

Besöksundersökning - Åsnenområdet

Resultat av 605 intervjuer

Innehåll

Om undersökningen	3-4
Sammanfattning av resultatet	5
Geografisk hemvist	6-7
Åldersfördelning och könsfördelning	8
Sällskapsstorlek och antal barn	9-10
Huvudsaklig besöksanledning	11
Tidigare besök till Åsnenområdet	12
Andel övernattande besökare och dagsbesökare	13-15
Inkvarteringstyper	16
Aktiviteter	17
Informationskanaler	18
Spendering	19
Nöjdhet	20
Hållbarhet	21-24
NPS: Benägenhet att rekommendera Åsnenområdet	25
Urval av kommentarer	26-28
Fokus: respondenter som övernattade i husbil/husvagn/tält, men inte på campingplats	29
Kontaktinformation Research One	30

Om undersökningen

Sammanhang och syfte

Research One har under sommaren 2022 genomfört en besöksundersökning i Åsnenområdet. Undersökningen har i första hand syftat till att kartlägga turisternas besök. Parametrar som kartlagts inkluderar bland annat:

- Enkla demografiska faktorer såsom ålder och geografisk hemvist
- Sällskapssammansättning inklusive andel barnfamiljer
- Genomsnittlig spendering per dygn
- Aktiviteter och informationskanaler
- Vistelselängd och boendeformer
- Rekommendationsbenägenhet (NPS)

Undersökningens resultat ska kunna användas som underlag för vidare destinationsplanering och utveckling av Åsnenområdet ur turismsynpunkt.

Antal fullständiga intervjuer

- 605

Urval och turistdefinition

- Ett slumpmässigt urval av turister som befann sig vid insamlingsplatserna
- En turist har definierats som en person som bor utanför Växjö, Alvesta och Tingsryd samt inte befinner sig i sin vardagliga omgivning

Insamlingsperiod

- 2022-07-12 – 2022-08-22
- Intervjutid: vardagar som helger; tidigast 10:00, senast 19:00

Metod

- Face to face-intervjuer utifrån fast enkät

Om undersökningen

Metod och bortfall

Metod och urval

Den övergripande metoden för undersökningen har varit fältintervjuer (face to face) utifrån fastställd enkät.

Intervjusvaren har tryckts in digitalt på surfplatta under intervjuens gång eller direkt efter avslutad intervju.

Målgruppen har varit samtliga tillresta besökare. En tillrest besökare har definierats som en person som bor utanför Växjö, Alvesta eller Tingsryd, samt befinner sig utanför sitt vardagliga vistelseområde. Urvalet har gjorts genom på plats-rekrytering av förbipasserande respondenter vid respektive undersökningsplats. Intervjuerna är genomförda vardag som helg, dag som kväll, dock inte senare än kl. 19:00.

Bortfall och resultatpåverkan

Bortfallet i undersökningen består dels av personer som avstått från att bli intervjuade, dels av intervjuer som av olika anledningar avbrutits innan de färdigställts.

Bortfall och resultatpåverkan, fortsättning

Merparten av de tillfrågade har tackat ja till att medverka, och andelen som tackat nej uppskattas till omkring 10 %. Antalet avbrutna intervjuer är mycket få och utgör en marginell andel. Dessa icke-kompleta svar har tagits bort i efterhand, varför de resultat som presenteras helt bygger på kompletta intervjusvar.

Rapportens disposition

Efter det inledande metodavsnittet följer en sammanfattning av undersökningens resultat i punktform. Därefter redovisas undersökningens resultat i detalj, fråga för fråga.

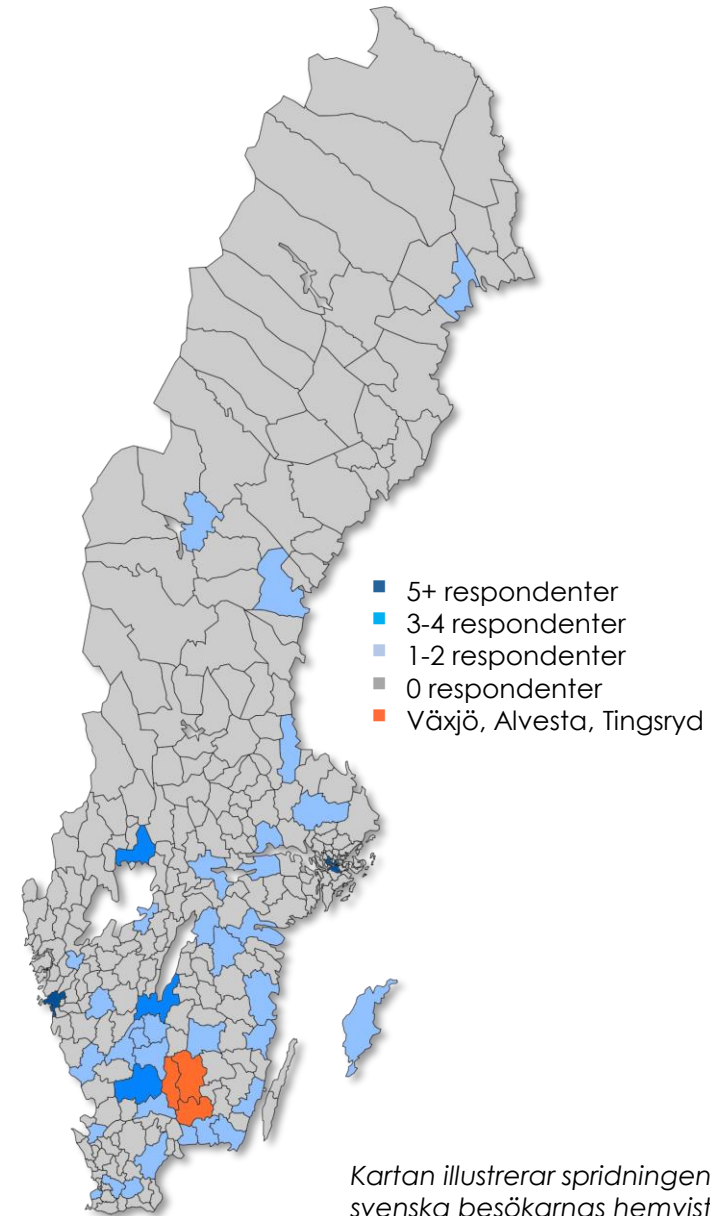
Sammanfattning av resultatet

- Merparten av respondenterna är bosatta utanför Sverige. Snittåldern är 42 år
- Den vanligaste sällskapssammansättningen bland besökarna är par. Knappt hälften av respondenterna har barn med sig i sitt resesällskap
- Den vanligaste besöksanledningen till Åsnenområdet är Allmän semesterresa
- 64 % av respondenterna besökte Åsnenområdet för första gången. Knappt 20 % hade varit i Åsnenområdet flera gånger tidigare
- Drygt 20 % av respondenterna stannade i Åsnenområdet i fler än sju nätter. 18 % var dagsbesökare
- Det vanligaste boendeformen var på campingplats i tält, husbil eller husvagn
- Nationalparksbesök, vandring samt att uppleva naturen på egen hand, var de klart vanligaste aktiviteterna
- Besökarna spenderade i snitt 772 kr per dygn under sin vistelse i Åsnenområdet
- NPS-värdet för Åsnenområdet är 87. Detta är ett mycket högt värde som tyder på att de allra flesta besökarna är mycket nöjda

I vilken kommun bor du?

Topplista, kommuner

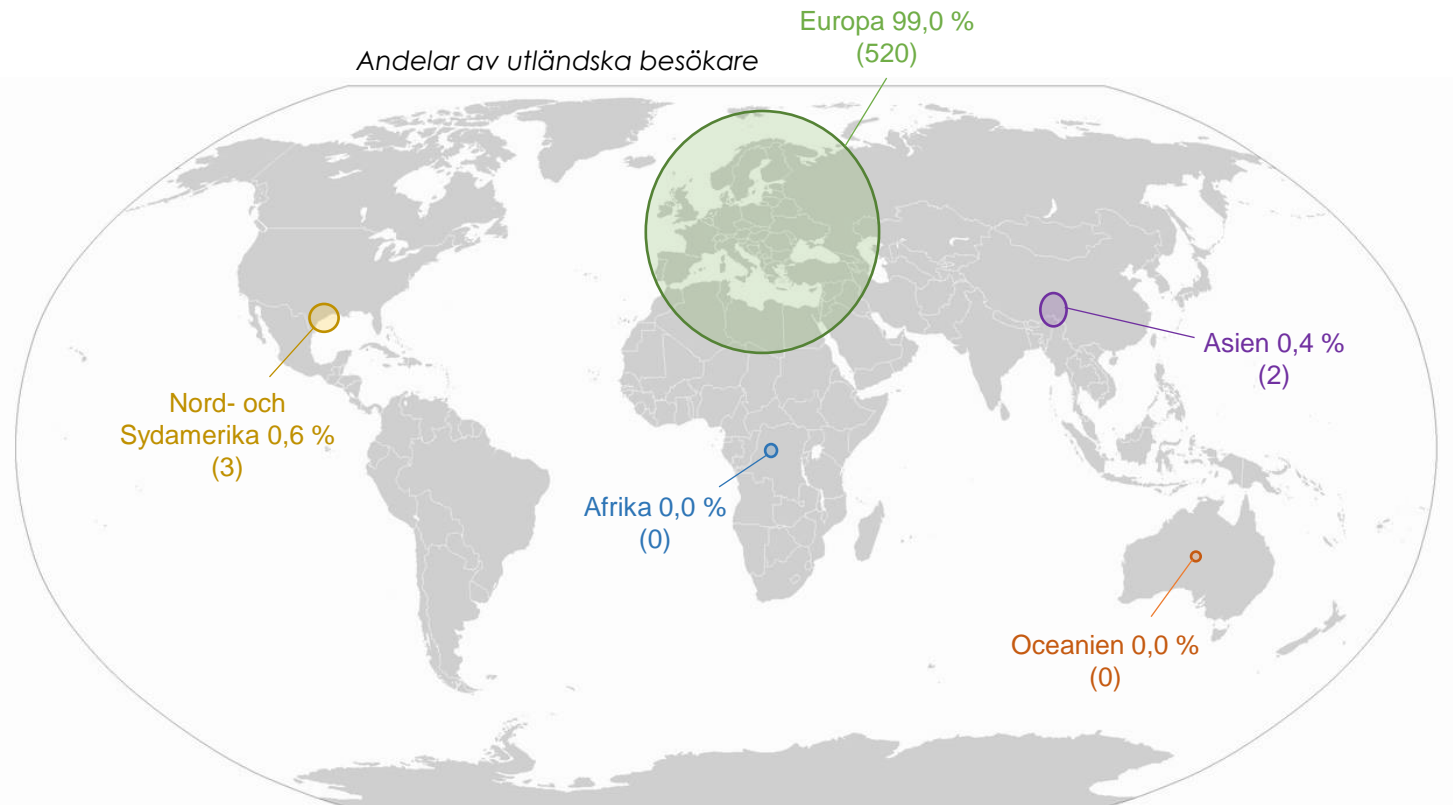
80 respondenter	Antal
Stockholm	20
Göteborg	7
Jönköping	4
Karlstad, Ljungby	3
Övriga	43



I vilket land bor du?

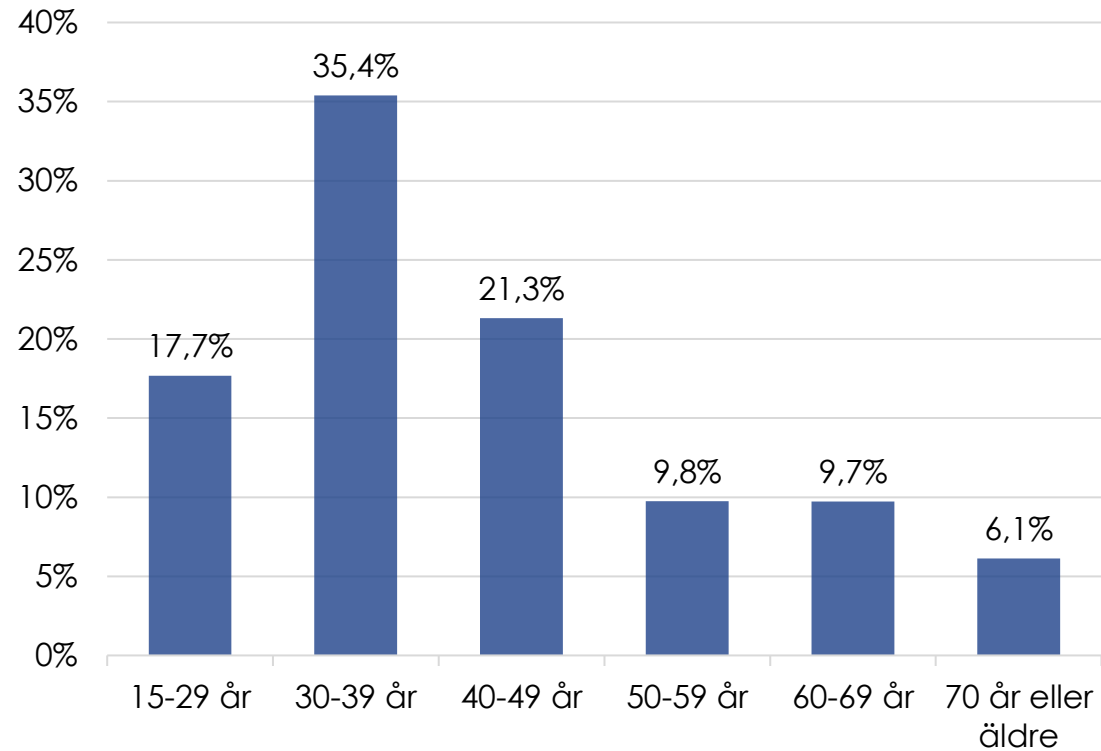
Topplista, länder

525 respondenter	Antal
Tyskland	353
Nederländerna	82
Danmark	30
Belgien	15
Schweiz	7
Övriga	38



Åldersfördelning / Könsfördelning

Åldersfördelning

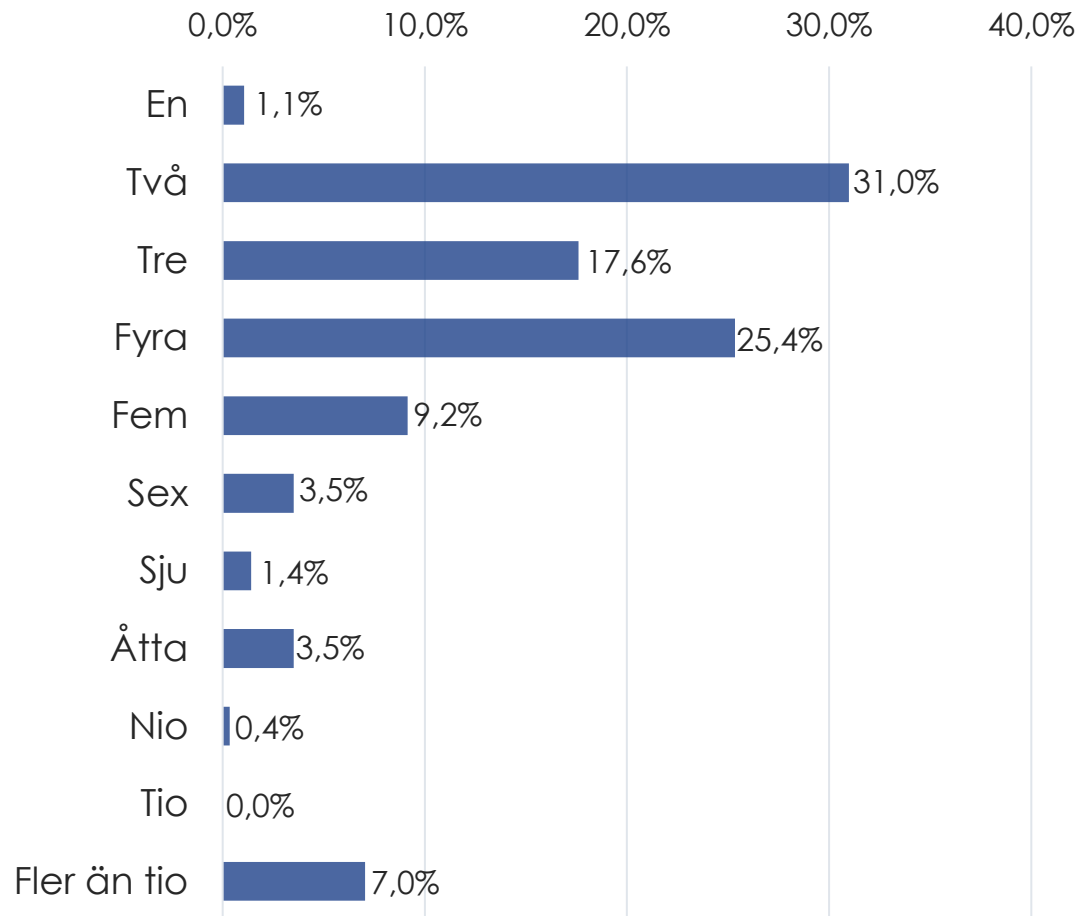


Könsfördelning



Hur många personer ingår i ert resesällskap?

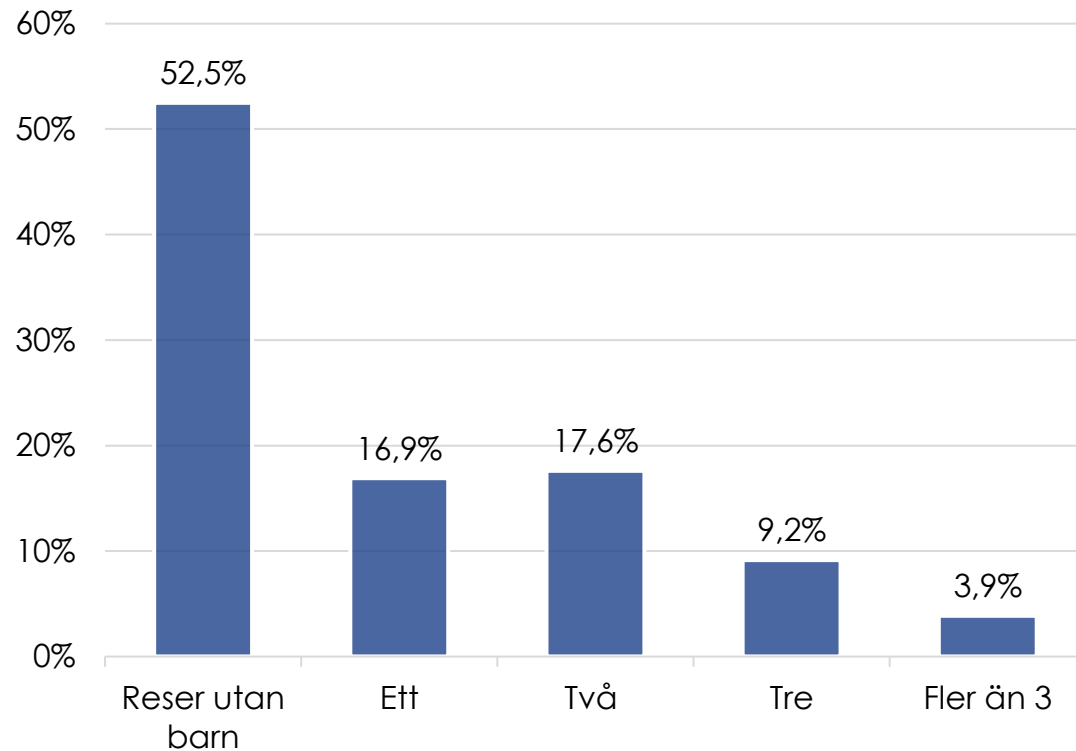
Totalt antal personer i sällskapet



- Observera att siffrorna gäller det totala antalet personer i respondentens sällskap, det vill säga vuxna och barn
- Den vanligaste sällskapssammansättningen bland besökarna är par (två personer), tätt följt av sällskap om fyra personer
- Omkring 7 % av respondenterna var i sällskap om fler än tio personer

Hur många barn under 15 år ingår i ert resesällskap?

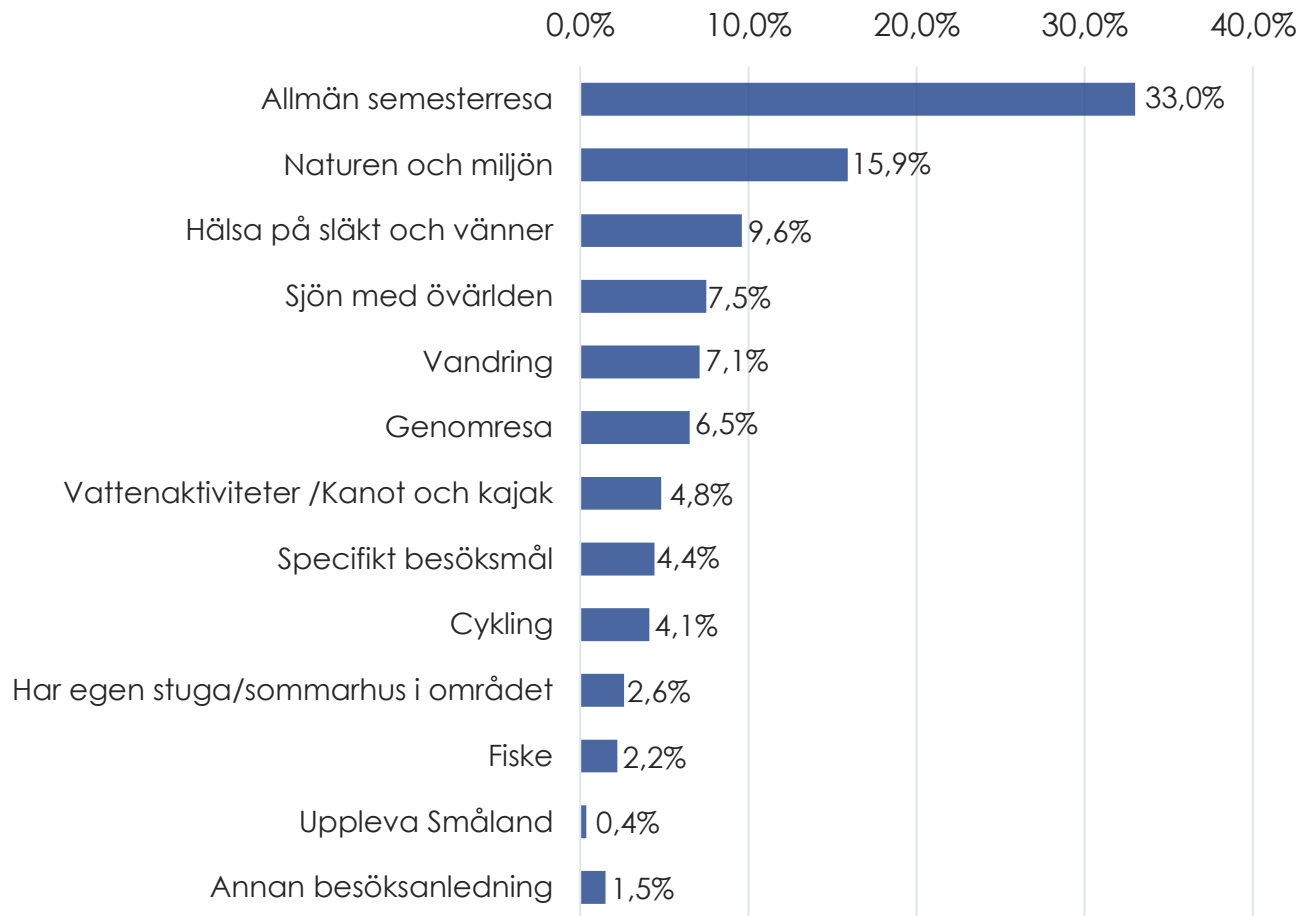
Totalt antal barn under 15 år i sällskapet



- Knappt hälften av respondenterna har barn med sig i sitt sällskap
- Den specifika åldern har efterfrågats. Det går inte att utläsa något särskilt mönster bland dessa svar, utan åldrarna på barnen varierar brett inom spannet 0-15 år

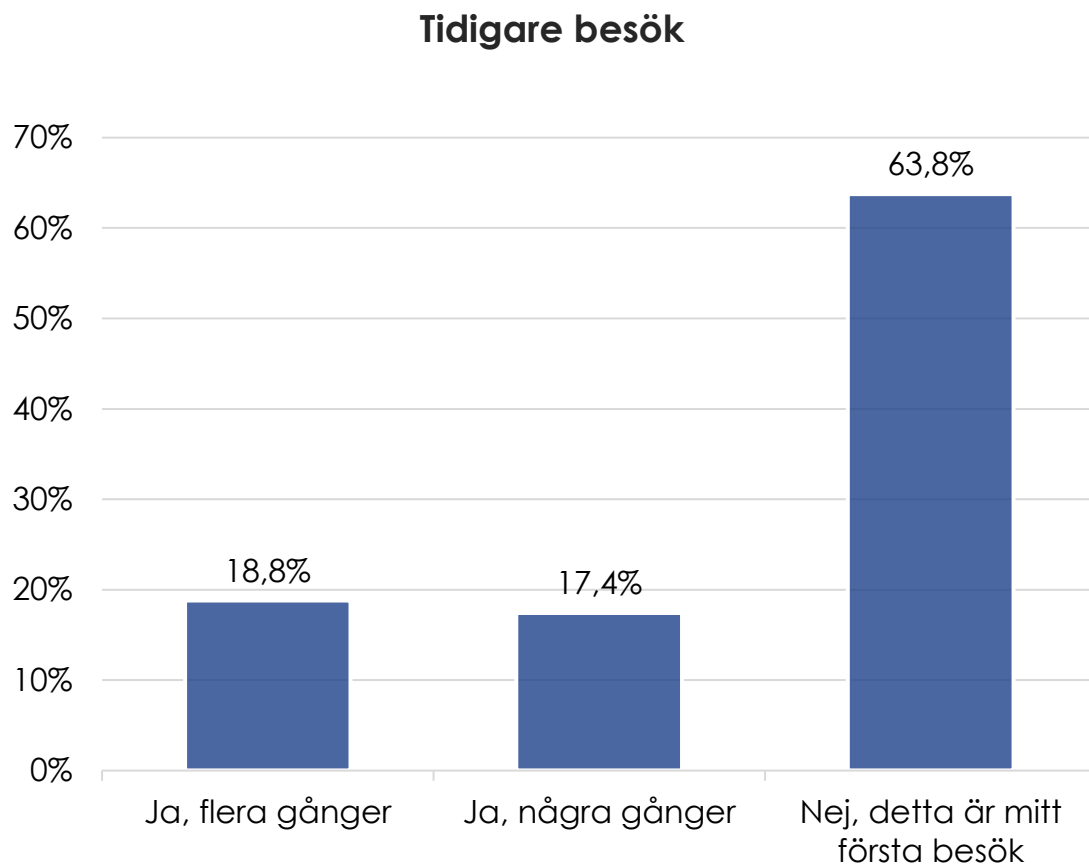
Vilken är den huvudsakliga anledningen till att ni besöker Åsnenområdet?

Besöksanledningar



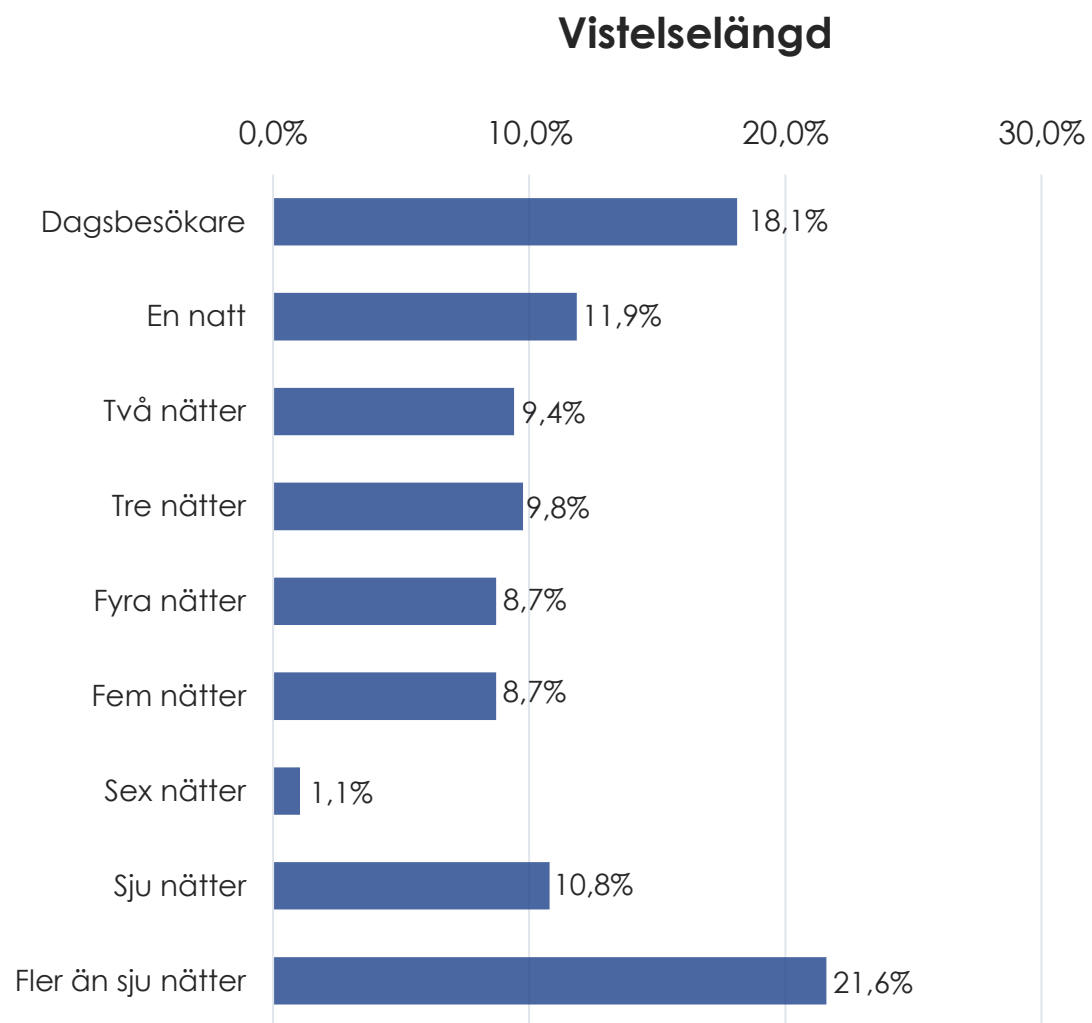
- En tredjedel av besökarna anger Allmän semesterresa som besöksanledning till Åsnenområdet
- Allmän semesterresa är ett brett alternativ som i teorin kan inkludera flera av svarsalternativen i diagrammet. Framförallt indikerar det att respondenten inte kan singla ut en särskild besöksanledning, mer att denne befinner sig på semester
- 16 % av besökarna svarade att Naturen och miljön deras huvudsakliga besöksanledning, vilket bortsett från Allmän semesterresa är den vanligaste besöksanledningen
- Respondenterna har endast kunna ange ett svarsalternativ
- Annan besöksanledning inkluderar sådana svar som endast förekommit vid enskilda tillfällen. Exempel på ett sådant svar är "Bröllop" och "Konsert"

Har du besökt Åsnenområdet tidigare?



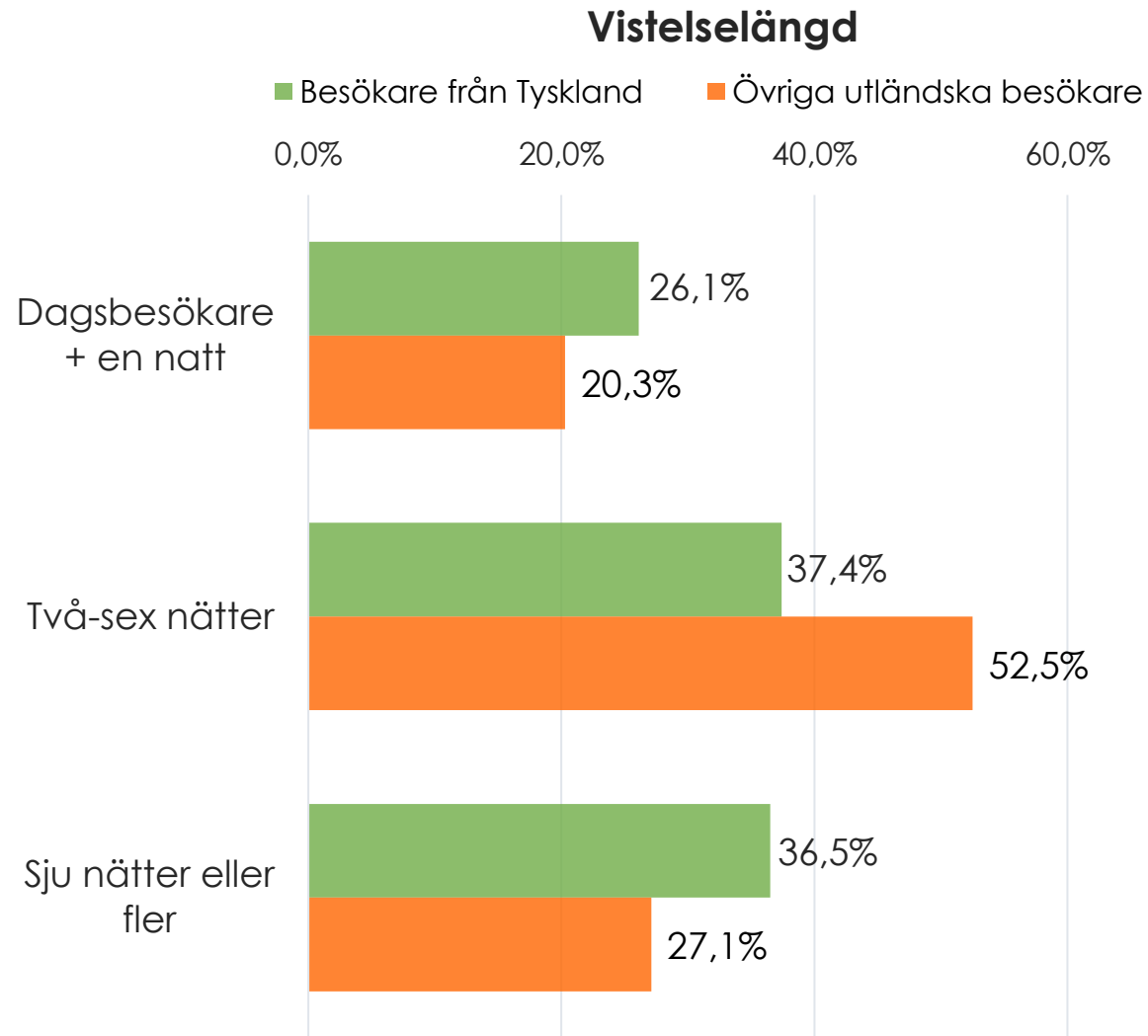
- 64 % av respondenterna är förstagångsbesökare till Åsnenområdet. Detta är relativt sett en stor andel förstagångsbesökare som indikerar att Åsnenområdet lockar en bred skara av långväga besökare
- Knappt 20 % av respondenterna har besökt Åsnenområdet flera gånger tidigare, dessa skulle kunna kategoriseras som "återkommande" eller "regelbundna" besökare
- Flera gånger har definierats som fler än fyra gånger.
- Några gånger har definierats som en till fyra gånger

Hur länge varar ert besök / stannar ni i Åsnenområdet?



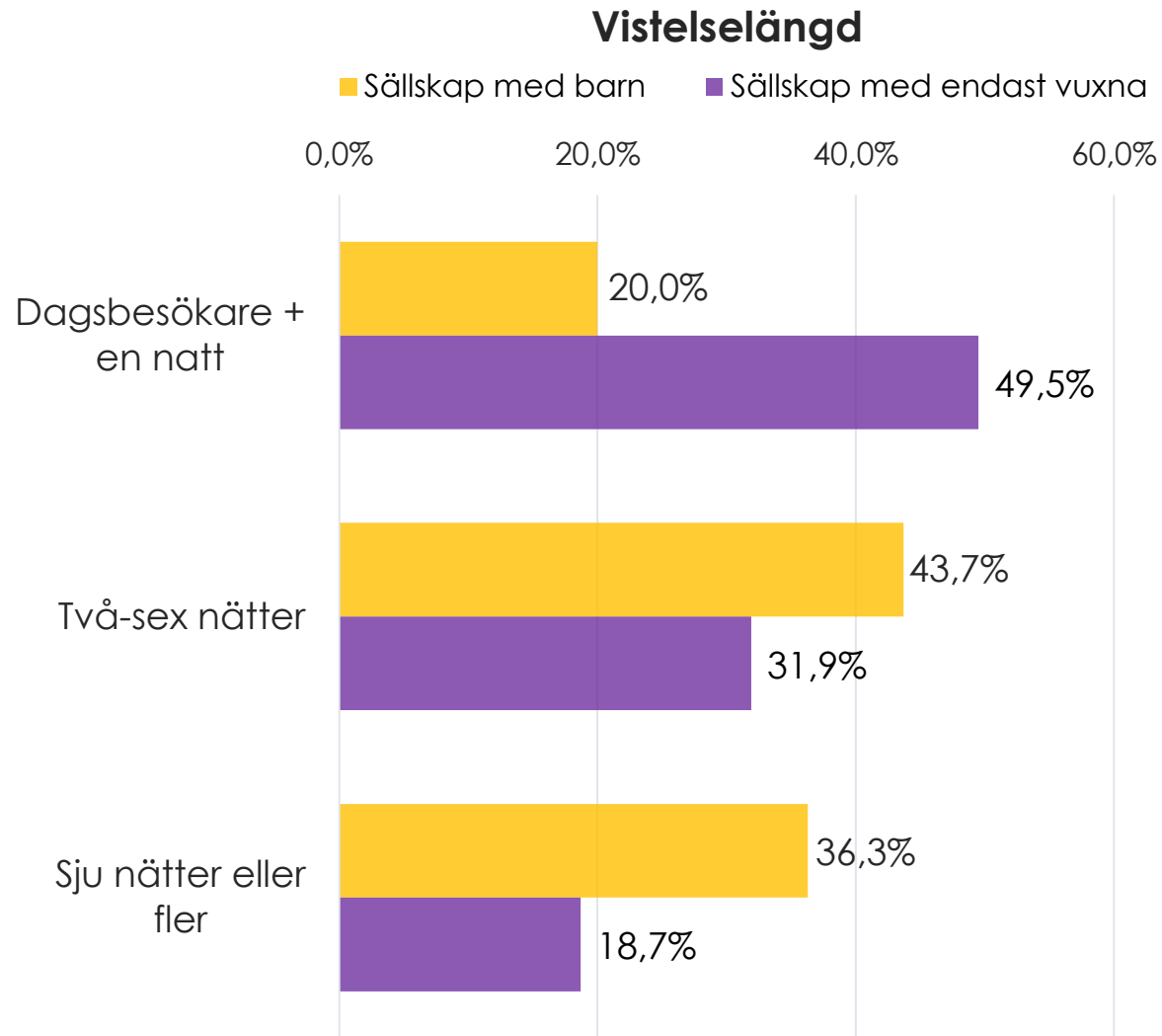
- 18 % av respondenterna är dagsbesökare till Åsnenområdet
- Fördelningen mellan de respondenter som stannar 1-7 nätter är i stora drag jämn, med undantag för svarsalternativet 6 nätter
- Drygt 20 % av respondenterna stannade i fler än sju nätter. Vi vet inte exakt hur många nätter dessa respondenter faktiskt har stannat, men om vi utgår från ett snitt om 10 nätter i denna kategori uppgår antalet övernattningar till 3,6 per besökare

Hur länge varar ert besök / stannar ni i Åsnenområdet?



- Diagrammet till vänster visar en jämförelse mellan respondentgrupperna "Besökare från Tyskland" och "Övriga utländska besökare".

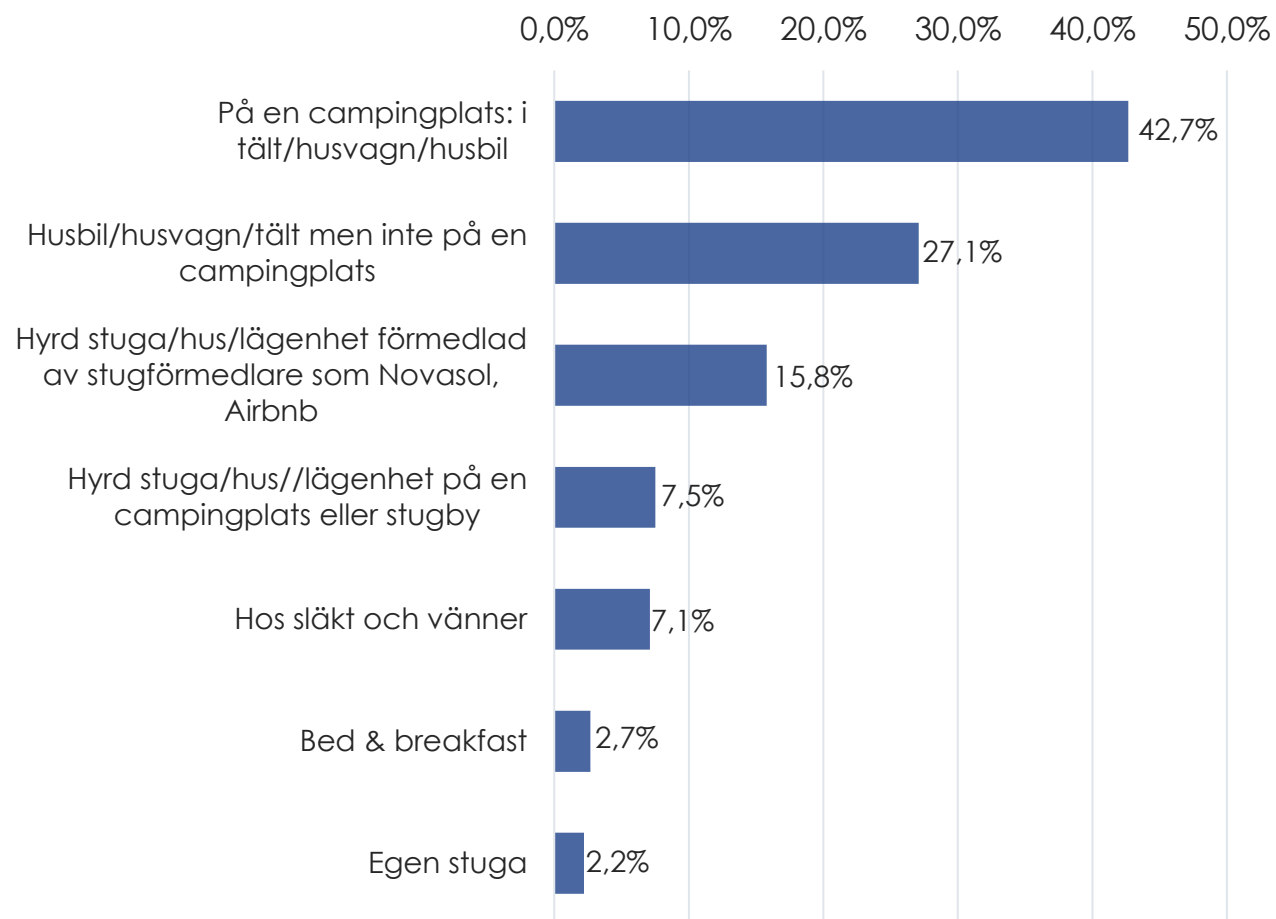
Hur länge varar ert besök / stannar ni i Åsnenområdet?



- Diagrammet till vänster visar en jämförelse mellan respondentgrupperna "Sällskap med barn" och "Sällskap med endast vuxna".
- Diagrammet visar att sällskap bestående av endast vuxna tenderar att i större utsträckning göra dagsbesök eller kortare visiter (en övernattnig)

Hur bor ni under ert besök i Åsnenområdet?

Boendeformer



- Frågan är endast ställd till övernattande besökare, vilket är 81,9 % av respondenterna
- Att övernatta på en campingplats i tält, husvagn eller husbil var den klart vanligaste boendeformen
- Näst vanligast var att övernatta i tält, husvagn eller husbil men inte på en campingplats
- Om vi summerar de två översta svarsalternativen kan vi konstatera att omkring 70 % övernattar i tält, husvagn eller husbil under sin vistelse i Åsnenområdet, antingen på en campingplats eller på någon annan plats
- Även Hyrd stuga, hus eller lägenhet var en vanlig boendeform
- 1 av 3 dagsbesökare övernattade i någon annan stad, utanför Åsnenområdet. Inget tydligt mönster bland dessa städer har dock kunnat skönjas

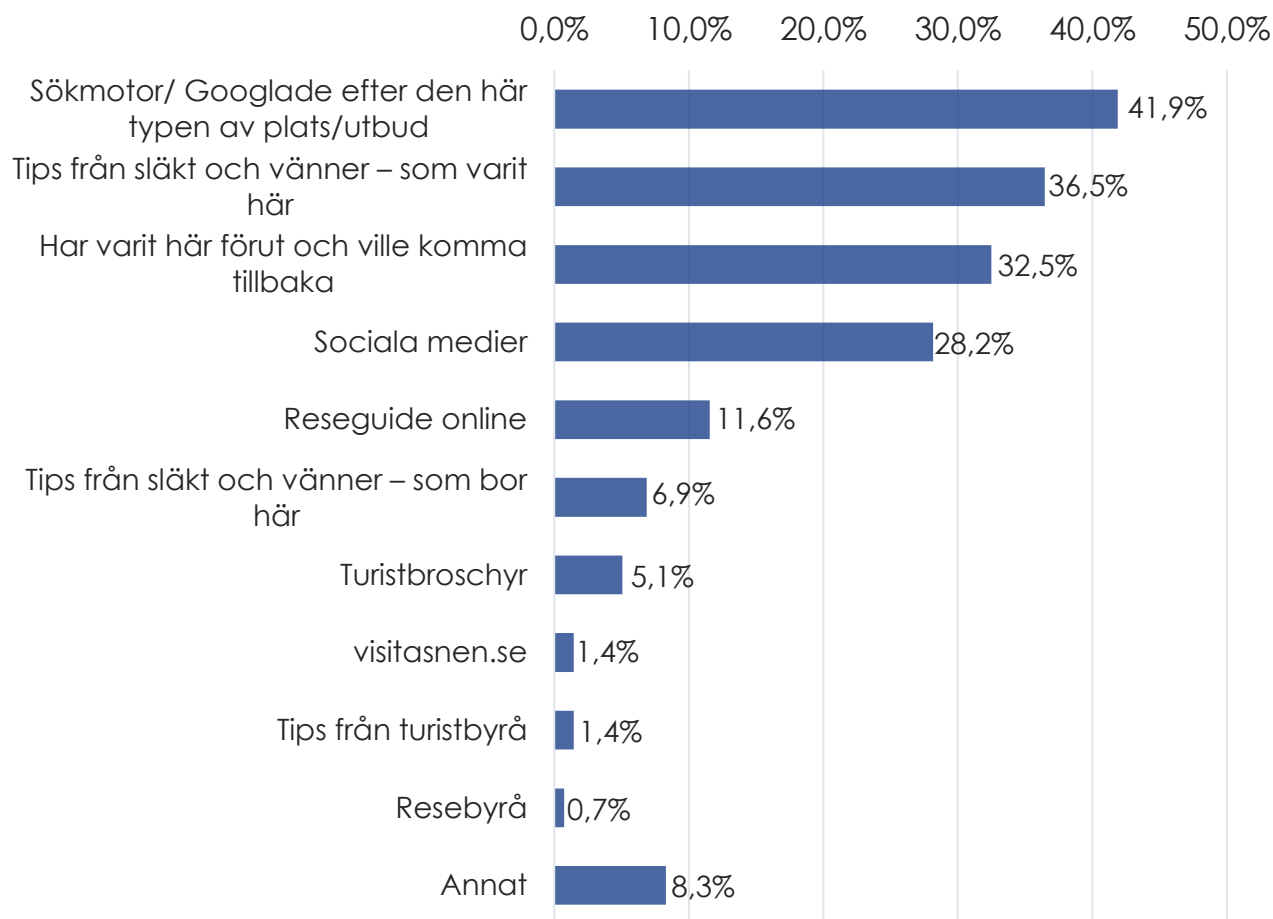
Vilka aktiviteter ägnar ni er åt under denna vistelse?



- 3 av 4 respondenter besökte Åsnens nationalpark under sin vistelse i Åsnenområdet
- 64 % vandrade under sin vistelse
- Över 60 % av respondenterna upplevde naturen på egen hand. Här är gränsdragningen svår, då alla som besöker nationalparken kan sägas uppleva naturen på egen hand i någon mån. Det blir ofta upp till respondenten att själva avgöra och välja ett alternativ
- Andra vanliga aktiviteter var cykling på landsvägar/cykelleder, djurskådning i naturen, Kanot- och kajakpaddling samt sola och bada
- I snitt ögnade sig besökaren åt 3 olika aktiviteter under sin vistelse i Åsnenområdet

Hur sökte/fick du information och kännedom om Åsnenområdet inför ditt besök?

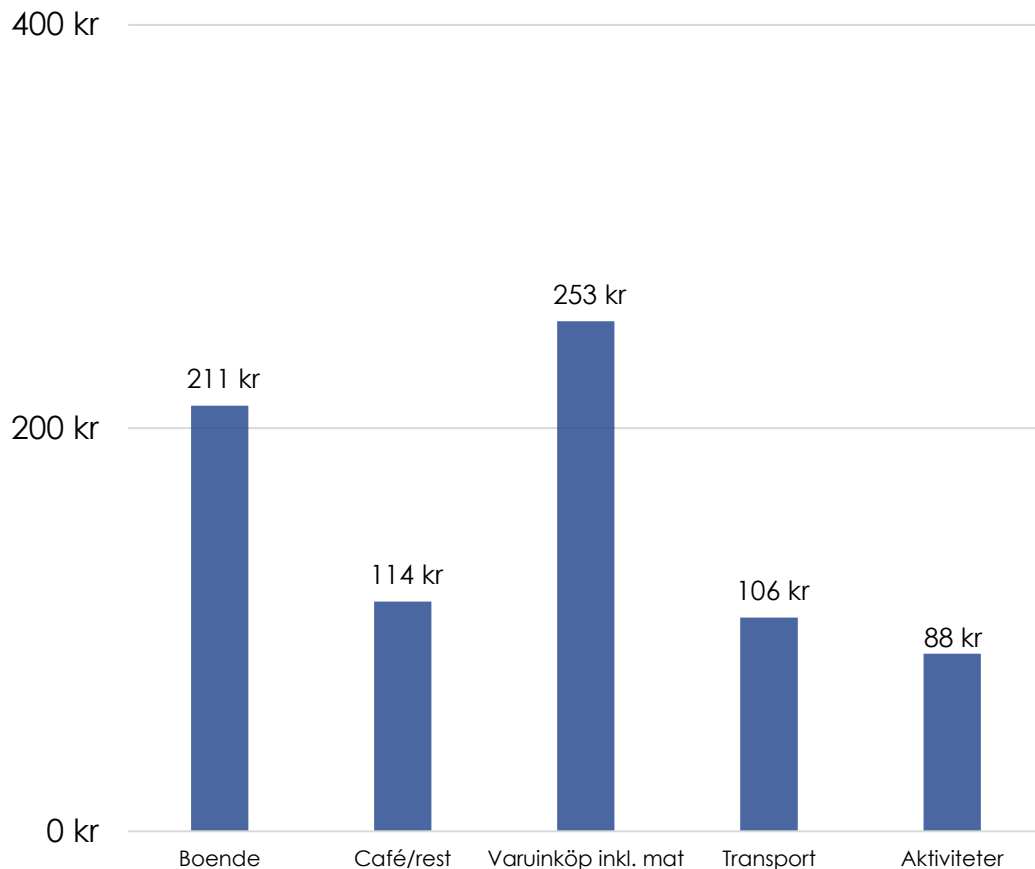
Informationskanaler



- Omkring 42 % svarade att de använde sig av en sökmotor, vilket var den vanligaste informationskanalen
- Släkt och vänner spelar stor roll vad gäller information. Mer än en tredjedel av besökarna hade informerats via släkt och vänner som varit på plats i Åsnenområdet tidigare
- 32,5 % svarade att de varit i Åsnenområdet tidigare, och därmed hade nödvändig information innan det aktuella besöket
- Även Sociala medier är en vanlig informationskanal. 28 % av respondenterna svarade att de fått information och kännedom om Åsnenområdet genom den kanalen. Vi vet dock inte vilka sociala medier specifikt, men tidigare undersökningar visar att Facebook och Instagram är de dominerande kanalerna

Vänligen uppskatta hur mycket pengar du har spenderat under ditt besök i Åsnenområdet de senaste 24 timmarna

Snittutlägg per kategori

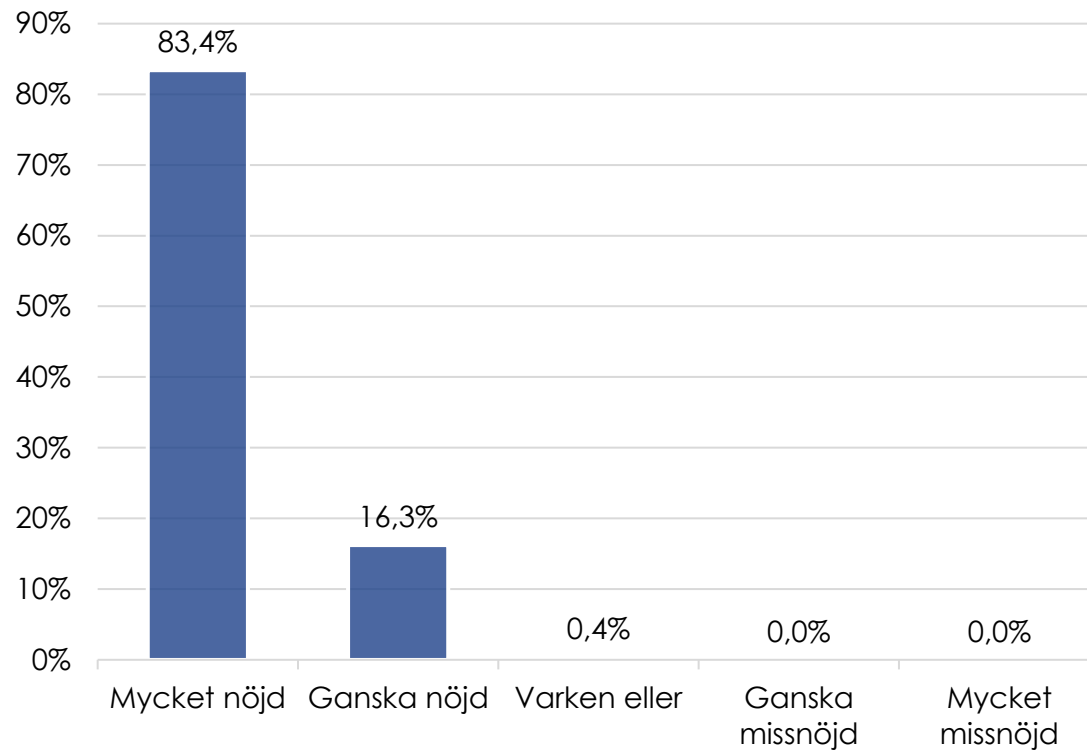


Om utlägsstatistiken

- Respondenten har besvarat frågan genom att uppskatta sina egna faktiska utlägg i Åsnenområdet under det senaste dygnet
- Snittutlägg för boende styrs mest av andelen övernattande, vilken är 81,9 % i denna undersökning. En snittsiffra för boende säger ofta inte så mycket om den enskilde besökaren, eftersom utläggget i regel blir antingen 0 kr eller en betydligt högre summa, beroende på om personen övernattat eller ej. Detsamma gäller till viss del även för övriga kategorier, men i varierande grad och i lägre grad än för boende
- På totalnivå har besökaren spenderat **772 kr** i Åsnenområdet under det senaste dygnet
- Varuinköp inkl. mat är den största utläggskategorin

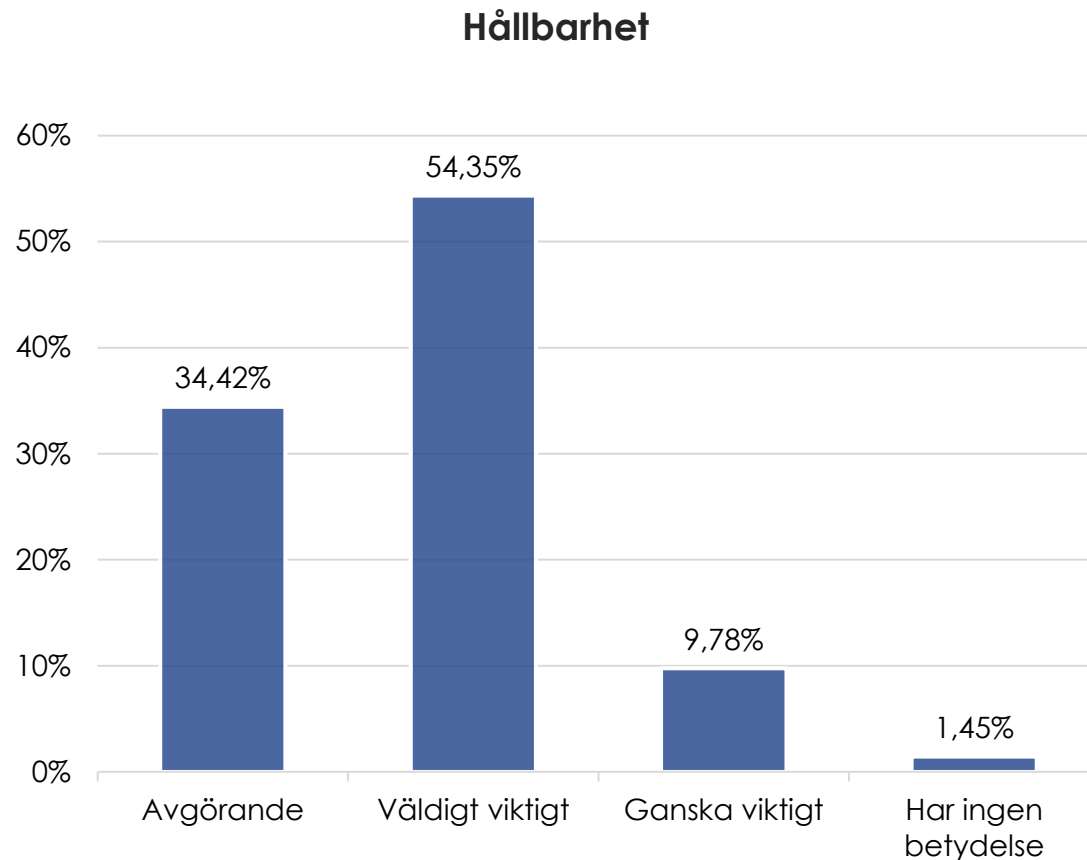
Hur nöjd är du med din upplevelse utifrån ett helhetsperspektiv?

Nöjdhet



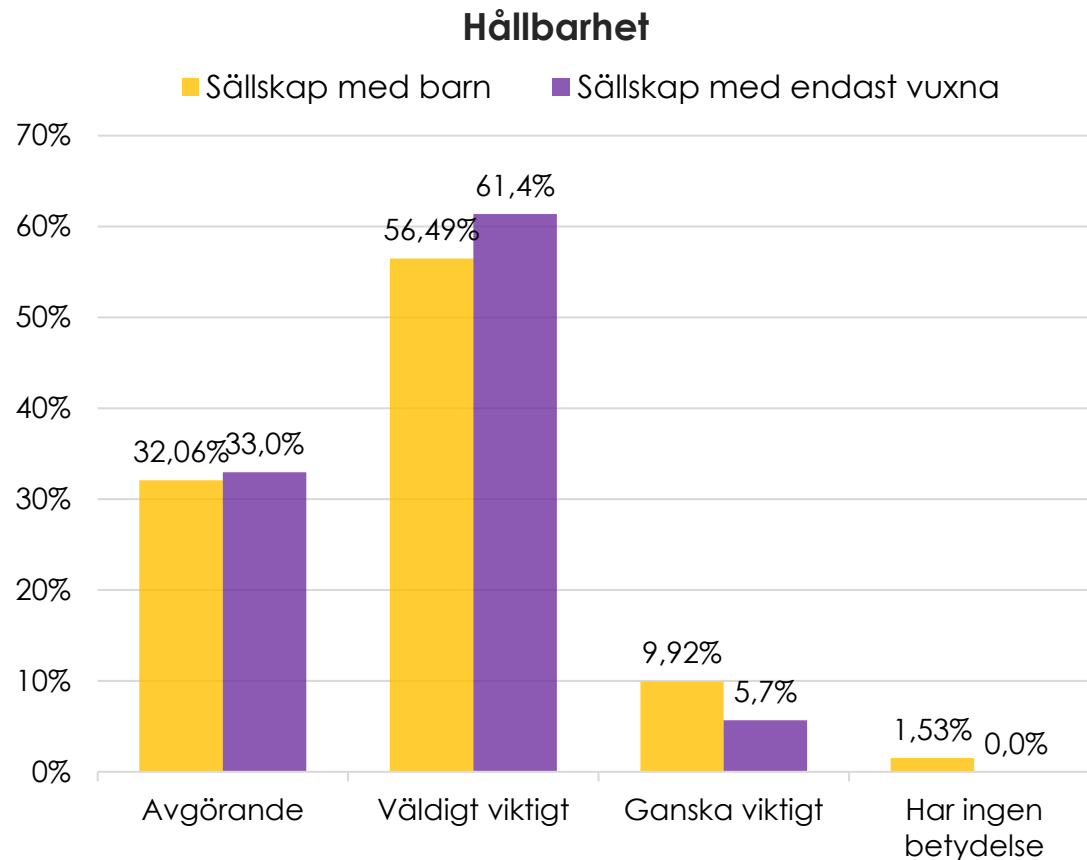
- Hela 83,4 % svarade att de var mycket nöjda med sin upplevelse utifrån ett helhetsperspektiv
- Ingen respondent var missnöjd med sitt besök utifrån ett helhetsperspektiv

Hur viktigt är det att platsen du reser till är hållbar/prioriterar hållbarhet?



- Omkring 1 av 3 besökare anser att det är avgörande och att det är viktigt att själv kunna bidra till platsens hållbarhet
- Över hälften av respondenterna svarade att det är väldigt viktigt
- Mycket få respondenter som ansåg att prioritering av hållbarhet inte har någon betydelse

Hur viktigt är det att platsen du reser till är hållbar/prioriterar hållbarhet?



- Diagrammet till vänster visar en jämförelse mellan respondentgrupperna "Sällskap med barn" och "Sällskap med endast vuxna".
- Diagrammet visar att det inte föreligger några signifikanta skillnader mellan de olika respondentgrupperna

Vilka av dessa hållbarhetscertifieringar känner du igen?

- Intervjuaren har visat upp sex olika logotyper för respondenten, som sedan fått ta ställning till hur denne känner igen logotypen eller inte. Nedan visas de logotyper som visats upp för de *utländska besökarna* samt hur många procent av dessa som svarade att de kände igen logotypen



✓ 16,2 %



✓ 4,5 %



✓ 6,7 %



✓ 0,4 %



Green Key

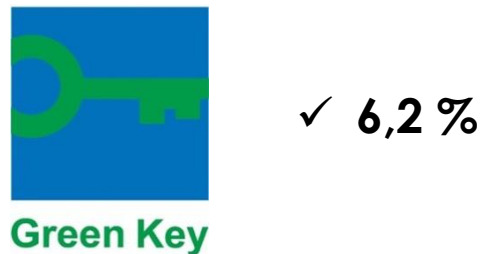
✓ 12,3 %



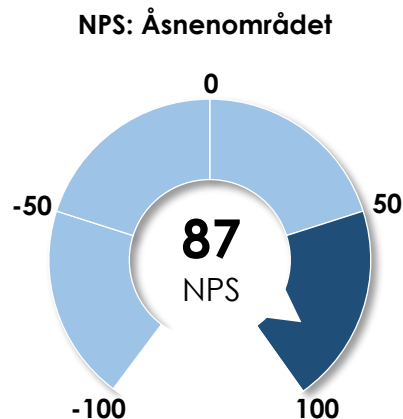
✓ 5,6 %

Vilka av dessa hållbarhetscertifieringar känner du igen?

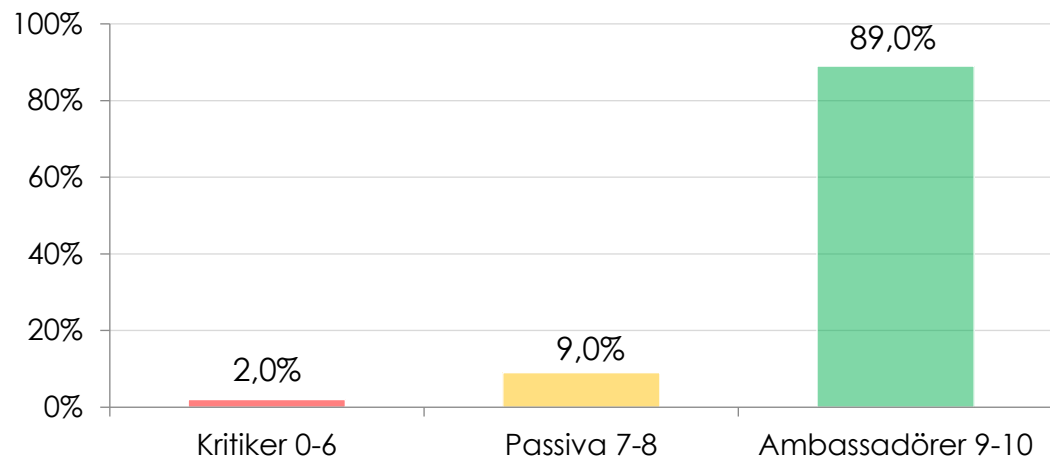
- Intervjuaren har visat upp sex olika logotyper för respondenten, som sedan fått ta ställning till hur denne känner igen logotypen eller inte. Nedan visas de logotyper som visats upp för de svenska besökarna samt hur många procent av dessa som svarade att de kände igen logotypen



NPS: Benägenhet att rekommendera Åsnenområdet till andra



Svardsdistribution, totalt



Detta är Net Promoter Score (NPS):

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

Hur sannolikt är det att du skulle rekommendera Åsnenområdet till en vän eller kollega?

Följande kategorisering av svaren görs sedan:

0-6 Kritiker

7-8 Passiva

9-10 Ambassadörer

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

NPS-värdet används med fördel för att göra jämförelser så väl över tid som mellan liknande verksamheter. (Se nästa sida.)

Kontaktuppgifter, Research One

Rickard Holmberg

0734-35 49 36

rickard.holmberg@researchone.se



Research One AB

Org 559079-8376

www.researchone.se