

A close-up photograph of a person's hands. The left hand holds a smartphone displaying the Visit Aarhus logo, which consists of the word 'Visit' above a red heart with a white cross, and the word 'AARHUS' below. The right hand holds a brown paper coffee cup with a white lid. The background is a blurred outdoor setting with a white sink and a chrome faucet.

RAPPORT FOR OVERNATNINGSSTED – BØNNERUP HAVN

Silverlining Research for VisitAarhus
November, 2021

BAGGRUNDEN FOR UNDERSØGELSEN

VisitAarhus har gennemført en feltanalyse med henblik på, at få indblik i gæsternes brug af inspirations- og informationskanaler under deres ferie i Aarhusregionen.

Interviewene gennemført hos Jer, Bønnerup Havn, i perioden fra 28. juni til 31. august, har spillet en stor rolle i forhold til at skabe et repræsentativt udsnit af de gæster, der besøger Aarhusregionen.

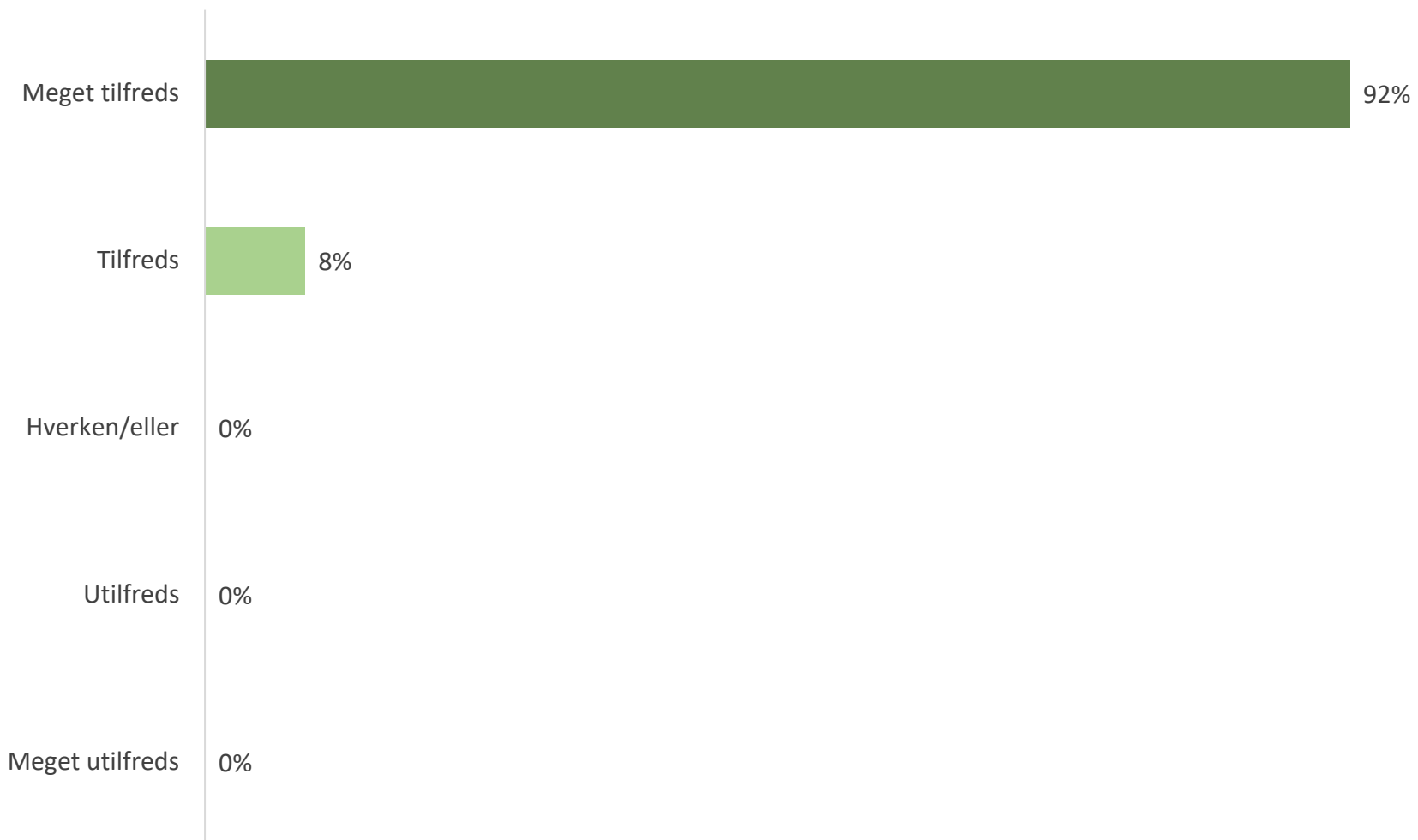
Indeværende rapport viser resultaterne fra disse interviews, som er blevet indsamlet hos Jer, Bønnerup Havn.

Resultaterne omfatter:

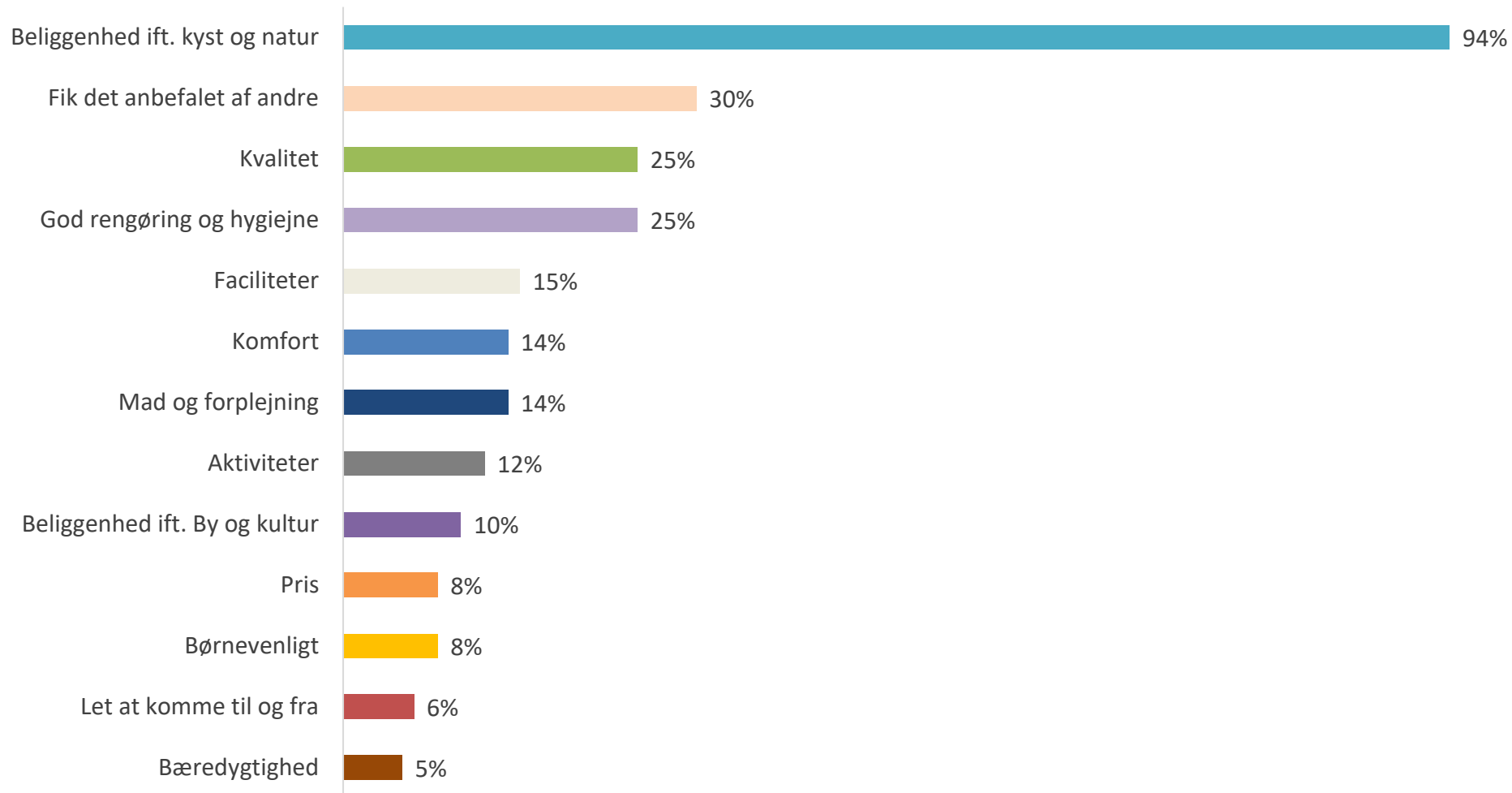
- Tilfredshed med opholdet hos Jer
- Årsag til valg af overnatningsstedet
- Demografiske oplysninger omkring gæsterne
- Hvilke kanaler gæsterne har brugt til at søge inspiration og information
- Hvordan gæsternes brugsmønstre ser ud, for de kanaler gæsterne har brugt mest



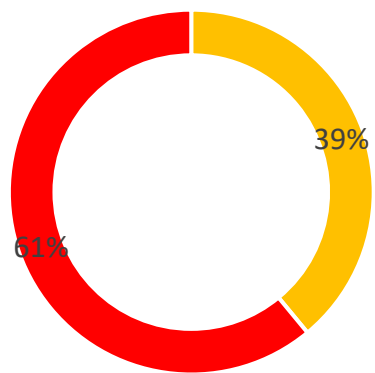
Tilfredshed med Bønnerup Havn



Årsag for valg af Bønnerup Havn



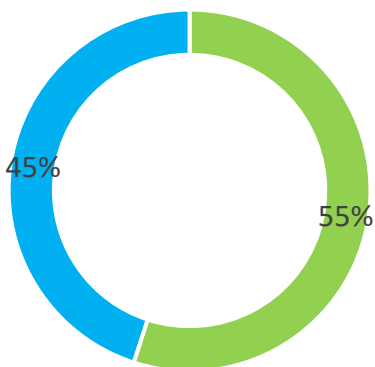
Gæsternes nationalitet



n=90

■ Tyske gæster ■ Danske gæster

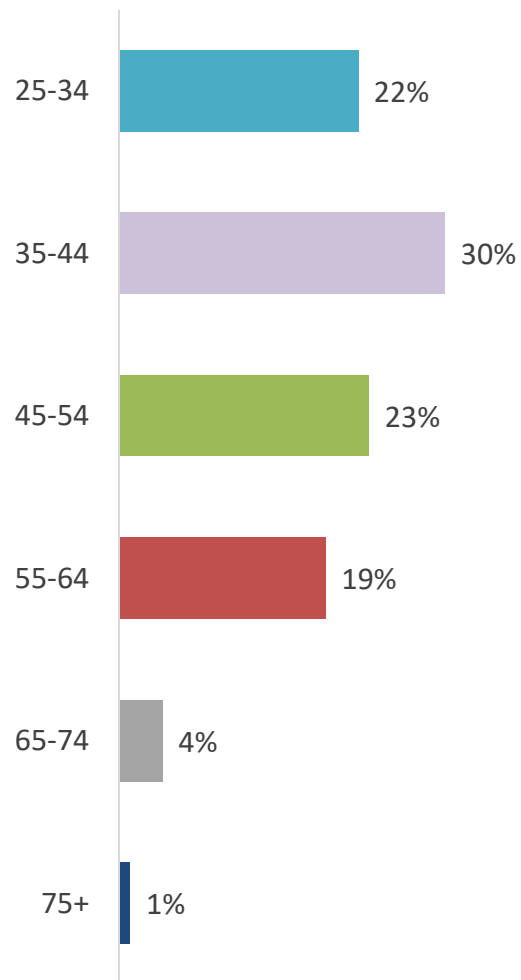
Gæsternes køn



n=100

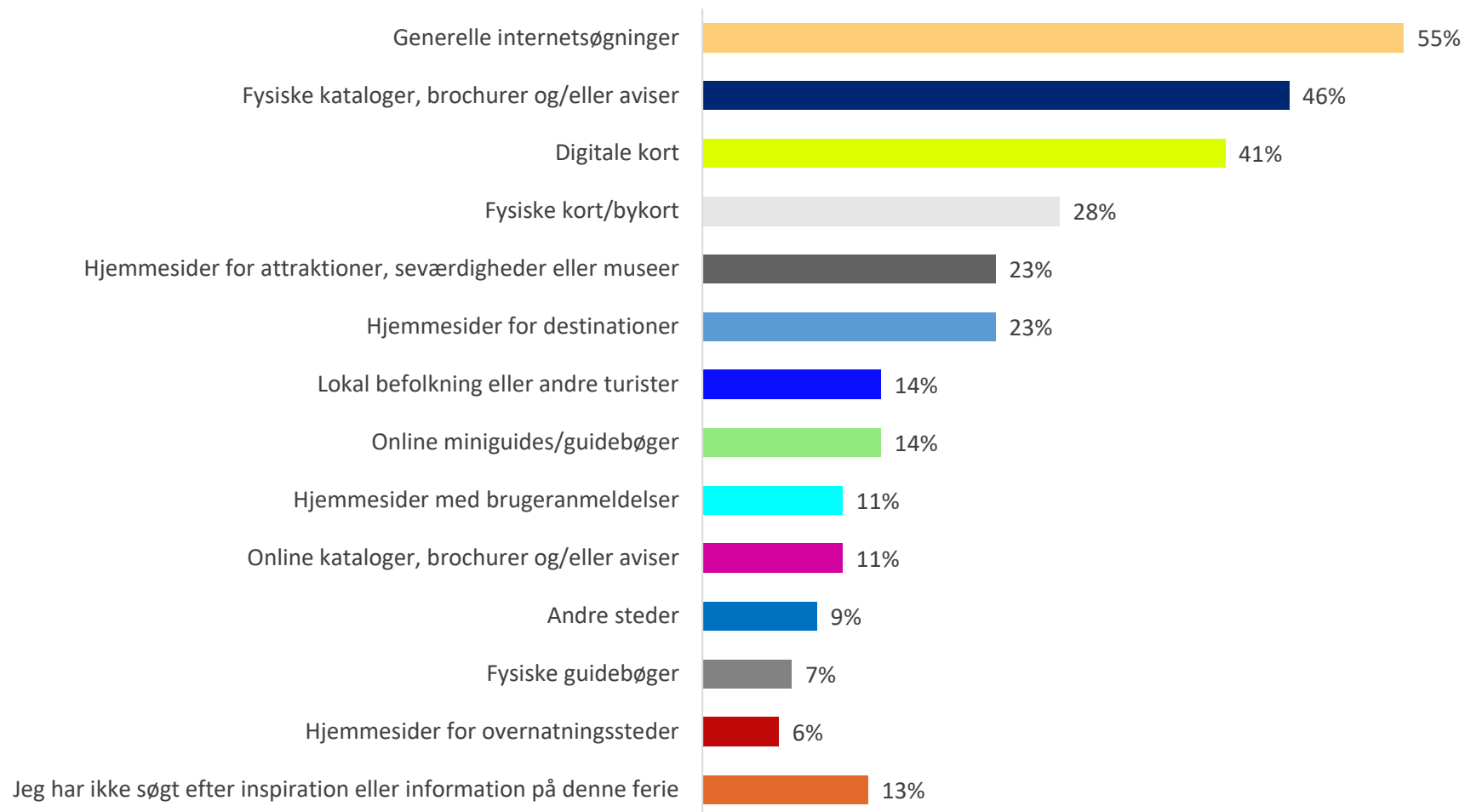
■ Mand ■ Kvinde

Gæsternes alder



n=99

Hvor gæsterne har søgt information under deres ferie ved Bønnerup Havn



Kanaler som gæsterne benytter mest

- 55% bruger generelle internetsøgninger
- 46% bruger Fysiske kataloger, brochurer og/eller aviser
- 41% bruger digitale kort
- 28% bruger fysiske kort/bykort
- 23% bruger hjemmesider for destinationer
- 13% har ikke søgt efter inspiration eller information på ferien

n=100

Gæsternes præferencer for aktiviteter

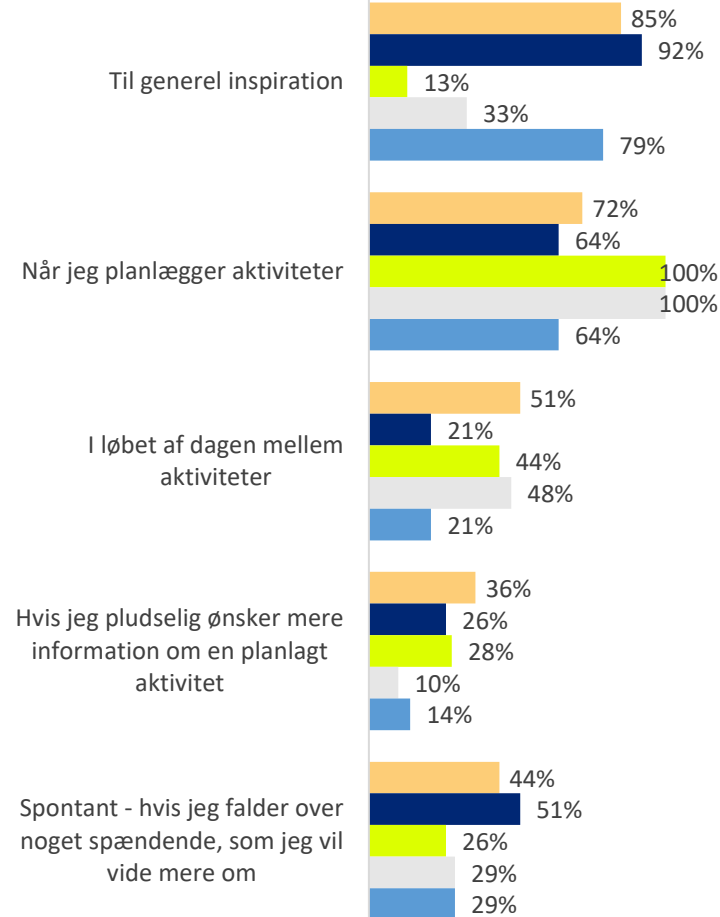
- Foretage den samme slags aktiviteter, som jeg plejer 35%
- Opleve nye ting, blive udfordret og overrasket 62%

Gæsternes præferencer for lokationer

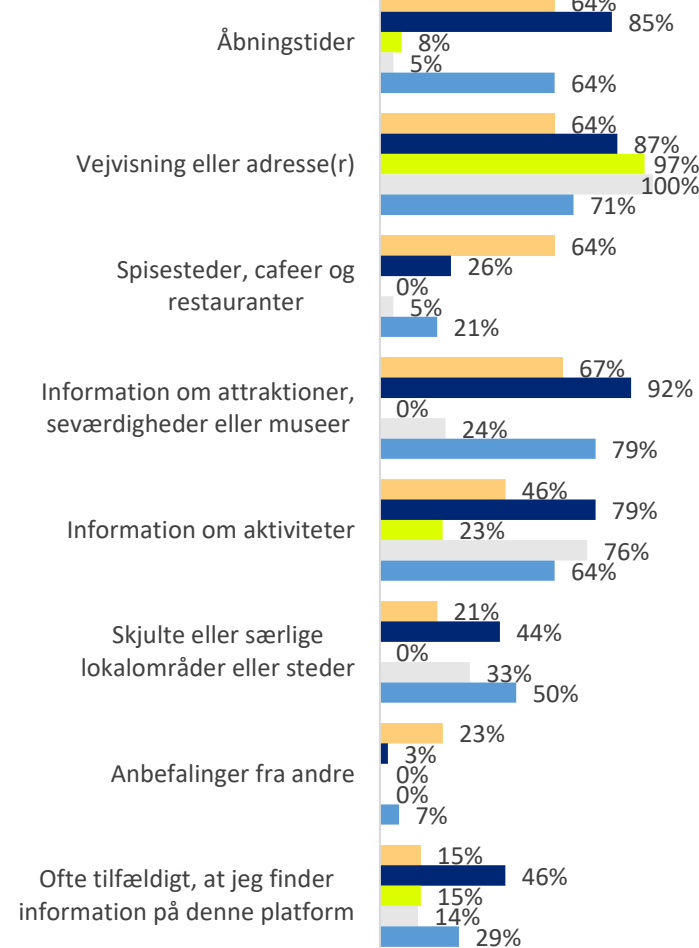
- Besøge et sted, jeg har været før, og ved er godt 44%
- Opleve nye og anderledes steder, jeg ikke tidligere har besøgt 55%

n=100

Hvornår kanalerne bruges



Hvad kanalerne bruges til



■ Generelle internetsøgninger (n=39)
 ■ Fysiske kataloger, brochurer og/eller aviser (n=39)
 ■ Digitale kort (n=39)
 ■ Fysiske kort/bykort (n=21)
 ■ Hjemmesider for destinationer (n=14)

KONTAKT



Terje Vammen

Senior Director & Partner

Silverlining Research

E-mail: tv@silverliningresearch.com

Mobile: +45 2986 1515



Bjarke Bøgeskov

Project Director & Partner

Silverlining Research

E-mail: bb@silverliningresearch.com

Mobile: +45 4019 2060