
HVAD VED VI OM VORES GÆSTER OG HVAD SIGER DE OM BORNHOLM?

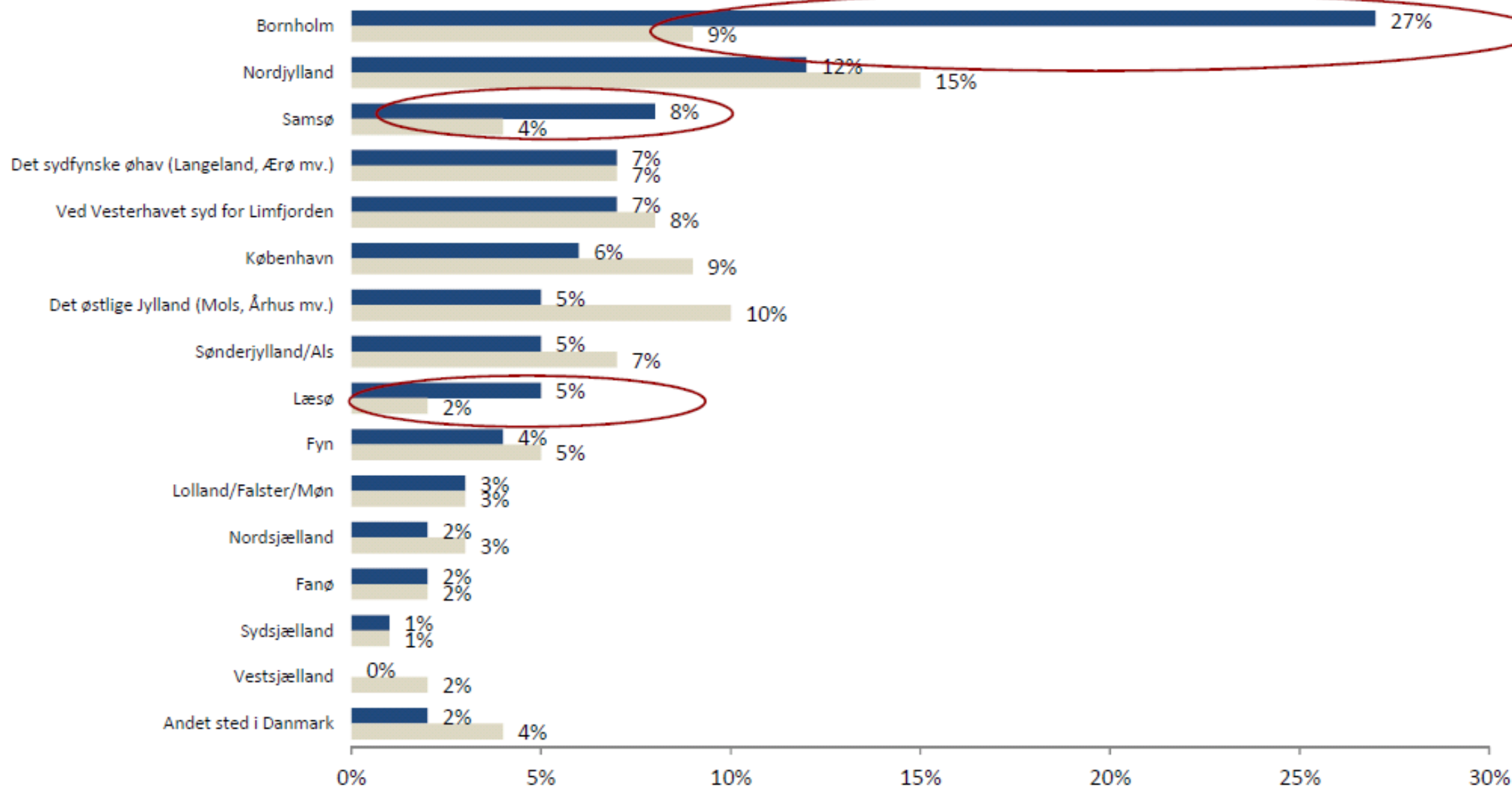
LENE FELDTUS ANDERSEN

CENTER FOR REGIONAL- OG TURISMEFORSKNING

PERNILLE KOFOD LYDOLPH

DESTINATION BORNHOLM

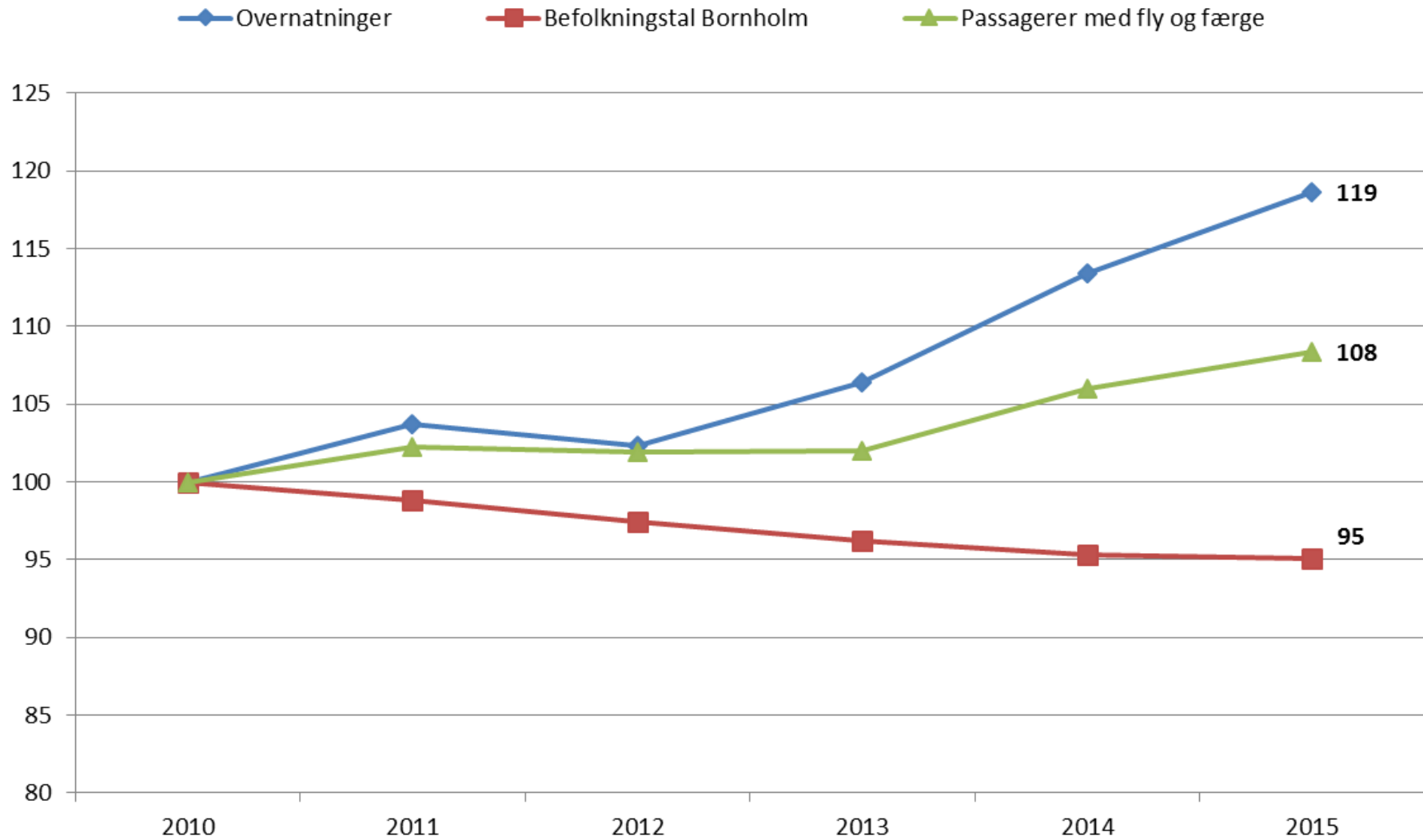




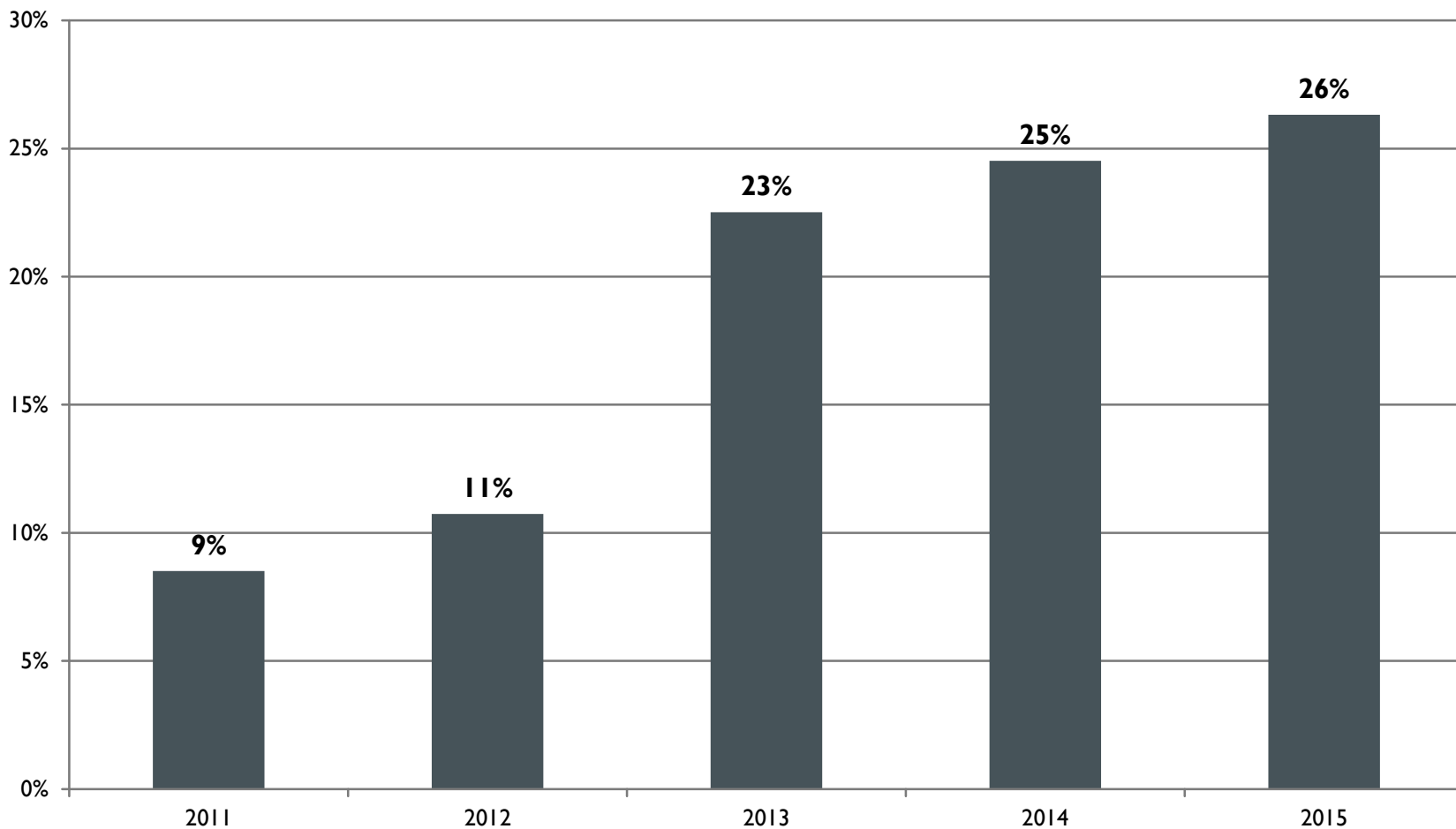
■ Hjertet (Andel som vælger destinationen med hjertet)

■ Fornuften (Andel, som vælger destinationen med fornuften)

Indekseret udvikling (2010=100) for befolkningstal, passagerer med fly og færge til BH samt antal overnatninger

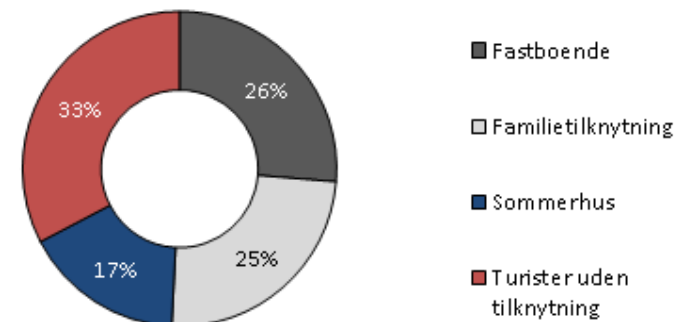


Andelen af nye besøgende (inden for de seneste fem år) til Bornholm - blandt samtlige besøgende

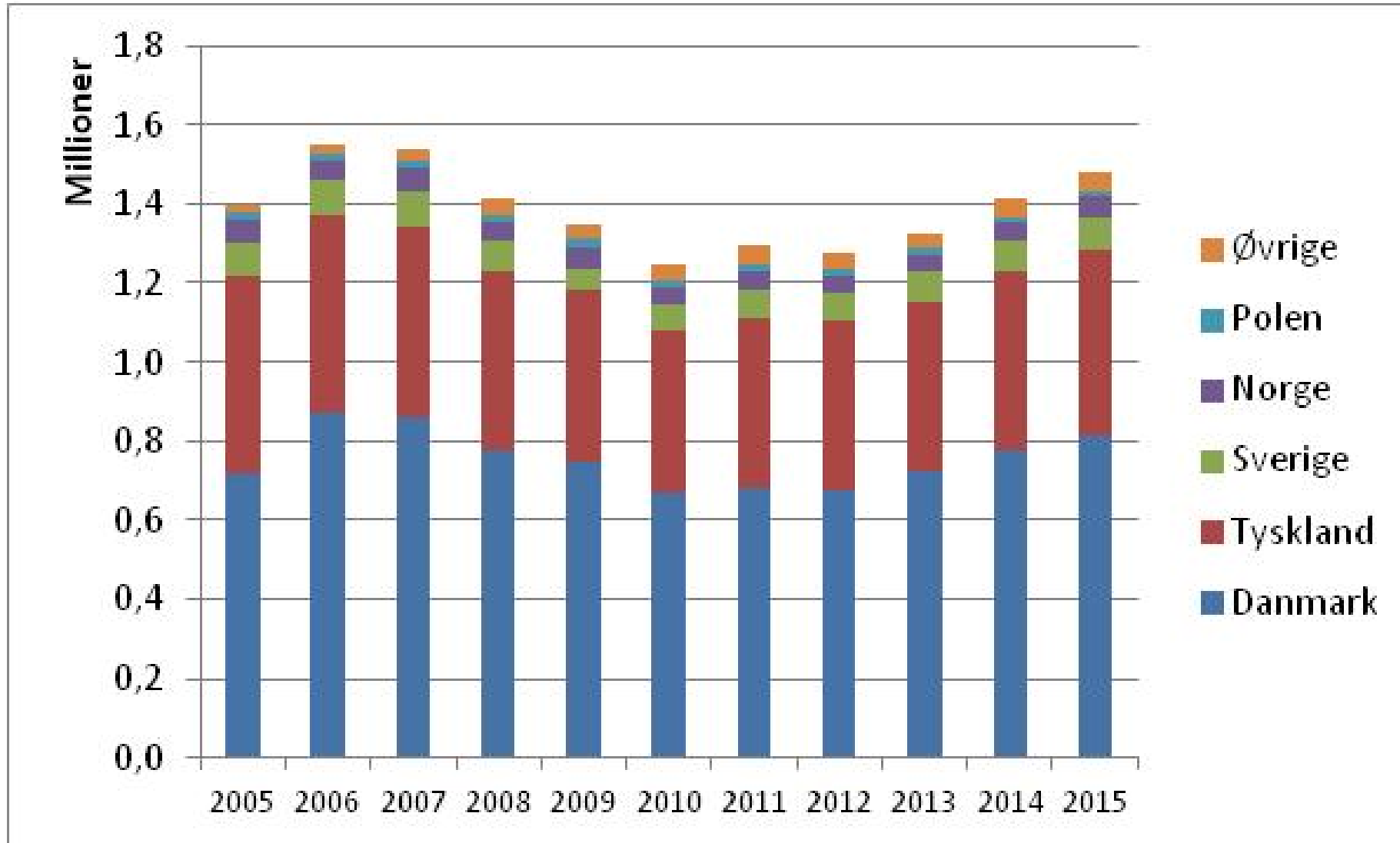


Kilde: Danmarks Statistik

Danske rejsende, Ystad-Rønne 2015



UDVIKLINGEN I ANTAL REGISTREREDE OVERNATNINGER PR. MARKED - ABSOLUT

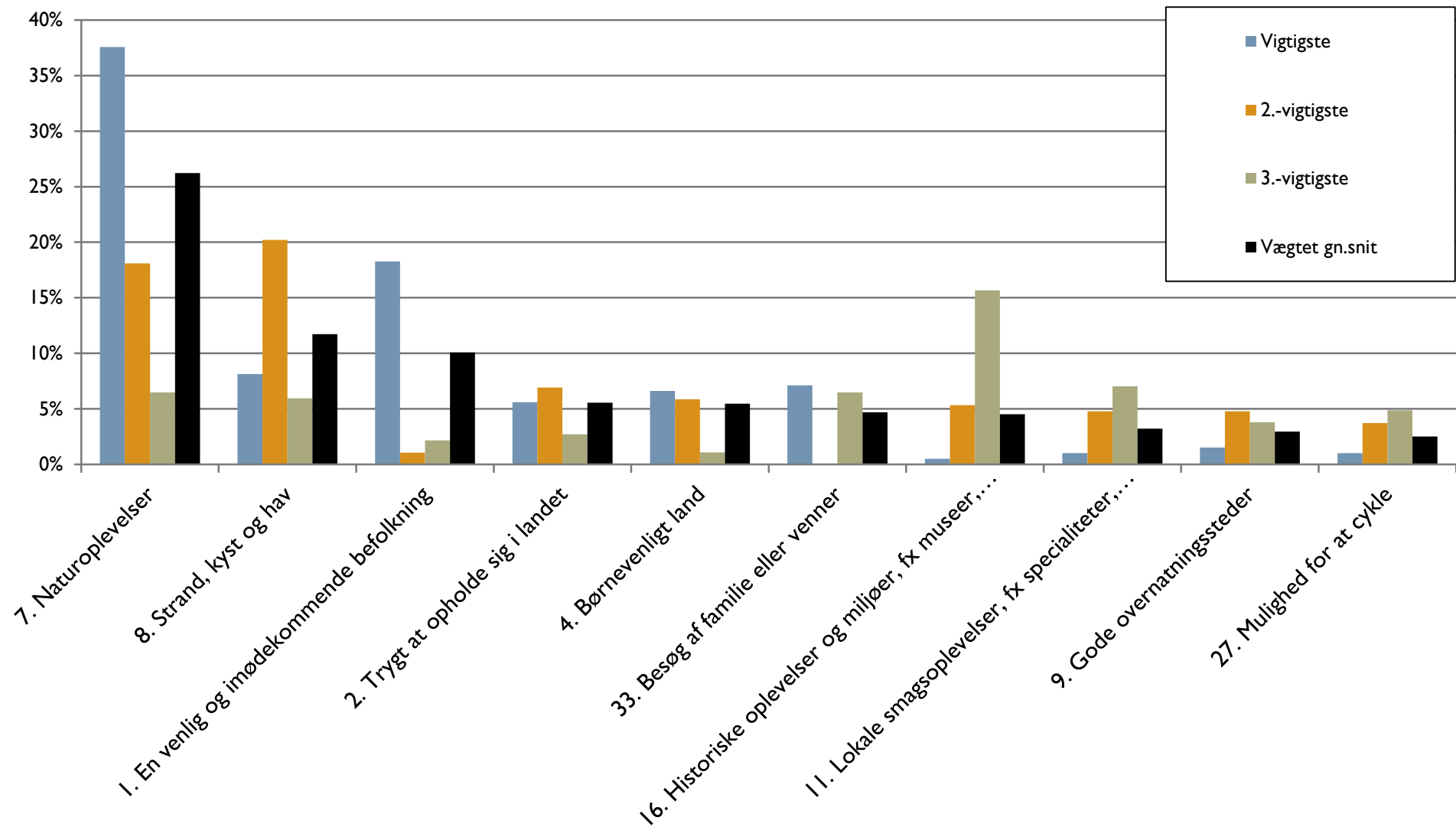


Kilde: Baseret på data fra Danmarks Statistik – CRT's fremstilling.



HVORFOR VÆLGER VORES GÆSTER BORNHOLM?



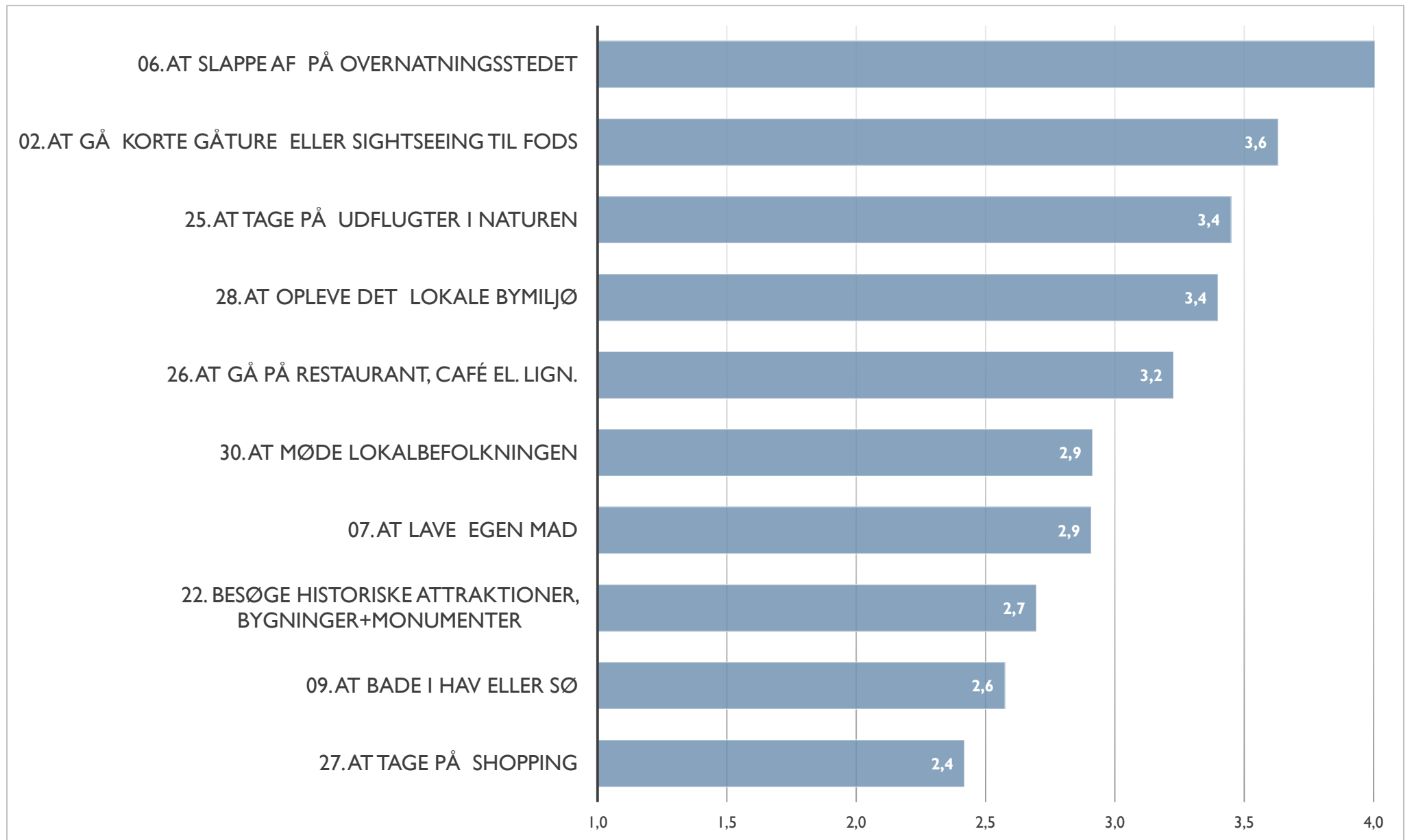


Kilde: Baseret på VisitDenmark, Turistundersøgelsen 2014.
 Antal besvarelser (n)=198.



HVAD LAV ER DE SÅ, NÅR DE ER HER?





Kilde: Baseret på VisitDenmark, Turistundersøgelsen 2014.

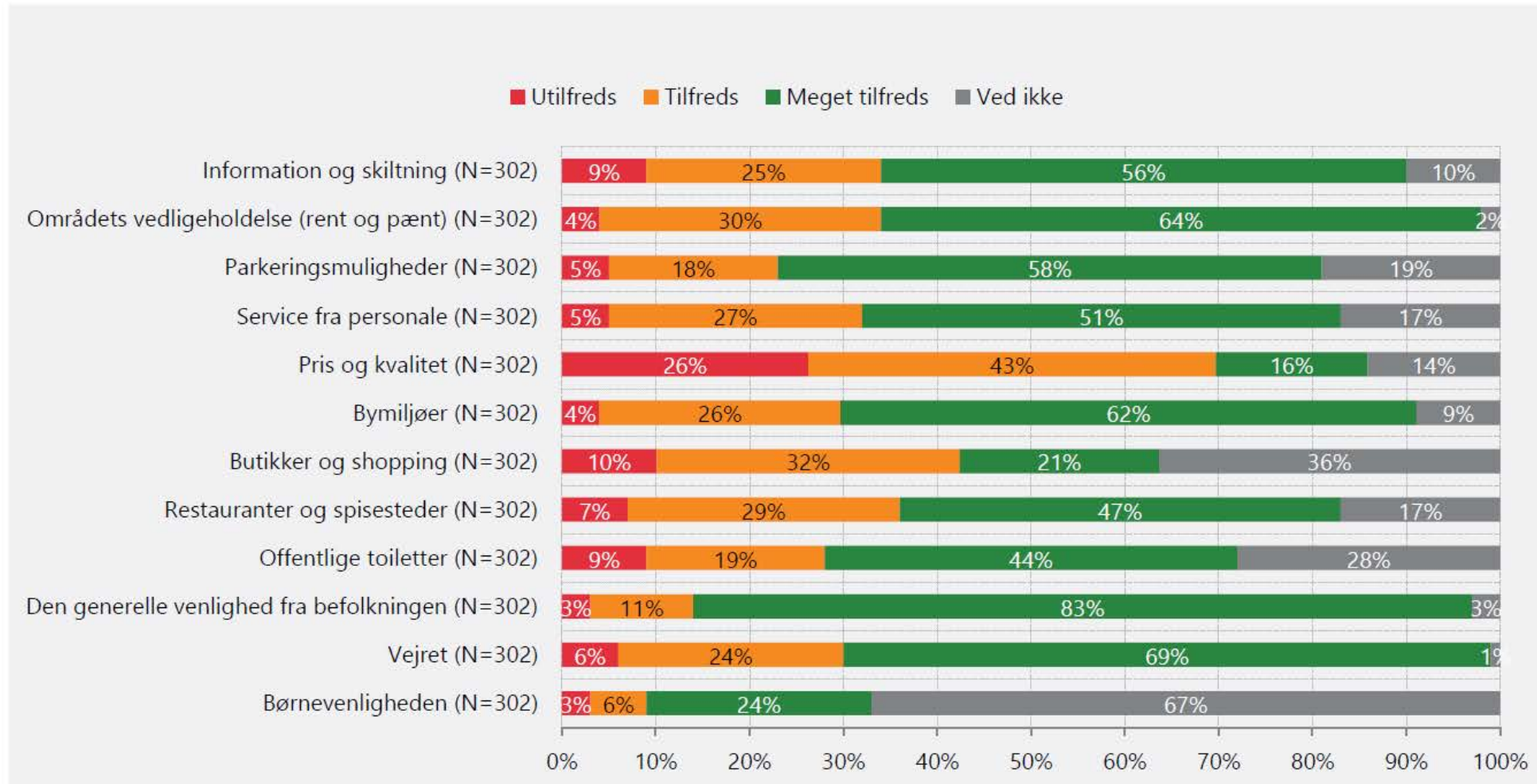


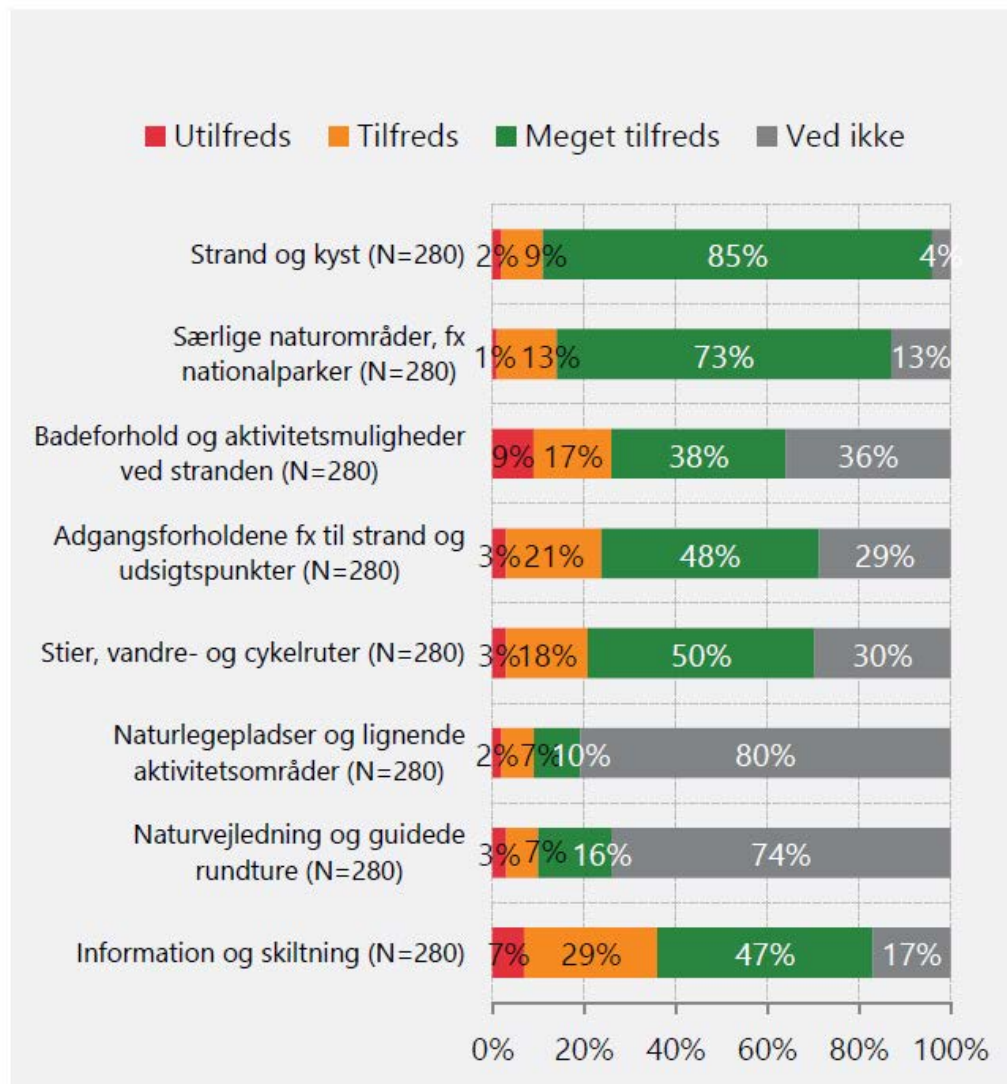
HVAD SIGER VORES GÆSTER OM BORNHOLM?



GENERELLE FORHOLD

Hvad er din oplevelse af følgende forhold?

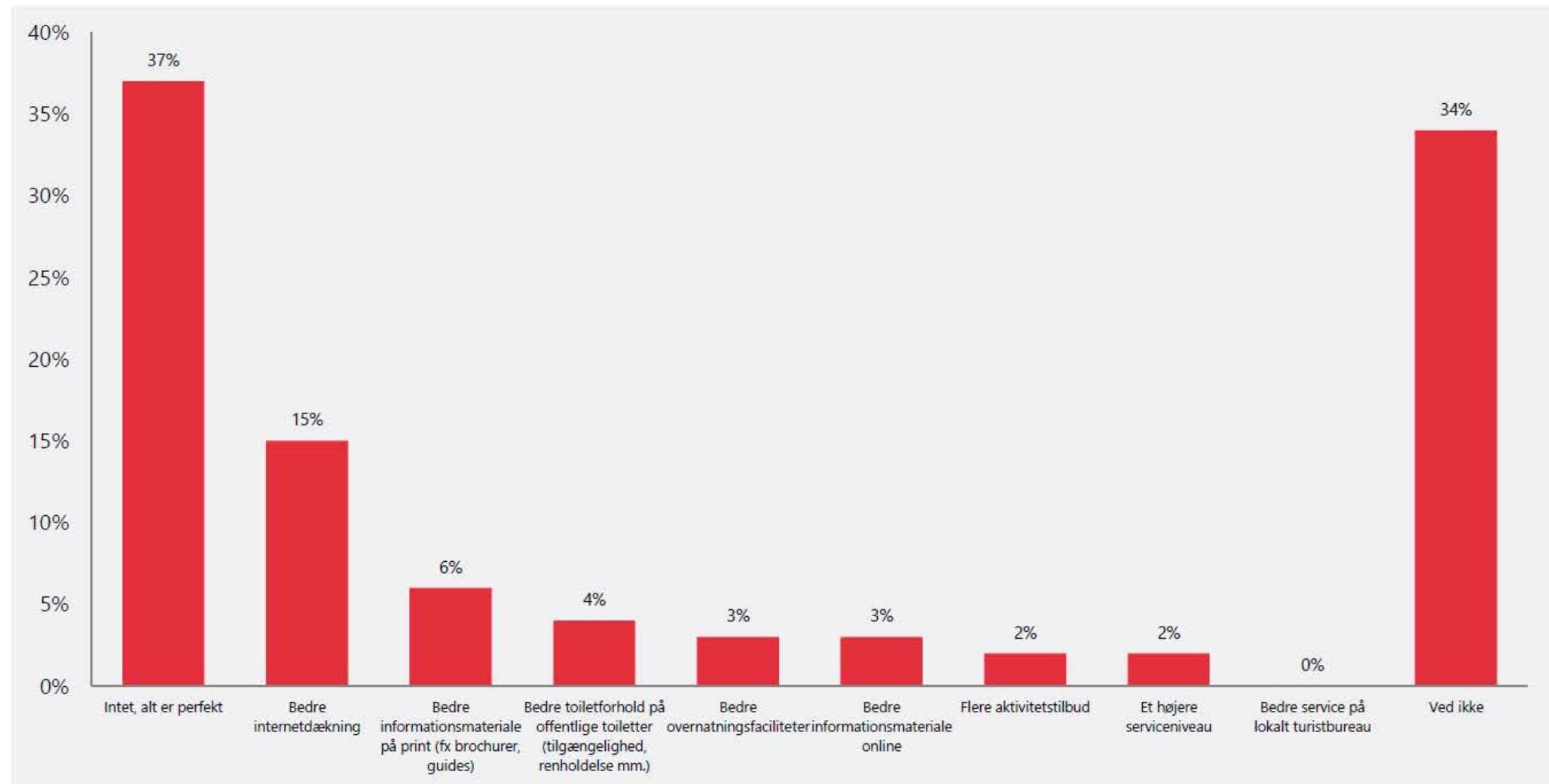




HVILKE AF FØLGENDE FORHOLD, HVIS NOGEN, VILLE GØRE DIN FERIEOPLEVELSE BEDRE?

(N=302)

Kilde: DKNT15



OPSUMMERING

- **Vi er attraktive, men opleves som svært tilgængelige**
- **Vi er for afhængige af Danmark som marked, uforløst potentiale i internationale gæster – begge dele noget der kræver løbende arbejde med kendskab (= markedsføring) – og lavere priser**
- **Der er rum for kvalitetsforbedringer: produktudvikling, samarbejde med det offentlige (skiltning og bredbånd) og om kompetenceudvikling**
- **Vi forsømmer muligvis en meget loyal kundegruppe – dem med tilknytning til Bornholm. De udgør hele 50% af de besøgende og kommer sandsynligvis hele året.**



SPØRGSMÅL?

