

7. Faktorer der fører til turisternes fravalg af Bornholm

DEN EUROPÆISKE UNION

Den Europæiske Fond
for Regionaludvikling



Vi investerer i din fremtid

Turismebarometer
for Bornholm
September 2010

7. Faktorer der fører til turisternes fravalg af Bornholm

Udarbejdet som led i projektet
Turismebarometer for Bornholm

af
Anders Hedetoft

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



BornholmerFærgen 



Formål og metode

Formålet med denne delanalyse er:

1. At afdække de kilder turisten benytter når de skaffer supplerende informationsmateriale om øen.
2. At afdække de kanaler der benyttes når turisterne booker deres ferie på Bornholm
3. At afdække begrundelser for ikke at komme til Bornholm samt eventuelt valg af alternativ rejsedestination.

Datamæssigt tager undersøgelsen udgangspunkt i Destination Bornholms database over alle der har bestilt informationsmateriale via www.bornholm.info i 2009. Forud for turistsæsonen 2010 bestilte godt 10.000 personer supplerende informationsmateriale om Bornholm via hjemmesiden www.bornholm.info. En mindre del heraf (4.156 personer) indvilgende i at deltage i en efterfølgende spørgeskemaundersøgelse. Heraf viste 350 mailadresse sig at være fejlbehæftet, således at der i alt er udsendt ca. 3.800 skemaer. Der blev udsendt link til spørgeskemaer på henholdsvis dansk, tysk og engelsk. Dette har selvfølgelig gjort det vanskeligere for respondenter der ikke har et af disse tre sprog som modersmål.

Spørgsmål:

- Bestilte du brochurer om Bornholm fra andre steder end hjemmesiden bornholm.info?
- Har du været på ferie på Bornholm i 2009?
- Hvor har du booket denne rejse?
- Hvorfor bestilte du ikke ferie til Bornholm i 2009?
- Hvor holdt du ferie i 2009?
- Hvilken aldersgruppe tilhører du?
- Hvor lang tid varede din fuldtidsuddannelse?
- Inden for hvilken gruppe ligger husstandens samlede indkomst?
- Bopælsland
- Bopælsområde (angiv postnummer, kun danskere)
- Må vi kontakte dig igen med henblik på yderligere spørgeskemaundersøgelser?
- Skriv venligst din e-mail-adresse

Opsummering af undersøgelse for 2009

1224 har udfyldt hele eller dele af skemaet, hvilket svarer til en svarprocent på cirka 32 pct. I praksis er det vanskeligt at opnå højere besvarelsesandele, når undersøgelserne ikke omhandler respondenternes primære interesseområde.

Nationalitet	Antal
Danmark	697
Tyskland	112
Sverige	48
Norge	58
Polen	18
Andet land:	58
Total	991
Ingen nationalitetsoplysning	233
Samlet antal besvarelser	1224

Tabel 1: Nationalitetsfordeling blandt respondenter

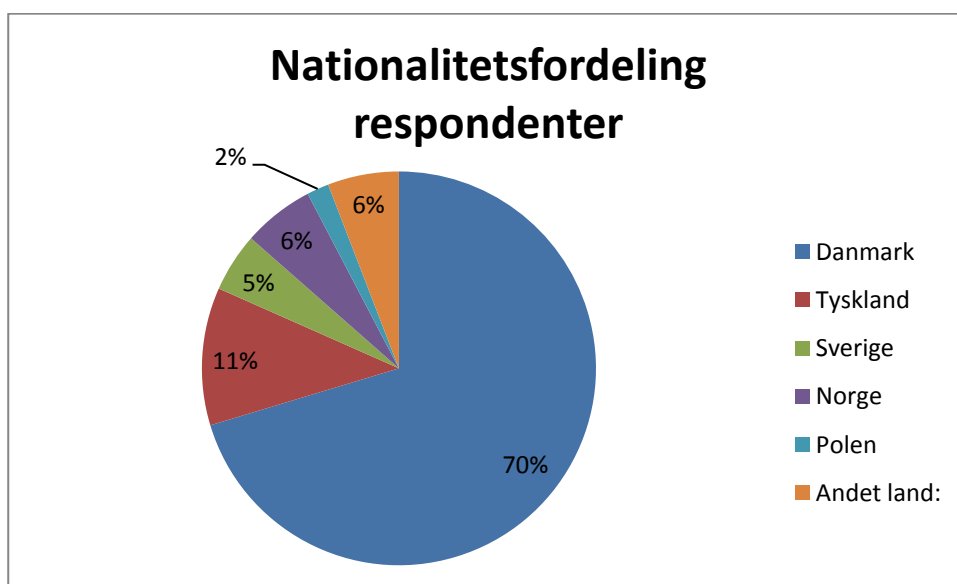
- De fleste respondenter var i aldersgruppen 35 til 49 år
- 48% af respondenterne angiver at have en videregående uddannelse.
- Hovedparten (43%) har en husstandsindkomst mellem 400- og 700.000 kr. før skat.

Informationsbestilling og bookingadfærd

Nationalitet	Antal der har bestilt informationsmateriale	Andel der har bestilt informationsmateriale	Andel der har besvaret spørgeskema
Danmark	5126	51,2 %	70,3 %
Tyskland	1735	17,3 %	11,3%
Polen	1708	17,0 %	1,8 %
Sverige	938	9,4%	4,8 %
Norge	303	3,2 %	5,9%
Holland	83	0,8 %	*
England	48	0,5 %	*
Frankrig	41	0,4 %	*
Belgien	28	0,3 %	*
Canada	12		*
I alt	10.022		

Tabel 2: Nationalitetsfordeling for dem der har bestilt informationsmateriale via www.bornholm.info

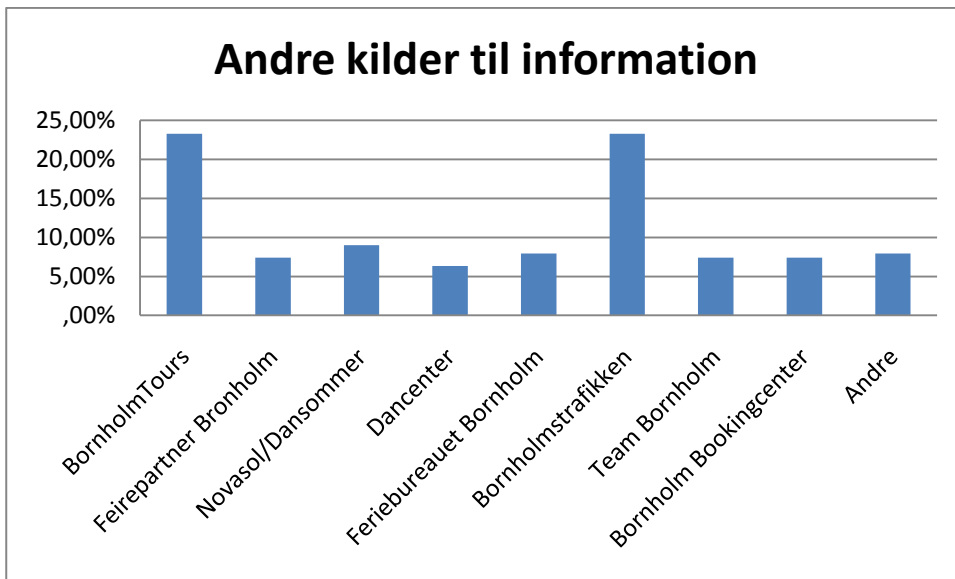
Som det ses er nordmænd og især danskere overrepræsenteret¹ blandt de der har besvaret spørgeskemaet. I den modsatte ende af skalaen er især polakkerne underrepræsenteret i spørgeskemaundersøgelsen, hvilket ganske givet hænger sammen med at spørgeskemaet kun var udformet på dansk, tysk og engelsk.



Figur 1: Nationalitetsfordeling blandt respondenterne

87% bestilte udelukkende informationsmateriale fra Bornholms officielle velkomstsit. Det betyder omvendt at 13 % rekvirerede yderligere informationsmateriale om Bornholm fra andre kilder. Her er det primært Bornholm Tours og Bornholmstrafikken der udgør de foretrukne kilder, når der skal indhentes supplerende information, jf. figur 2 nedenfor.

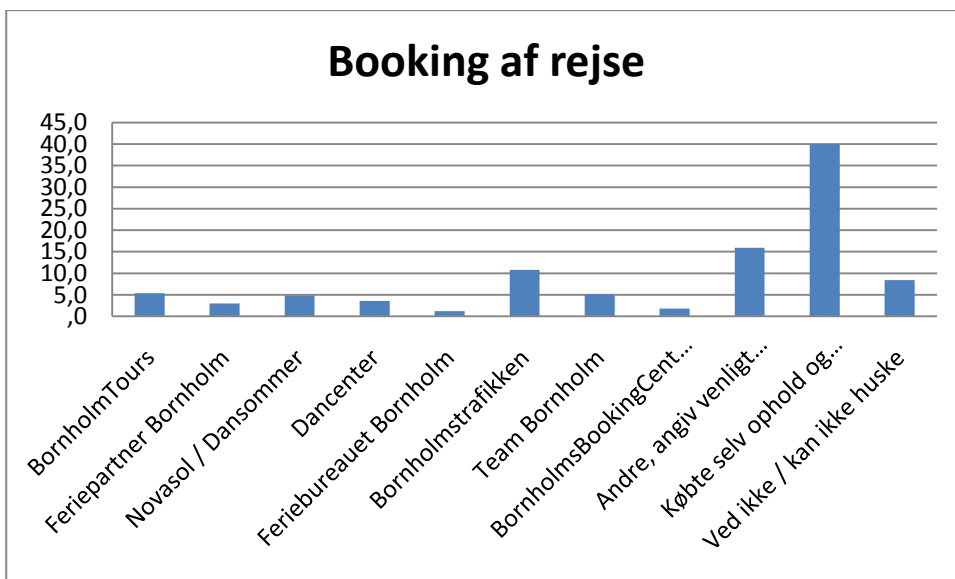
¹ Overrepræsenteret i forhold til hvem der har bestilt informationsmateriale.



Figur 2: Supplerende kilder til indhentning af information om Bornholm

Men hensyn til booking af selve rejsen er langt det almindeligste at turisten selv sørger for dette. Hele 40% af turisterne bestiller selv de enkelte komponenter af den samlede rejse (eksempelvis leje af feriehus, køb af færgebillet og køb af supplerende serviceydelser direkte hos udbydere (jf. figur 3).

11% angiver at have booket rejsen gennem Bornholmstrafikken, hvilket dog reelt kun kan betyde at de har købt færgebilletten via færgeselskabet. Godt 8% ved ikke / kan ikke huske hvordan de bookedede deres ophold. Det betyder at de resterende 41 % bookedede en eller anden form for pakkerejse. Bornholm Tours, Novasol/Dansommer samt Team Bornholm er de mest benyttede pakkerejsearrangører, med hver cirka 5 % af respondenterne. Gruppen "andre" fordeler sig på en lang række forskellige feriehusbureauer, campingpladser og rejsebureauer på og udenfor Bornholm.



Figur 3: Turisternes booking af rejsen

Turister der valgte ikke at besøge Bornholm

Blandt de personer der havde rekvireret informationsmateriale fra bornholm.info i 2009 valgte 16% ikke at besøge Bornholm i 2009 eller 2010. Det betyder jo selvfølgelig omvendt, at hele 84 % af dem der rekvirerede informationsmateriale rent faktisk efterfølgende besøgte Bornholm.

Omsat til hele den gruppe af personer der har bestilt informationsmateriale fra bornholm.info, betyder de 16 %, at der cirka er 1600 personer der efterfølgende har fravalgt Bornholm som rejsemål.

Nedenfor er respondenternes begrundelser for at fravælge Bornholm fremgår af tabel 3 nedenfor:

	Valid andel
Brochurematerialet som jeg modtog faldt ikke i min smag	1,2%
Jeg ville hellere holde ferie et andet sted	7,6%
Rejsen til Bornholm var for dyr	16,0%
Jeg mener Bornholm er uinteressant	0,4%
Jeg søgte andre/flere aktiviteter end dem Bornholm kunne tilbyde	0,0%
Mine børn er teenagere - de fandt Bornholm kedelig	0,0%
Ville blot finde ud af lidt om Bornholm. Besøger måske øen en anden gang	15,2%
Jeg besøgte ikke øen 2009 eller 2010, men vil helt sikkert besøge den en anden gang	35,2%
Vejret viste sig ikke hensigtsmæssig til at besøge	0,4%
Andre grunde	24,0%
I alt	

Tabel 3: Respondenternes begrundelse for at fravælge Bornholm

Halvdelen af dem der valgte ikke at besøge Bornholm i denne omgang vil "måske" eller "helt sikkert" besøge øen på et senere tidspunkt og på den måde er der altså ikke tale om et endegyldigt fravalg af Bornholm som destination

Her ud over henviser den største gruppe til "andre grunde" til at Bornholm blev fravalgt i denne omgang. Af besvarelserne fremgår at disse grunde i de fleste tilfælde er familierelateret (skift af arbejde, sygdom, skilsmisse osv.). Disse personer har således ikke fravalgt Bornholm på grund af fejl eller mangler ved det bornholmske turistprodukt.

Af dem der aktivt fravælger Bornholm sker det primært med den begrundelse af rejsen til Bornholm var for dyr. De bornholmske aktiviteter (eller mangel på samme) spiller overhovedet ikke nogen rolle for turisternes fravalg af Bornholm. At Bornholms skulle være uinteressant eller kedelig er heller ikke en aktiv formuleret begrundelse for at fravælge Bornholm.

Godt 7% af dem der har fravalgt Bornholm har valgt et andet sted at holde ferie i 2009/10. Det alternative destinationsvalg fremgår af tabel 4 på omstående side.

	Antal	Valid Procent
Jeg havde slet ikke ferie	14	8,6
Jeg tilbragte min ferie der hjemme	35	21,5
Et andet sted i Danmark	38	23,3
Nordeuropa	29	17,8
Sydeuropa	28	17,2
Uden for Europa	19	11,7
Total	163	100,0

Tabel 4: Valg af alternativ destination

Med hensyn til socioøkonomiske karakteristika for dem der fravalgte Bornholm kontra dem der holdt ferie på øen kan følgende fremhævet:

- Den ældste gruppe respondenter (> 69 år) er mere tilbøjelig til at fravælge Bornholm end de øvrige aldersgrupper (11,4% af dem der fravalgte Bornholm var i gruppen ”> 69 år”, hvor denne aldersgruppe kun udgjorde 6,9% af den samlede gruppe respondenter). For de øvrige aldersgrupper var der ikke signifikante forskelle på dem der besøgte Bornholm og dem der fravalgte Bornholm.
- Med hensyn til uddannelsesniveau er der ikke signifikante forskelle på de to grupper.
- Med hensyn til indkomstniveau er de laveste indkomstgrupper mere tilbøjelig til at fravælge Bornholm end personer med højere husstandsindkomst.(11,7% af dem der fravalgte Bornholm havde en husstandsindkomst under 200.000 hvor det kun gjorde sig gældende for 7,3% af den samlede gruppe respondenter). Også i den næstlavest indkomstgruppe (mellem 200- og 400.000 kr. i husstandsindkomst) var der en øget tilbøjelighed til at fravælge Bornholm. Dette stemmer godt overens med den forholdsvis store gruppe der angiver at have fravalgt Bornholm fordi de fandt Bornholm for dyr.
- Turister der kommer fra lande uden for Bornholms traditionelle nærmarked (Danmark, Sverige, Norge, Tyskland og Polen) er mere tilbøjelige til at fravælge Bornholm end turister fra nærmarkederne (15,9% af dem der fravalgte Bornholm kommer fra ”fjernmarkeder”, hvor disse markeder kun udgjorde 5,6% af den samlede gruppe respondenter).

Opsummering af undersøgelse fra 2004

Center for Regional og Turismeforskning gennemførte en tilsvarende undersøgelse i 2004. I det følgende gennemgås konklusioner fra dengang, og de væsentligste forskudninger mellem den gamle og den ny undersøgelse fremhæves.

Den gang blev der opnået en svarprocent på 29 (mod 32% i 2010-undersøgelsen). De indkomne besvarelser fordelte sig med 82% fra Danmark, 10% fra Tyskland og 8% fra det øvrige udland, specielt Polen. Set i forhold til nationaliteten på dem der havde rekvireret svarmateriale, var besvarelsesandelen skæv, idet danskere også dengang var mere villige til at bevare spørgeskemaet end udlændinge.

Informationsbestilling og bookingadfærd

- 82% havde udelukkende bestilt informationsmateriale om Bornholm via www.bornholm.info. Andelen der udelukkende henter information fra denne side er i 2010 steget til 87%.
- 18% havde bestilt supplerende informationsmateriale fra andre kilder. Her var Bornholmstrafikken den mest benyttede kilde til indhentning af supplerende information (45% af dem der har indhentet supplerende information benyttede denne kilde.) I 2010 er andelen der henter supplerende information fra Bornholmstrafikken faldet til ca. 23 % og det er primært Bornholm Tours der har fået betydning som leverandør af supplerende information.

NonVisitor 2004

- 78% af respondenterne holdte rent faktisk ferie på Bornholm i 2004, mod 84 % i 2010-undersøgelsen.
- Dengang kom således 22% af respondenterne ikke på ferie på Bornholm i 2004 (= NonVisitor-gruppen)
- 75% af NonVisitor-gruppen mente at de "måske" eller "de helt sikkert" ville besøge Bornholm på et senere tidspunkt. Denne andel er i 2010-undersøgelsen faldet til ca. 50%. Turisterne er altså blevet mindre trofaste/dedikerede til det bornholmske turistprodukt
- 28% af NonVisitor-gruppen havde valgt at holde ferie andre steder i Danmark (23% i 2010)
- 20% af NonVisitor-gruppen havde i stedet valgt at holde ferie derhjemme (21% i 2010)
- 12% af NonVisitor-gruppen havde slet ikke ferie i 2004 (9% i 2010)
- 39% af respondenterne havde en videregående uddannelse (48% i 2010)
- Hovedparten (43%) havde en husstandsindkomst mellem 400.000 og 700.000 kr. før skat (også 43% i 2010)

Ved en sammenligning mellem undersøgelserne i 2004 og 2010 virker det således som om, at informationen på www.bornholm.info i større udstrækning rammer målgruppen. En faldende andel af dem der har rekvireret materiale fra hjemmesiden har haft behov for supplerende information fra andre kanaler og en mindre andel af dem der har rekvireret informationsmateriale har efterfølgende fravalgt Bornholm som rejsemål.



CENTER FOR REGIONAL- OG TURISMEFORSKNING