



4. Profil af turister til Bornholm

Turismebarometer for Bornholm
Oktober 2010

DEN EUROPÆISKE UNION



Den Europæiske Fond
for Regionaludvikling

Vi investerer i din fremtid

4. Profil af turister til Bornholm

Udarbejdet som led i projektet
Turismebarometer for Bornholm

af
Anja Bach-Jensen

Projektet er gennemført af Center for Regional- og Turismeforskning for Destination Bornholm med støtte fra Den Europæiske Regionalfond, BornholmerFærgen og Bornholms Lufthavn.



BornholmerFærgen 



Indhold

1	Indledning	5
1.1	Formål og fokus	5
1.2	Læsevejledning	5
2	Opsummering – den typiske turist	6
3	Demografi	8
4	Booking	10
5	Hovedformålet med rejsen	11
6	Rejseselskab	12
7	Rejsegruppestørrelse	13
8	Informationssøgning før afrejse	14
9	Informationssøgning under opholdet	15
10	Rejsemotiv	16
11	Opholdstype	17
12	Aktiviteter og attraktionsbesøg	18
13	Overnatning	21
14	Genbesøg	23
15	Evaluering – ophold og overnatningssted	24
15.1	Kommentarer – tyske turister:	24
15.2	Kommentarer – juli:	25
15.3	Kommentarer – maj:	27
15.4	Kommentarer – februar:	27
16	Et alternativ til traditionel demografi	28

1 Indledning

Nærværende rapport er en opsamling på og en tværgående analyse af en række undersøgelser gennemført blandt turister til Bornholm i løbet af 2009 og 2010.

Som led i projektet Turismebarometer for Bornholm er gennemført følgende seks undersøgelser:

- Kundeundersøgelse på Bornholmstrafikken, juli 2009
- Kundeundersøgelse på Bornholmstrafikken, Sassnitz, juli-august 2009
- Kundeundersøgelse i Bornholms Lufthavn, juli-august 2009
- Kundeundersøgelse på Bornholmstrafikken, november 2009
- Kundeundersøgelse på Bornholmstrafikken, februar 2010
- Kundeundersøgelse på Bornholmstrafikken, maj 2010

Der er udarbejdet en delrapport for hver enkelt undersøgelse, og disse er tilgængelig via www.destinationen.dk. Dataindsamlingsmetode gennemgås udførligt i de enkelte delrapporter. Rapporterne giver en detaljeret karakteristik af turister, som kommer til Bornholm på et specifikt tidspunkt (lavsæson, forsæson eller højsæson) og som benytter en specifik rejsevej (færge fra Danmark/Sverige, færge fra Tyskland eller med fly).

Denne tværgående analyse trækker dog også i høj grad på data fra kundeundersøgelser, som Center for Regional og Turismeforskning har gennemført på Bornholmstrafikken senere i 2010 (juli og august) og tidligere i 2009 (februar og maj).

1.1 Formål og fokus

Rapporten har til formål både at fokusere på *generelle karakteristika* ved turister, der besøger Bornholm, samt opsummere *specifikke karakteristika* i forhold til sæson, nationalitet og transportform.

Med udgangspunkt i tabeller for en række generelle parametre (se indholdsfortegnelsen) beskrives turisten på Bornholm i brede termer, således at læseren kan tegne sig et billede af den typiske turist og få besvaret spørgsmål som:

- Hvor kommer turisten fra?
- Hvor gammel? Og hvor meget tjener vedkommende?
- Hvor længe opholder turisten sig på Bornholm – og hvilken overnatningsform benyttes?
- Hvorfor har turisten valgt at besøge Bornholm?
- Har februar og maj måneds turister en anden aldersprofil end sommerturisterne?
- Efterspørger udenlandske turister det samme turismeprodukt som de danske?
- Har flyturister flere penge mellem hænderne, end dem, som kommer med færgen?

Med det nævnte datagrundlag bliver der tale om et øjebliksbillede – hvad kendetegner den typiske turist på Bornholm i 2009/2010? Center for Regional- og Turismeforskning har ikke desto mindre gennemført spørgeskemaundersøgelser blandt turister til Bornholm siden 1995. Ved henvendelse vil CRT derfor have mulighed for at trække på denne bagage og give et bud på udviklingstendenser og trends i den bornholmske turistprofil de sidste 15 år.

1.2 Læsevejledning

- Af hensyn til plads og overskuelighed angives i tabellerne *alene procenter*.
- Data om tyske og øvrige udenlandske gæster er indsamlet på Bornholmstrafikkens Sassnitzrute.
- Data om danske turister er indsamlet på hhv. Bornholmstrafikkens Ystad- og Køgeruter samt i Bornholms Lufthavn.
- Når ikke andet angives i tabellen er data indsamlet i *den absolutte højsæson*, dvs. juli-august (*Sassnitz og Lufthavn*) eller juli (*Danmark*). Data indsamlet om danske turister i hhv. for- og skuldersæson er adskilt fra øvrige data af en kraftig streg.

2 Opsummering – den typiske turist

Den typiske bornholmske sommerturist:

- Kommer fra Danmark eller Tyskland.
- Den danske turist har med overvejende sandsynlighed været på Bornholm før – og det samme har knap halvdelen af tyskerne.
- Turisten er midaldrende (35-49 år) og er på Bornholm med sin familie, som tæller et eller flere børn under 15 år. Familien består af omkring 4 personer.
- Har overnattet i sommerhus eller på campingplads, og været på øen i en uge – tyskeren nok snarere to uger.
- Har booket sin billet til øen online – med størst sandsynlighed direkte hos Bornholmstrafikken, men det kan også være hos en udbyder af pakkerejser (sommerhus eller camping).
- Er på Bornholm for at holde ferie. For danskeren kan familie/venner på øen eller et sports- eller kulturarrangement dog også være hovedformålet med rejsen til øen.
- Anser naturen og i lidt mindre grad miljø og atmosfære som øens væsentligste trækplastre. Tyskeren kommer dog også pga. cykelmulighederne, og både danskeren og tyskeren værdsætter øens kulturhistoriske seværdigheder og museer.
- Har før opholdet søgt information om Bornholm på www.bornholm.info, Google og i brochurer/kataloger. Danskeren kan dog også have undladt at søge information.
- Benytter flittigt Denne Uges Bornholm i løbet af opholdet – desuden brochurer fra færgen og Kataloget Bornholm.info.
- Har med stor sandsynlighed spist røget sild og besøgt Hammershus – især tyskeren, som tillige har været omkring de runde kirker og Ekkodalen. Den danske turist har som nævnt med stor sandsynlighed været på øen før, og kan derfor denne gang have skippet ruin og rundkirke til fordel for restaurantbesøg og shopping.
- Angiver adspurgt på vej hjem fra ferie, at opholdet på Bornholm har været *”En afslappende ferie...”*, og en *”Ferie med naturens gratis glæder i centrum...”*.
- Giver en (meget) høj karakter, når det samlede ophold på Bornholm skal evalueres.

Uden for højsæsonen:

- Udgør modne par en væsentlig større andel af de rejsende. Rejsegrupperne er derfor lidt mindre – mange består af kun to personer.
- Er hotel og ferielejlighed/feriecenter de foretrukne overnatningsformer, og typisk er der tale om en forlænget weekend – 3-4 overnatninger.
- Har miljø og atmosfære lige så stor betydning som naturen.
- Hitter det klassiske Bornholm – røgede sild, Hammershus og rundkirker.
- Har den danske turist med endnu større sandsynlighed besøgt Bornholm før.
- Skulle man tro, at billig transport/overnatning var med til at lokke turisterne til øen, men det ser ikke ud til at være tilfældet.

De tyske turister:

- Tager til Bornholm for at cykle – og giver i langt højere grad end danskerne udtryk for, at de på Bornholm har holdt en *"Ferie med mange fysiske aktiviteter..."*.
- Bor i sommerhus (knap halvdelen af alle tyske turister).
- Har højere uddannelsesniveaue – men lavere indkomstniveau end danskerne.
- Henter før rejsen information om Bornholm hos venner/familie, mens de i løbet af ferien værdsætter brochurerne på deres overnatningssted. I lighed med turister fra det øvrige udland er de også forholdsvis flittige gæster på turistbureauerne.

Flyturister sammenlignet med færgeturister:

- De er yngre – og mere tilbøjelige til at rejse alene.
- Overnatning finder i højere grad sted på hotel.
- Bor i større udstrækning privat.
- Opholder sig lidt kortere tid på øen.

3 Demografi

Tabel 1 Respondenternes nationalitet fordelt på ruter

<i>Bopælsland</i>	Sassnitz	Lufthavn	Ystad/Køge, juli	Ystad/Køge, maj	Ystad/Køge, februar
Danmark	2 %	72 %	86 %	90 %	97 %
Sverige	-	3 %	9 %	8 %	3 %
Tyskland	90 %	2 %	1 %	2 %	-
Norge	-	16 %	3 %	-	-
Andre	8 %	7 %	1 %	-	-
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Baser: Sassnitz: 499, Lufthavn: 292, 292, YK, juli:405, YK, maj:234, YK, feb.:179,
Kilder: Bornholmstrafikken surveys 2010, Bornholms Lufthavn survey 2009.

- I alle efterfølgende tabeller er data om turister, der besøger Bornholm i højsæsonen, opdelt i hhv. *Tyskland, Øvrige Udland, Lufthavn* og *Danmark*, mens data om turister, der besøger Danmark i lav- og skuldærsæson, benævnes hhv. *Danmark, maj* og *Danmark, februar*.
- På Sassnitzruten er indsamlet data om rejsende fra *Tyskland* samt *Øvrige udland*. De øvrige udenlandske turister er en blandet skare primært bestående af hollændere, polakker og rejsende fra andre centraleuropæiske lande.
- I Bornholms *Lufthavn* er primært indsamlet data om danske turister, men 28 % af de rejsende i lufthavnen kommer fra andre lande, særligt Norge (16 %).
- Data indsamlet på Bornholmstrafikkens ruter til Ystad og Køge refereres til som *Danmark*. Her "gemmer" sig dog også respondenter fra andre lande, særligt Sverige og Norge, i en størrelsesorden på mellem 3 til 14 % afhængig af årstid.

Tabel 2 Køn, alder, uddannelse, indkomst

	Tyskland	Øvrige udland	Danmark	Lufthavn	Danmark maj	Danmark feb.
Køn						
Mænd	48 %	47 %	49 %	50 %	54 %	54 %
Kvinder	52 %	53 %	51 %	50 %	46 %	46 %
Total	100 %	100 %	100 %	50 %	100 %	100 %
Alder				100 %		
16-24 år	11 %	5 %	9 %	19 %	4 %	9 %
25-34 år	11 %	16 %	13 %	20 %	9 %	15 %
35-49 år	36 %	19 %	39 %	29 %	28 %	35 %
50-59 år	19 %	35 %	17 %	19 %	21 %	19 %
60-69 år	14 %	14 %	16 %	8 %	31 %	18 %
Over 69 år	9 %	11 %	6 %	5 %	7 %	4 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Uddannelse						
Folkeskole	5 %	8 %	14 %	15 %	12 %	14 %
Ungdomsuddannelse	13 %	8 %	9 %	18 %	7 %	7 %
Erhvervsuddannelse	8 %	18 %	28 %	25 %	32 %	49 %
Kort/ml.lang vdr. udd.	19 %	26 %	33 %	42 %	30 %	30 %
Lang vdr. udd.	55 %	39 %	16 %	*	19 %	*
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Husstandsindkomst						
Under 200.000 DKK	21 %	18 %	9 %	11 %	7 %	9 %
200.000-400.000 DKK	34 %	35 %	26 %	32 %	36 %	21 %
400.000-700.000 DKK	29 %	26 %	40 %	30 %	35 %	35 %
Over 700.000 DKK	15 %	21 %	25 %	27 %	22 %	35 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Baser: Tyskland:444, Øvrige:39, Danmark:405, Lufthavn: 292, DK, maj:234, DK, feb.:179, Kilder: Bornholmstrafikken surveys 2010, Bornholms Lufthavn survey 2009.

*) I to af undersøgelseerne kunne kun vælges den noget bredere "akademisk uddannelse".

- De unge tager flyveren, og de midaldrende (med familie) tager færgerne.
- Danske og tyske sommerturister har samme aldersprofil i 2010. I 2009 var der dog en større andel ældre over 60 år blandt tyskerne (30 %) end blandt danskerne (18 %).¹
- Der er en stor andel af empty nestors (50-59 år) blandt turisterne fra øvrige udland.
- Andelen af 60-69-årige er næsten dobbelt så høj i maj (31 %) som i de øvrige måneder.
- De udenlandske turister angiver generelt et højere uddannelsesniveau end de danske.
- Lavindkomstgruppen udgør en større andel af de udenlandske rejsende end af de danske.
- De danske turister i februar og juli har den højeste husstandsindkomst.
- Der er så godt som ingen forskel i indkomstniveauet hos fly- og færgerejsende².

¹Kundeundersøgelse på Bornholmstrafikken, Sassnitz, juli-august 2009, side 19.

² Bemærk at der i tabel 2 sammenlignes tal fra 2009 (Lufthavn) og 2010 (alle øvrige). Ved sammenligning med færgeundersøgelseerne i 2009 sås der dog heller ingen forskel. Kilde: Lufthavnsundersøgelse 2009, side 8.

4 Booking

Tabel 3 Bookingform

Hvor har du booket denne tur til Bornholm?	Tyskland	Øvrige udland	Danmark	Danmark maj	Danmark feb.
<i>Hos Bornholmstrafikken</i>					
Online	50 %	50 %	64 %	50 %	57 %
Pr. telefon	12 %	6 %	16 %	18 %	16 %
Ved personligt fremmøde	12 %	8 %	5 %	5 %	3 %
<i>Hos/igennem andre</i>	26 %	36 %	15 %	27 %	24 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Baser: Tyskland:444, Øvrige:39, Danmark:405, DK, maj:234, DK, feb.:179

Kilder: Bornholmstrafikken surveys 2010.

- De danske turister booker online hos Bornholmstrafikken i højere grad end de udenlandske.
- Majturisterne er dog en undtagelse.
- Tyskerne booker ved personligt fremmøde i langt højere grad end danskerne.
- Omkring 1/4 og 1/3 af alle turister booker billetten hos/igennem andre. I sommeren 2010 dog kun 15 % af de danske turister, men i sommeren 2009 var det 23 %³.
- Tyskerne booker via rejsebureau eller sommerhusudlejere – Feriepartner Bornholm og Bornholm Tours.
- I maj booker danskerne især hos Team Bornholm, Bornholm Tours og 65 Ferie.
- I juli booker danskerne i størst udstrækning via campingpladserne/Det Lille Rejsebureau.

³ Kundeundersøgelse på Bornholmstrafikken, juli 2009, side 8

5 Hovedformålet med rejsen

Tabel 4 Rejsens hovedformål

Hvad er hovedformålet med denne rejse?	Tyskland	Øvrige udland	Danmark	Lufthavn	Danmark maj	Danmark feb.
Ferie	95 %	81 %	69 %	72 %	53 %	34 %
Besøge familie/venner	2 %	11 %	16 %	16 %	19 %	19 %
Konference, møde, udstilling				0 %	0 %	11 %
Sports- eller kulturarrangement	1 %	5 %	9 %	2 %	3 %	0 %
Uddannelse/skole					2 %	4 %
Forretningsrejse/arbejde	1 %		2 %	8 %	12 %	18 %
Pending			0 %	1 %	3 %	4 %
Privat ærinde	1 %	3 %	2 %		5 %	2 %
Andet	0 %	0 %	2 %	1 %	3 %	8 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Baser: Tyskland:444, Øvrige:39, Danmark:405, Lufthavn: 292, DK, maj:234, DK, feb.:179,
Kilder: Bornholmstrafikken surveys 2010, Bornholms Lufthavn survey 2009.

- Turister med ferie som hovedformål udgør mellem 50 og næsten 100 % af de rejsende afhængig af sæson.
- Danske turister i lavsæsonen er dog en undtagelse - februar 2010: 34 %, november 2009: 28 %.
- Blandt danskerne udgør besøgende til familie/venner en jævn andel uanset årstid (16 - 19 %).
- Sports- og kulturarrangementer har især betydning for de danske sommerturister.
- I lavsæsonen udgør erhvervsrejsende en væsentlig andel af de danske turister (i november 2009 udgjorde forretningsrejsende 14 %).

6 Rejseselskab

Tabel 5 Rejseselskab

Hvem rejser du sammen med på denne tur?	Tyskland	Øvrige udland	Danmark	Lufthavn	Danmark maj	Danmark feb.
Alene	4 %		8 %	30 %	14 %	29 %
Partner / ægtefælle	33 %	62 %	29 %	31 %	35 %	20 %
Familie med små børn	31 %	18 %	27 %	15 %	15 %	16 %
Familie med store børn (15 år +)	11 %	13 %	11 %	6 %	7 %	7 %
Anden familiegruppe	9 %	2 %	6 %	4 %	6 %	7 %
Familier, subtotal	51 %	33 %	44 %	25 %	28 %	30 %
Ven / Venner	9 %	5 %	12 %	12 %	9 %	5 %
Kollegaer	0 %		1 %	2 %	10 %	15 %
Anden gruppe	3 %		6 %	1 %	4 %	1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Baser: Tyskland:444, Øvrige:39, Danmark:405, Lufthavn: 292, DK, maj:234, DK, feb.:179,
Kilder: Bornholmstrafikken surveys 2010, Bornholms Lufthavn survey 2009.

- Familier udgør omkring halvdelen af danske og tyske sommerturister, og småbørnsfamilier udgør lige store andele.
- Familier udgør kun en fjerdedel af flyturisterne.
- Mange flyrejsende rejser alene (30 %).
- I maj måned rejser den største andel med partner/ægtefælle (35 %).
- Turister fra øvrige udland rejser i udstrakt grad med partner/ægtefælle (62 %).
- Andelen, som rejser med kollegaer, er størst i lavsæsonen (15 %).

7 Rejsegruppestørrelse

Tabel 6 Rejsegruppens størrelse

Hvor mange personer består din rejsegruppe af?	Tyskland	Øvrige udland	Danmark	Danmark maj	Danmark feb.
Antal i gruppen					
1	4 %	3 %	8 %	14 %	32 %
2	38 %	64 %	33 %	44 %	33 %
3	17 %	3 %	16 %	12 %	7 %
4	22 %	19 %	23 %	15 %	10 %
5	6 %	8 %	6 %	5 %	5 %
6	6 %		3 %	3 %	1 %
7	1 %		1 %	0 %	2 %
8 +	6 %	3 %	10 %	7 %	10 %
Store rejsegrupper (4 +) subtotal	41 %	30 %	43 %	30 %	28 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Gennemsnitligt antal	3,81	3,38	4,39	3,41	3,06

Baser: Tyskland:444, Øvrige:39, Danmark:405, DK, maj:234, DK, feb.:179

Kilder: Bornholmstrafikken surveys 2010

- En gennemsnitlig rejsegruppestørrelse er på 3-4 personer, men der er også mange par.
- Danske sommerturister tegner sig for de største rejsegrupper – 4,39 personer i gennemsnit.
- Store rejsegrupper (4 personer eller flere) er især at finde blandt danske og tyske sommerturister.
- Øvrige udenlandske turister samt danske turister i maj rejser i stor udstrækning kun to personer sammen – typisk med partner/ægtefælle jf. tabel 5.

8 Informationssøgning før afrejse

Tabel 7 Informationssøgning før rejsen til Bornholm

Hvor har du søgt oplysninger om Bornholm før rejsen?	Tyskland	Øvrige Udland	Danmark	Danmark, maj	Danmark, feb
Har ikke søgt information	16 %	19 %	45 %	38 %	62 %
Venner / familie	31 %	19 %	20 %	17 %	16 %
www.bornholm.info	26 %	39 %	17 %	15 %	5 %
www.cykel.bornholm.info	8 %	14 %	6 %	1 %	1 %
www.bornholm.dk	15 %	22 %	15 %	11 %	8 %
www.bornholmhurtigt.dk	1 %		1 %	1 %	0 %
www.visitdenmark.com	4 %	19 %	4 %	2 %	1 %
www.visitbornholm.no	0 %	3 %	2 %	2 %	0 %
www.visitborholm.se	0 %	3 %	2 %	1 %	0 %
Internetannonce	8 %	11 %	3 %	4 %	2 %
Søgemaskine	29 %	31 %	12 %	12 %	4 %
Brochure/katalog	21 %	17 %	13 %	17 %	8 %
Annonce	0 %		1 %	2 %	1 %
Ugeblad / dagblad /magasin	3 %		3 %	8 %	1 %
Rejse- el. turistbureau	9 %	6 %	4 %	5 %	0 %
Andet	2 %	3 %	3 %	5 %	7 %
Total, afkrydsninger*	176 %	206 %	151 %	141 %	116 %

*) Respondenterne har kunnet sætte flere kryds og derfor bliver procenten over 100.

Baser: Tyskland:444, Øvrige:39, Danmark:405, DK, maj:234, DK, feb.:179

Kilder: Bornholmstrafikken surveys 2010

- For alle grupper gælder, at www.bornholm.info, direkte søgning via søgemaskiner og brochure/katalog er de mest benyttede kilder til information om Bornholm.
- Danske turister i maj er en kende mere tilbøjelige til brochure/katalog end www.bornholm.info. Det har også været tendensen i tidligere undersøgelser. Forklaringen er sandsynligvis, at de ældre, som udgør en større andel i maj, fortsat er mindre fortrolige med internettet end de yngre.
- Modsat de øvrige rejsende, benytter tyskerne hyppigere søgemaskine end www.bornholm.info.
- De udenlandske turister søger generelt mere information end de danske.
- Det betyder også, at de danske turister er de mest tilbøjelige til ikke at søge information. Sandsynligvis fordi de primært skal til øen for at besøge familie/venner og/eller kender øen godt i forvejen.
- Tyskerne lytter i langt større grad end øvrige rejsende til anbefalinger fra venner/familie.
- Det er overvejende turister fra øvrige udland, som henter information om Bornholm via VisitDenmarks hjemmeside.

9 Informationssøgning under opholdet

Tabel 8 Informationssøgning under opholdet på Bornholm

Har du under ferien hentet inspiration til opholdet nogle af følgende steder?	Tyskland	Øvrige Udland	Danmark	Danmark, maj	Danmark, feb
Tv-skærmene på hurtigfærgen			2 %	11 %	17 %
Brochurer på færgen	42 %	45 %	38 %	55 %	11 %
Brochurer på mit overnatningssted	46 %	36 %	26 %	27 %	11 %
Denne uges Bornholm	51 %	23 %	73 %	62 %	61 %
Kataloget Bornholm.info	38 %	45 %	37 %	33 %	11 %
På internettet	16 %	32 %	16 %	13 %	33 %
På turistbureauet	25 %	41 %	11 %	9 %	6 %
Hos personale i fx hotelreception el. lign.	11 %	9 %	10 %	9 %	6 %
Total, afkrydsninger*	229 %	232 %	213 %	218 %	156 %

*) Respondenterne har kunnet sætte flere kryds og derfor bliver procenten over 100.

Baser: Tyskland:227, Øvrige:24, Danmark:174, DK, maj:78, DK, feb.:61.

Kun turister på vej hjem fra Bornholm er blevet spurgt.

Kilder: Bornholmstrafikken surveys 2010

- Udenlandske turister søger information mere bredt end danskerne.
- Danskerne benytter i meget stor udstrækning Denne Uges Bornholm. Forklaringen kan være, at de er bekendt med øens udbud af attraktioner og seværdigheder, men har behov for at orientere sig om særlige begivenheder og arrangementer i feriens løb.
- Brochurer på færgen og Kataloget Bornholm.info er næstmest populære informationskilder hos danskerne. Bemærk dog, at der er overlap mellem de tre kategorier, da både kataloget og Denne Uges Bornholm findes på færgen.
- Tyskerne benytter også i høj grad Denne Uges Bornholm. Det gælder til gengæld ikke de øvrige udenlandske turister - sandsynligvis pga. manglende engelsk version.
- Tyskerne er de mest tilbøjelige til at kigge i brochurer på overnatningsstedet.
- Kataloget Bornholm.info er hyppigt brugt af alle grupper – februars turister dog undtaget.
- De udenlandske turister er langt mere tilbøjelige til at frekventere turistbureauerne end de danske.

10 Rejsemotiv

Tabel 9 Hvorfor besøge Bornholm?

Hvilke af nedenstående muligheder er grunden el. grundene til, at du/I har valgt at besøge Bornholm?	Tyskland	Danmark	Danmark, maj	Danmark, feb
Naturen (strand, klipper, skov)	70 %	60 %	52 %	40 %
Miljø og atmosfære	59 %	53 %	51 %	33 %
Cykelmuligheder	39 %	18 %	6 %	2 %
Kulturhistoriske seværdigheder og museer	30 %	22 %	24 %	7 %
Ikke så mange turister	29 %	2 %	11 %	7 %
Børnevenligt	28 %	10 %	3 %	5 %
Muligheder for at vandre/løbe	27 %	16 %	7 %	7 %
Bornholmske fødevarer	20 %	19 %	15 %	14 %
Familie og venner på øen	16 %	39 %	38 %	71 %
Fiskemuligheder	12 %	3 %	2 %	7 %
Aktivitetsmuligheder (fx minigolf, surfe)	9 %	5 %	2 %	0 %
Attraktioner og forlystelser	7 %	12 %	9 %	5 %
Billig transport og/eller overnatning	4 %	3 %	2 %	2 %
Golfmuligheder	4 %	1 %	6 %	2 %
Særlig begivenhed/event (sport, kultur)	3 %	12 %	7 %	2 %
Shoppingmuligheder	3 %	5 %	8 %	2 %
Muligheder for spa- og wellnessoplevelser	2 %	1 %	2 %	2 %
Total, afkrydsninger*	360 %	280 %	246 %	224 %

*) Respondenterne har kunnet sætte flere kryds og derfor bliver procenten over 100.

Baser: Tyskland:216, Danmark:215, DK, maj:78, DK, feb.:61.

Kun turister på vej til Bornholm er blevet spurgt.

Kilder: Bornholmstrafikken surveys 2010

- For alle grupper af turister er *naturen* den væsentligste årsag til at besøge Bornholm. Februar måneds turister er dog en undtagelse – her har familie og venner på øen langt større betydning.
- *Miljø og atmosfære* er næst væsentligste årsag til turisternes besøg på Bornholm. For maj måneds turister har miljø og atmosfære lige så stor betydning som naturen, mens der for alle andre er et klart spring mellem de to.
- Tyskerne har *cykelmuligheder* på tredjepladsen – cykling har mere en dobbelt så høj betydning for tyske som for danske sommerturister.
- De danske turister lader sig til gengæld i langt højere grad lokke til Bornholm pga. en begivenhed/event, end det er tilfældet med de tyske turister.
- Attraktioner og forlystelser samt forskellige aktivitetsmuligheder (shopping, wellness, golf, fiskemuligheder mv.) er kun af lille betydning.
- Billig transport og/eller overnatning har lille betydning – også i lavsæsonen.

11 Opholdstype

Tabel 10 Hvordan beskriver turisterne deres ophold på vej hjem?

Hvilke af følgende muligheder beskriver bedst dit/din rejsegruppens ophold på Bornholm?	Tyskland	Øvrige udland	Danmark	Danmark, maj	Danmark, feb
En afslappende ferie – ro, fordybelse og ikke for mange aktiviteter	78 %	87 %	43 %	39 %	38 %
Ferie med naturens gratis glæder i centrum – samværd og aktiviteter v. skov og strand	51 %	30 %	34 %	41 %	18 %
Ferie med mange fysiske aktiviteter – fx cykling, løb, fisketure og svømmeture	48 %	43 %	15 %	11 %	7 %
Ferie fyldt med aktiviteter – fx besøg på attraktioner og museer, oplevelser samt sightseeing i bil, på cykel og til fods.	24 %	30 %	32 %	27 %	11 %
Rejse giver mulighed for at opleve forskellige lande og steder. Denne gang Bornholm – næste gang helt andet sted.	20 %	48 %	15 %	11 %	0 %
Turen til Bornholm skyldes overvejende besøg hos familie/venner	16 %	13 %	25 %	27 %	40 %
En forkælelsesferie – fokus på fx god mad, shopping og wellness samt overnatning i komfortable rammer.	2 %	9 %	9 %	14 %	4 %
Turen til Bornholm er overvejende erhvervsrelateret - kundeBesøg, møde, konference el. lign.	2 %	0 %	1 %	1 %	27 %
Ferien er overvejende motiveret af ét arrangement/ én aktivitet - fx motionsløb, koncert, fisketur, golfturnering el lign.	0 %	9 %	7 %	5 %	2 %
Andet			7 %	8 %	2 %
Total, afkrydsninger*	242 %	270 %	187 %	184 %	149 %

*) Respondenterne har kunnet sætte flere kryds og derfor bliver procenten over 100.

Baser: Tyskland:227, Øvrige:24, Danmark:174, DK, maj:78, DK, feb.:61.

Kun turister på vej hjem fra Bornholm er blevet spurgt.

Kilder: Bornholmstrafikken surveys 2010

- Turisterne – især de udenlandske – giver i høj grad udtryk for, at deres ophold på Bornholm har været *“En afslappende ferie...”*.
- En stor andel har også nydt en *“Ferie med naturens gratis glæder i centrum...”*.
- Tyske og øvrige udenlandske turister har i stort omfang holdt *“Ferie med mange fysiske aktiviteter...”*.
- Nogenlunde lige store andele blandt danske og udenlandske turister har holdt *“Ferie fyldt med aktiviteter - fx besøg på attraktioner og museer”*.
- Halvdelen af turisterne fra øvrige udland har angivet, at *“Rejse giver mulighed for at opleve forskellige lande og steder”*. Denne gang Bornholm – næste gang et helt andet sted”. Denne opholdstype har tyske og danske turister i langt mindre grad angivet.
- Turister, som holder en afslappende ferie nær ved skov og strand, er et segment, som udgør en stor andel af turisterne i Kystdanmark, men er kendetegnet ved et *“stagnerende, gennemsnitligt lavt forbrug”*⁴. Turister, som prioriterer det gode liv med forkælelse, god mad, shopping mv., er en mere værdiskabende målgruppe, men de udgør øjensynligt kun en meget lille andel af turisterne på Bornholm – kun blandt maj månedens turister har en lidt større andel afkrydset denne opholdstype.

⁴ VisitDenmark, Vores Rejse 2009, s. 52.

12 Aktiviteter og attraktionsbesøg

Tabel 11 Hvad foretog turisterne sig på Bornholm i 2010?

Har du under dit ophold på Bornholm?	Tyskland	Øvrige udland	Danmark	Danmark, maj	Danmark, feb
Været på røgeri?	85 %	78 %	75 %	78 %	27 %
Besøgt Hammershus?	79 %	70 %	64 %	56 %	21 %
Oplevet Helligdomsklipperne, Ekkodalen el. lign. naturseværdighed?	74 %	78 %	56 %	61 %	21 %
Besøgt en glaspuster el. anden kunsthåndværker?	70 %	65 %	56 %	43 %	24 %
Besøgt en rundkirke?	64 %	65 %	39 %	32 %	15 %
Været ude at spise?	63 %	87 %	85 %	79 %	45 %
Shoppet (ud over dagligvarer)?	58 %	87 %	73 %	54 %	-
Været på cykeltur?	57 %	83 %	27 %	6 %	6 %
Været på byvandring, tur med naturvejleder eller lign. guidet tur?	22 %	30 %	13 %	26 %	12 %
Total, afkrydsninger*	572 %	643 %	487 %	246 %	224 %

*) Respondenterne har kunnet sætte flere kryds og derfor bliver procenten over 100.

Baser: Tyskland:227, Øvrige:24, Danmark:174, DK, maj:78, DK, feb.:61.

Kun turister på vej hjem fra Bornholm er blevet spurgt.

Kilder: Bornholmstrafikken surveys 2010

- Helt overordnet set har de tyske og øvrige udenlandske turister et højere aktivitetsniveau end danskerne, og de besøger i større udstrækning end danske turister de klassiske besøgsmaal på øen. Det hænger dels sammen med, at en større andel af de danske turister har brugt ferien på at være sammen med familie og venner. Endvidere har en større andel af danskerne besøgt Bornholm tidligere. De har derfor ikke nødvendigvis været på sightseeing denne gang, men har benyttet andre tilbud så som været ude at spise og shoppe.
- Især tyskerne går efter det klassiske Bornholm – 85 % har været på røgeri, 79 % har besøgt Hammershus og 64 % har besøgt en rundkirke.
- Tyskerne har i mindre grad end danske og øvrige udenlandske turister været ude at spise samt shoppe. En mulig forklaring kan være, at tyskerne i større udstrækning bor i sommerhus, og derfor ikke færdes rundt på øen i lige så høj grad.
- 83 % af turisterne fra øvrige udland har været på cykeltur, og det samme gælder 57 % af tyskerne og 27 % af danskerne. Det er væsentlig højere procentdele end i tabel 9, hvor vi har spurgt turister på vej til Bornholm. Noget tyder således på, at turisterne bliver inspireret til at cykle, når først de er på øen, også selv om det ikke var en del af deres oprindelige motivation for at besøge øen. Uden for sommersæsonen er det til gengæld en meget lille andel (6 %), der har cyklet.
- Byvandring, tur med naturvejleder el. lign. guidet tur har 30 % af turisterne fra øvrige udland sat kryds ved. Det er en større andel end blandt danskere (13 %) og tyskere (22 %) til trods for, at udbuddet af guidede ture er langt mindre på engelsk end på hhv. dansk og tysk. De danske turister i maj benytter sig dog også forholdsvis flittigt af guidede ture (26 %).
- **NB: procenterne i tabellerne 11, 12 og 13 er ikke umiddelbart sammenlignelige.**

Tabel 12 Danske turisternes attraktionsbesøg - 2009

Har du under opholdet besøgt følgende attraktioner/seværdigheder?	Februar	Maj	Juli
Hammershus	24 %	55 %	76 %
Østerlars Rundkirke	10 %	34 %	45 %
Joboland Brændesgårdshaven	-	16 %	27 %
NaturBornholm	3 %	18 %	22 %
Middelaldercentret	-	7 %	18 %
Røgerier	10 %	64 %	79 %
Glaspustere	14 %	42 %	57 %
Hjorts Museum		7 %	5 %
Kunstgallerier	10 %	18 %	23 %
Tekstilværksteder	-	7 %	6 %
Bornholms Kunstmuseum	17 %	10 %	9 %
Oluf Høst Museet	-	9 %	9 %
Landbrugsmuseet Melstedgård	-	3 %	9 %
Paradisbakkerne	7 %	28 %	36 %
Almindingen	10 %	42 %	50 %
Rytterknægten	-	24 %	24 %
Helligdomsklipperne	21 %	28 %	42 %
Runestene	-	18 %	12 %
Christiansø	3 %	19 %	15 %
Andre	48 %	28 %	22 %
Total antal afkrydsninger*	180 %	481 %	586 %

*) Respondenterne har kunnet sætte flere kryds og derfor bliver procenten over 100.

Baser: februar:47, maj:82, juli: 122

Kilde: Bornholmstrafikken surveys 2009.

- Også i 2009 trak det klassiske Bornholm – Hammershus og røgerier – flest besøgende.
- Andre klassikere som Østerlars Rundkirke, glaspustere, Almindingen og Helligdomsklipperne er også velbesøgt.
- Af de betalingsattraktioner, som fremgik af spørgeskemaet, var det i højsæsonen Joboland (27 %), som umiddelbart trak flest besøgende foran NaturBornholm (22 %) og Bornholms Middelaldercenter (18 %).
- Bornholms Kunstmuseum tiltrækker en større andel af besøgende i lav- og skuldærsæson end i højsæsonen – forklaringen er sandsynligvis, at der er færre tilbud på denne årstid.
- **NB: procenterne i tabellerne 11, 12 og 13 er ikke umiddelbart sammenlignelige.**

Tabel 13 Danske turisters aktiviteter på Bornholm - 2009

Hvilke af følgende aktiviteter?	Februar	Maj	Juli
Var på stranden	15 %	32 %	79 %
Cyklede ture	4 %	15 %	30 %
Fitnesscenter, Spa, wellness	-	-	2 %
Ude at sejle	2 %	18 %	21 %
Kørte ture	43 %	61 %	68 %
Guidede ture	-	13 %	5 %
Besøgte kulturelle steder	21 %	26 %	51 %
Besøgte historiske steder	9 %	29 %	62 %
Besøgte attraktioner	11 %	37 %	59 %
Besøgte venner/familie	70 %	44 %	39 %
Oplevede fiskerlejer/havne	17 %	45 %	56 %
Fiskede	2 %	5 %	3 %
Spillede golf	-	1 %	7 %
Spiste på restaurant	32 %	50 %	67 %
Grillede selv	-	18 %	48 %
Shoppede	15 %	50 %	67 %
Slappede af	43 %	61 %	87 %
Nød naturen	57 %	66 %	92 %
Samværd med familie/børn	53 %	40 %	65 %
Var til koncert	6 %	-	12 %
Biografbesøg	9 %	-	3 %
Deltog i sportsaktivitet	2 %	4 %	7 %
Andre	13 %	5 %	3 %
Total antal afkrydsninger*	423 %	620 %	933 %

*) Respondenterne har kunnet sætte flere kryds og derfor bliver procenten over 100.

Baser: februar:47, maj:82, juli: 122

Kilde: Bornholmstrafikken surveys 2009.

- De naturbaserede aktiviteter trak flest besøgende både i lav-, skulder- og højsæson.
- Til trods for at naturen populært sagt holder åbent hele året, er aktivitetsniveauet markant lavere i lavsæsonen, hvor besøget på Bornholm for manges vedkommende er helliget familien.
- **NB: procenterne i tabellerne 10, 11 og 12 er ikke umiddelbart sammenlignelige.**

13 Overnatning

Tabel 14 Overnatningssted

Hvor har du boet/planlægger du at bo under dette ophold?	DE	Øvrige udland	DK	Luft-havn	DK maj	DK feb.
Ingen overnatning	2 %	0	5 %	-	5 %	3 %
Egen bolig (hus, sommerhus, ferielejlighed)	8 %	3 %	10 %	16 %	17 %	23 %
Hotel	15 %	24 %	10 %	17 %	20 %	17 %
Lejet sommerhus	42 %	21 %	15 %	13 %	12 %	4 %
Ferielejlighed / feriecenter	7 %	11 %	9 %	9 %	19 %	4 %
Campingplads	21 %	32 %	13 %	2 %	3 %	0 %
Vandrerhjem	3 %	5 %	3 %	4 %	1 %	3 %
Hos familie eller venner	4 %	8 %	27 %	37 %	19 %	44 %
Andre	2 %	0 %	10 %	2 %	4 %	2 %
Andel, privat overnatning (subtotal)	12 %	11 %	37 %	53 %	16 %	67 %
Total antal krydser ¹	103 %	103 %	102 %	100 %	100 %	100 %

*) Respondenterne har kunnet sætte flere kryds og derfor bliver procenten over 100.

Baser: DE:443, Øvrige:39, DK:405, DK, maj:234, DK, feb.:121.

Kilder: Bornholmstrafikken surveys 2010, Bornholm Lufthavn survey 2009.

- Tyskerne holder i stor stil sommerhusferie (42 %), men camping er også populært (21 %).
- De øvrige udenlandske turister overnatter i størst udstrækning på campingplads (32 %), men også hotelovernatninger (24 %) udgør en stor andel.
- Danskernes overnatningspræferencer er mere jævnt fordelt, men også de foretrækker sommerhus (15 %) og camping (13 %).
- Flyrejsende samt danskere, som rejser uden for højsæsonen, er mere tilbøjelige til at bo på hotel.
- Ferielejlighed/feriecenter udgør en særlig stor andel blandt danskere, som rejser i maj (19 %).
- Andelen af danske turister, som bor privat, er især stor uden for højsæsonen.
- Trods den største andel af udenlandske rejsende (28 %) har flyrejsende den største andel af private overnatninger (53 %).
- Kun få har benyttet flere overnatningsformer under samme ophold (total antal krydser).

Tabel 15 Opholdslængde

Antal overnatninger på Bornholm:	Øvrige udland		Luft-havn			
	DE	DK	DK maj	DK feb.		
0	1 %	0 %	4 %		6 %	3 %
1	1 %	0 %	2 %		5 %	22 %
2	2 %	3 %	11 %		10 %	9 %
3	2 %	3 %	9 %		22 %	25 %
4	5 %	9 %	9 %		23 %	24 %
5	3 %	6 %	9 %		6 %	8 %
6	7 %	9 %	13 %		5 %	1 %
7	14 %	24 %	19 %		14 %	1 %
Mere end 7 dage	65 %	47 %	24 %		9 %	8 %
Total antal svar	100 %	100 %	100 %		100 %	100 %
Gennemsnitlig overnatningslængde:	11,08	9,03	6,36		4,92	3,48
Gennemsnitlig overnatningslængde, 2009:	10,68	6,87	6,66	6,19	5,45	2,63

Baser: DE:447, Øvrige:37, DK:405, Lufthavn: 290, DK, maj:234, DK, feb.:121.

Kilder: Bornholmstrafikken surveys 2010, Bornholm Lufthavn survey 2009.

- Udenlandske turister opholder sig længere på Bornholm end de danske turister gør.
- Især tyskerne har lange ophold på Bornholm – 65 % er på øen i over en uge.
- Sammenlignet med 2009 har turister fra øvrige udland opholdt sig en del længere på Bornholm i 2010. Da der er tale om små stikprøve med under 40 respondenter, skal tallene dog tolkes med forsigtighed.
- I højsæsonen opholder størsteparten af turisterne sig på Bornholm i ca. 1 uge, mens der i lav- og skuldærsæson for størsteparten er tale om forlængede weekender af 3-4 overnatninger.
- Blandt sommerturisterne har flyturisterne de korteste ophold.

Tabel 16 Sammenhæng mellem opholdslængde og overnatningssted

Opholdslængde og overnatningstype	Flyturister Juli/august 2009		Færgeturister Juli 2009	
	Antal svar	Antal dage	Antal svar	Antal Dage
Egen bolig (hus, sommerhus, lejlighed)	43	8,0	43	8,9
Hotel	46	4,4	41	5,2
Sommerhus	35	5,7	53	7,4
Feriecenter eller ferielejlighed	25	8,6	45	7,1
Campingplads	4	6,3	66	6,6
Vandrehjem	11	7,7	24	5,6
Hos familie og venner	98	6,1	79	6,3
Andet	6	4,8	12	7,5
Total	268	6,19	363	6,66

Baser: Flyturister:268, Færgeturister: 363

Kilder: Bornholmstrafikken survey 2009, Bornholm Lufthavn survey 2009.

- Blandt danske sommerturister har turister, som overnatter i egen bolig, gennemsnitligt de længste ophold på Bornholm.
- Hotelgæster har den korteste opholdslængde – især turister, som rejser med fly.
- Bemærk at der for flyrejsende i visse tilfælde er tale om ganske få besvarelser, hvorfor resultaterne skal tolkes med forsigtighed.

14 Genbesøg

Tabel 17 Tidligere besøg

<i>Antal tidligere besøg</i>	Tysk-land	Øvrige udland	Dan-mark	Dan-mark, maj	Dan-mark, feb
Det er første besøg	43 %	70 %	15 %	13 %	6 %
En gang tidligere	11 %	8 %	12 %	12 %	10 %
2-5 gange	21 %	8 %	27 %	29 %	10 %
6-9 gange	9 %	3 %	8 %	9 %	4 %
10 eller flere	15 %	11 %	38 %	37 %	70 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Baser: DE:443, Øvrige:97, DK:389, DK, maj:234, DK, feb.:121.
Kilder: Bornholmstrafikken surveys 2010.

- De udenlandske turister er i langt højere grad end de danske på Bornholm for første gang – i sommeren 2010 gjaldt det 43 % af tyskerne og 70 % af turisterne fra øvrige udland (2009: 48 % af tyskerne og 78 % af de øvrige udenlandske turister).
- 15 % af de danske sommerturister var på Bornholm for første gang i 2010 – i for- og skulderson var andelen lavere.
- Lavsæsonens danske turister har den højeste genbesøgsfrekvens – 70 % har besøgt øen 10 eller flere gange.

Tabel 18 Sidste besøg

<i>Sidste besøg på Bornholm</i>	Tysk-land	Øvrige udland	Dan-mark	Dan-mark, maj	Dan-mark, feb
Det er første besøg	43 %	70 %	15 %	13 %	7 %
Inden for det seneste år	21 %	5 %	40 %	44 %	74 %
2-5 år siden	18 %	19 %	23 %	22 %	9 %
6-9 år siden	6 %	3 %	5 %	4 %	3 %
Det er over 10 år siden	12 %	3 %	17 %	17 %	7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Baser: DE:443, Øvrige:97, DK:389, DK, maj:234, DK, feb.:121.
Kilder: Bornholmstrafikken surveys 2010.

- De danske turister har for størstedelens vedkommende deres seneste bornholmerbesøg i forholdsvis klar erindring, da de har været på øen inden for det seneste år.
- Det samme gælder omkring 1/5 af de tyske turister.
- Blandt de danske turister, som har været på øen i maj og juli, er der næsten 1/5 for hvem seneste besøg ligger mere end 10 år tilbage – før Øresundsbro, hurtigfærge og Gourmet Bornholm.

15 Evaluering – ophold og overnatningssted

Tabel 19 Karakter til ophold og overnatningssted

Hvilken karakter vil du give dit ophold på Bornholm på en skala fra 1-5, hvor 5 er højest?	Tyskland	Danmark	Danmark, maj	Danmark, februar
Gennemsnitskarakter:	4,41	4,51	4,61	4,51
Hvilken karakter vil du give dit overnatningssted på en skala fra 1-5, hvor 5 er højest?				
Gennemsnitskarakter:	4,08	4,07	4,33	4,70

Kilder: Bornholmstrafikken surveys 2010

- Langt størstedelen af turisterne er meget tilfredse med både deres ophold på Bornholm og deres overnatningssted, hvilket de høje gennemsnitskarakterer og positive kommentarer vidner om.
- Samlet set har kun et par håndfulde gæster uddelt lave karakterer (1 eller 2).
- I lavsæsonen er de kritiske bemærkninger relateret til oplevelsen af, at *Bornholm er lukket*, mens det i skulder- og højsæson er *dårlig sammenhæng mellem pris og kvalitet*, særligt i forhold til overnatning, som får turisterne til at uddele lave karakterer. *Vejret* får også et par kommentarer.

15.1 Kommentarer – tyske turister:

Positive:

- Alt tip top.
- Bornholm er en afvekslende ø. Der er ikke så mange turister.
- Bornholm er for mig det ideelle feriemål.
- Bornholm er speciel.
- Bornholm har det hele.
- Dejlig roligt, gode mennesker og skønne strande.
- Dejlig ø, skønne strande, hyggelige byer, dejligt landskab.
- Dejligt vejr, skønne cykelmuligheder. Gode aktivitetsmuligheder. Gode turistbrochurer.
- Den skønne ø... De skønne strande... Den meget gode "aktivitetsnatur". Gode røgede fisk.. Klima-et...
- Det var super.
- En megen skøn ø. Vi har haft det godt på vores cykeltur. Cykelvejene var rigtig fine.
- En skøn ø.
- Fascinerende geologi og natur.
- Fine sandstrande, klippekyst, skove, hyggelige byer og flinke mennesker.
- Glimrende cykelveje - på nær vejret....
- Gode forhold for cykelturister.
- Hjemøen.
- Holder af naturen.
- Jeg kan lide vejret, landskaberne, roen og muligheden for at cykle.
- jeg kommer altid igen
- Meget skøn ø. Meget flot vejr.
- Rimeligt godt vejr. Hyggelige havnebyer. Gode bademuligheder.
- Ro, ikke noget hektisk, underskøn natur
- Skønne cykelveje Gode bademuligheder.
- skønne landskaber, landsbyer, godt udrustet campingplads og fin forplejning.
- Skønt landskab. dejlige, ikke overfyldte strande. Familievenlig. Dejlige is - dejlige røgede fisk.

- Smukt vejr. Skønne strande. Afslappet ferie.
- Super ø.
- Underskøn, fascinerende natur med mange seværdigheder og fritidsaktiviteter. Ren fornøjelse.
- Velholdt ø med flinke mennesker.
- Vi havde smukt vejr og et dejligt hus.
- Øen er værd at se.

"Både og" samt negative kommentarer:

- Ferien på Bornholm er altid skøn - men færgeren er for dyr.
- For høje priser på Bornholm.
- Hotel Balka Strand er ikke til 4 stjerner..
- Huset var ikke så godt.
- Information om cykelveje fin, folk flinke. Undtagen en taxachauffør der var fjendtlig.
- Mange ting er urimeligt dyre.
- Meget rent, venligt, god infrastruktur. Dog èt kritikpunkt: Glemte én gang at sætte P-skive og fik straks 510 kr. i bøde + betalingsgebyr. Det er for meget straf.....
- Meget skøn natur - rolig og afslappende. Husindretning forældet. Priserne er relativt høje.
- Sensommer, mange butikker lukket, regn, hundekoldt.
- Skøn natur, skønne byer men meget dårligt sommerhus...
- skønne naturoplevelser meget interessante kulturtilbud. Pris og serviceydelser fandt jeg ikke i orden
- Venlige mennesker. En servicemedarbejder på land uforskammet.
- Skøn ø med mange attraktioner Dejlig oprindelig natur. Desværre var vejret ikke så godt.
- Vejret var desværre ikke med os denne gang
- Vejret var noget ustadigt..

15.2 Kommentarer – juli:

Positive:

- Smukt i Svaneke. Fint badevand. Gode fisk.
- 7 dage er for lidt til at nå det hele (-:
- Bornholm er dejlig at holde ferie på
- Bornholm er en vidunderlig skøn og ren ø.
- Bornholm har en helt anden luft og man får ro i sindet
- Dejlig ø, flot natur og god jazz
- Dejlig ø. God jazz
- Dejligt vejr, søde mennesker, hygge og flotte omgivelser
- den bedste cykelø
- Der er mulighed for oplevelser, men også bare afslapning i naturen.
- En dejlig lille ø.
- En dejlig ø med god service.
- En spændende ø.
- Er fraflyttet bornholmer, og nyder altid at komme "hjem".
- Er opvokset på Bornholm og fraflyttet. Tager til B. for at holde ferie og besøge fam. og venner. Denne gang i lejet sommerhus - fint hus i Sømarken og vejret har været perfekt.
- Fantastisk sted til aktiv ferie med foto.
- FEDT

- Flinke beboere.
- fordi det er en dejlig ø
- fredfyldte klippeforhold og vand.
- God betjening alle steder Bornholm er skøn
- Godt vejr, dejligt natur og flinke mennesker- god service
- Jeg er bare bidt af Bornholm.
- Jeg er opvokset på Bornholm og elsker Øen
- Jeg var sidst på Bornholm i 1971 og i 1981, og det her oversteg mine forventninger. Skønt vand, smukke byer - fantastisk natur.
- Mange gode og flotte naturoplevelser
- Meget smuk natur
- Natur, gæstfrihed, veje-rastepladser, tid og plads til fordybelse
- Natur, kultur
- Rigtig godt vejr.
- Skiltning af seværdigheder og cykelruter er utroligt gode
- skøn natur, godt vejr, fint hotel
- Skøn ø med masse af seværdigheder Fin kunsthånværk og dejlig natur
- skønt god skiltning af cykelveje
- Smukke omgivelser og gode cykelveje
- smukt og dejligt
- super godt - meget at se - godt vejr (-:
- Vejret var godt - oplevelserne til UG Campingpladsen (Gølløkken) var til UG
- Vejret var med os, og der var meget at opleve. Information om øen i brochurerne er meget flot.
- venlige mennesker trygt veldig god jazz festival
- Vi boede på Hasle Camping. God stemning og ro. Tæt på skov og strand
- Vi er vilde med det!!!!
- Vidunderlig natur
- Øen er børnevenlig og familievenlig
- Øen er dejlig, der er meget at se og vi har boet godt.

Overvejende negative:

- Dejlige øboere, men alt for høje priser på Øen
- Det er rigtig dyrt at handle dagligvarer, men en skøn natur.
- Dog må vi tilføje, at vi var lidt trætte af lugten ved strandene.
- Dårlige busforbindelser/ventetid.
- Ikke fem fordi: cykelruter flere steder uegnet til cykel med især anhænger (bør skiftes).
- Intet byliv
- Lidt dårligt værelse men ellers meget bra
- Mange steder kan man ikke betale med udenlansk VISA eller Mastercard, men kun danske betalingskort. Bedring på det område - TAK.
- Meget flot ø og flotte steder - men mangler lidt stil
- Nogle af attraktionerne er for opreklamerede!
- Nogle problemer med kreditkort
- Vi synes, at man mange steder virkede lidt stramme i betrækket og svarede surt igen. Vi elsker Bornholm, naturen o.s.v., men denne gang synes vi ikke det var helt tip top, meget p.g.a. (det var absolut ikke alle steder, men MANGE steder), de virkede sure og trætte af turister. Mange

steder løb vi ind i, at varerne var udsolgt tidligt på dagen, måske lidt trist i højsæsonen. Vi har haft dejligt vejr og det har været en dejlig ferie, men prikken over i'et - servicen - betjeningen og smilene manglede..... Priserne er måske også lige i overkanten..... især uden smil og venlighed.... Nogle steder virkede de røgede sild mere kogte end røgede... Hvorfor er det så få steder, man får rigtig røgede sild?

15.3 Kommentarer – maj:

Positive:

- Skøn afvekslende ø også for børn.
- Mange gode oplevelser.
- Hyggeligt at holde ferie på Bornholm.
- Hyggelig ferieø.
- Gode oplevelser - men lidt dårligt vejr
- Mange ting at se på.
- Bornholm er en pragtfuld ø, hvor jeg føler mig tilpas.
- Nyder altid Bornholm.
- Fantastisk natur
- fantastisk smuk natur - specielt Døndalen-Kobberådal. Hyggelige gamle bymiljøer, spændende Christiansøtur, dejligt kunstmuseum.
- Natur – ro.
- Natur, landskab, kultur
- pragtfuld natur. Venlighed overalt.
- Elsker Bornholm - er kommet her i 40 år.

Negative plus forslag:

- Ingen hoteller, høje priser, manglende liv(hvor er alle mennesker?). Alle hoteller var fyldte, men hvor var folk?
- Jeg synes at overnatning på hotel, vandrehjem mv. burde være billigere - især uden for sæsonen.
- Hjemmesiderne for busserne på Bornholm kunne gøres bedre, så det er nemmere at se den enkelte linjes rute og priser.
- 3-dages kort til offentlig bustrafik.

15.4 Kommentarer – februar:

Positive:

- Dejlig stemning, venlig befolkning og smuk natur.
- Jeg kommer ofte, og er altid meget begejstret (ca. 8 gange årligt).
- Vi kom i sidste minut da vi skulle fra Ystads i lørdags. Personalet på færge og terminal gjorde alt for at få os ombord, til trods for at vi selvforskyldt kom for sent. En meget positiv oplevelse, så vi takker.
- Jeg er opvokset på Bornholm, som har en fantastisk natur.
- Vi havde en god ferielejlighed i Hasle Feriecenter.
- Super service i Rønne Hallen, hvor jeg overnattede fredag til lørdag på grund af snestorm.

Negative:

- Mange butikker lukket selv om det er vinterferie.
- Lang transporttid. Mangelfuld snerydning. Prisen er alt for høj. Tag til Mallorca for den halve pris.
- Der er intet at opleve i februar måned.
- Reel oplysning om hvad der rent faktisk kan ses og besøges i februar måned – INTET!

16 Et alternativ til traditionel demografi

Tabel 20 Vigtighed af parametre - gennemsnitsscores

Hvor vigtigt er følgende for dig i relation til rejse- og ferieoplevelser?	Tyskland	Danmark	Danmark, maj
Lav pris	2,97	2,98	3,05
Høj kvalitet	3,31	3,20	3,25
Økologi og miljø	3,22	2,75	2,83
Tryghed	3,28	3,27	3,21
Hygge	3,33	3,45	3,26
Oplevelser	3,11	3,36	3,35
Overraskelser og finurligheder	2,28	2,75	2,72

Baser: DE:447, DK:405, DK, maj:234.

Kilder: Bornholmstrafikken surveys 2010

Tabel 21 Vigtighed af parametre - procent

Hvor vigtigt er følgende for dig i relation til rejse- og ferieoplevelser?	Meget vigtigt 4	Vigtigt 3	Uvigtigt 2	Meget uvigtigt 1
Tyskere				
Lav pris	10 %	58 %	31 %	1 %
Høj kvalitet	37 %	57 %	6 %	0 %
Økologi og miljø	32 %	59 %	8 %	1 %
Tryghed	39 %	50 %	10 %	1 %
Hygge	40 %	54 %	5 %	1 %
Oplevelser	28 %	56 %	15 %	1 %
Overraskelser og finurligheder	9 %	22 %	57 %	12 %
Danske turister, juli				
Lav pris	24 %	51 %	24 %	1 %
Høj kvalitet	33 %	54 %	12 %	1 %
Økologi og miljø	17 %	48 %	28 %	7 %
Tryghed	37 %	53 %	8 %	2 %
Hygge	48 %	49 %	3 %	0 %
Oplevelser	43 %	50 %	6 %	1 %
Overraskelser og finurligheder	18 %	44 %	33 %	5 %
Danske turister, maj				
Lav pris	25 %	55 %	20 %	0 %
Høj kvalitet	33 %	60 %	6 %	1 %
Økologi og miljø	19 %	50 %	27 %	4 %
Tryghed	33 %	57 %	8 %	2 %
Hygge	34 %	57 %	9 %	0 %
Oplevelser	44 %	48 %	8 %	0 %
Overraskelser og finurligheder	15 %	45 %	37 %	3 %

Baser: DE:447, DK:405, DK, maj:234.

Kilder: Bornholmstrafikken surveys 2010

- Betragtes gennemsnitsscores er der kun meget små forskelle.
- Mere end dobbelt så stor en andel af danskerne (hhv. 24 % /25 %) end af tyskerne (10 %) har angivet, at lav pris er "meget vigtigt" i relation til rejse- og ferieoplevelser.
- 32 % af tyskerne ser økologi og miljø som "meget vigtigt" – men kun 17 % / 19 % af danskerne.
- 43 % /44 % af danskerne angiver oplevelser som "meget vigtigt" i relation til rejse- og ferieoplevelser, mens det kun gælder 28 % af tyskerne.

CRT

CENTER FOR REGIONAL- OG TURISMEFORSKNING