

Turistundersøgelse 2011

Mariagerfjord Kommune

VisitMariagerfjord.dk
- fyldt med gode oplevelser

Kilde Consult®
- din kilde til viden

Indholdsfortegnelse

Indledning **4**

Rapport **5**

Hvilket land kommer turisterne fra 5

Overnatninger 6

Hvor længe opholder turisterne sig i Mariager og omegn 7

Søgt oplysninger om Mariager 8

Indtryk af Mariager og omegn 9

Økonomi 10

Kommer igen 10

Forslag 11

Demografi 12

Alder på medrejsende 13

Konklusion **14**

Uddybende kommentarer 15

Indledning

Kilde Consult er af Visit Nordjylland bedt om at lave en undersøgelse og analyse af byen Mariagers turister ud fra et forhåndsgodkendt spørgeskema. Dette blev korrigeret en smule ved ankomsten til Turistkontoret i Mariager for at forbedre svarmulighederne i forhold til de lokale overnatningsmuligheder.

Det er undersøgelsens formål at afdække dels, hvor turisterne kommer fra og hvor de bor under opholdet i Mariager og omegn, og dels for at få en indikation af, hvilket indtryk byen og omgivelserne gør og efterlader hos de besøgende. Samtidig gives en indikation af de besøgendes alder, pengeforbrug og om de kan tænkes at ville vende tilbage til Mariager en anden gang.

Undersøgelsen er foretaget af 3 personer fra Kilde Consult ApS fredag den 12. august 2011 i tidsrummet kl. 10.30 – 16.30, hvor der er lavet personlige interview med i alt 57 personer fra 11 lande. Der er interviewet ved Kirken, på Torvet, ved Brugsen, ved Grillen på Havnen, ved Saltcentret og på gaderne indenfor dette område.

Der var på dagen en rigtig god stemning i Mariager, hvor vejret tilsmilede byen og menneskene fra sin allersmukkeste side med højt solskin og + 20 – 23 grader hele dagen. Der var ingen, der sagde nej tak til at blive interviewet til undersøgelsen.

Alle svar er efterfølgende tastet ind i SPSS, og der er lavet oversigt over de relevante resultater i undersøgelsen.

Rapport

Rapporten tager udgangspunkt i de 57 personer, der har deltaget i undersøgelsen. Dataindsamlingen er gennemført som personlige interview fredag den 12. august i uge 32, 2011.

Hvilket land kommer turisterne fra

Land	Andel
Danmark	67%
Tyskland	10%
Italien	5%
Schweiz	4%
Holland	2%
England	2%
Belgien	2%
Frankrig	2%
Sverige	2%
Færøerne	2%
Estland	2%

Som det kan ses af ovenstående tabel, er 67% af deltagerne i undersøgelsen fra Danmark, 11% er fra Tyskland, 5% fra Italien og 4% fra Schweiz. Derudover er fx Sverige, Holland og de øvrige lande repræsenteret i undersøgelsen med 2%.

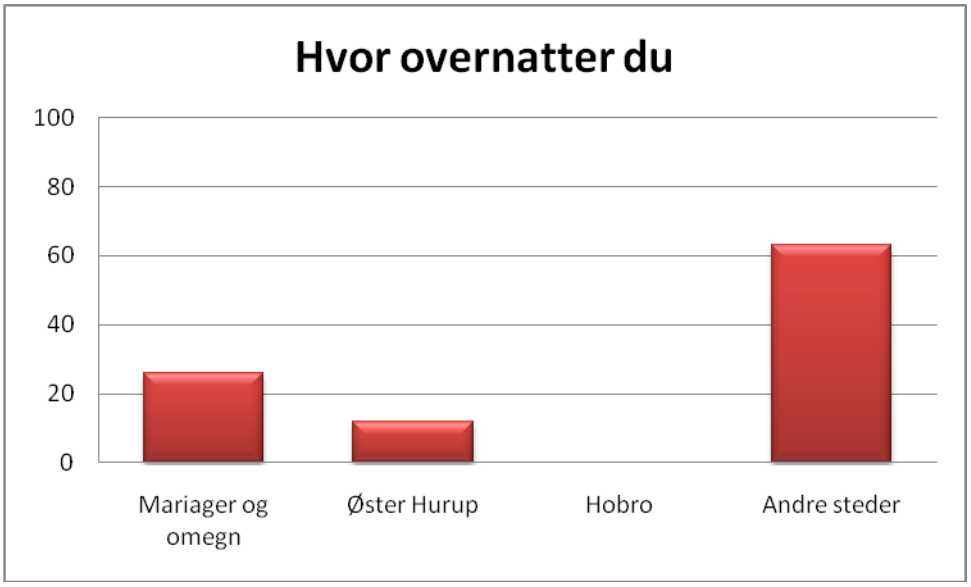
Hvor kommer danske turister fra

Der er i undersøgelsen spurgt ind til, hvor respondenterne kommer fra. Her er der lagt fokus på de danske turister, da de repræsenterer 67% af deltagerne i undersøgelsen.

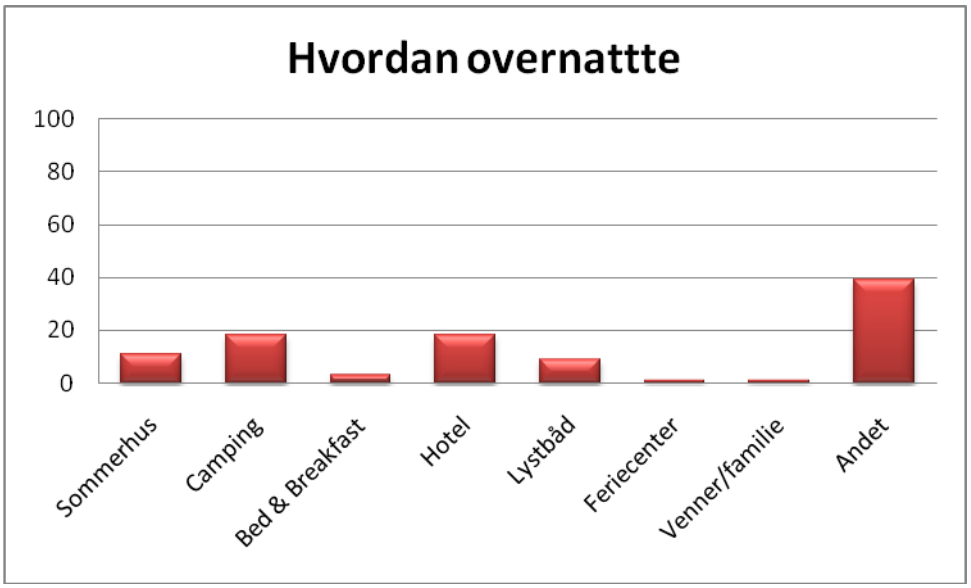
Danske ferieturister:	Østjyll.	Vestjyll.	Nordjyll.	Kbh/Sjæll/Lol.F	Fyn/Sønderj.	Ialt
Mariager Fjord	**17%**	**15%**	**24%**	**27%**	**17%**	**100%**

Overnatninger

Det er undersøgt, hvor turisterne overnatter.



Godt ¼ af turisterne overnatter i Mariager og omegn, svarende til 26%. 12% overnatter i Øster Hurup, ingen af de adspurgte overnatter i Hobro, mens 62% overnatter andre steder. Dette er Randers, Rebild Bakker, Århus, Aalborg, Viborg - samt længere både nord og sydpå som Frederikshavn og Juelsminde. Nogle kører rundt i Danmark, andre overnatter i forskellige havne eller er på familiebesøg. Med i kategorien andre steder er også de 25 % som bor hjemme, hvilket er endagsturister, der kører hjem samme dag.



Af det totale antal respondenter overnatter 18% af de adspurgte turister på campingpladser og 18% på hotel. 11% bor i sommerhus, og 9% er på ferie i lystbåd. Andet dækker over autocampere, højskoler, motel, familiebesøg samt hjemme. Hjemme betyder igen, at det er endagsturister, der kører hjem igen samme dag, og udgør som tidligere nævnt 25% af alle respondenter i undersøgelsen.

Hvor længe opholder turisterne sig i Mariager og omegn

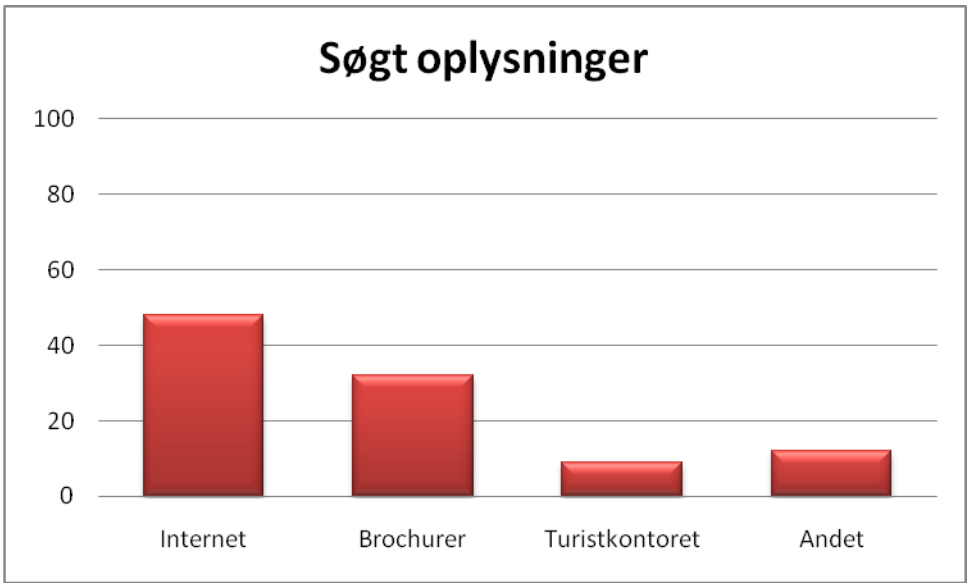
Antal dage	1 dag	2-5 dage	> 5 dage
Mariager og omegn	51%	33%	16%

Over halvdelen af turisterne opholder sig i Mariager i en enkelt dag, 33% svarer 2-5 dage, og 16% opholder sig i Mariager og omegn mere end 5 dage.

Nye og tilbagevendende turister

54% af respondenterne har før været i Mariager, mens de resterende 46% ikke før har besøgt byen.

Søgt oplysninger om Mariager



Der er ingen tvivl om, at internettet er det medie, hvor der søges mest efter oplysninger om Mariager, hvilket knap 50% har benyttet sig af. Derudover er brochurer et godt sted at finde oplysninger samt andet fx at de besøgende har hørt om stedet fra andre, har været i Mariager før eller kender området i forvejen. 9% har søgt oplysninger på Turistbureauet.

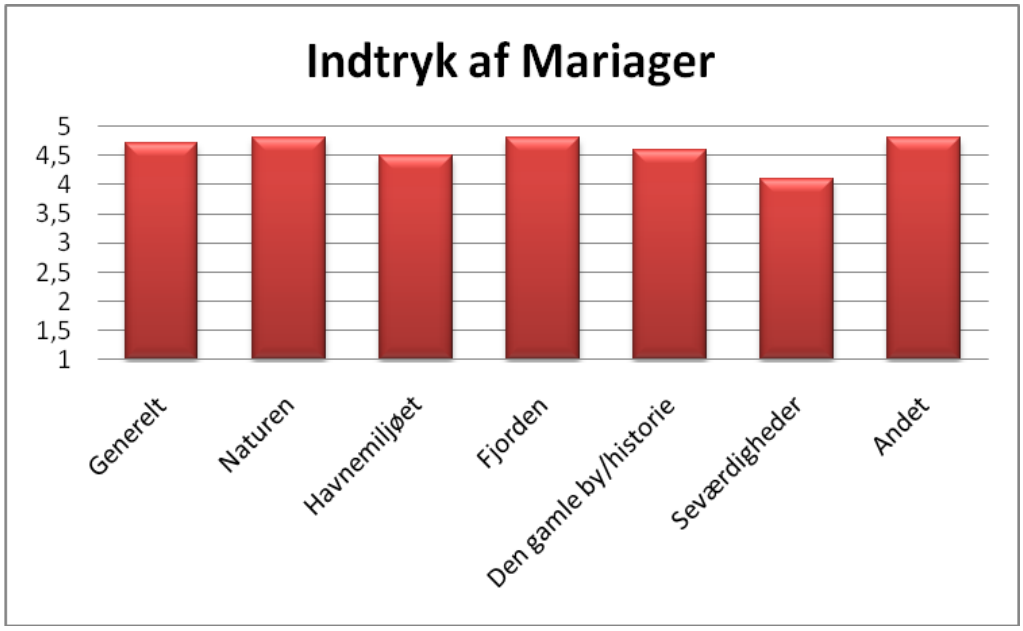
Dette kan indikere, at mange turister søger informationer før de besøger området, da størstedelen af oplysningerne søges på internettet eller gennem brochurer.



Interview på Torvet i Mariager

Indtryk af Mariager og omegn

Respondenterne er blevet spurgt, hvad deres indtryk er af Mariager og omegn, nu hvor de er kommet til byen. Det har været muligt at give svar på en skala fra 1-5, hvor 5 er det bedste. Resultatet er præsenteret som gennemsnit af svarene for at gøre det så sammenligneligt som muligt.



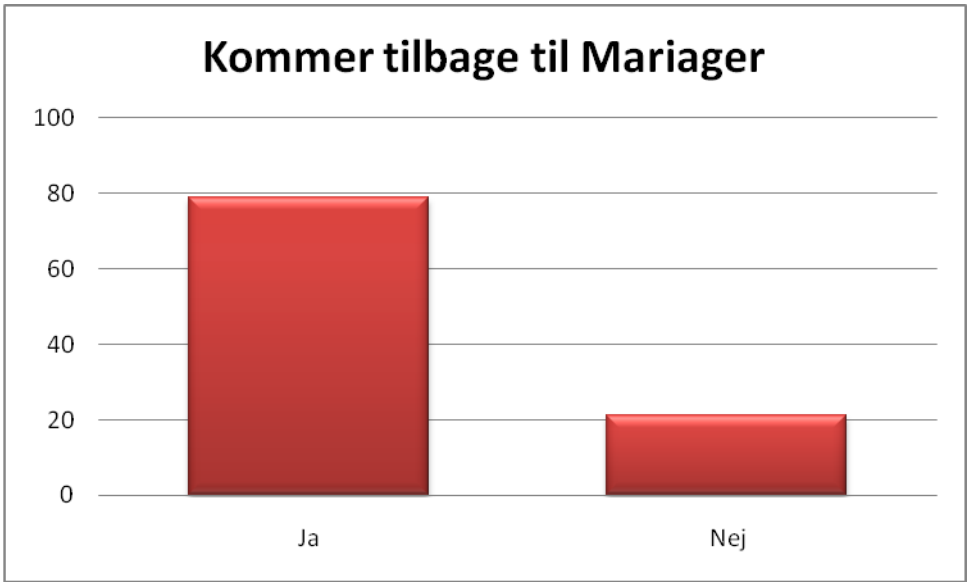
Det er generelt et godt indtryk turisterne får af Mariager og omegn. Langt de fleste svar ligger på et gennemsnit fra 4,5-4,8. Især er det naturen og fjorden samt andet, der scorer særdeles højt. Andet dækker i denne forbindelse over kirken, hestevognen, at det er det bedste sted i Danmark, en del af Marguerit-ruten og at der er rare mennesker. Havnemiljøet scorer knap så højt, og lavest scorer seværdighederne med et gennemsnit på 4,1.

Økonomi

Kr.	Andel
0-200 kr	12%
201-500 kr	44%
501-1.000 kr	26%
Over 1.000 kr	18%
I alt	100%

Størstedelen af de besøgende bruger et sted mellem 200 og 500 kr. pr. dag, de er i Mariager og omegn. Der er godt en fjerdedel af respondenterne, der bruger fra kr. 500-1.000 pr. dag, mens knap en femtedel bruger over kr. 1.000 pr. dag.

Kommer igen



Generelt har turisterne fået et godt indtryk af Mariager, da knap 80% forventer at komme tilbage til Mariager og omegn i løbet af de næste tre år.

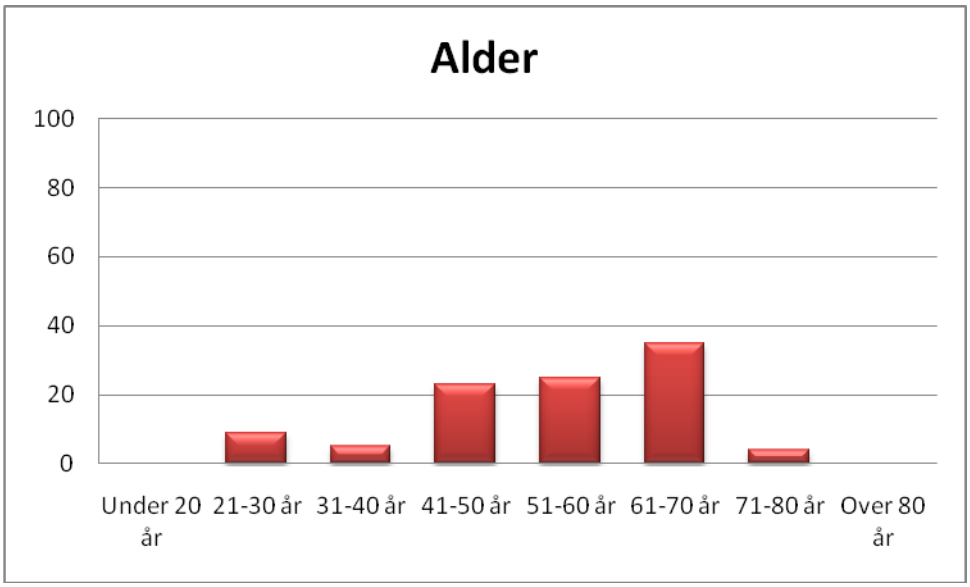
Forslag

Deltagerne i undersøgelsen har givet følgende forslag til forbedringer:

- Bedre åbningstider i forretninger
- Bedre skiltning til turistattraktioner
- Bedre toiletskiltning
- Hunde P-pladser
- Bedre P-skiltning
- Guidede ture
- Bedre Autocamper faciliteter
- Bedre havnefaciliteter og toiletter
- Mere for børn ved vandet
- Aktiviteter, marked
- Flere offentlige toiletter
- Overdækket sted at spise medbragt mad ved Fjorden
- Bedre P muligheder i Midtbyen
- Billigere billet til saltcentret
- Mere Hotelplads
- Ingen skorsten på færgen
- På havnen: Bedre faciliteter, toilet, autocampingpladser
- Bedre Autocamperfaciliteter
- Musik og guidede ture
- P pladser i byen
- Flere spisesteder
- Guidede ture, havneareal med overdækket plads
- Markedsplads

For de fleste forslag gælder det, at det er en enkelt deltager i undersøgelsen, der har givet forslaget. Nogle af dem kan samles, og det er især omkring parkeringsmulighederne herunder for autocampere, der er forslag, samt toiletfaciliteter og skiltning til disse. Herudover flere forslag om guidede ture.

Demografi



Aldersmæssigt fordeler det sig sådan, at der er flest respondenter fra 61-70 år, og generelt er gruppen fra 41-70 år dem, der udgør 80% af respondenterne.



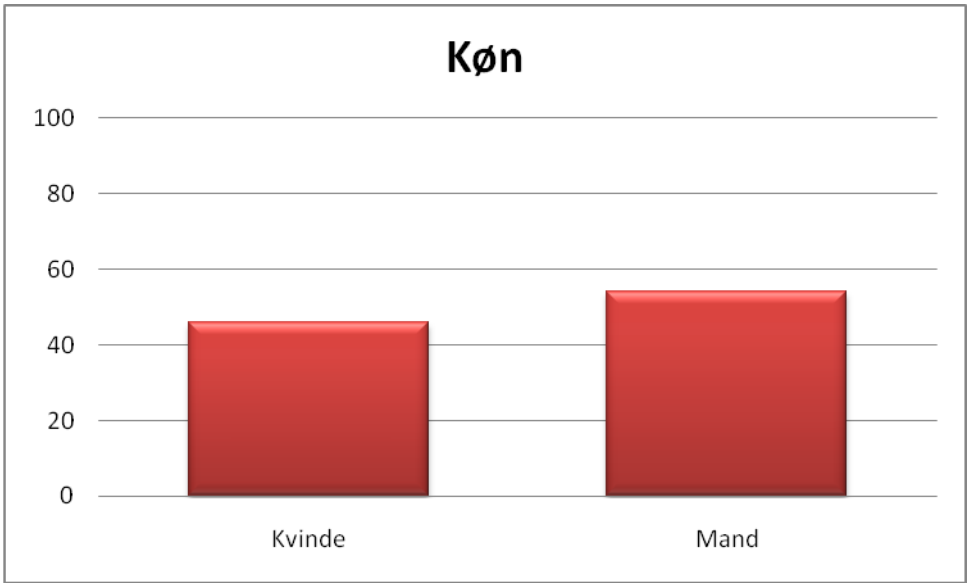
Interview på Torvet i Mariager med Turistkontoret i baggrunden

Alder på medrejsende

De 57 personer som har afgivet svar havde i alt 72 medrejsende fordelt på alder

Alder på medrejsende	1 person	2 personer	3 personer	4 personer	I alt
Under 20 år	5	2			7
21-30 år	2	2			4
31-40 år	5			4	9
41-50 år	10				10
51-60 år	18				18
61-70 år	17		3		20
71-80 år	4				4
Over 80 år					
I alt	61	4	3	4	72

Langt de fleste af turisterne rejser sammen med en anden person. Det betyder, at de fleste har rejst som par, og at der kun har været få familier repræsenteret. Enkelte har rejst sammen i grupper af 4 eller 5 personer.



Fordelingen af mænd og kvinder der har svaret på undersøgelsen ligger nogenlunde ligeligt fordelt med 46% kvinder og 54% mænd.

Konklusion

Både de fysiske og vejrmæssige forhold i forbindelse med undersøgelsens interviewrunde var optimale, da 57 personer blev interviewet i Mariager d. 12. august. Turisterne havde generelt god tid og hyggede sig med at forholde sig til den by og det landskab, de denne dag befandt sig i med en rolig og venlig atmosfære, både ved Havnen og Fjorden og igennem de gamle idylliske gadeforløb til Torvet og Kirken..

Turistområdet og den gamle by med Kirken er koncentreret som et sammenbygget område af et forholdsvis mindre geografisk omfang. I den forbindelse, er der en del turister, der har peget på, at en enkel og bedre oversigtsskiltning de få fixpunkter imellem kan medvirke til en bedre totaloplevelse for turister, der ønsker at suge til sig af byens tidløse ro, som er en god del af byens samlede attraktion. Dette er vi enige i.

Størstedelen af deltagerne i undersøgelsen er danskere, og 10% er fra Tyskland. Over halvdelen af turturisterne var endagsturister. Af dem der overnattede i området var det mest i Mariager og dernæst Øster Hurup. Der var booket hotelværelse eller campingplads, som de mest benyttede overnatningsmuligheder.

Konklusionen er, at de mennesker, der denne dag havde valgt at være turist i Mariager og omegn, har et meget positivt indtryk af byen og omgivelserne. Specielt har turisterne et godt indtryk af naturen, fjorden og historien/kirken. Omgivelserne omkring saltcentret foreslås optimeres med en iøjnefaldende udendørs infotavle. Det er de ting, turisterne værdsætter, og som bør lægges vægt på i forbindelse med markedsføring af Mariager og omegn. En by hvor der er tid til ro og afslapning med gode naturoplevelser lige ved fjorden.

I forhold til markedsføring kan det konkluderes, at det er væsentligt, at der bruges ressourcer på at have en god og informativ hjemmeside samt god søgeoptimering og godt brochurematerialе, da det fremgår af analysen, at turisterne inden besøg har søgt informationer om området, og derefter besøger nogle turister turistkontoret for at få nærmere specifik information.

Mariager er en by, som turisterne gerne vil besøge igen. 4 ud af 5 udtrykker med overbevisning, at de vil vende tilbage indenfor de nærmeste 3 år. Dette gælder både nye og tilbagevendende turister.

Uddybende kommentarer

Selve undersøgelsens resultat skal ses ud fra den kendsgerning, at den er foretaget på en fredag og på et meget sent tidspunkt af feriehøjsæsonen. Det er vores opfattelse, at en tilsvarende undersøgelse foretaget på en mandag eller tirsdag 3 eller 4 uger tidligere, ville have givet et meget anderledes resultat, især i forhold til turisternes overnatnings valg. For det første ville der med stor sandsynlighed have været en større andel med overnatning i Øster Hurup. For det andet er det ikke særlig sandsynligt, at ugeturister i Øster Hurup venter til sidste dag før afrejsen med at besøge den nærmeste by med et vist tilbud af turistattraktioner. Endelig ville der være en anden aldersfordeling og sammensætning af besøgende i højsæsonen – juli måned. Til gengæld er det sandsynligt, at denne undersøgelse gennmført fredag den 12. august har en forholdsvis højere deltagelse fra Cittaslow målgruppen.

Kilde Consult ApS medvirker gerne til yderligere afdækning, dokumentation samt kampagner og effektmåling omkring turisme og erhverv i Mariagerfjord Kommune, herunder det videre arbejde med at kvalificere Cittaslow baggrundsmaterialet og senere ansøgning m.v. Vi har gennem vores virksomhedsnetværk erfaring og know how, der gennem samarbejde med de lokale aktører i Mariager og Mariagerfjord Kommune vil kunne innovere og udvikle konceptet til realisering.

Vi er naturligvis til rådighed for yderligere kommentarer og oplysninger i forbindelse med denne analyse.

Udarbejdet af Kilde Consult ApS
Majbrit Nørgaard, analyser
Jens Ingolf Nørgaard, projektleder
jin@kildeconsult.dk mob 2023 8295