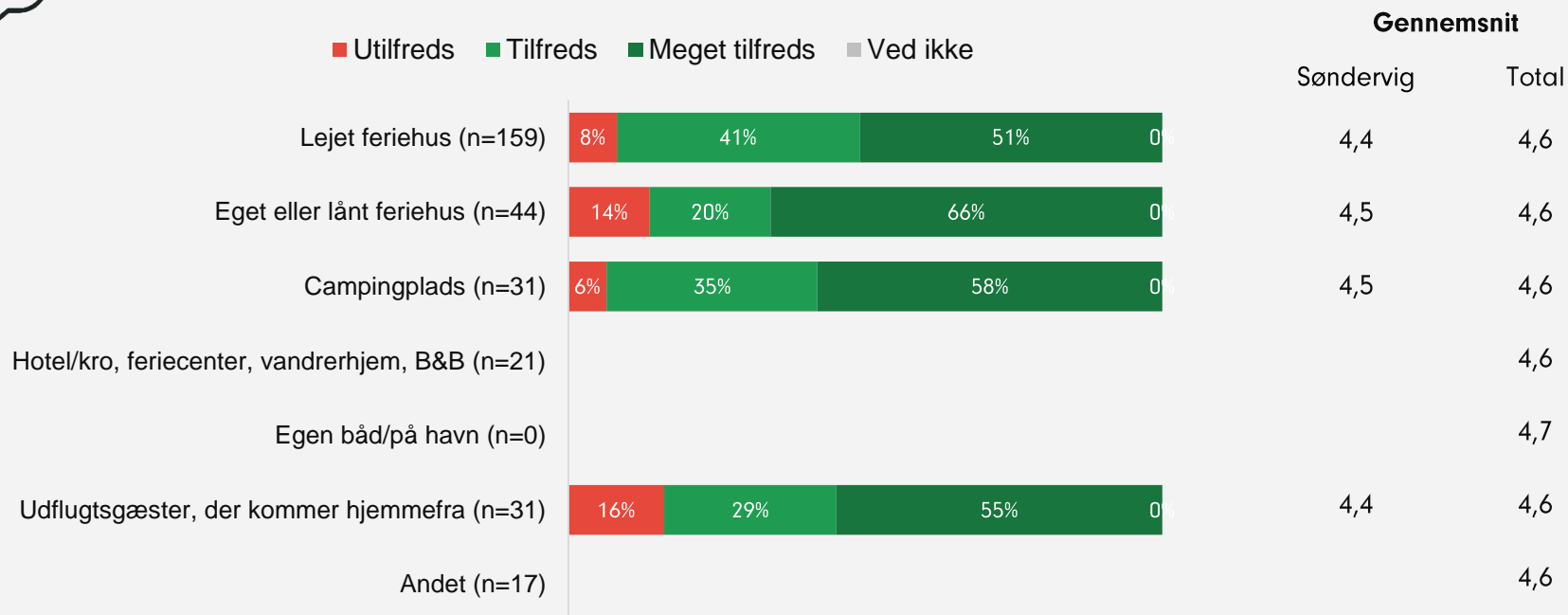


# Tilfredshed med feriestedet

Fordeling på overnatningsform


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

■ Utilfreds ■ Tilfreds ■ Meget tilfreds ■ Ved ikke

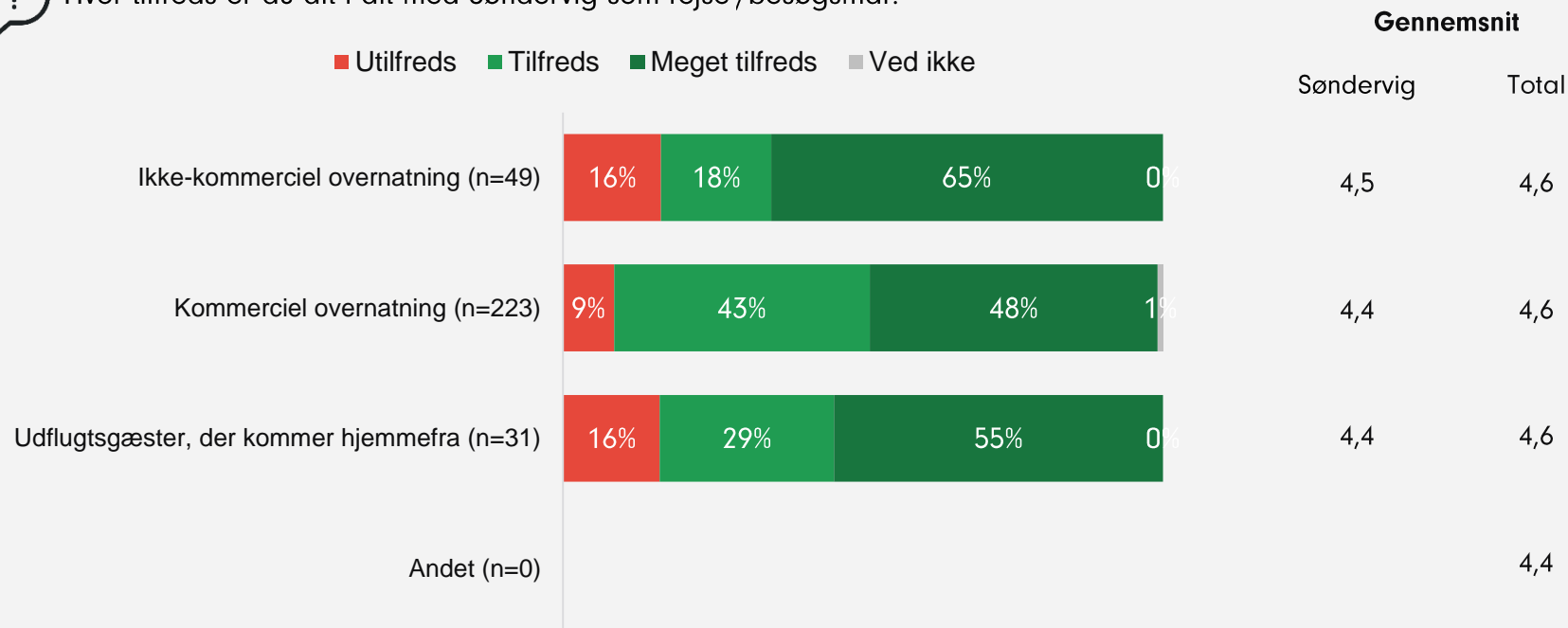


# Tilfredshed med feriestedet

Fordeling på overnatningsform

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

■ 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

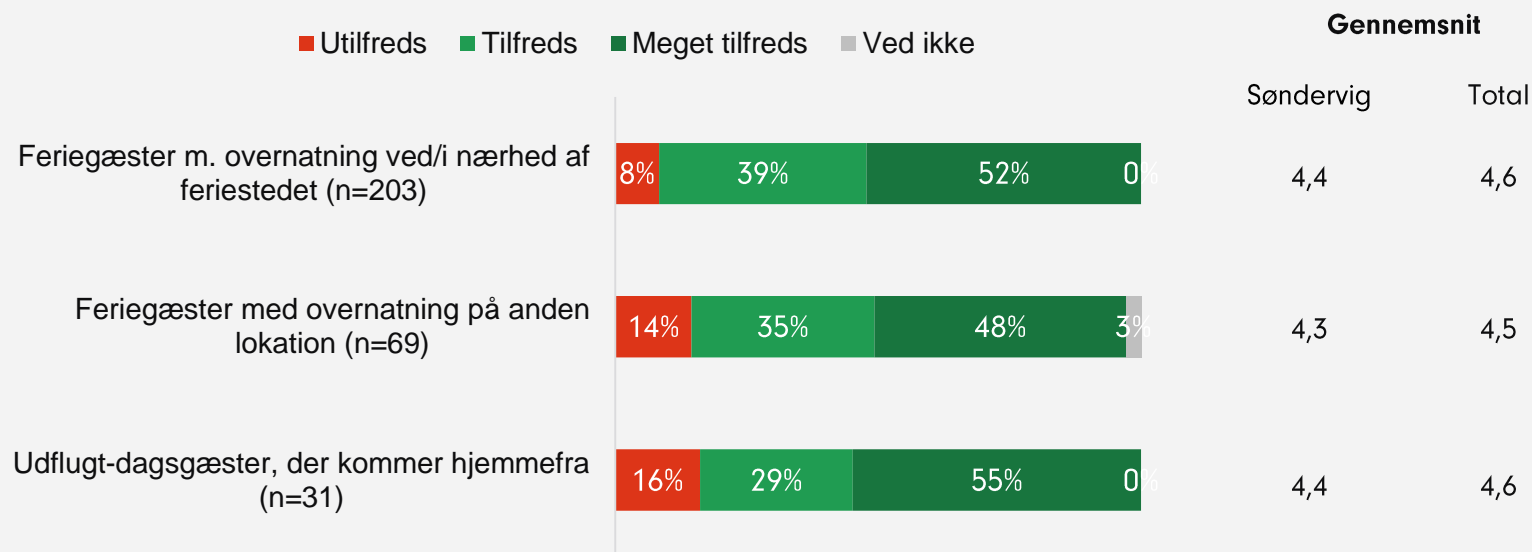




# Tilfredshed med feriestedet

Fordelt mellem formålet med besøg/ophold

? Hvor tilfreds er du alt i alt med Søndervig som rejse-/besøgs mål?

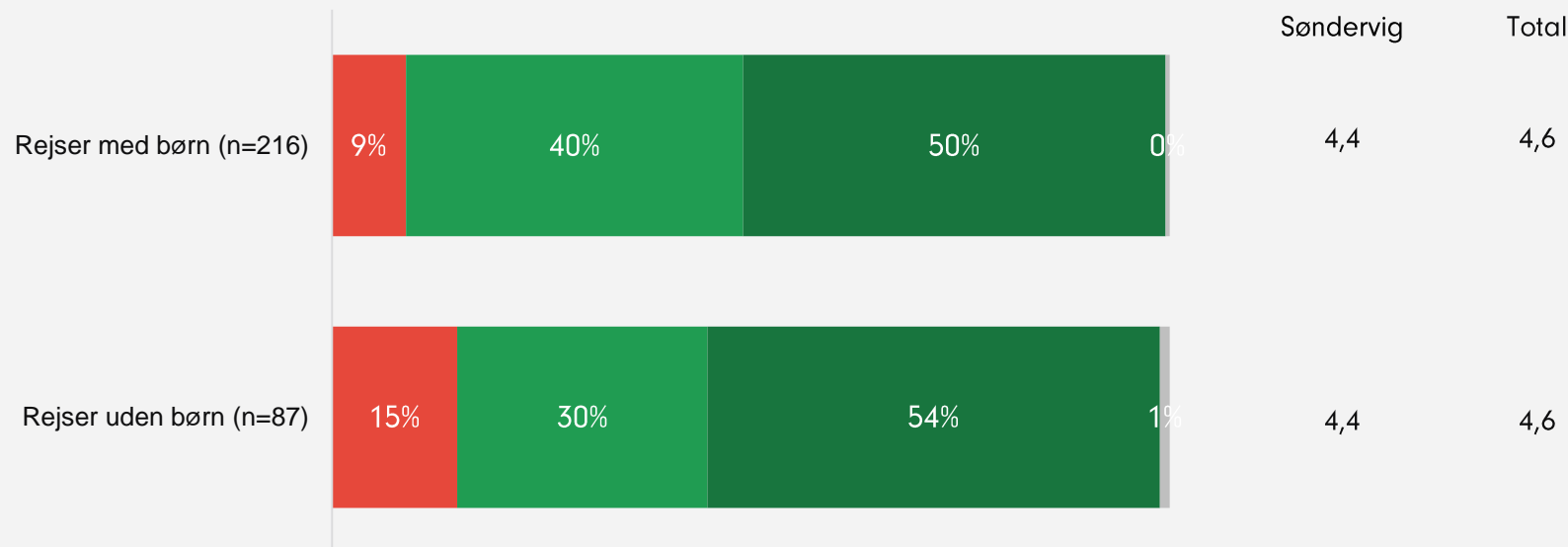


# Tilfredshed med feriestedet

Fordelt mellem rejsende med/uden børn

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

■ Utilfreds ■ Tilfreds ■ Meget tilfreds ■ Ved ikke



# Anbefalingsvillighed

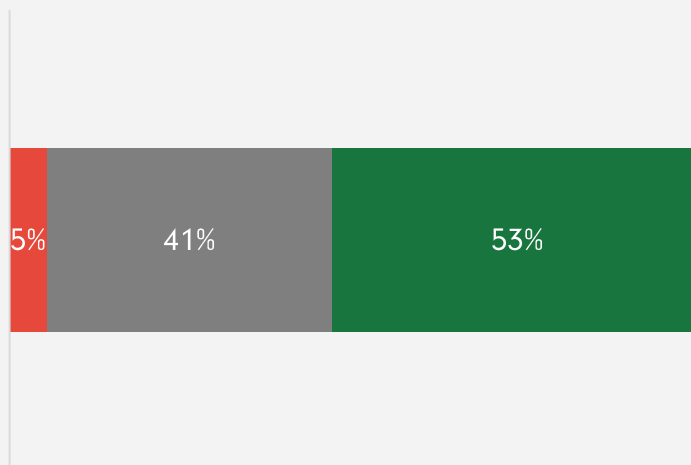
Alle besøgende



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

■ Kritikere ■ Neutrale ■ Ambassadører

Anbefalingsvillighed (n=296)



**NPS**

Søndervig

Total

48

62





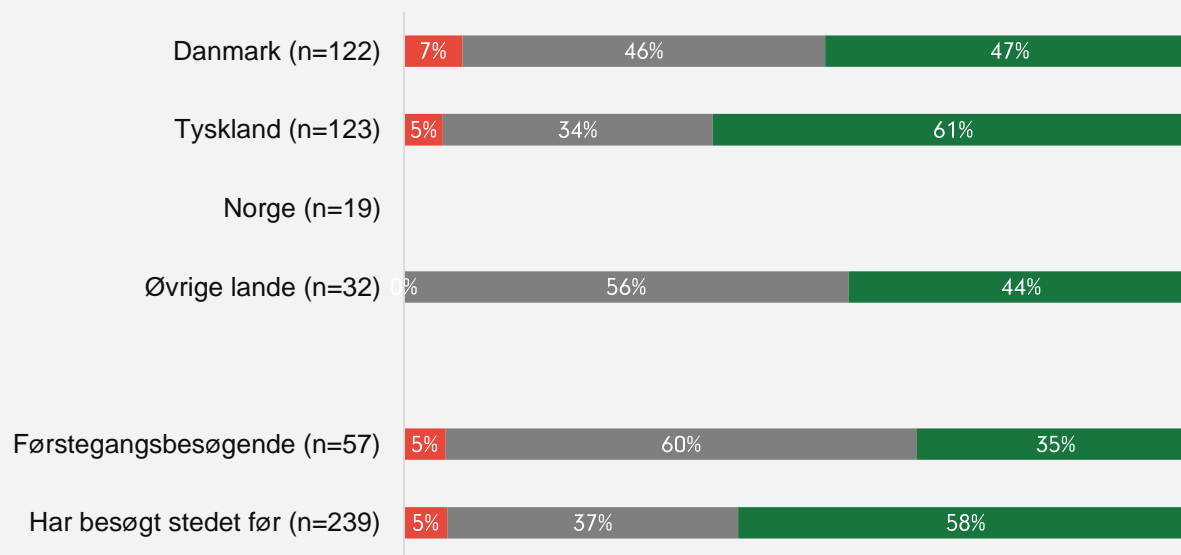
# Anbefalingsvillighed

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 Søndervig 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



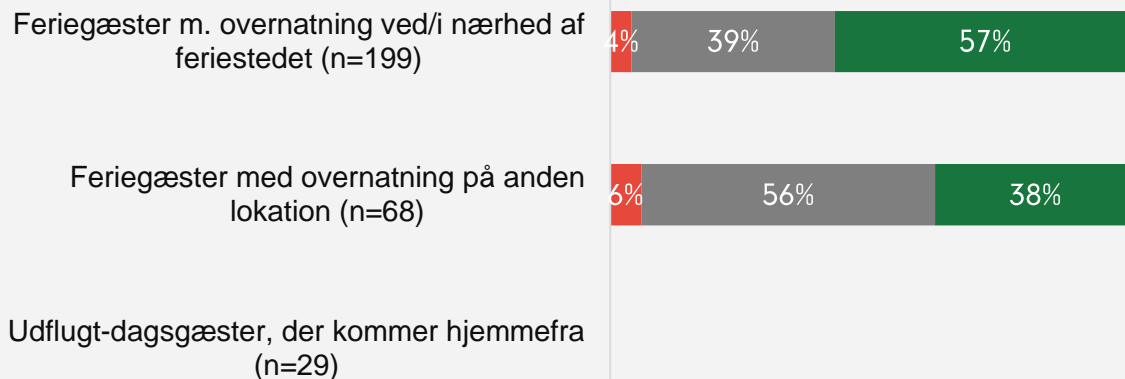
# Anbefalingsvillighed

Fordeling blandt formålet med besøget



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

■ Kritikere ■ Neutrale ■ Ambassadører



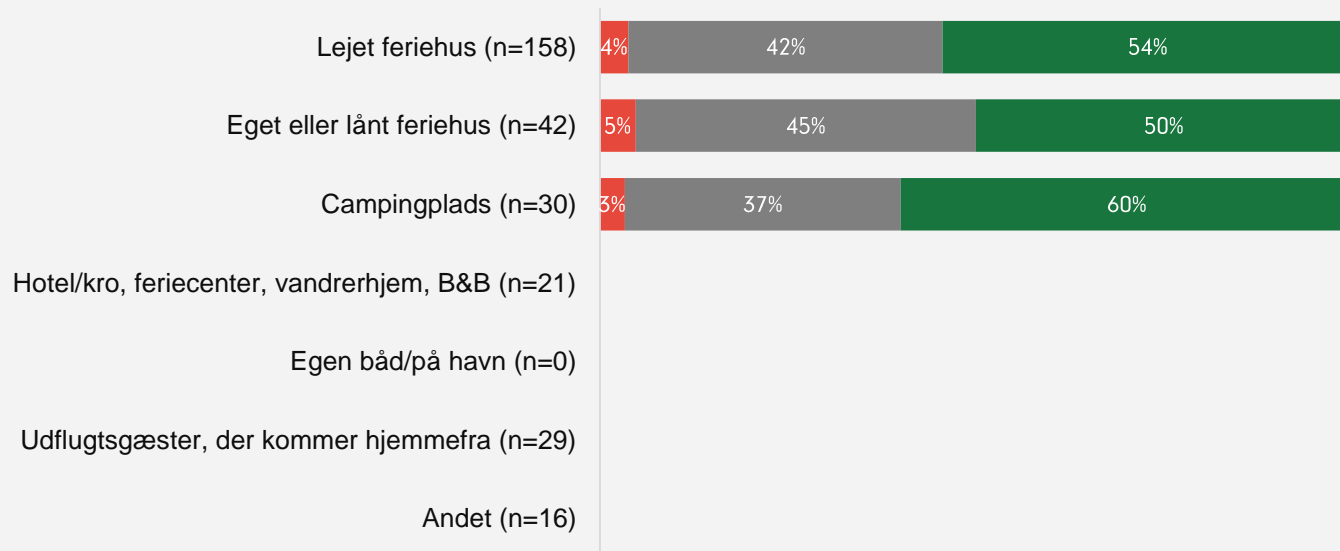
# Anbefalingsvillighed

Fordeling på overnatningsform



Alt i alt, på en skala fra 0 til 10, hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale Søndervig 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



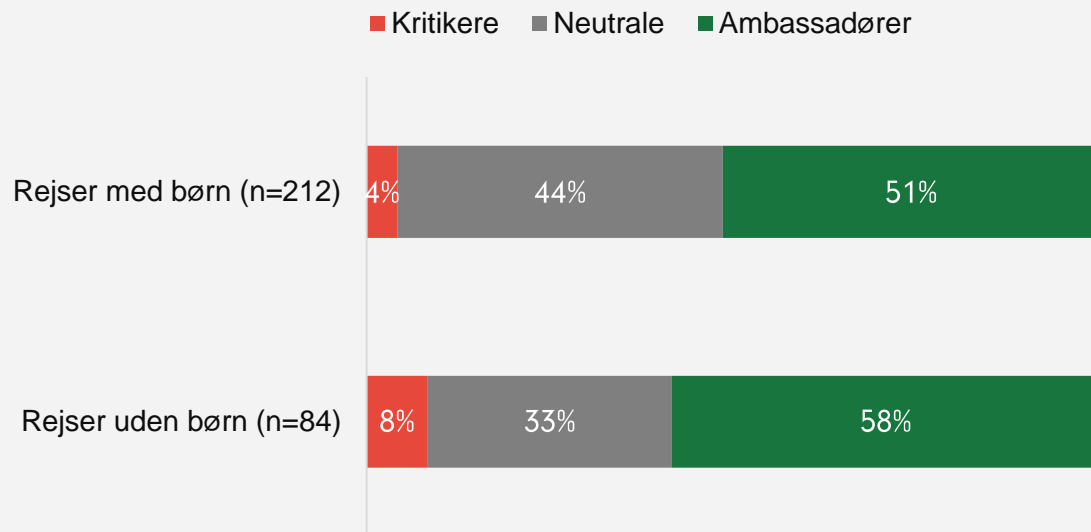


# Anbefalingsvillighed

Fordelt mellem rejsende med/uden børn



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



# Årsager til NPS

## Kritikere

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

#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=0)	Aktiviteterne (n=0)	Naturen (n=0)	Vejret (n=1)	Stranden (n=2)	Havet (n=0)	Atmosfæren (n=1)	Infrastrukturen (n=2)	Information (n=0)	Turistpræget (n=3)	Beliggenheden (n=0)	Havnen (n=0)	Byen (n=3)	Butikker (n=0)	Overnatningsstedet (n=0)	Mad og drikke (n=1)	Priserne (n=1)	Service og venlighed (n=0)	Børnevenligt (n=0)	Samvær (n=0)	Sanitetsforhold (n=0)	Andet (n=0)	Ved ikke (n=5)

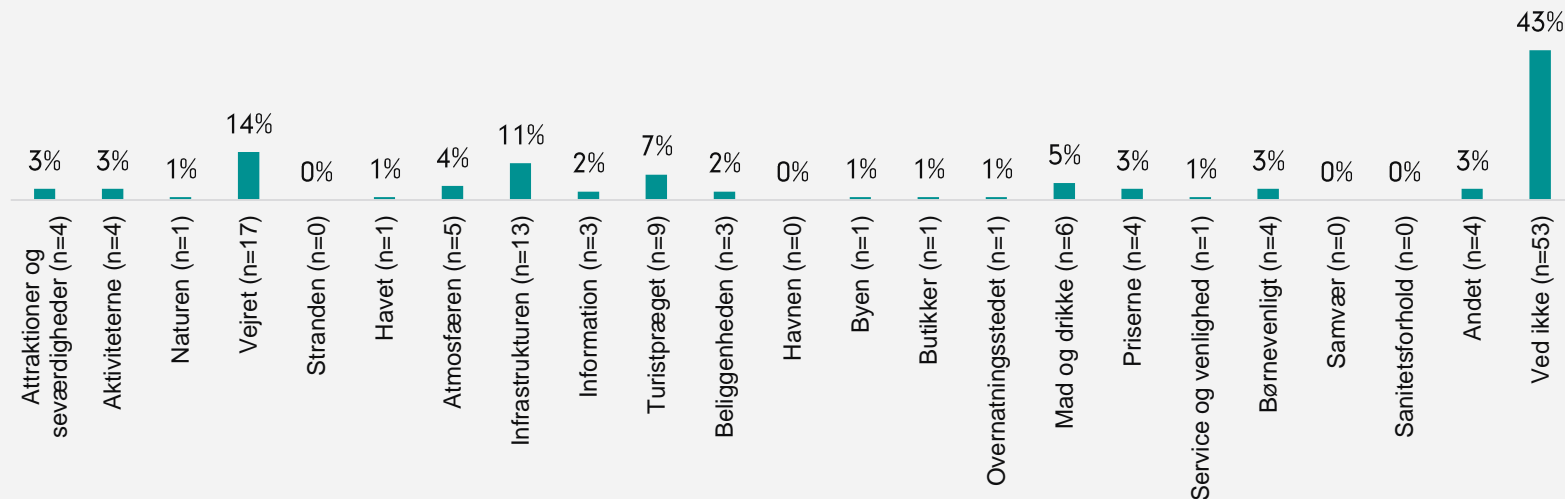
Note: Små baser er forbundet med stor usikkerhed. Grupper med mindre end 30 svar er usikre at tolke på og er derfor ikke medtaget i grafik



# Årsager til NPS

Neutrale

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

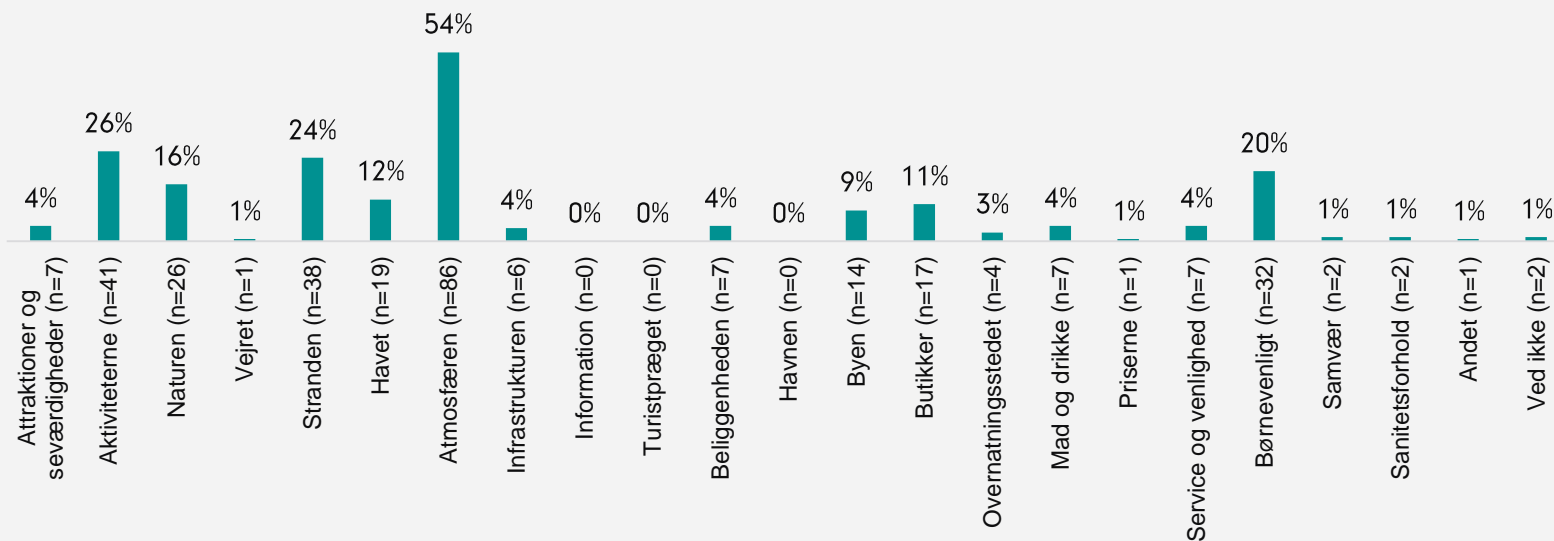


Note: Små baser er forbundet med stor usikkerhed. Grupper med mindre end 30 svar er usikre at tolke på og er derfor ikke medtaget i grafik

# Årsager til NPS

Ambassadører

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



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**

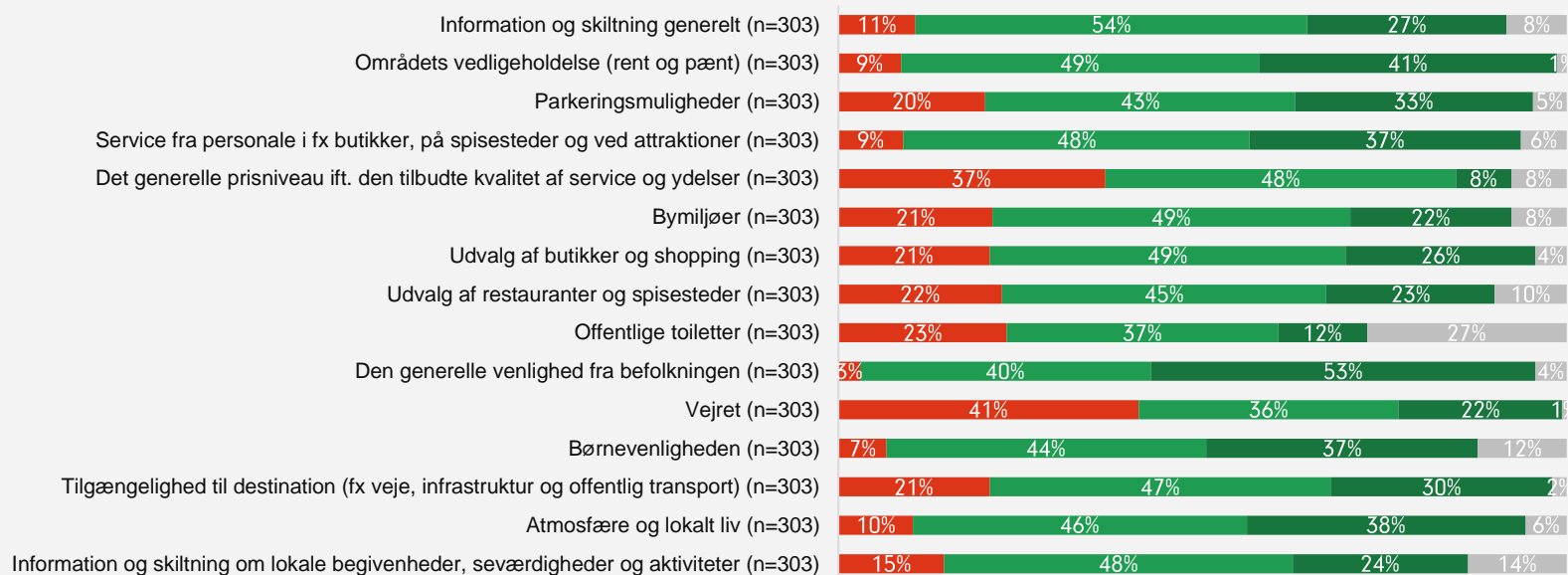


# Oplevelse af generelle forhold

Alle besøgende

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

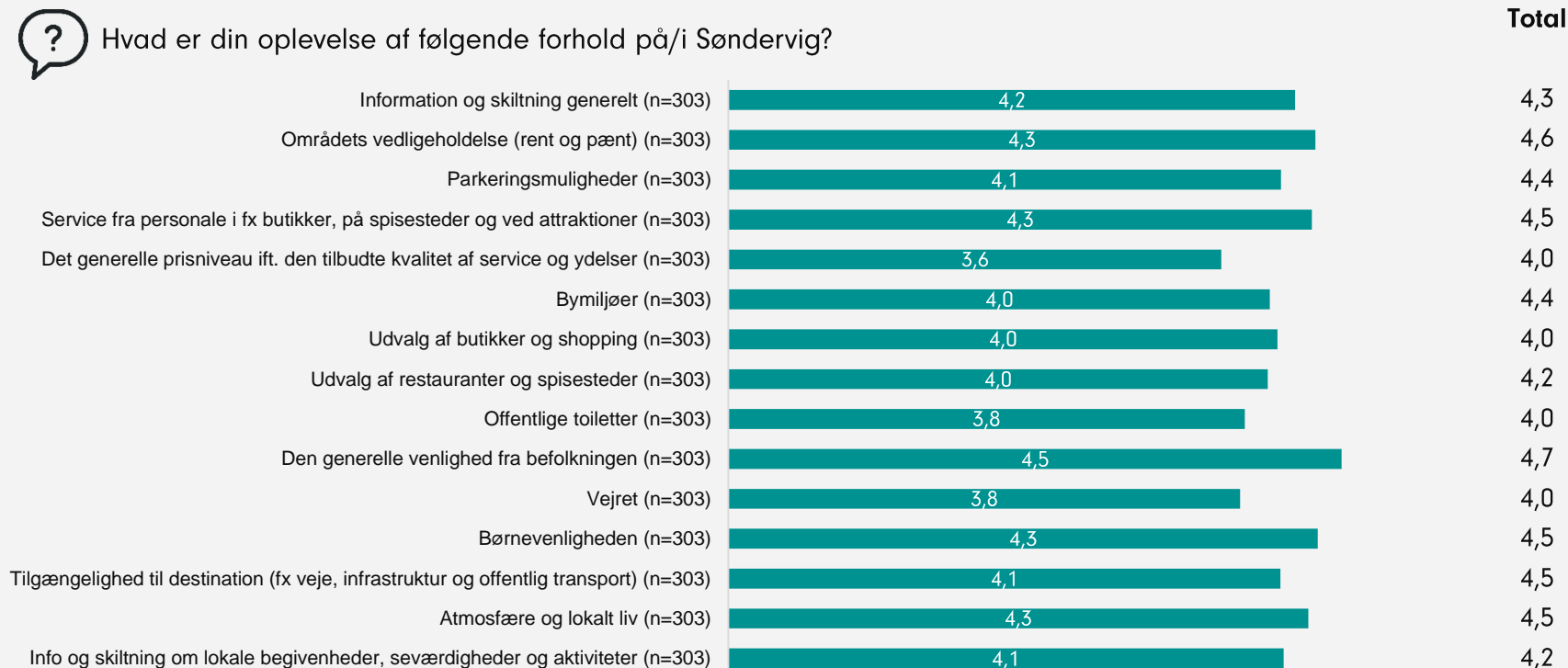
■ Utilfreds ■ Tilfreds ■ Meget tilfreds ■ Ved ikke



# Oplevelse af generelle forhold

Alle besøgende

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

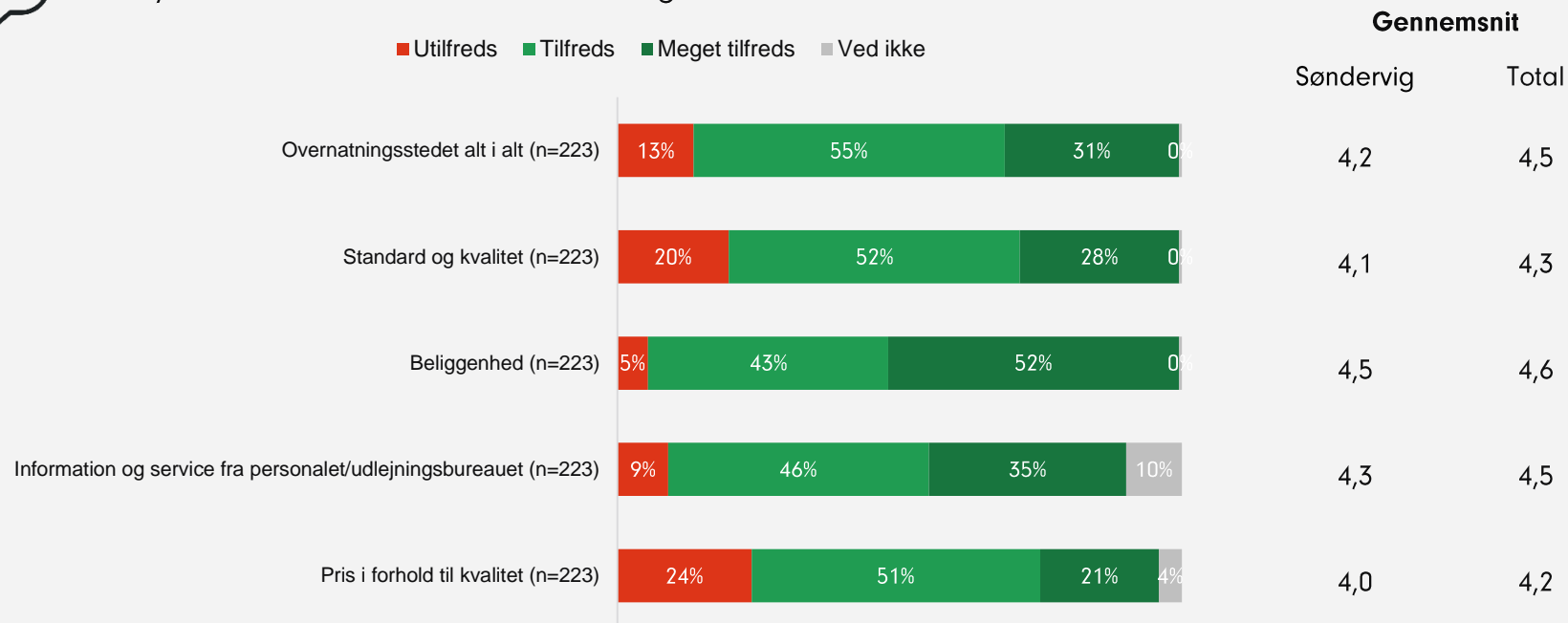


# Oplevelse af overnatningsstedet

Feriegæster med kommercielle overnatninger

?

Hvad synes du om kvaliteten af dit overnatningssted?



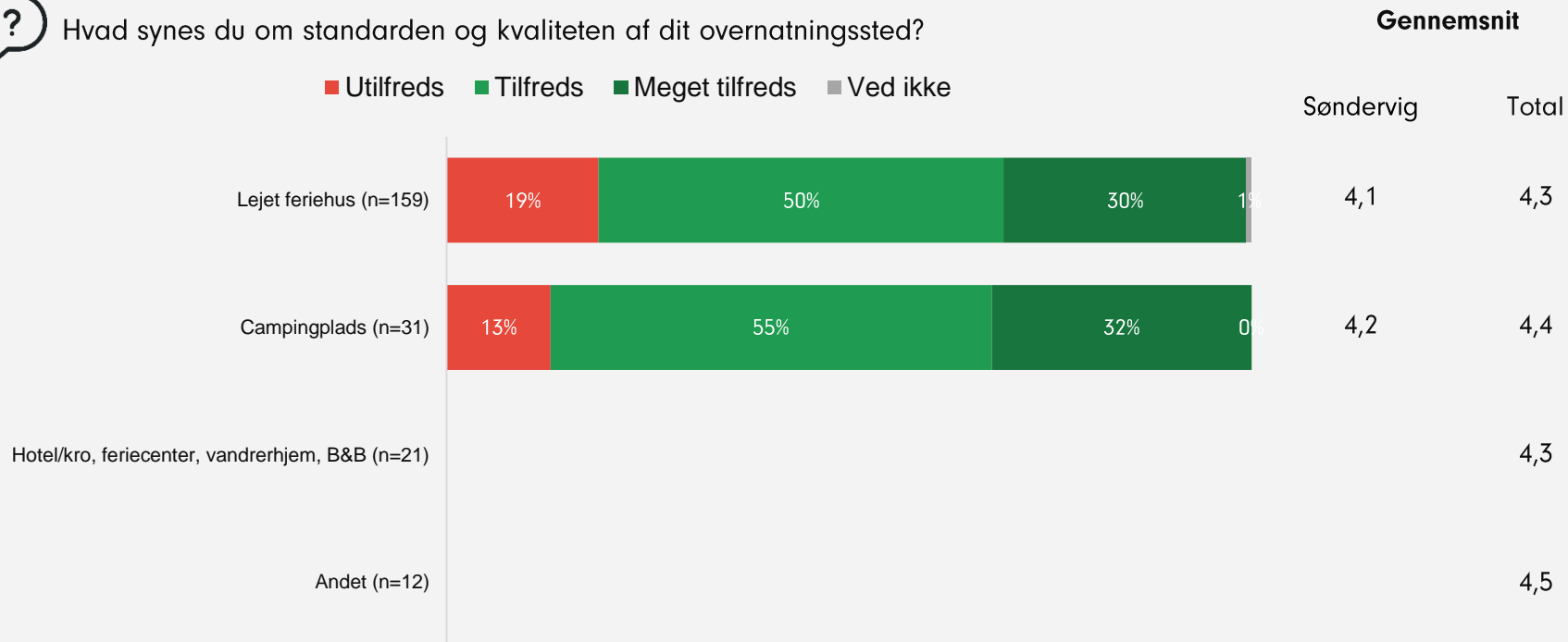
# Oplevelse af overnatningsstedet

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



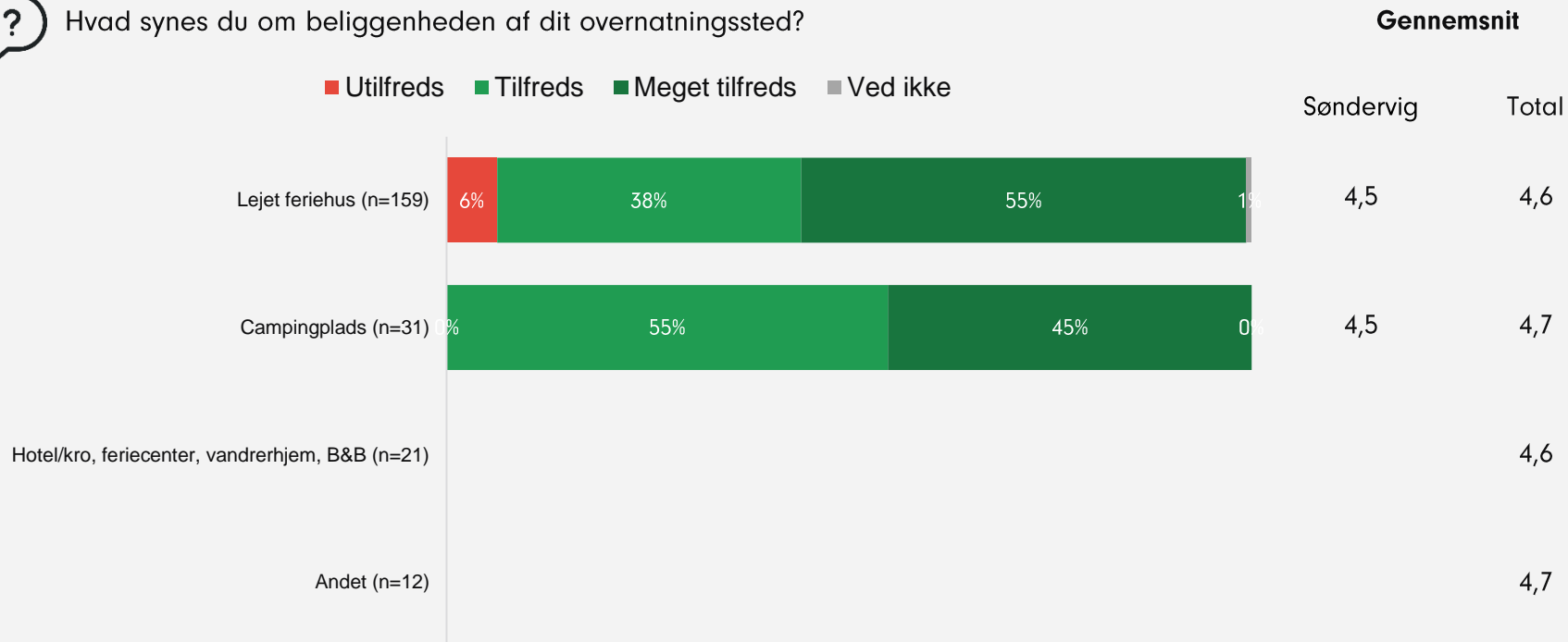
# Oplevelse af overnatningsstedet

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



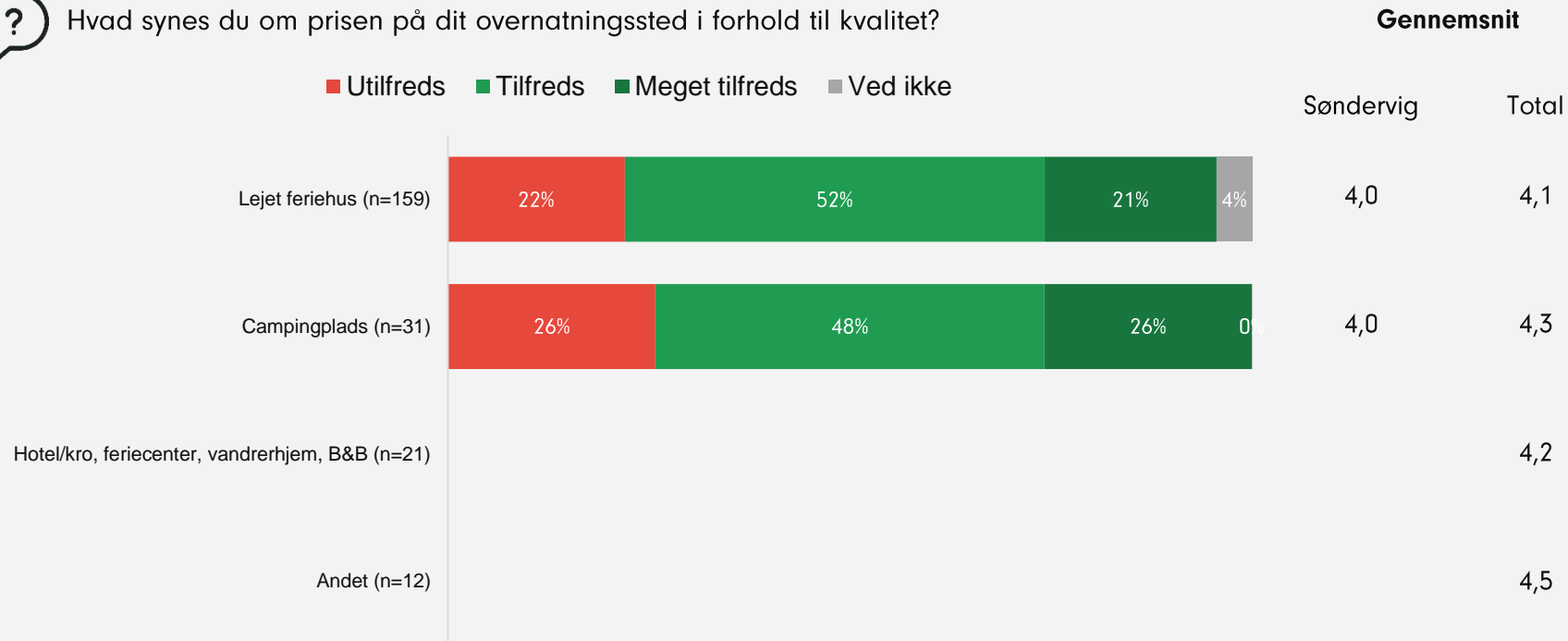
# Oplevelse af overnatningsstedet

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



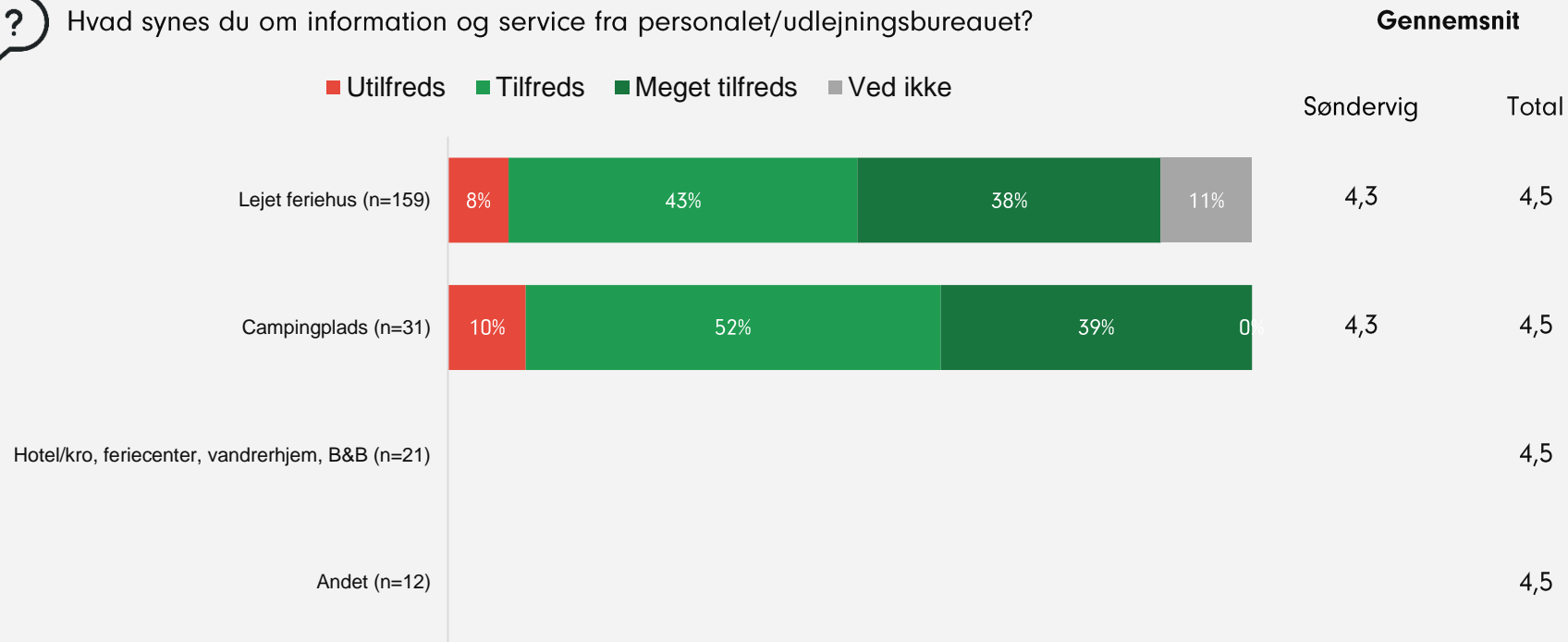
# Oplevelse af overnatningsstedet

Fordeling på kommercielle overnatningsformer



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


■ Utilfreds ■ Tilfreds ■ Meget tilfreds ■ Ved ikke

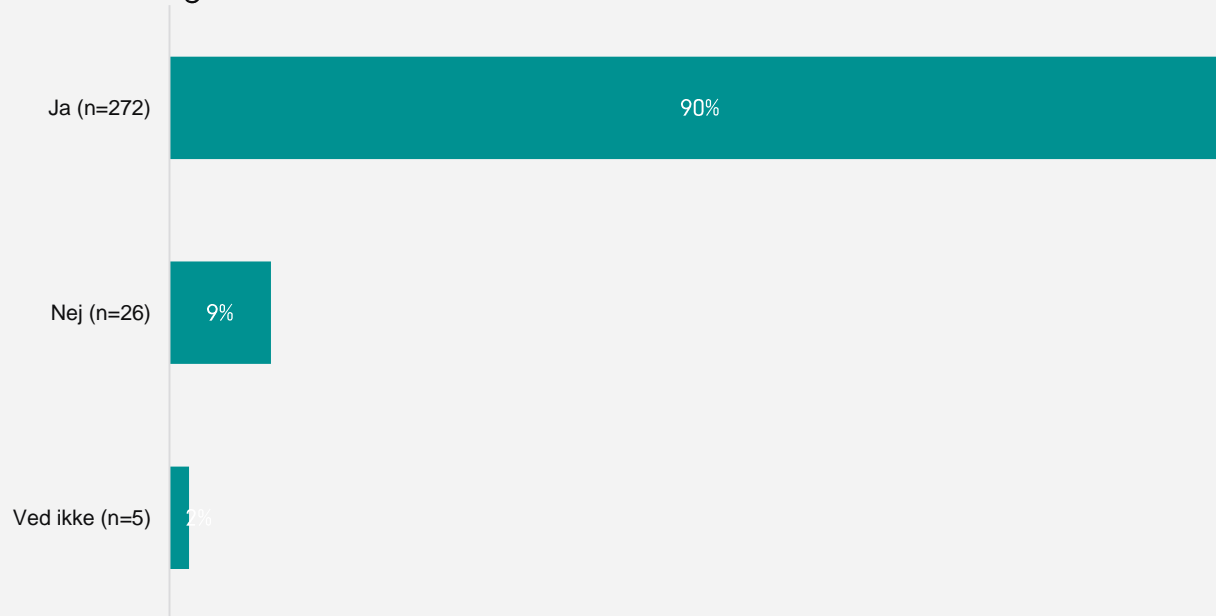


Note: Små baser er forbundet med stor usikkerhed. Grupper med mindre end 30 svar er usikre at tolke på og er derfor ikke medtaget i grafik

# Oplevelse af naturområdet


Alle besøgende

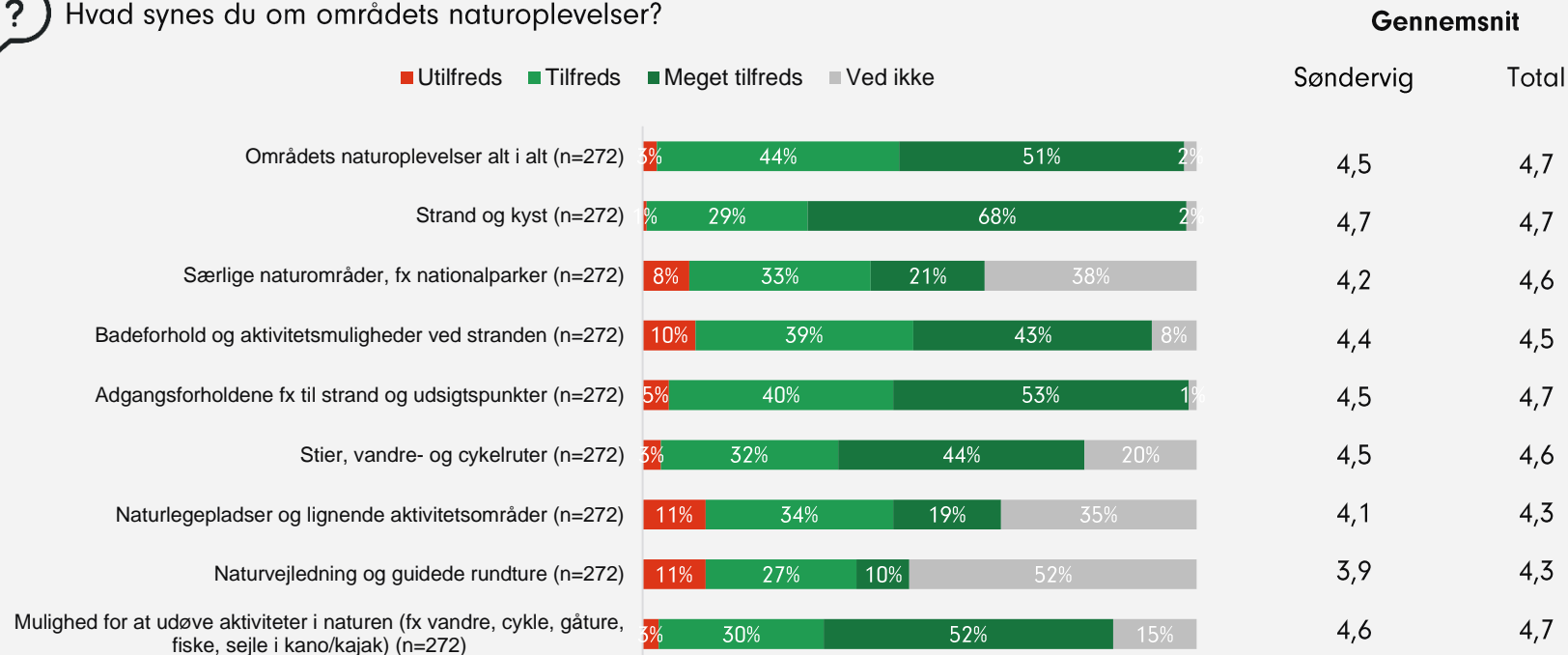
 Har du besøgt eller forventer du at besøge naturområder, fx strande, kyst, nationalparker mv. under dit ophold på/i Søndervig?



# Oplevelse af naturområdet

Gæster, der forventer at besøge naturområder

 Hvad synes du om områdets naturoplevelser?

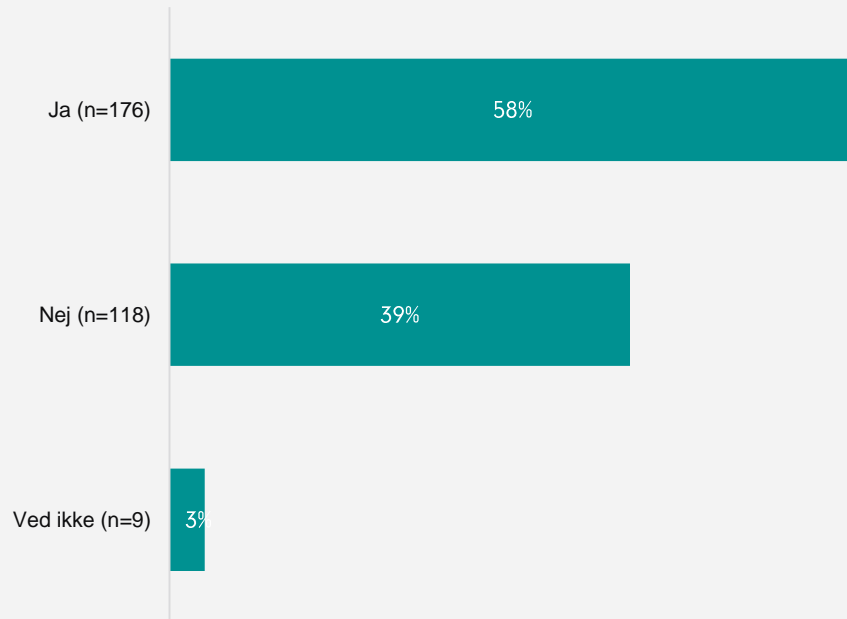


# Oplevelse af attraktioner og oplevelser

Alle besøgende



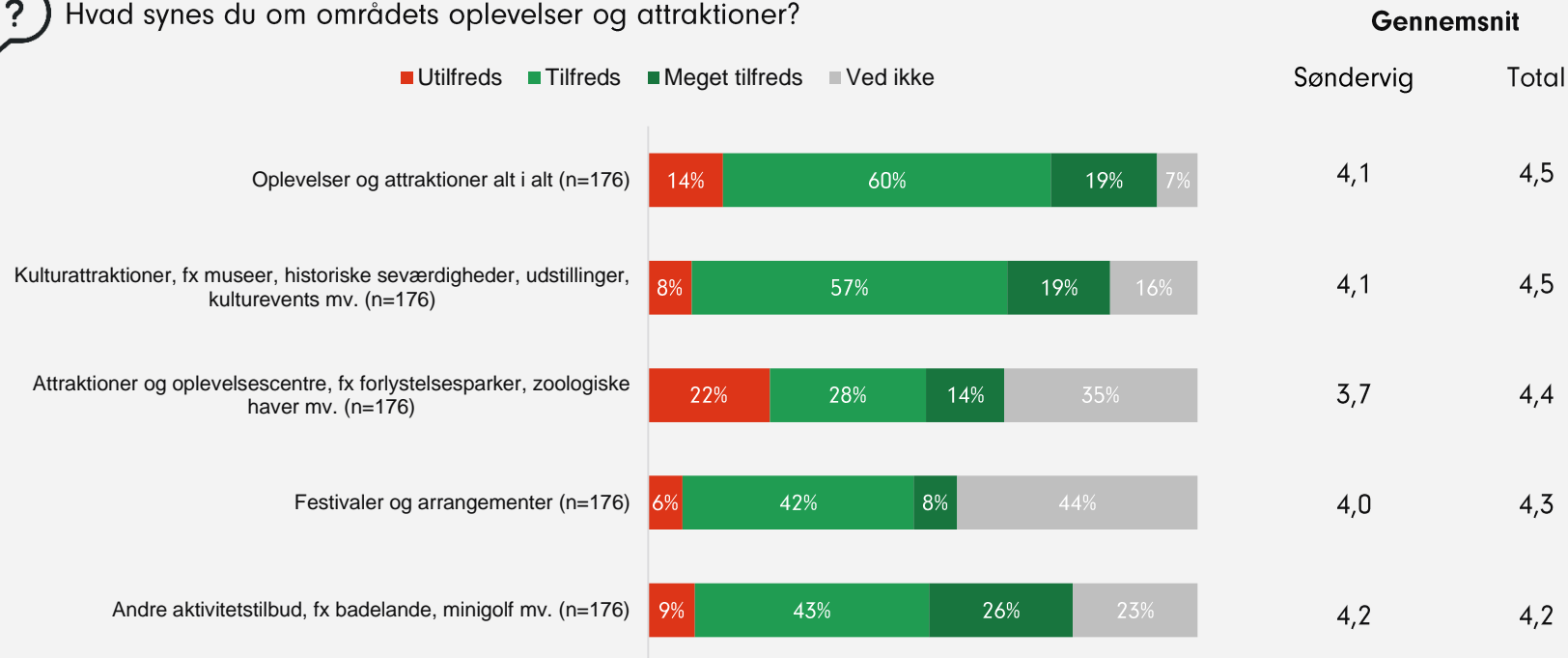
Har du besøgt eller forventer du at besøge attraktioner og/eller oplevelsescentre i eller tæt på Søndervig?



# 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?

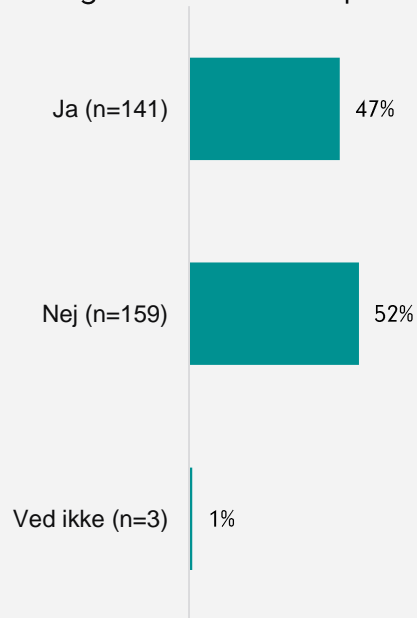




# Oplevelse af spisestederne

Alle besøgende

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

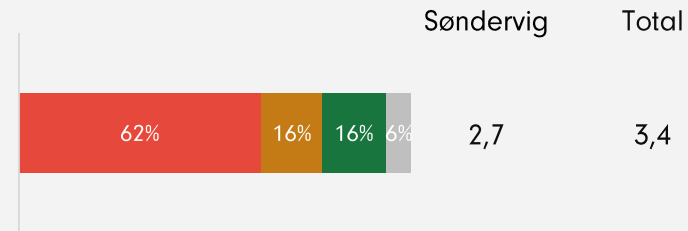


? Hvilken betydning havde det for dit valg af spisested, at stedet benytter lokale råvarer i maden og/eller serverer lokalproducerede drikkevarer?

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=141)

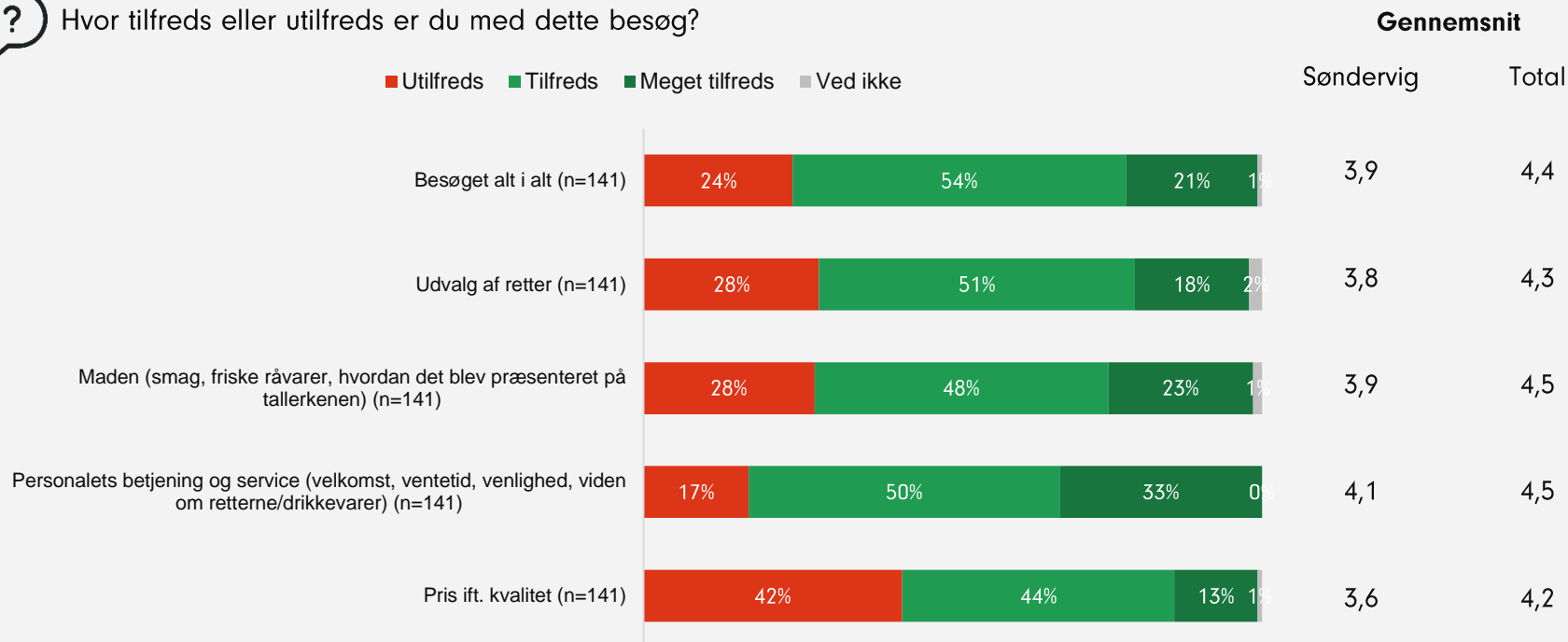


# Oplevelse af spisestederne

Gæster, der har været ude at spise på deres ophold



Hvor tilfreds eller utilfreds er du med dette besøg?



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

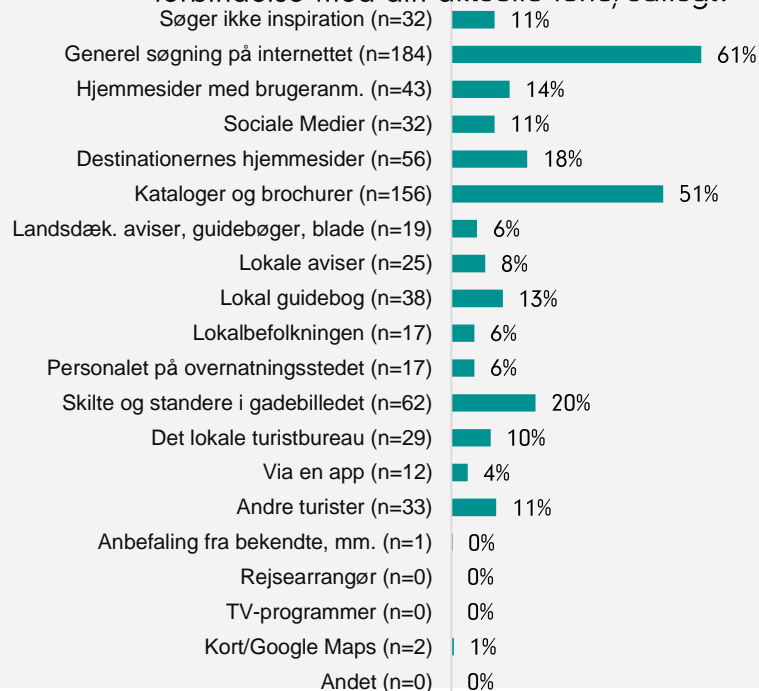


# Informationssøgning

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

Søndervig Total

Informationen på turistkontoret (n=29)

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

# Bæredygtighed

Alle besøgende

? I hvilken grad...

■ 1 slet ikke ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 i meget høj grad ■ Ved ikke

Har ønsket om 'bæredygtig turisme' haft betydning for dit valg af Søndervig som feriemål?



Opfatter du Søndervig som et bæredygtigt ferieområde?



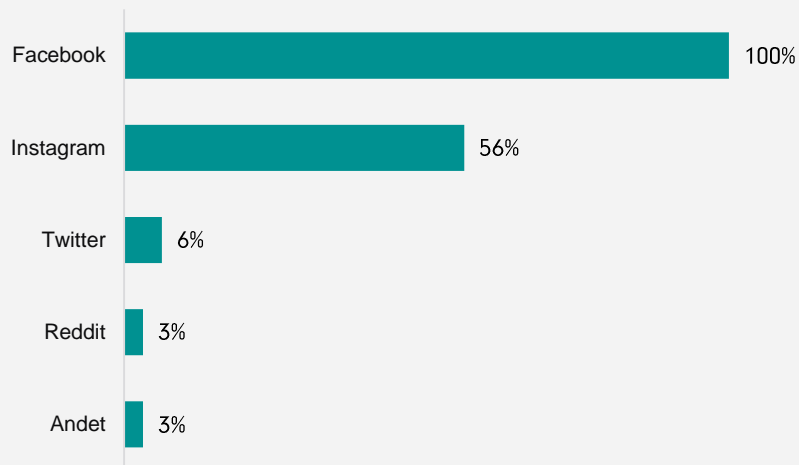


# Åbningstider og sociale medier

Bruger sociale medier, til at søge inspiration under opholdet



Hvilke sociale medier har du benyttet til at søge inspiration om, hvad du kan opleve, mens du er på din nuværende ferie/udflugt?

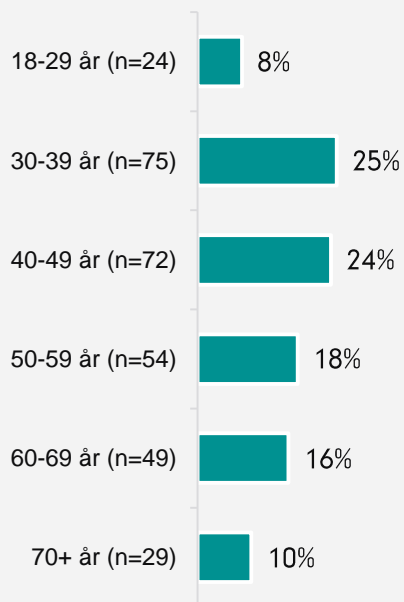


A person is seen from behind, walking away through a stone archway. They are carrying a black suitcase. The scene is set at sunset or sunrise, with a vibrant sky of orange, yellow, and blue. The archway frames the person and the landscape beyond. The overall mood is one of departure and adventure.

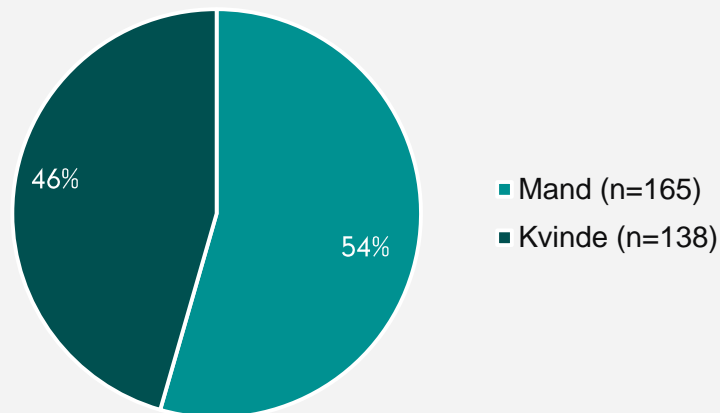
# BAGGRUND

# Demografi

? Hvad er din alder?



? Køn

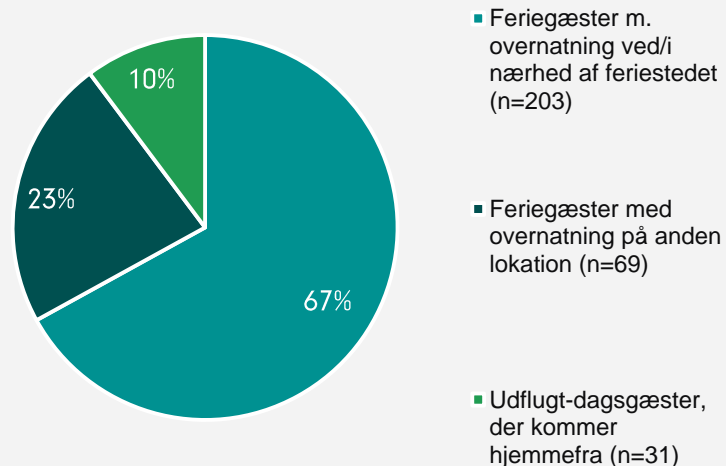


# Demografi og opholdslængde

? I hvilket land bor du?

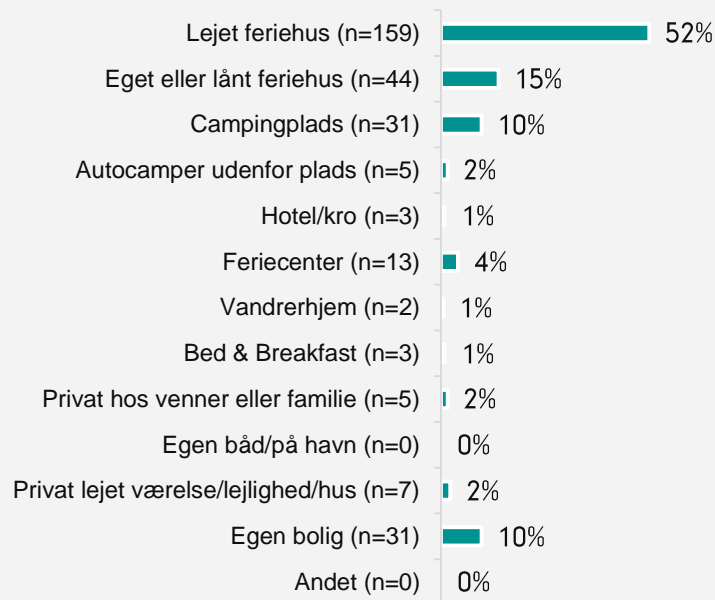


? Hvad er formålet med dit ophold eller besøg på/i Søndervig? Er du på...

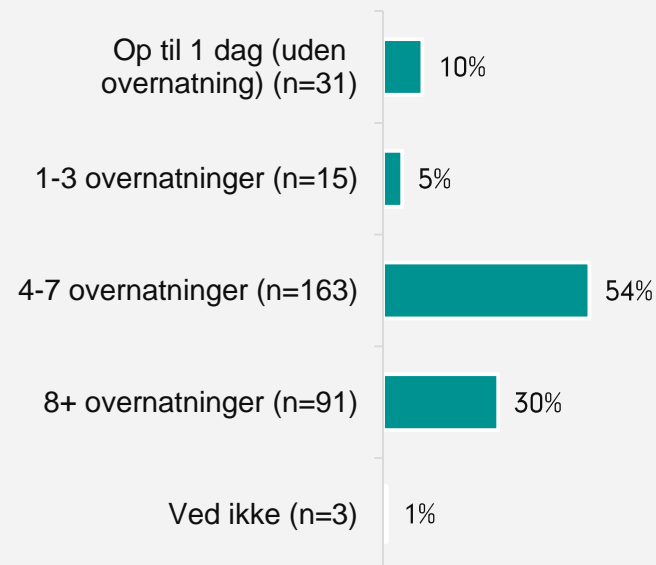


# Overnatning og formål

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



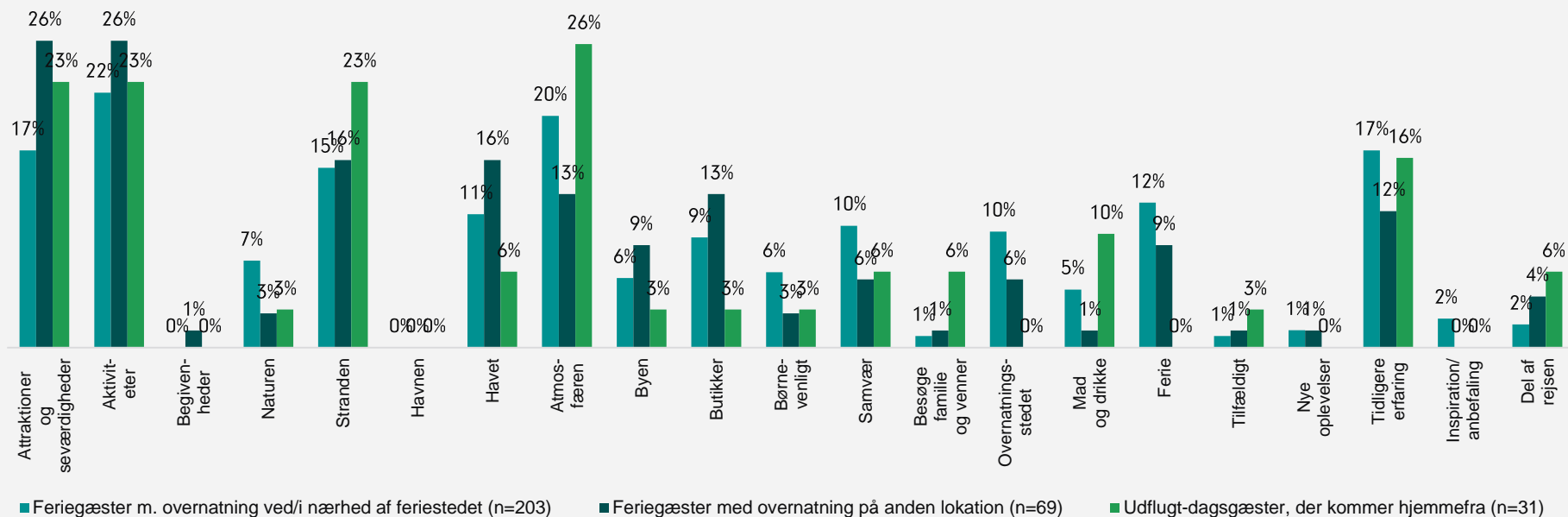
? Hvor mange overnatninger kommer dit nuværende ferieophold til at være alt i alt, både i Søndervig og evt. andre steder?



# Årsag til besøg

Fordelt på formålet med besøget

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

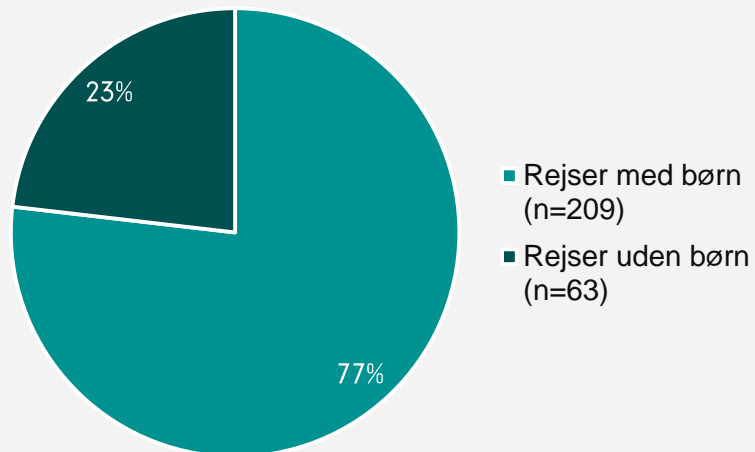




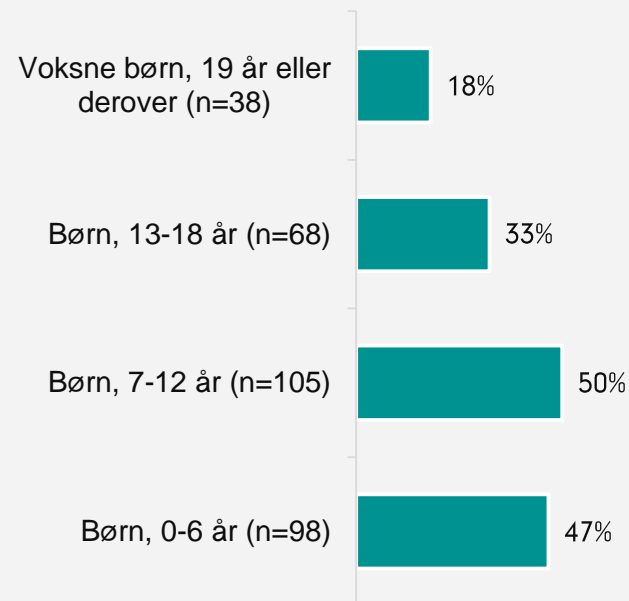
# Rejsegruppe

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?



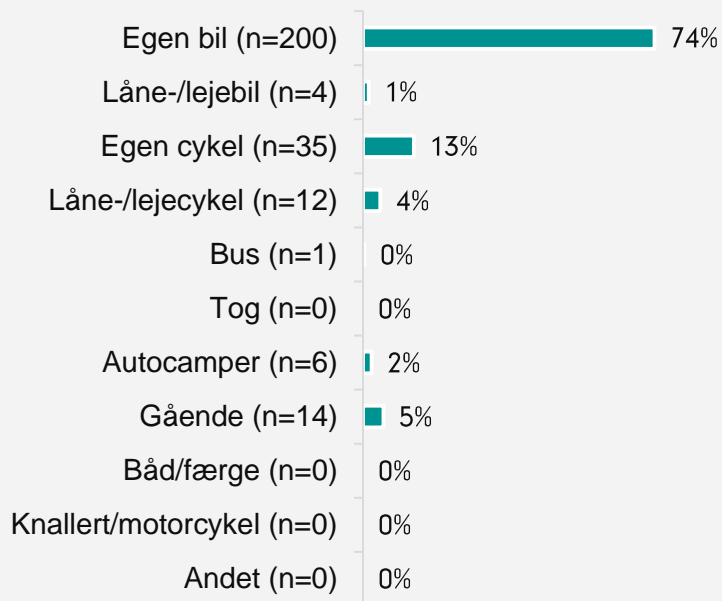
? Hvad er barnet/børnenes alder?  
*Feriegæster, der rejser med børn*



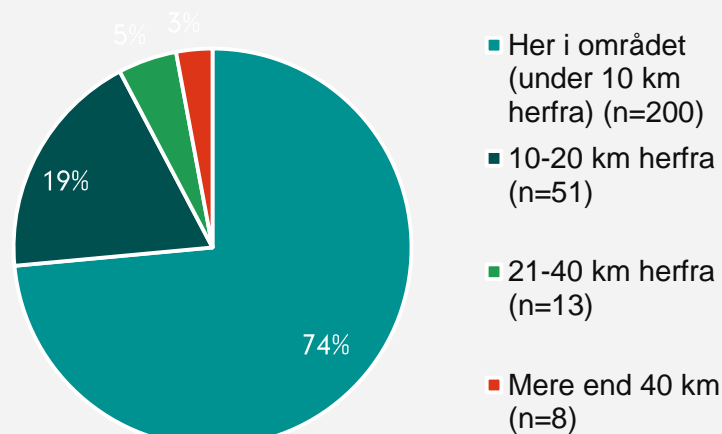
# Transport og afstand

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

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



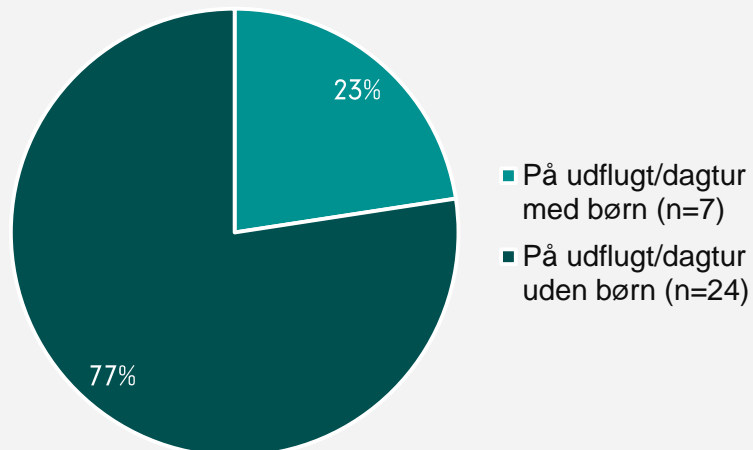
? Hvor langt væk ligger dette (eller dit hjem) ift. Søndervig?



# Rejsegruppe

Udflugtsgæster, der kommer hjemmefra

? Hvilken af følgende beskriver bedst den gruppe, som du er på udflugt med i dag?



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

Voksne børn, 19 år eller derover (n=0) #1/T

Børn, 13-18 år (n=2) #1/T

Børn, 7-12 år (n=6) #1/T

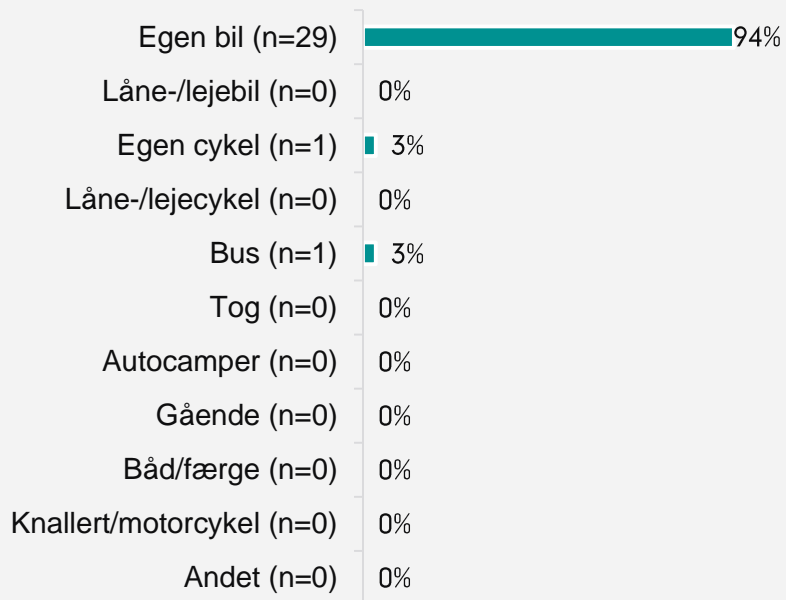
Børn, 0-6 år (n=3) #1/T

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

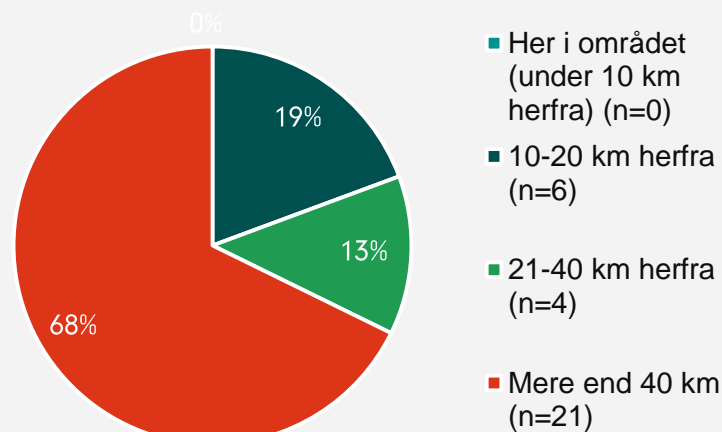
# Transport og afstand

Udflugtsgæster, der kommer hjemmefra

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

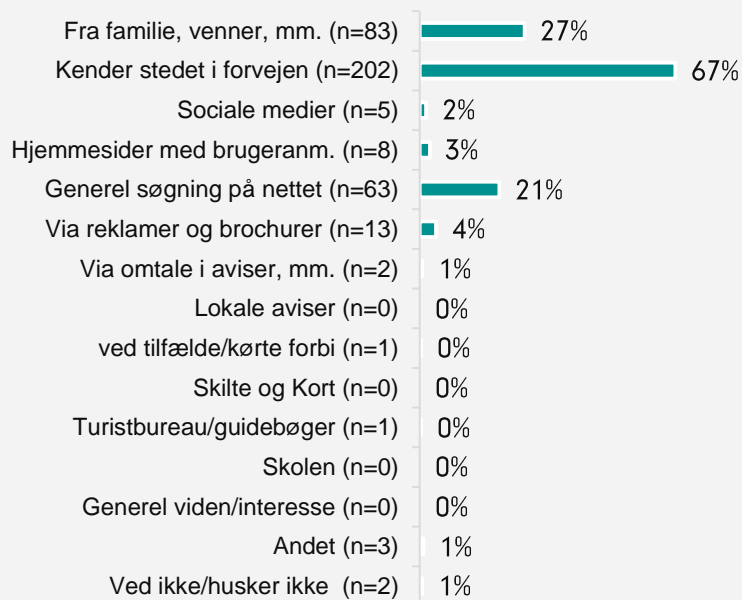


? Hvor langt væk ligger dette (eller dit hjem) ift. Søndervig?

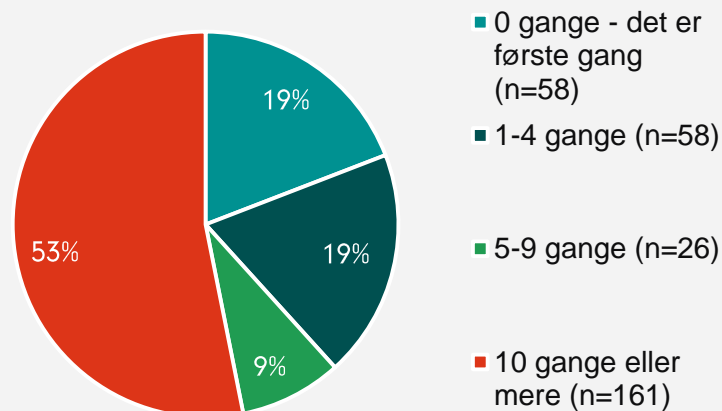


# Kendskab og tidligere besøg

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

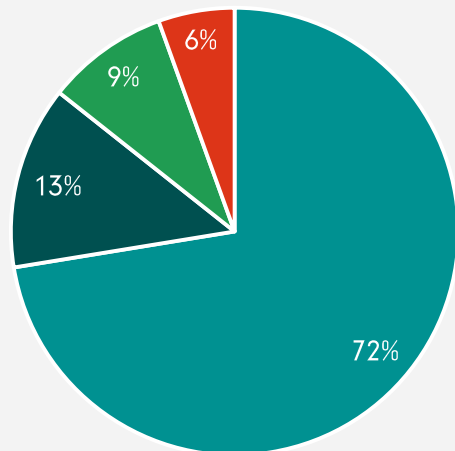


? Hvor mange gange har du tidligere besøgt/været i/på Søndervig?



# Besøgt andre byer/områder, seværdigheder, attraktioner mm.

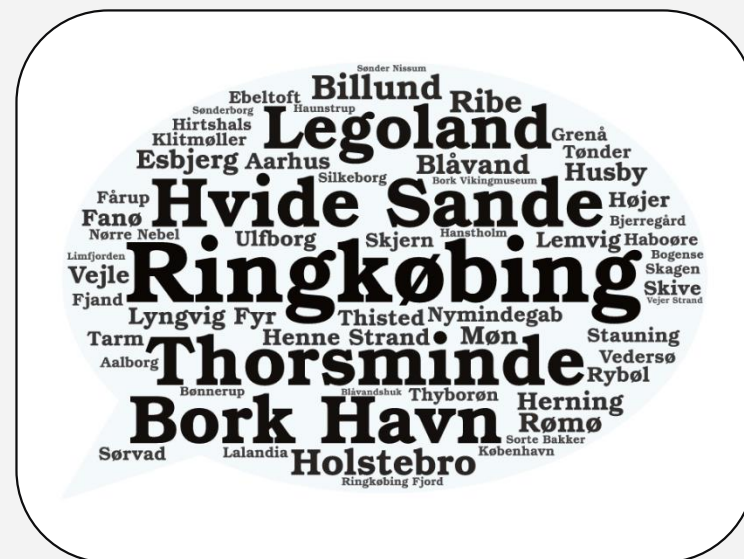
Har du besøgt andre byer, seværdigheder, attraktioner eller områder på din nuværende ferie eller ophold?



- Ja (n=197)
- Nej ikke endnu, men jeg forventer at gøre det (n=36)
- Nej, jeg forventer ikke at gøre det (n=24)
- Ved ikke (n=15)

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](mailto:jfn@wilke.dk)  
Tlf. 40971055

**Sara Dolmer**  
Analytics Consultant  
[sdo@wilke.dk](mailto:sdo@wilke.dk)  
+45 27 90 23 75

**Maria Ross**  
Research Manager  
[mro@wilke.dk](mailto:mro@wilke.dk)  
+45 28 29 77 66



DANSK  
KYST & NATUR  
TURISME

