

Danmarks intresse för Halland

Kännedom- och potential-undersökning

Höst 2019

Visit 
Sweden



Sammanfattning

Halland på sommaren

- Målgruppens bild av Halland på sommaren är fylld av ord som **vackert och härlig natur, landskap, skog, strand, kust, kultur**. Ord som **"bra", "vandring", "människor", "avkoppling", "mysiga", "mat", "golf", "promenader" och "Varberg"** kommer också ofta upp.
- Kännedomsnivå om Halland på sommaren ligger på totalt 21%. Kännedom är högre bland män (26%), bland ungdomar 25-34 år (29%) samt bland familjer med barn i hushållet (26%).
- Totalt 15% av de danska resenärerna är intresserade av att besöka Halland på sommaren. Intresset för att besöka området är större bland män (19%), bland ungdomar 25-34 år (23%) samt bland familjer med barn i hushållet (20%).
- De vanligaste drivkrafterna för en Sverigeresa hos danskarna som är intresserade av att besöka Halland på sommaren är **att uppleva naturen, koppla av, slippa rutiner, njuta av lugn och stillhet, att ha roligt och uppleva nya saker, känna frihet och uppleva nya städer och platser**.
- Bland dem som vill resa till Halland på sommaren är intresset är stort för många aktiviteter och platser:
 - De som starkast förknippas med Halland på sommaren är: **vandring, stadsupplevelser och shopping i Halmstad, Varberg och Falkenberg, kanot och kajak i inlandet, Spa Kusthotellet i Varberg, Asia Spa i Varberg, Hotell Tylösand, Falkenberg strandbad**.
 - De mest attraktiva aktiviteterna/platserna i Halland på sommaren är **matupplevelser på restaurang och/eller lokal gårdsbutik, vandring, stadsupplevelser och shopping i Halmstad, Varberg och Falkenberg, stränderna, och kulturella upplevelser**.
- Totalt sett beräknas **317 000 danskar både känna till och vara intresserade av att besöka** Halland på sommaren.

Sammanfattning

Halland på våren / hösten

- Målgruppens bild av Halland på våren eller hösten är fylld av ord **som vackert, natur och skog**. Ord som **"golf", "vandring", "människor", "avkoppling", "mysiga", "promenader" och "Varberg"** kommer också ofta upp.
- Kännedomsnivå om Halland på våren eller hösten ligger totalt 17%, vilket är lägre än kännedom om Halland på sommaren (21%). Kännedomen är högre bland män (23%), bland ungdomar 25-34 år (25%) samt bland familjer med barn i hushållet (23%).
- Totalt 12% av de danska resenärerna är intresserade av att besöka Halland på våren eller hösten, vilket är mindre än intresset av att resa till Halland på sommaren (21%). Intresset för att besöka området är större bland män (16%), bland ungdomar 25-34 år (19%) samt bland familjer med barn i hushållet (17%).
- De vanligaste drivkrafterna för en Sverigeresa hos danskarna som är intresserade av att besöka Halland på våren eller hösten är **att koppla av, slippa rutiner, uppleva naturen, njuta av lugn och stillhet, att ha roligt och uppleva nya saker, att uppleva nya städer och platser och att känna frihet**.
- Bland dem som vill resa till Halland på våren eller hösten är intresset stort för många aktiviteter och platser:
 - De som starkast förknippas med Halland på våren eller hösten är: **vandring, stadsupplevelser och shopping i Halmstad och Varberg, matupplevelser på restaurang och/ eller lokal gårdsbutik, kulturella upplevelser och fiske**.
 - De mest attraktiva aktiviteterna/platserna i Halland på våren eller hösten är **matupplevelser på restaurang och/eller lokal gårdsbutik, vandring, stadsupplevelser och shopping i Halmstad, Varberg och Falkenberg, stränderna, och spa/wellness på ex kusthotellet i Varberg, Asia spa i Varberg, Hotell Tylösand, Falkenberg strandbad**.
- Totalt sett beräknas **255 000 danskar både känna till och vara intresserade av att besöka** Halland på våren eller hösten.

Innehåll

1 Om undersökningen

2 Resultat – *Halland*

3 Resultat

3:1 *Halland på sommaren* – kännedom, aktiviteter samt målgruppsbeskrivning

3:2 *Halland på våren eller hösten* – kännedom, aktiviteter samt målgruppsbeskrivning

4 Bilaga – beskrivning av aktiviteter

Bakgrund, syfte och genomförande

- VisitSweden har uppdragit åt Ipsos att genomföra en kvantitativ målgrupps-studie på den danska marknaden om flera regioner i Sverige. Syftet med den kvantitativa undersökningen är att i detalj, för olika danska regioner, kunna analysera kännedom och inställning till svenska regioner, resebeteende o s v.
- Följande regioner har kartlagts i undersökningen: Småland och Öland (på sommaren och på våren eller hösten), Halland (på sommaren och på våren eller hösten), Västsverige, och Dalarna (på sommaren, samt vår och höst) där denna rapport avser resultaten för Halland.
- Insikten ska användas till att utforma kommande kommunikationsbudskap samt att få en förståelse för vilken typ av produkter som är intressanta för den definierade målgruppen.

Genomförande

Metod:	CAWI - Internetundersökningar med hjälp av accesspanel
Land:	Danmark
Antal intervjuer:	5000
Fältperiod	December 2019
Målgrupp:	Allmänheten i åldern 25-65 år. Samtliga har tillgång till Internet.
Representativitet:	Resultatet är representativt för personer i åldern 25-65 år. Detta motsvarar 2 988 000 personer i Danmark.
Bilder i undersökningen:	I undersökningen har vi visat bilder på Sverige för att tydliggöra var de olika städerna/regionerna vi frågar om ligger. För detta område har kartan till höger visats.
Vad som mäts:	För Halland mäts två reseperioder, dels på sommaren och dels på våren eller hösten. Det vi kartlägger är intresset för att resa hit. Vidare så utvärderar vi kännedomen om och intresset för olika aktiviteter. Exakta definitioner på dessa aktiviteter finns i bilagan sist i detta dokument.



Visit Sweden

Innehåll

1 Om undersökningen

2 Resultat – *Halland*

3 Resultat

3:1 *Halland på sommaren* – kännedom, aktiviteter samt målgruppsbeskrivning

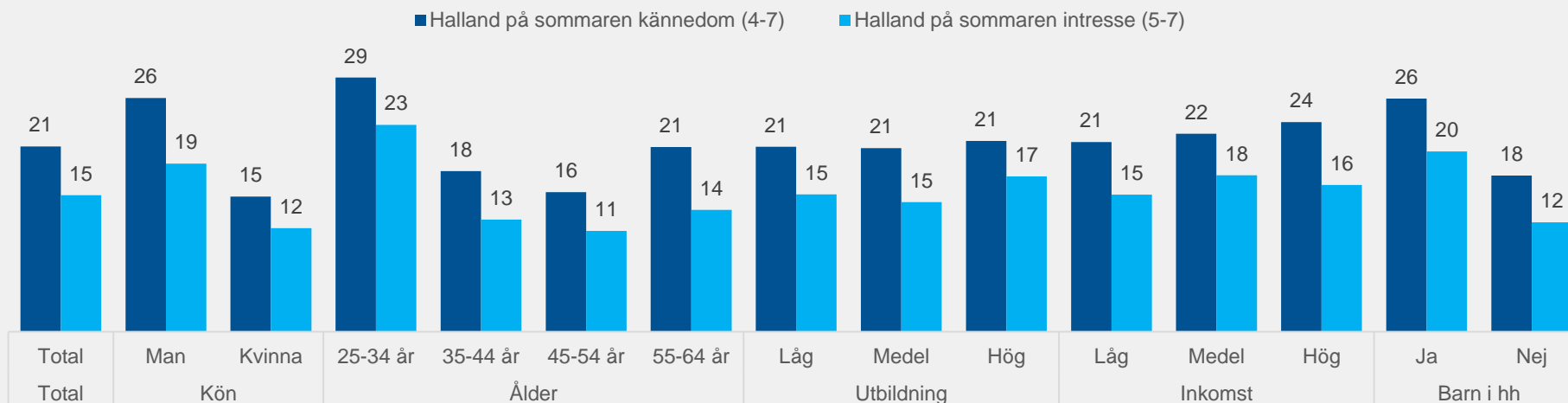
3:2 *Halland på våren eller hösten* – kännedom, aktiviteter samt målgruppsbeskrivning

4 Bilaga – beskrivning av aktiviteter

Kännedom och intresse för att resa till *Halland på sommaren* på en längre semester

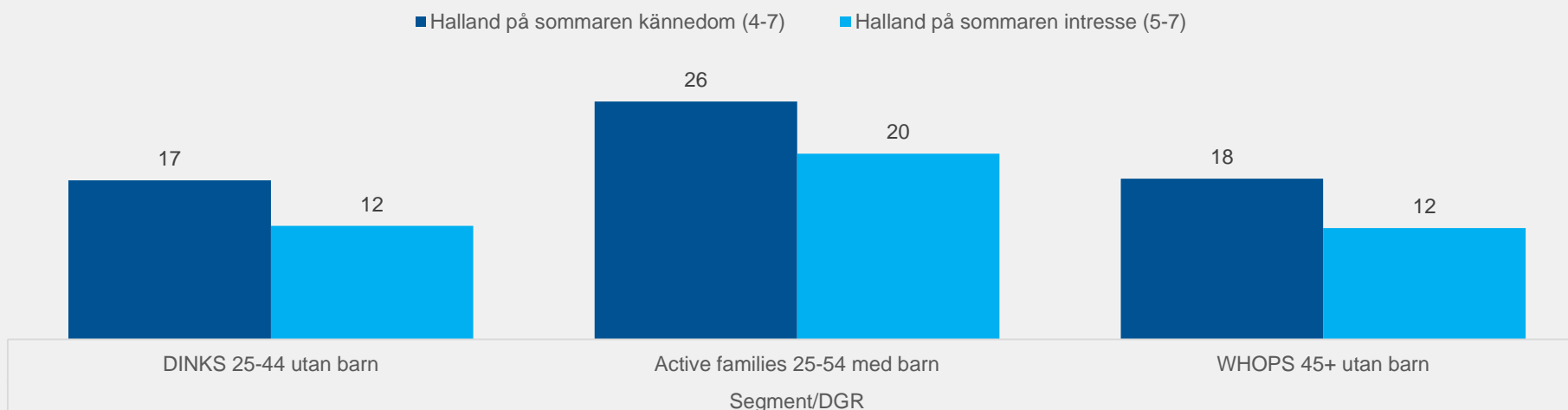
Q6A. Hur väl känner du till följande områden/platser som resmål (d v s hur det är att vara där och vad de har att erbjuda besökare)?*

Q7A. Hur intresserad är du av att resa till var och en av dessa områden/platser på en weekend eller längre semester?***



Total kännedom och intresse för att resa till Halland på sommaren på en längre semester är respektive 21% och 15%.

Både kännedom och intresse är som högst bland män (29% och 26%), ungdomar 25-34 år (29% och 23%), bland dem med barn i hushållet (26% och 20%) samt bland aktiva familjer 25-54 år med barn (26% och 20%).



Målgrupp: DGR
Bas = 3469/531

*Här redovisas andelen som svarat 4-7 på en 7-gradig kännedoms skala på någon av de områden som ingår i undersökningen (kännedom om platsen som resmål)

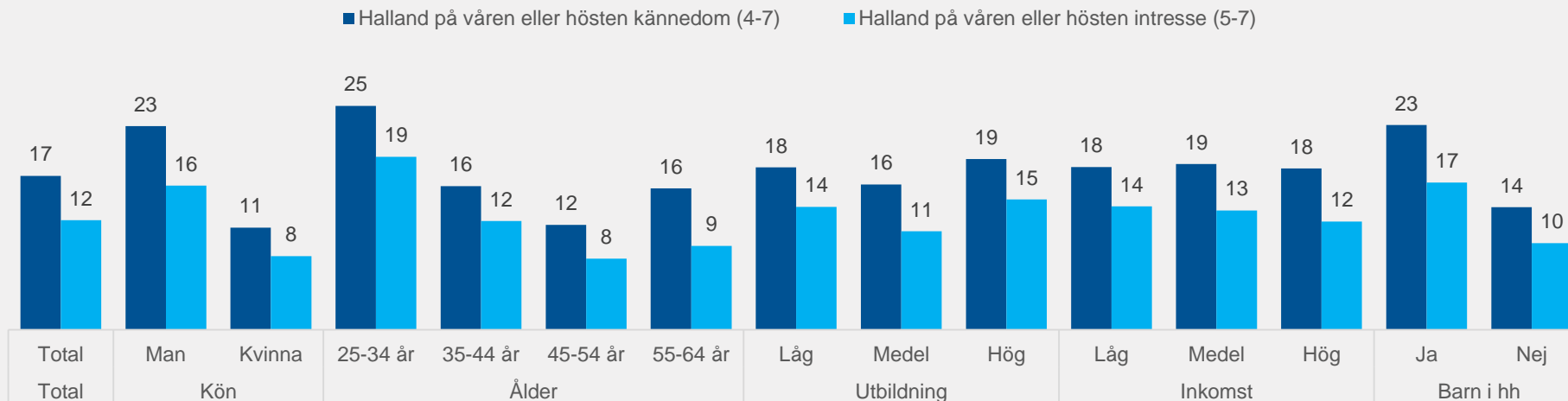
**Här redovisas andelen som svarat 5-7 på en 7-gradig intresse skala på någon av de områden som ingår i undersökningen (intresse för att resa hit på en semester)

Visit Sweden

Kännedom och intresse för att resa till *Halland på våren eller hösten* på en längre semester

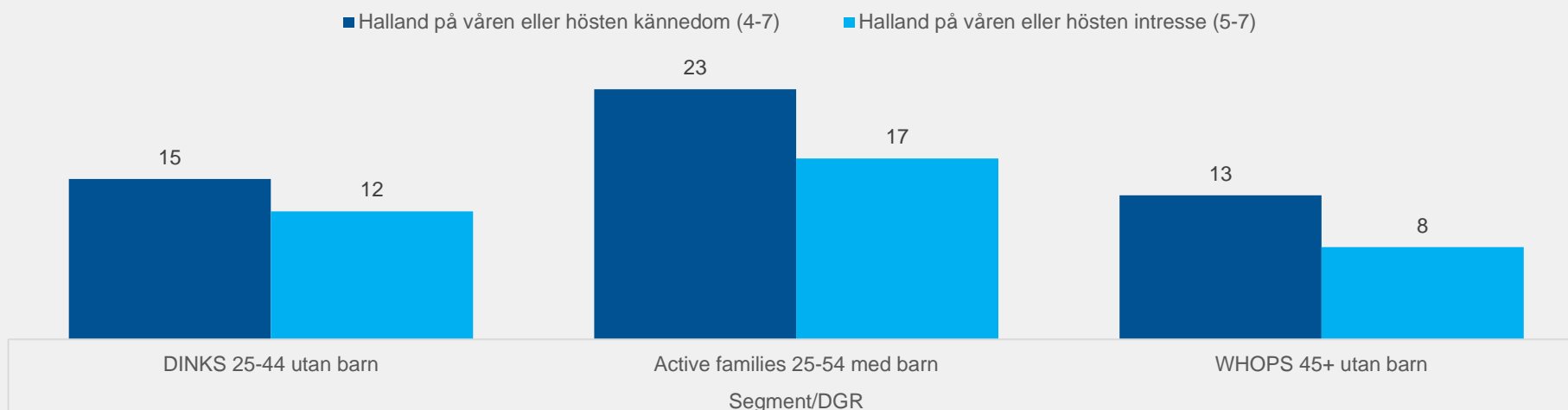
Q6A. Hur väl känner du till följande områden/platser som resmål (d v s hur det är att vara där och vad de har att erbjuda besökare)?*

Q7A. Hur intresserad är du av att resa till var och en av dessa områden/platser på en weekend eller längre semester?***



Total kännedom och intresse för att resa till Halland på våren eller hösten på en längre semester är respektive 17% och 12%, vilket är något färre än den kännedom/intresse för att resa till Halland på sommaren.

Både kännedom och intresse är som högst bland män (23% och 16%), ungdomar 25-34 år (25% och 19%), bland dem med barn i hushållet (23% och 17%) samt bland aktiva familjer 25-54 år med barn (23% och 17%).



Målgrupp: DGR

Bas = 3469/427

*Här redovisas andelen som svarat 4-7 på en 7-gradig kännedoms skala på någon av de områden som ingår i undersökningen (kännedom om platsen som resmål)

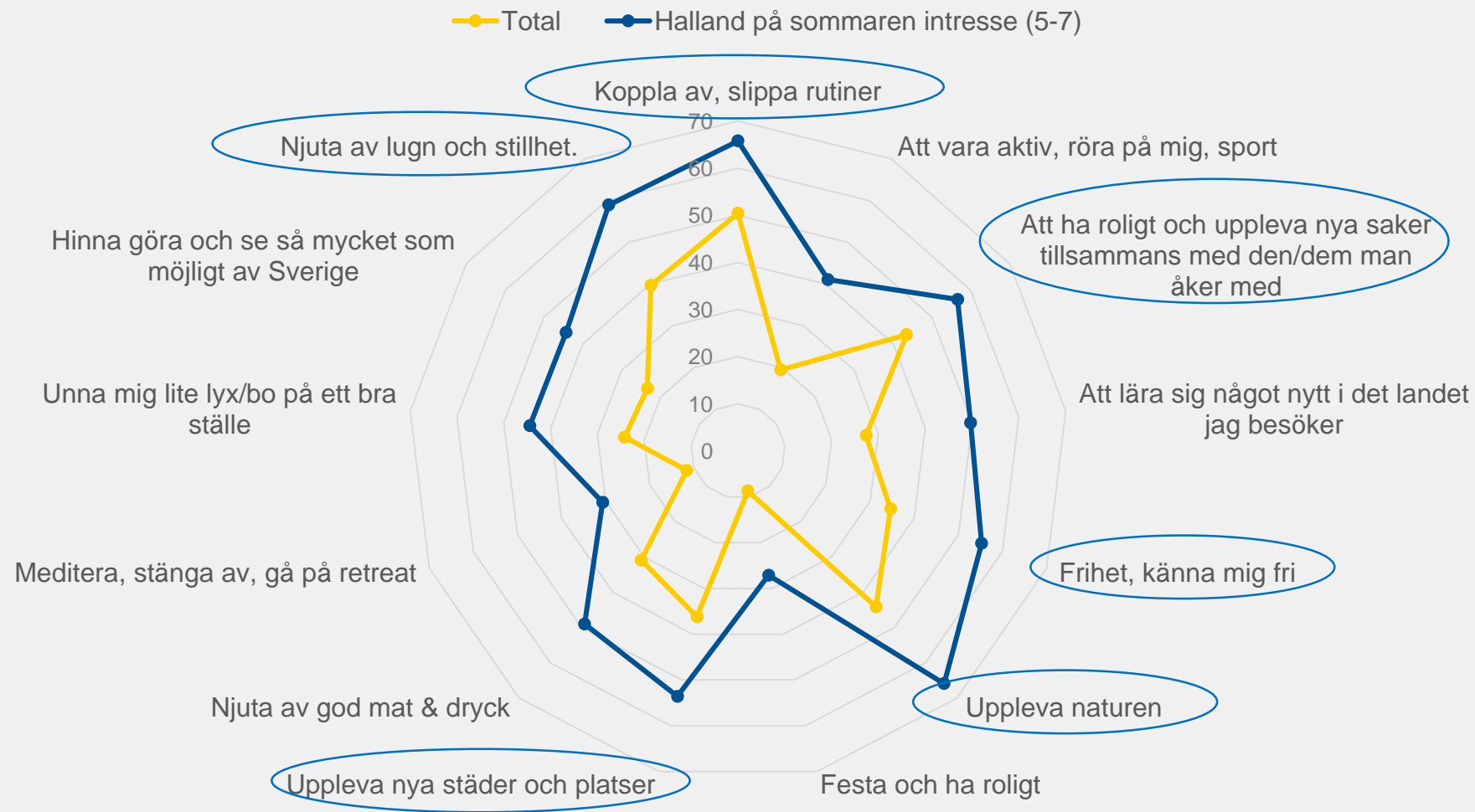
**Här redovisas andelen som svarat 5-7 på en 7-gradig intresse skala på någon av de områden som ingår i undersökningen (intresse för att resa hit på en semester)

Visit Sweden

Hur viktigt olika saker är vid en semesterresa till Sverige

– Halland på sommaren

Q13A. Man reser till olika länder av olika anledningar. Hur viktiga skulle följande anledningar vara om du skulle resa till Sverige på semester?*



Här redovisas vilka drivkrafter som gruppen "personer som vill resa till Halland på sommaren" har för sin semesterresa till Sverige.

Som referensvärde visas också värdet för samtliga som är intresserade av att resa till Sverige på en kortare eller längre semester.

De vanligaste drivkrafterna för en Sverigeresa hos danskarna som är intresserade av att besöka Halland på sommaren (inringade i diagrammet) är att uppleva naturen, koppla av, slippa rutiner, njuta av lugn och stillhet, att ha roligt och uppleva nya saker, känna frihet, och att uppleva nya städer och platser.

Denna fördelning över drivkrafterna är typisk framför allt för Vardagsssmitande livsnjutare.

Visit Sweden

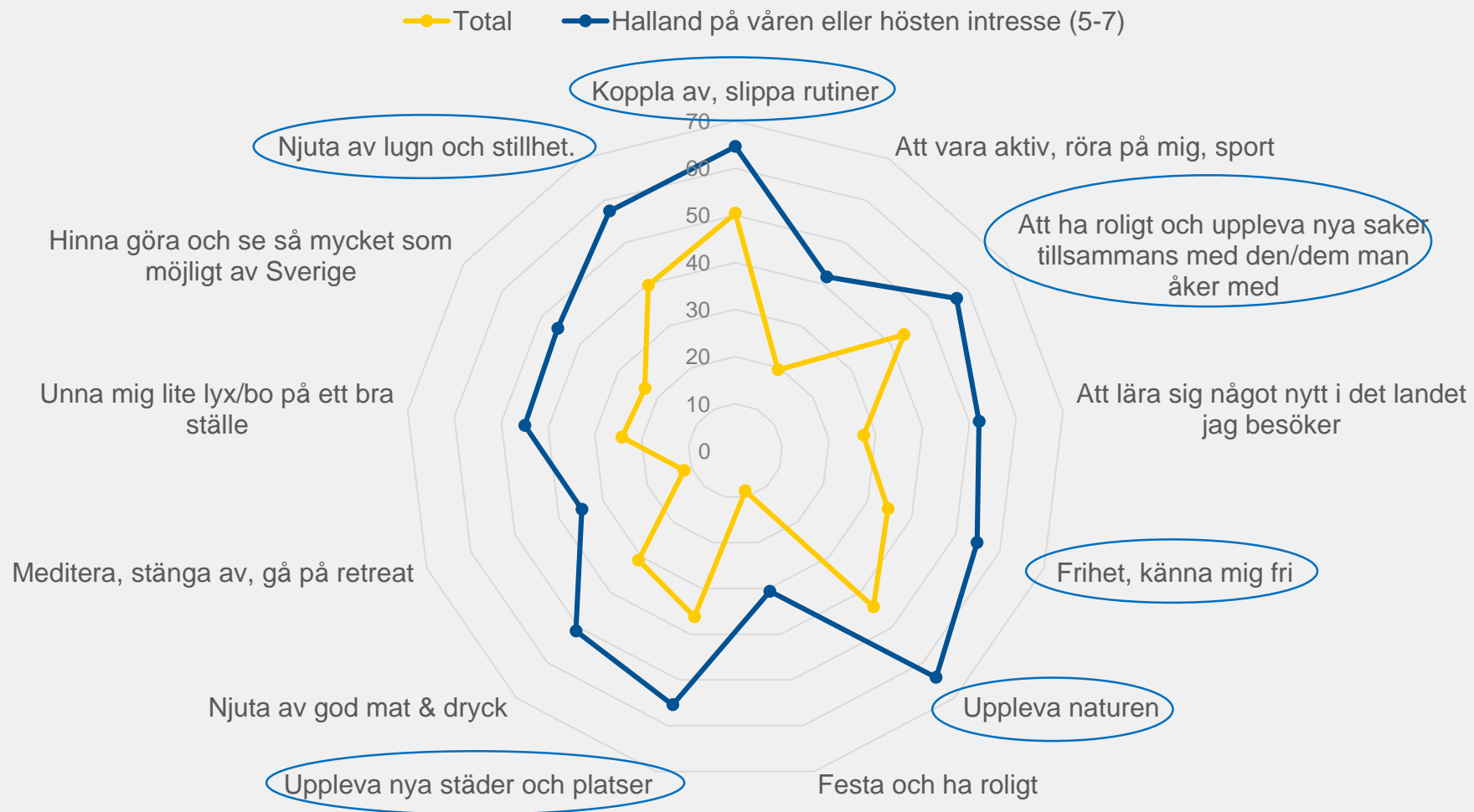
*Målgrupp: DGR
Bas = 2782/521

*Här redovisas andelen som svarat en 5:a på en 5-gradig skala på Q13A. Totalt och de som svarat 5-7 på en 7-gradig intresse skala på någon av de områden som ingår i undersökningen (intresse för att resa hit på en semester)

Hur viktigt olika saker är vid en semesterresa till Sverige

– Halland på våren eller hösten

Q13A. Man reser till olika länder av olika anledningar. Hur viktiga skulle följande anledningar vara om du skulle resa till Sverige på semester?*



Här redovisas vilka drivkrafter som gruppen "personer som vill resa till Halland på våren eller hösten" har för sin semesterresa till Sverige.

Som referensvärde visas också värdet för samtliga som är intresserade av att resa till Sverige på en kortare eller längre semester.

De vanligaste drivkrafterna för en Sverigeresa hos danskarna som är intresserade av att besöka Halland på våren eller hösten (inringade i diagrammet) är att koppla av, slippa rutiner, uppleva naturen, njuta av lugn och stillhet, att ha roligt och uppleva nya saker, uppleva nya städer och platser samt känna frihet.

Denna fördelning över drivkrafterna är typisk framför allt för Vardagsstämmande livsnjutare.

Visit Sweden

I vilken utsträckning olika regioner i Danmark känner till respektive vill resa på Semester till *Halland* på sommaren

Q3. I vilken del av Danmark bor du?



Fråga om kännedom: Q6. Hur väl känner du till följande områden/platser som en plats att besöka (d v s hur det är att vara där och vad de har att erbjuda besökare)?*

Fråga om intresse: Q7. Hur intresserad är du av att resa till var och en av dessa områden/platser på weekendresa eller längre semester? **

Kommentar:

Vi ser vid jämförelse mellan perioderna att både kännedom och intresse på totalnivå ligger relativt sett lika mellan Halland på sommaren jämfört med Halland på våren eller hösten, men där sommaren ligger något bättre till vid detaljstudie.

*Här redovisas andelen som, för en eller flera av platserna i *Halland på sommaren*, har svarat 4-7 på en 7-gradig kännedomsskala

**Här redovisas andelen som, för en eller flera av platserna i *Halland på sommaren*, svarar 5-7 på en 7-gradig intresseskala

Området	Antal personer som bor i detta danska område (i 1000-tal)	Antal intervjuer	Kännedom		Intresse	
			Andel av de i området som känner till Halland sommar	Andel av de i området som känner till Halland sommar (i 1000-tal)	Andel av de i området som både känner till och är intresserade av att resa till Halland sommar	Andel av de i området som både känner till och är intresserade av att resa till Halland sommar (i 1000-tal)
Hovedstaden (inkl. Bornholm)	993	1662	18%	178	14%	136
Sjælland	419	701	16%	68	11%	45
Syddanmark (inkl. Fyn)	613	1026	11%	67	7%	45
Midtjylland	669	1121	13%	85	10%	70
Nordjylland	294	491	11%	33	7%	21
Danmark totalt (25-65 år)	2988	5001	14%	431	10%	317

I vilken utsträckning olika regioner i Danmark känner till respektive vill resa på Semester till *Halland* på våren eller hösten

Q3. I vilken del av Danmark bor du?



Fråga om kännedom: Q6. Hur väl känner du till följande områden/platser som en plats att besöka (d v s hur det är att vara där och vad de har att erbjuda besökare)?*

Fråga om intresse: Q7. Hur intresserad är du av att resa till var och en av dessa områden/platser på weekendresa eller längre semester? **

Kommentar:

Vi ser vid jämförelse mellan perioderna att både kännedom och intresse på totalnivå ligger relativt sett lika mellan Halland på sommaren jämfört med Halland på våren eller hösten, men där sommaren ligger något bättre till vid detaljstudie.

*Här redovisas andelen som, för en eller flera av platserna i *Halland på våren eller hösten*, har svarat 4-7 på en 7-gradig kännedomsskala

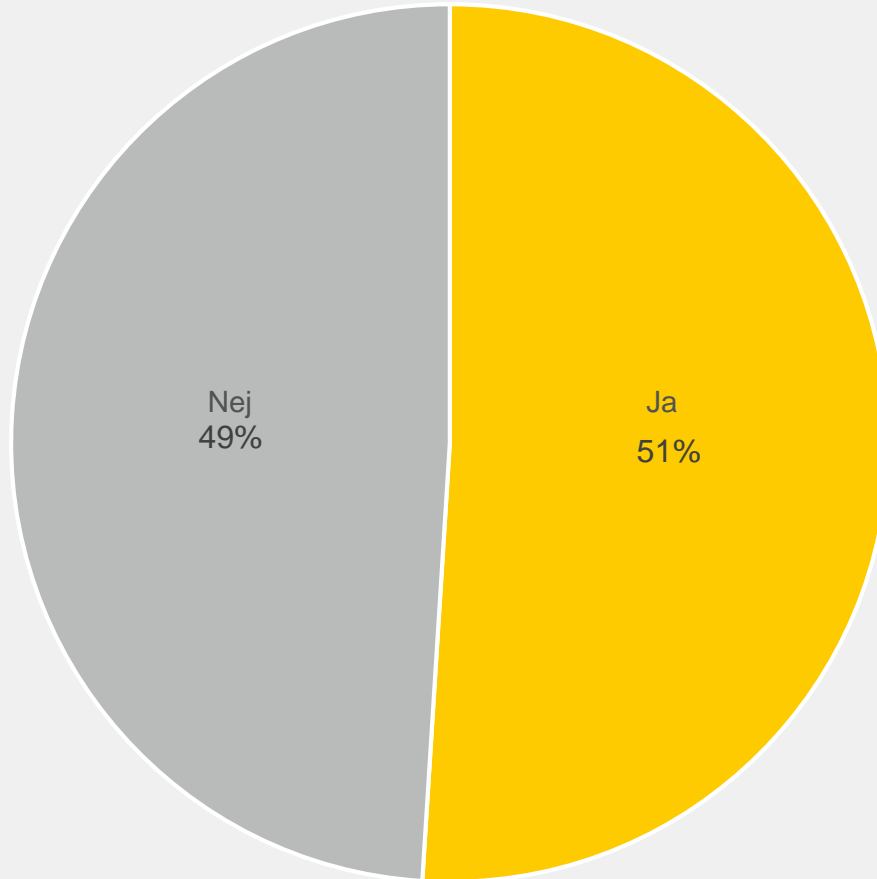
**Här redovisas andelen som, för en eller flera av platserna i *Halland på våren eller hösten*, svarar 5-7 på en 7-gradig intresseskala

Området	Antal personer som bor i detta danska område (i 1000-tal)	Antal intervjuer	Kännedom		Intresse	
			Andel av de i området som känner till Halland våren / hösten	Andel av de i området som känner till Halland våren / hösten (i 1000-tal)	Andel av de i området som både känner till och är intresserade av att resa till Halland våren / hösten	Andel av de i området som både känner till och är intresserade av att resa till Halland våren / hösten (i 1000-tal)
Hovedstaden (inkl. Bornholm)	993	1662	15%	152	11%	110
Sjælland	419	701	13%	56	9%	37
Syddanmark (inkl. Fyn)	613	1026	9%	55	6%	35
Midtjylland	669	1121	10%	68	8%	53
Nordjylland	294	491	9%	26	7%	20
Danmark totalt (25-65 år)	2988	5001	11%	358	8%	255

Visit Sweden

God kännedom om den nya färjerutten mellan Grenå och Halmstad

Q16B: Visste du att du snart kan åka med färja från Grenå till Halmstad i Sverige?



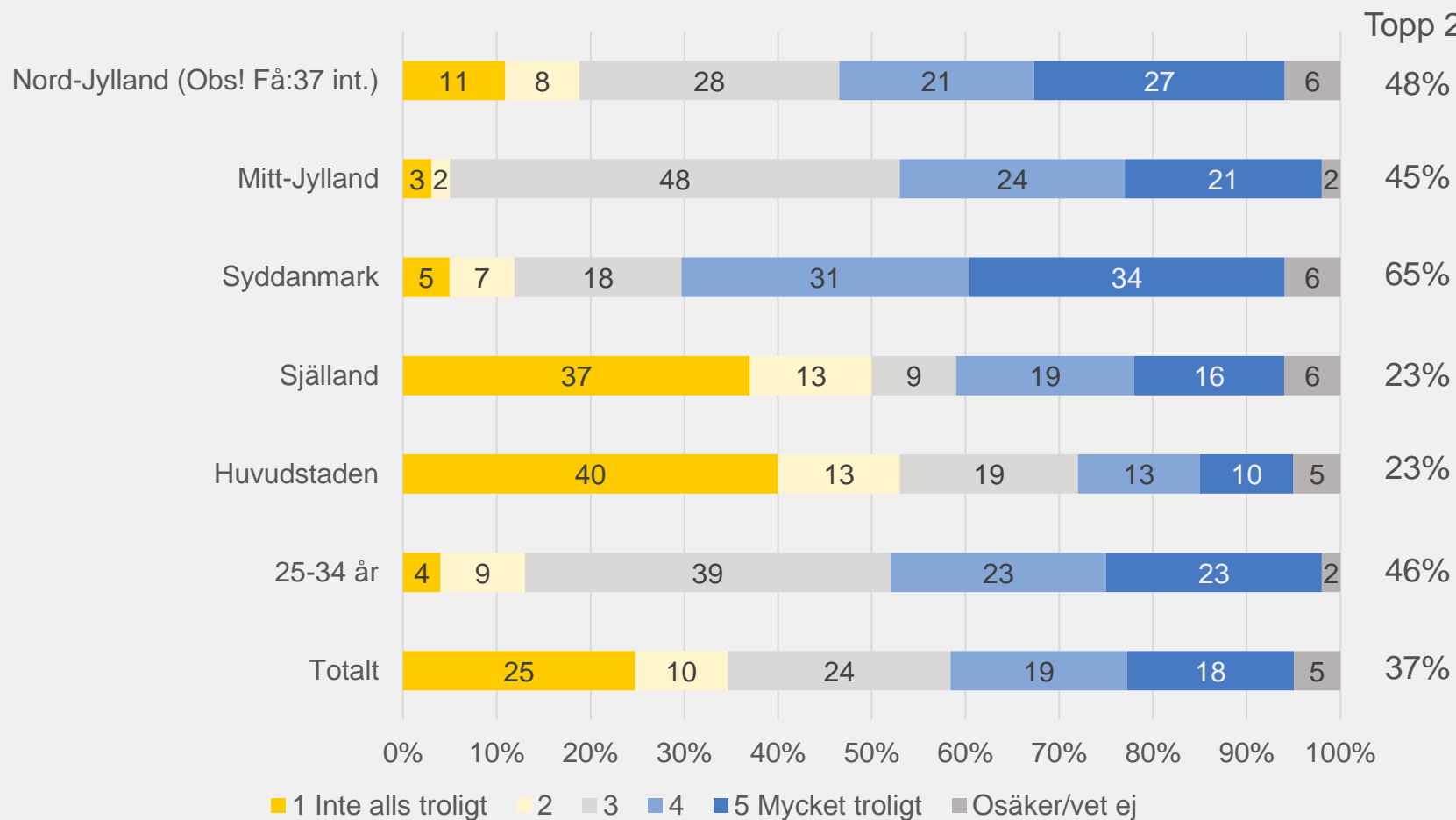
Kännedomen är lite högre bland de yngsta, 25-34 år, 64%. Övriga åldersgrupper relativt har lika kännedom, runt 43%.

Den är även mycket högre i på Jylland och Syddanmark, drygt 59-69%, se tabell nedan:

	Hovedstaden	Siælland	Syddanmark	Midtjylland	Nordjylland
	%	%	%	%	%
Antal intervjuer	217	83	77	89	37 Obs ! FÅ intervjuer!
Ja	41	44	59	69	59
Nej	59	56	41	31	41

En av fem svarar att det är mycket troligt att de använder den nya färjerutten och

Q16C: Om priset är rimligt, hur troligt är det att du använder den nya färjerutten mellan Grenå och Halmstad i Sverige?



Topp 2:

48%

45%

65%

23%

23%

46%

37%

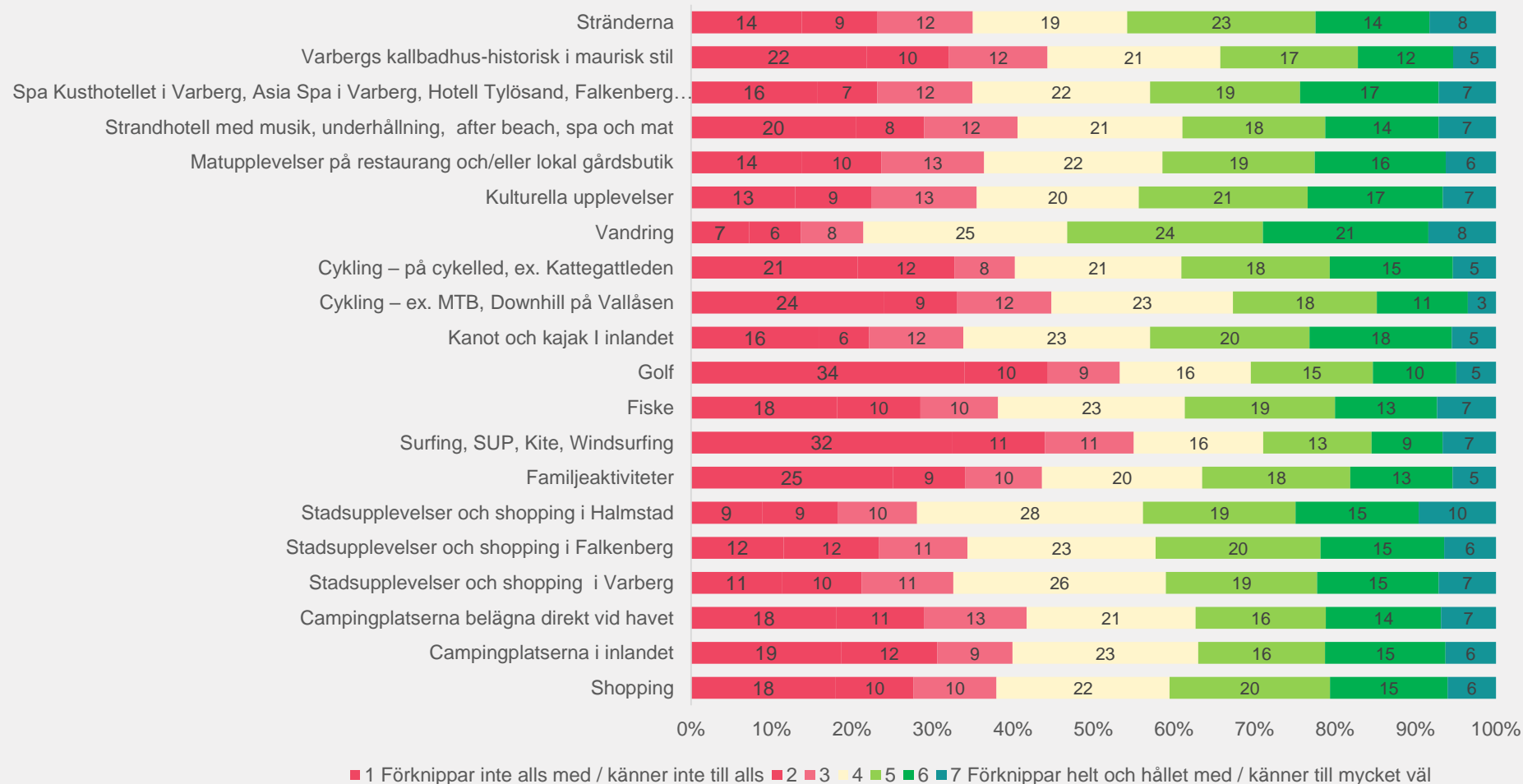
Av naturliga skäl är intresset avsevärt högre i områden närmre färjelinjen.



Visit Sweden

Kännedom om olika aktiviteter – *Halland på sommaren*

Q9. Olika platser förknippas med olika saker/aktiviteter. I vilken utsträckning förknippar du *Halland på sommaren* med följande aktiviteter (eller känner till att detta finns)?



Det som starkast förknippas med Halland på sommaren är vandring, stadsupplevelser och shopping i Halmstad, Varberg och Falkenberg, kanot och kajak i inlandet, Spa Kusthotellet i Varberg, Asia Spa i Varberg, Hotell Tylösand, Falkenberg strandbad.

De minst kända i Halland på sommaren är cykling ex. MTB, Downhill på Vallåsen, golf, kallbadhuset i Varberg, surfing/SUP/ kite- och windsurfing.

Målgrupp: DGR

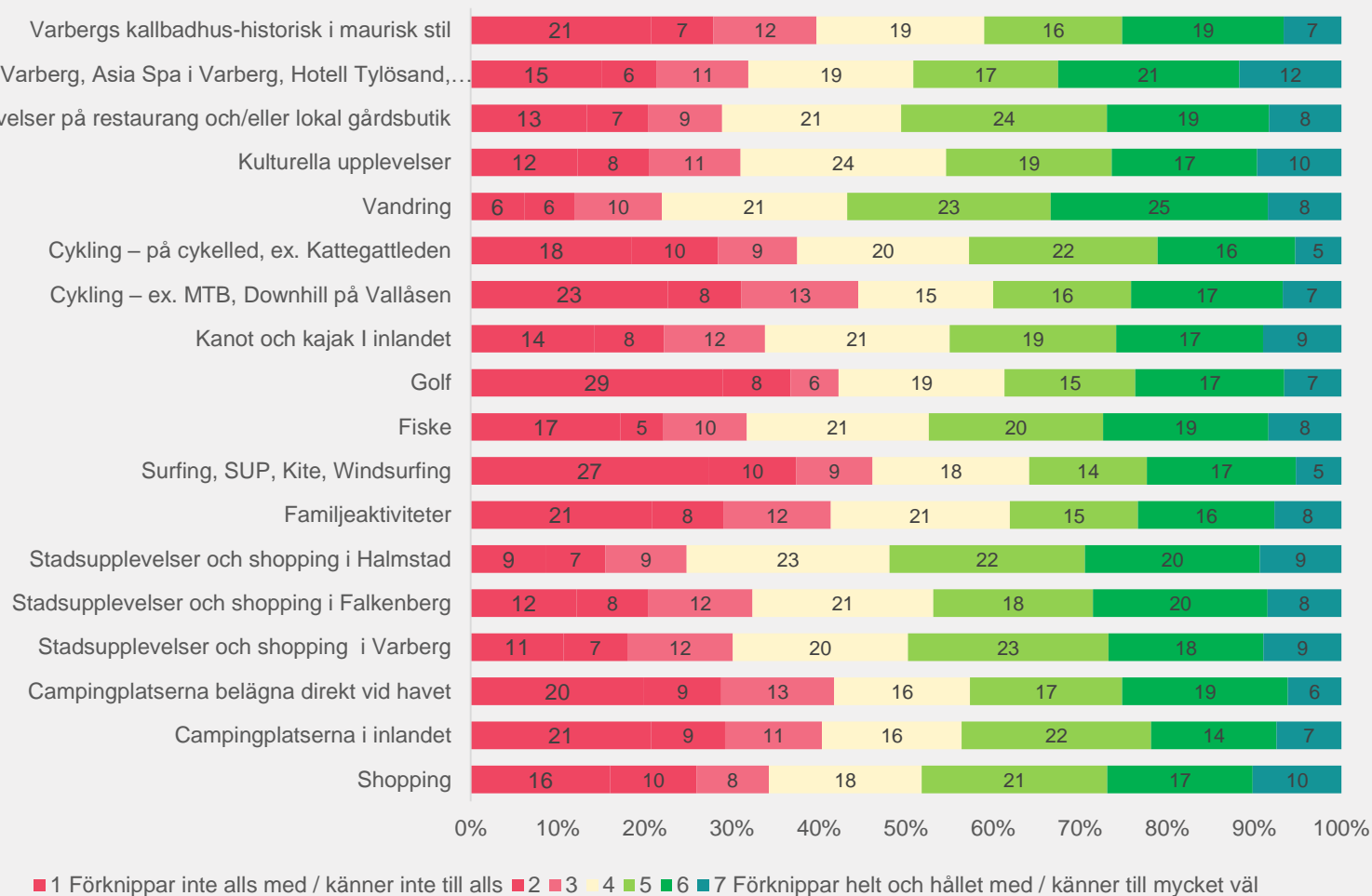
Bas = 383

DGR som har kännedom av de områden som ingår i undersökningen. Varje respondent har svarat slumpmässigt på 3 olika saker/aktiviteter

Visit Sweden

Kännedom om olika aktiviteter – *Halland på våren eller hösten*

Q9. Olika platser förknippas med olika saker/aktiviteter. I vilken utsträckning förknippar du *Halland på våren eller hösten* med följande aktiviteter (eller känner till att detta finns)?

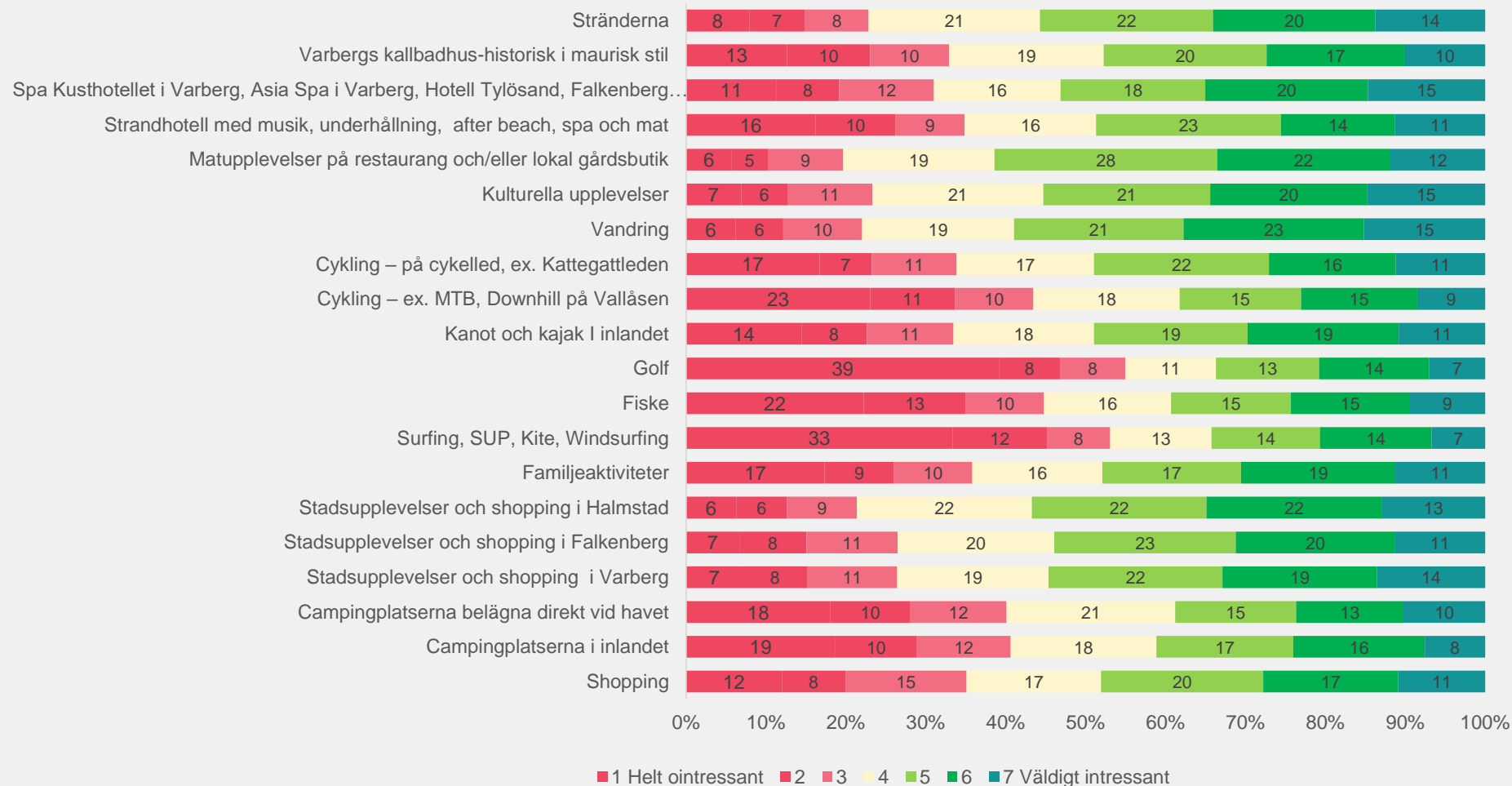


Det som starkast förknippas med Halland på våren eller hösten är vandring, stadsupplevelser och shopping i Halmstad och Varberg, matupplevelser på restaurang och/eller lokal gårdsbutik, kulturella upplevelser och fiske. Spa och wellness kommer också högt.

De minst kända i Halland på våren eller hösten är golf, cykling ex. MTB, Downhill på Vallåsen, kallbadhuset i Varberg och surfing/SUP/ kite- och windsurfing.

Intresse för olika aktiviteter – Halland på sommaren

Q10. Tänk dig att du skulle resa till *Halland på sommaren* på en weekend eller längre semester. Hur intressant skulle det då vara att göra/besöka följande?



De mest attraktiva aktiviteterna/ platserna i Halland på sommaren är matupplevelser på restaurang och/eller lokal gårdsbutik, vandring, stadsupplevelser och shopping i Halmstad, Varberg och Falkenberg, stränderna, och kulturella upplevelser.

De minsta intressen i Halland på sommaren är cykling ex. MTB, Downhill på Vallåsen, surfing/ SUP/ Kite- och windsurfing och golf.

Målgrupp: DGR

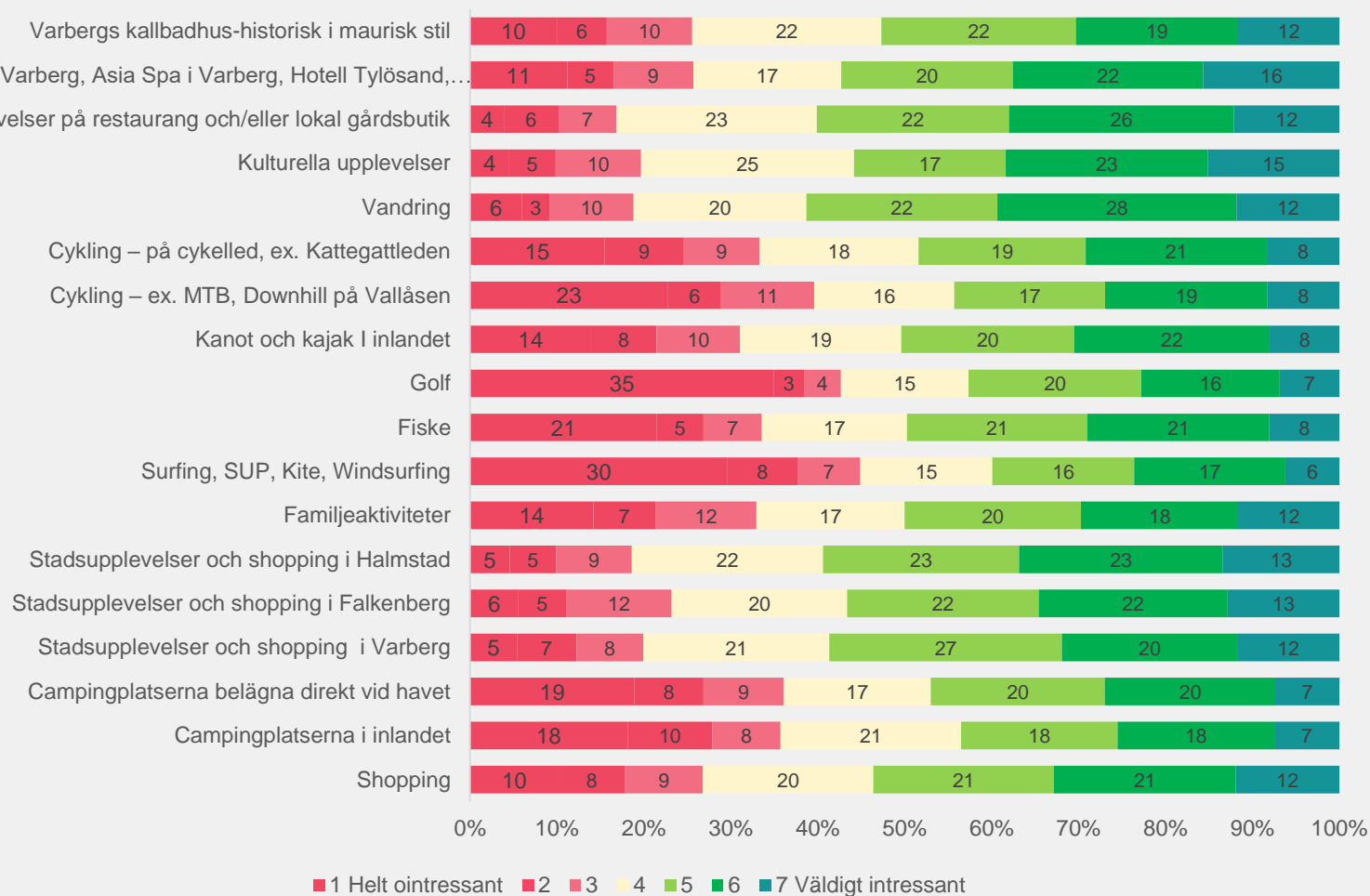
Bas = 383

DGR som har kännedom av de områden som ingår i undersökningen. Varje respondent har svarat slumpmässigt på 3 olika saker/aktiviteter

Visit Sweden

Intresse för olika aktiviteter – *Halland på våren eller hösten*

Q10. Tänk dig att du skulle resa till *Halland på våren eller hösten* på en weekend eller längre semester. Hur intressant skulle det då vara att göra/besöka följande?



De mest attraktiva aktiviteterna/ platserna i Halland på våren eller hösten är matupplevelser på restaurang och/eller lokal gårdsbutik, vandring, stadsupplevelser och shopping i Halmstad, Varberg och Falkenberg, stränderna, och spa/wellness på ex kusthotellet i Varberg, Asia spa i Varberg, Hotell Tylösand, Falkenberg strandbad.

De minsta intressen i Halland på våren eller hösten är cykling ex. MTB, Downhill på Vallåsen, campingplatserna i inlandet, och surfing/ SUP/ kite- och windsurfing och golf.

Målgrupp: DGR

Bas = 296

DGR som har kännedom av de områden som ingår i undersökningen. Varje respondent har svarat slumpmässigt på 3 olika saker/aktiviteter

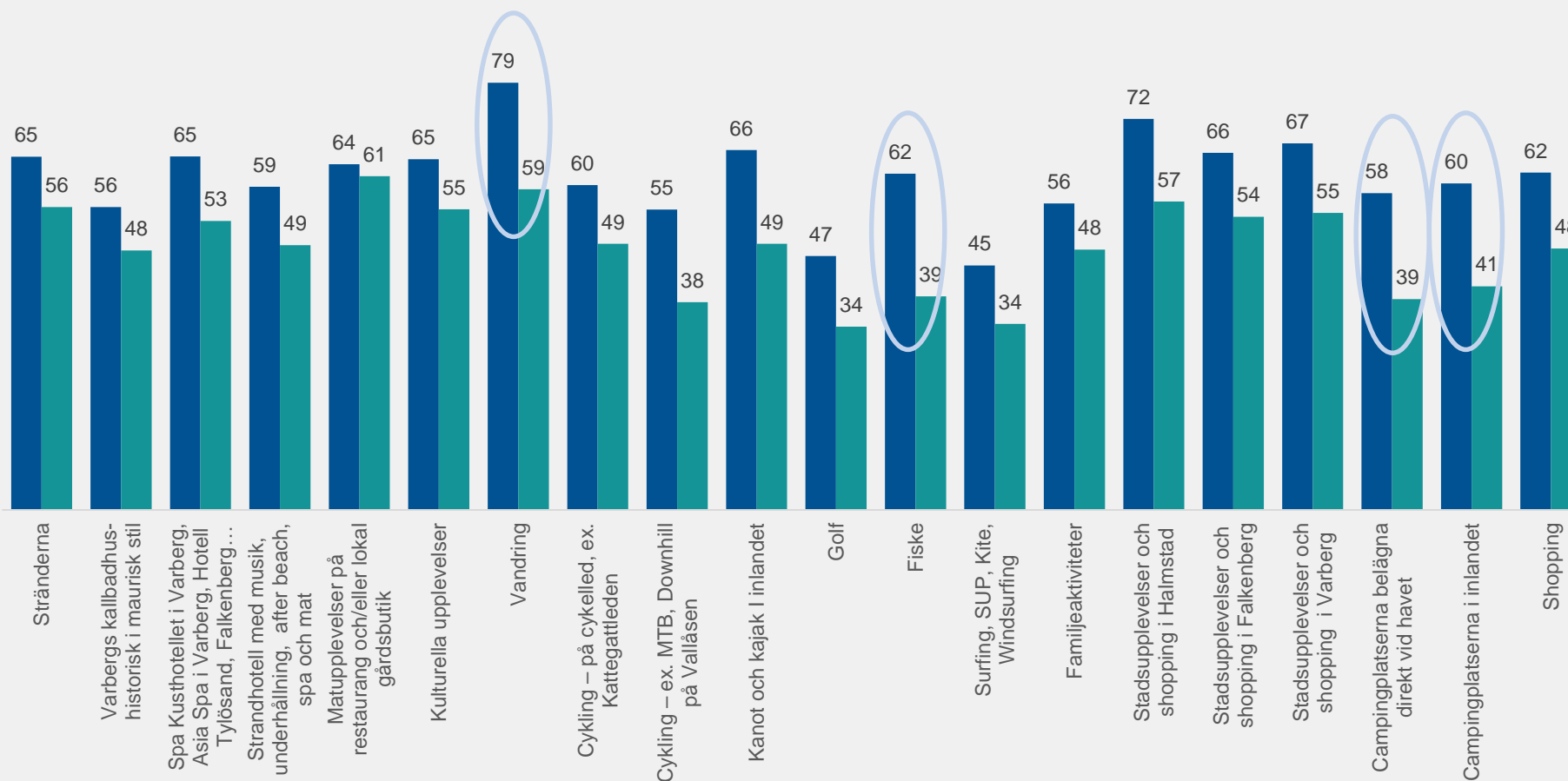
Visit Sweden

Kännedom och intresse av olika aktiviteter – *Halland på sommaren*

Q9. Olika platser förknippas med olika saker/aktiviteter. I vilken utsträckning förknippas du *Halland på sommaren* med följande aktiviteter?

Q10. Tänk dig att du skulle resa till *Halland på sommaren* på en eller flera längre semestrar. Hur intressant skulle det då vara att göra/besöka följande?

■ Halland på sommaren kännedom (4-7) ■ Halland på sommaren intresse (5-7)



I detta diagram jämförs andelen som förknippas något med Halland på sommaren med andelen som är intresserade av detsamma. Kännedom är högre än intresset för alla aktiviteter/orter.

Det finns stort "gap" mellan kännedom och intresse (dvs kännedom - intresse) för vissa aktiviteter/orter, t.ex. fiske (+23%), vandring (+20%), och campingplatserna vid havet (+20%).

När kännedomen är mycket högre än intresset handlar det ofta om kända aktiviteter/orter men som många redan besökt eller inte är intresserade av att göra igen, eller om niche-aktiviteter som är kända men inte relevanta för majoriteten, t ex camping och fiske. De kan dock fortfarande ha en stark position i nischgruppen, det kan vi inte se här.

Följande aktiviteter/orter har den lägsta skillnaden mellan kännedom och intresset: kulturella upplevelser (+9%), familje-aktiviteter (+9%), Varbergs kallbadhus (+8%), matupplevelser på restaurang och/eller lokal gårdsbutik (+2%).

(Obs! Kravet för att räknas som intresserade (5-7 på 7-gradig skala) är lite skarpare än kravet på kännedom (4-7 på 7-gradig skala). Detta för att man vill att de ska ha tagit ställning för att räknas som intresserad.

Målgrupp: DGR

Bas = 383/383

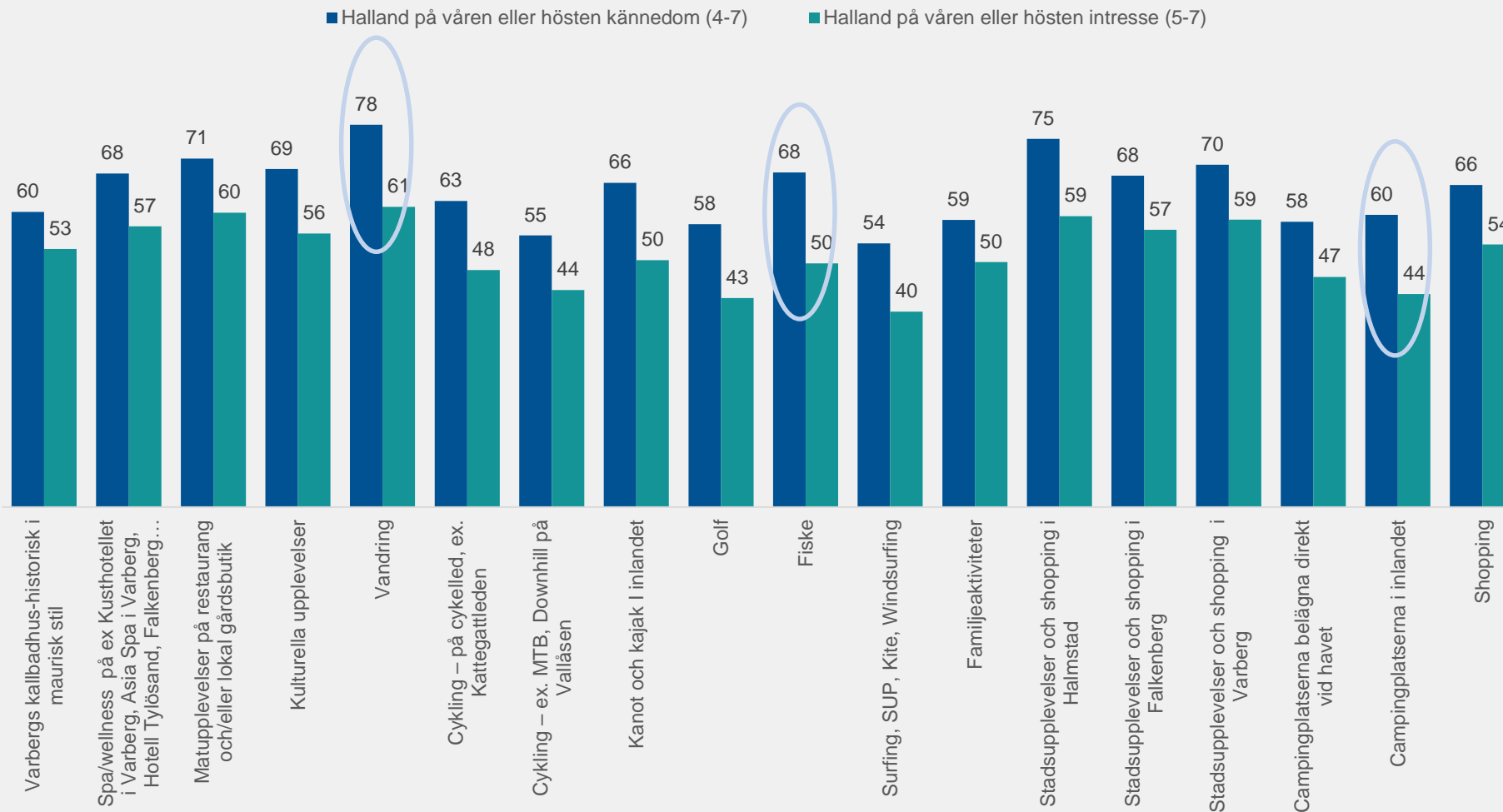
*Här redovisas andelen som svarat 4-7 på en 7-gradig kännedomsskala på någon av de områden som ingår i undersökningen (kännedom om platsen som resmål)

**Här redovisas andelen som svarat 5-7 på en 7-gradig intresse skala på någon av de områden som ingår i undersökningen (intresse för att resa hit på en semester)

Kännedom och intresse av olika aktiviteter – *Halland på våren eller hösten*

Q9. Olika platser förknippas med olika saker/aktiviteter. I vilken utsträckning förknippar du *Halland på våren eller hösten* med följande aktiviteter?

Q10. Tänk dig att du skulle resa till *Halland på våren eller hösten* på en eller flera längre semestrar. Hur intressant skulle det då vara att göra/besöka följande?



I detta diagram jämförs andelen som förknippar något med Halland på våren eller hösten med andelen som är intresserade av detsamma. Intressant är att titta på var det finns stora "gap".

De aktiviteter/orter som sticker ut i "gapets" storlek är fiske (+19%), vandring (+17%), och camping-platserna i inlandet(+26%).

När kännedomen är mycket högre än intresset handlar det ofta om kända aktiviteter/orter men som många redan besökt eller inte är intresserade av att göra igen, eller om niche-aktiviteter som är kända men inte relevanta för majoriteten. De kan dock fortfarande ha en stark position i nischgruppen, det kan vi inte se här.

Följande aktiviteter/orter har den lägsta skillnaden mellan kännedom och intresset: familjeaktiviteter (+9%) och Varbergs kallbadhus (+7%).

(Obs! Kravet för att räknas som intresserade (5-7 på 7-gradig skala) är lite skarpare än kravet på kännedom (4-7 på 7-gradig skala). Detta för att man vill att de ska ha tagit ställning för att räknas som intresserad.

Visit Sweden

Målgrupp: DGR

Bas = 296/296

*Här redovisas andelen som svarat 4-7 på en 7-gradig kännedomsskala på någon av de områden som ingår i undersökningen (kännedom om platsen som resmål)

**Här redovisas andelen som svarat 5-7 på en 7-gradig intresse skala på någon av de områden som ingår i undersökningen (intresse för att resa hit på en semester)

Prioriteringsanalys – bygger på två dimensioner

Information om modellen/axlarna:

- **Kännedom - vad man känner till om denna plats:** Fråga - Olika platser förknippas med olika saker/aktiviteter. I vilken utsträckning förknippar du området med följande aktiviteter (eller känner till att detta finns)?*
- **Intresse - vad man vill göra om man besöker denna plats:** Fråga – Tänk dig att du skulle resa till platsen/området på en eller flera weekendsemestrar. Hur intressant skulle det då vara att göra/besöka följande?*



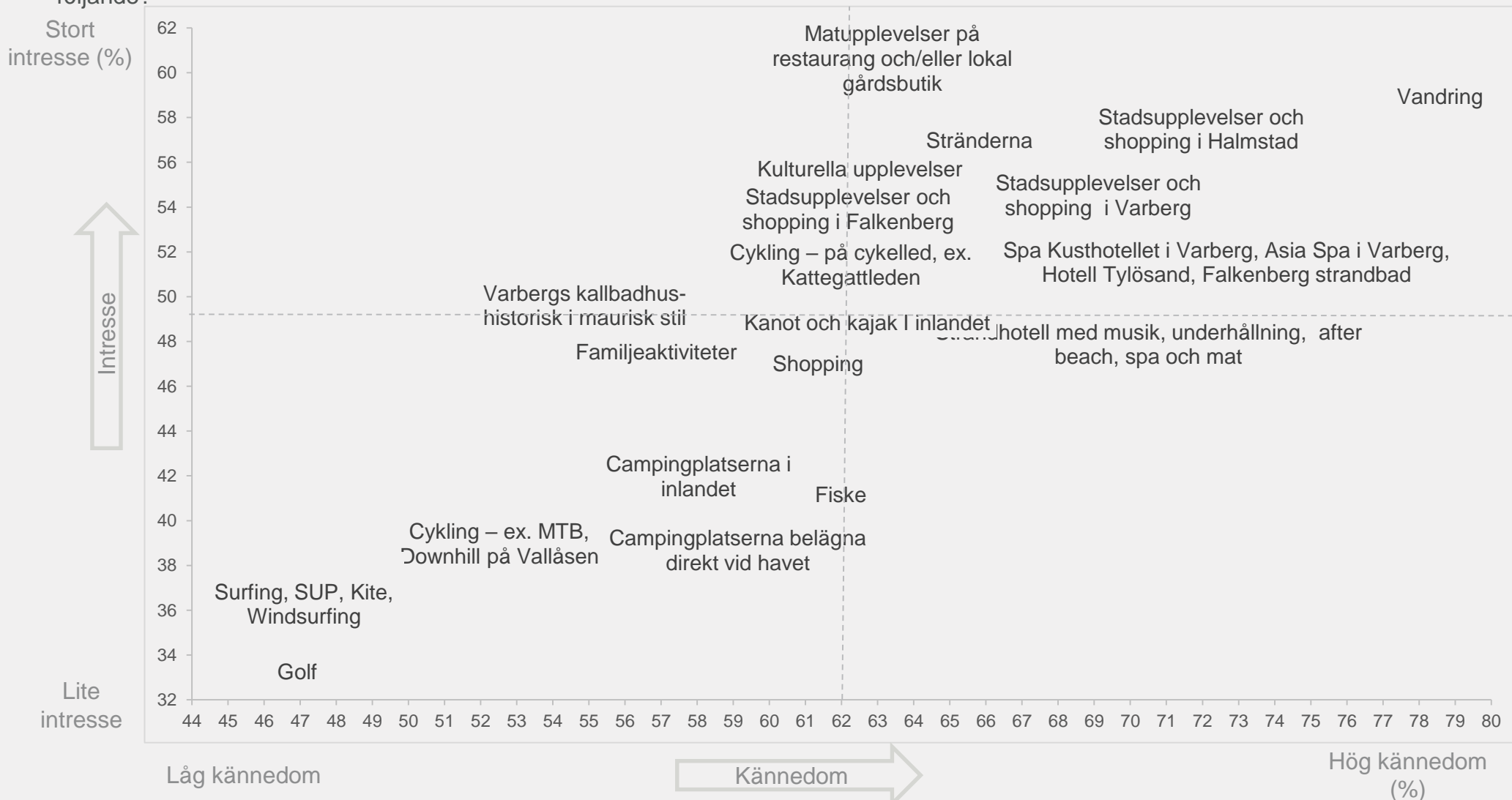
*Här redovisas andelen som svarat 4-7 på en 7-gradig kännedomsskala. Hög andel visar att denna plats ofta förknippas med detta.

**Här redovisas andelen som svarat 5-7 på en 7-gradig intresseskala. Hög andel visar att många vill göra detta här.

Prioriteringsanalys – Halland på sommaren

Q9. Olika platser förknippas med olika saker/aktiviteter. I vilken utsträckning förknippar du *Halland på sommaren* med följande aktiviteter?

Q10. Tänk dig att du skulle resa till *Halland på sommaren* på en eller flera längre semestrar. Hur intressant skulle det då vara att göra/besöka följande?



Observera att axlarnas skalor inte går från noll. Dvs även det som finns i nedre vänstra hörnet kan ha relativt hög kännedom och intresse, men lägst jämfört med övriga.

Ofta hänger kännedom och intressenivå ihop, och det vi vill identifiera här är aktiviteter som t ex har ovanligt stort intresse relativt kännedomen. Då kan det finnas potential att öka antalet besök om kännedomen ökar.

Visit Sweden

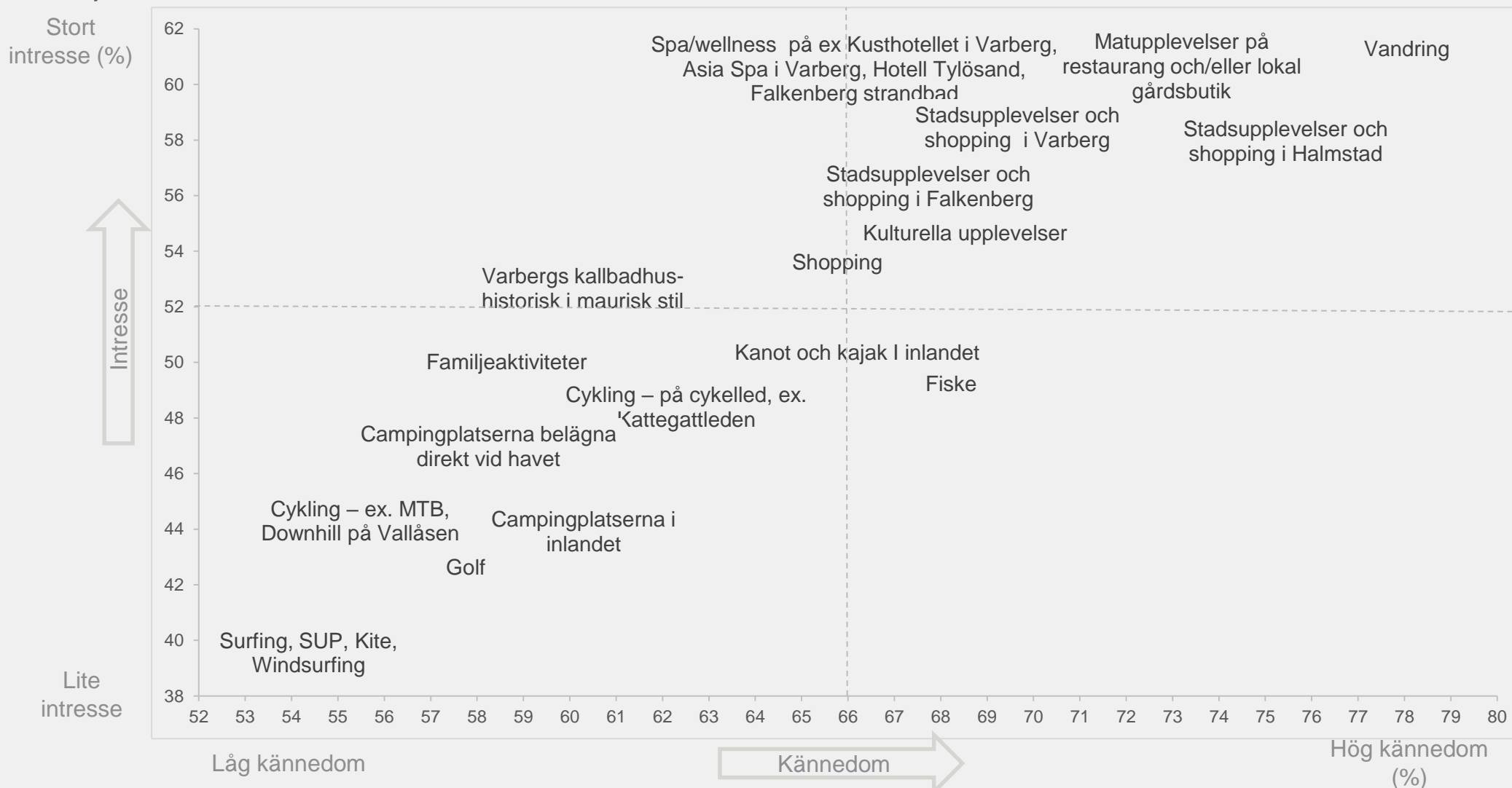
*Här redovisas andelen som svarat 4-7 på en 7-gradig kännedomsskala. Hög andel visar att denna plats ofta förknippas med detta.

**Här redovisas andelen som svarat 5-7 på en 7-gradig intresseskala. Hög andel visar att många vill göra detta här.

Prioriteringsanalys – Halland på våren eller hösten

Q9. Olika platser förknippas med olika saker/aktiviteter. I vilken utsträckning förknippar du *Halland på våren eller hösten* med följande aktiviteter?

Q10. Tänk dig att du skulle resa till *Halland på våren eller hösten* på en eller flera längre semestrar. Hur intressant skulle det då vara att göra/besöka följande?



Observera att axlarnas skalor inte går från noll. Dvs även det som finns i nedre vänstra hörnet kan ha relativt hög kännedom och intresse, men lägst jämfört med övriga.

Ofta hänger kännedom och intressenivå ihop, och det vi vill identifiera här är aktiviteter som t ex har ovanligt stort intresse relativt kännedomen. Då kan det finnas potential att öka antalet besök om kännedomen ökar.

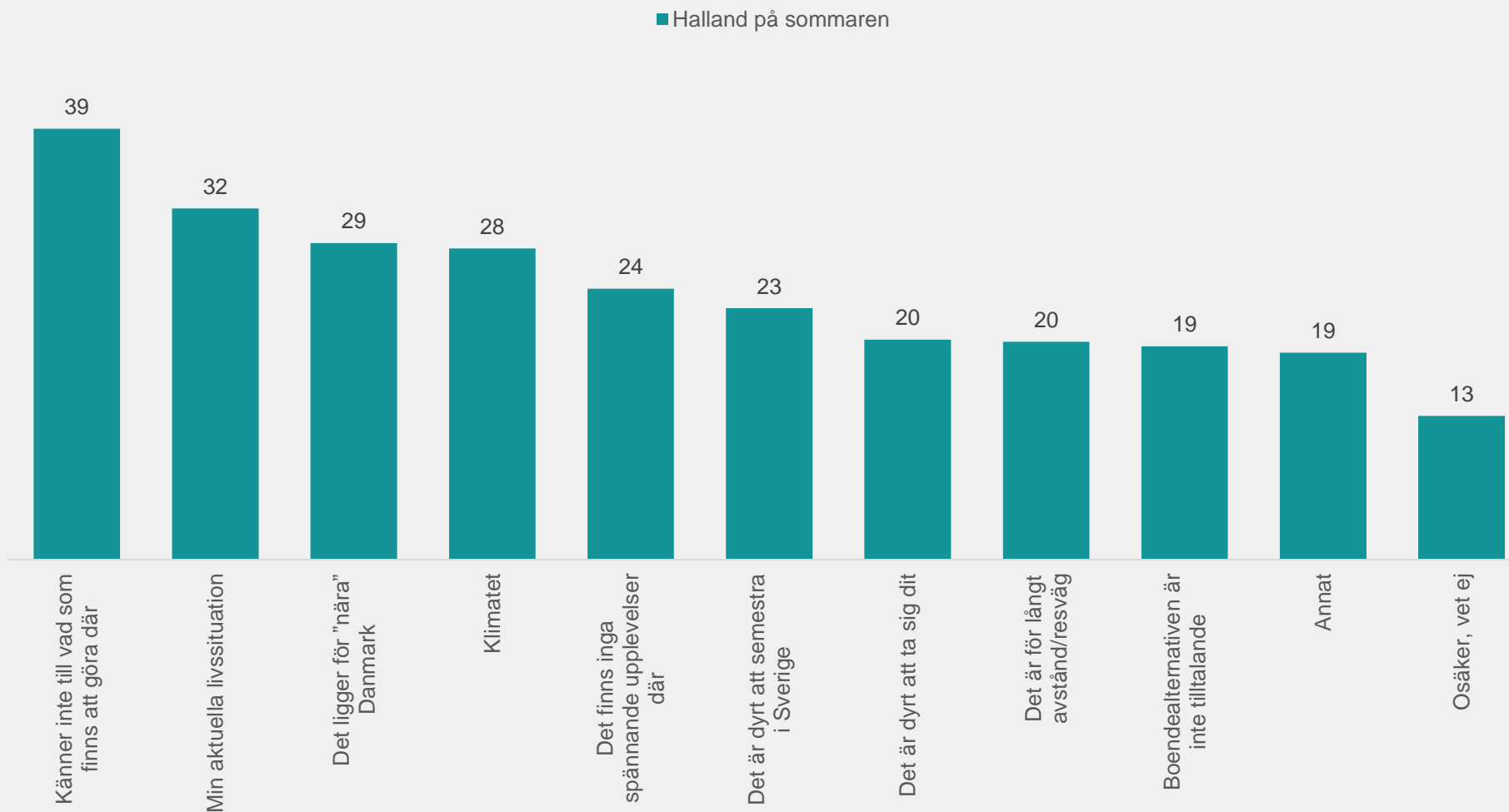
Visit Sweden

*Här redovisas andelen som svarat 4-7 på en 7-gradig kännedomsskala. Hög andel visar att denna plats ofta förknippas med detta.

**Här redovisas andelen som svarat 5-7 på en 7-gradig intresseskala. Hög andel visar att många vill göra detta här.

Varför vill man inte resa till *Halland på sommaren* på en längre semester?

Q11. Du svarade tidigare att du inte är intresserad av att åka till följande områden/platser. Varför vill du inte det?*



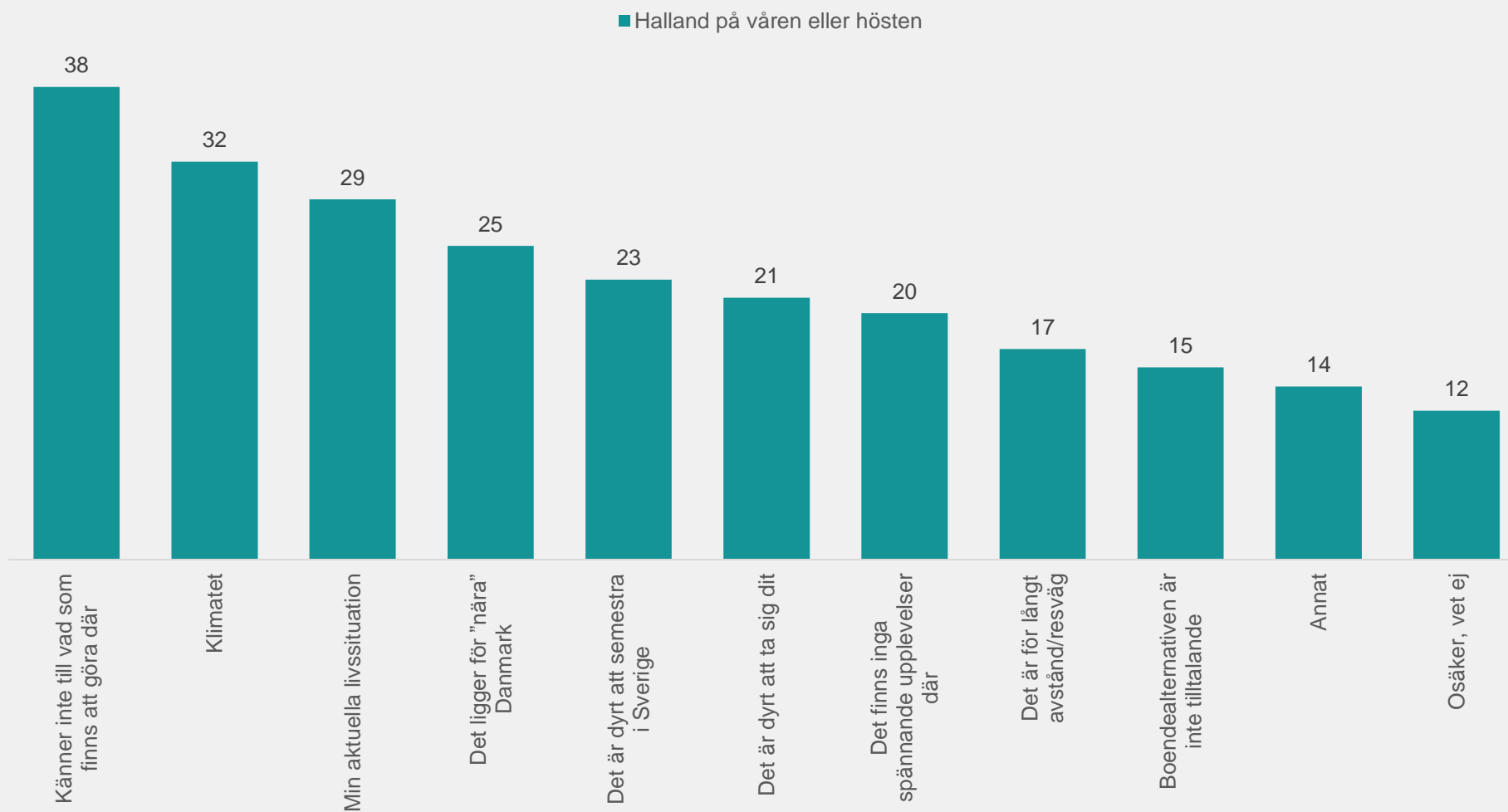
Annat

- Andra länder är med på programmet
- Andra länder mer spännande platser
- Det kräver att man är fysiskt aktiv
- Har familj i centrala Sverige
- Familjens beslut
- För långt att köra
- Föredrar södra Europa
- På grund av brist på transport
- Har inte ekonomin
- Har en stuga i Stockholms skärgård
- Har ett fritidshus i Vrå - om vi vill se något i Halland är det vanligtvis på väg ut / hem
- Har varit där nog
- Har vänner med stuga någon annanstans
- Inte säker
- Klimat
- Tråkigt område
- Prioritera andra destinationer
- Seglar hela nästa sommar på Götakanal
- Småland är mer intressant
- Sommar i Hälsingland
- Har fritidshus i Kronoberg
- Föredrar Spanien
- Vi har en jaktstuga i Skåne, så det finns cirka 10 helger om året. Det finns ingen anledning att betala för boende någon annanstans
- Skulle vilja uppleva andra områden

Visit Sweden

Varför vill man inte resa till *Halland på våren eller hösten* på en längre semester?

Q11. Du svarade tidigare att du inte är intresserad av att åka till följande områden/platser. Varför vill du inte det?*



Annat

- Andra mer spännande platser
- Andra prioriteringar
- Säsongen är oattraktiv
- Det kräver att man är fysiskt aktiv
- Det kostar, tar bensin
- Familjens beslut
- Har varit där i många år i en stuga och måste nu se något nytt
- Har en stuga i Stockholms skärgård
- Har var där ofta
- Har vänner någon annanstans
- Inte intresserad
- Tråkig
- Saknad tid (semester dagar)
- MC-semester
- Vill använda min stuga
- Service saknas
- Sverige är inte längre ett attraktivt land att besöka
- Sverige värdar inte till mig
- Transport är besvärligt

Visit Sweden

Innehåll

1 Om undersökningen

2 Resultat – *Halland*

3 Resultat

3:1 *Halland på sommaren* – kännedom, aktiviteter samt målgruppsbeskrivning

3:2 *Halland på våren eller hösten* – kännedom, aktiviteter samt målgruppsbeskrivning

4 Bilagor
– beskrivning av aktiviteter & tilläggsanalys prioritering vid olika
reslängd

Aktiviteter – Halland på sommaren

1	Stränderna (Tylösand strand, Skrea Strand i Falkenberg, Apelviken Strand i Varberg, Mellbystrand i Laholm)	11	Golf ex. golfklubbarna i Halmstad, Kungsbacka,
2	Varbergs kallbadhus-historisk i maurisk stil	12	Fiske ex. Laxfiske I Falkenberg, fiske i sjöar
3	Spa Kusthotellet i Varberg, Asia Spa i Varberg, Hotell Tylösand, Falkenberg strandbad	13	Surfing, SUP, Kite, Windsurfing
4	Strandhotell med musik, underhållning, after beach, spa och mat (Hotell Tylösand, Falkenberg strandbad)	14	Familjeaktiviteter ex. Kungsbygget med sommar-kälkbana, Up Zone
5	Matupplevelser på restaurang och/eller lokal gårdsbutik (ex. Stedsans in the Woods, Åstad vingård, Prostens pizzeria, Strömme Farmlodge, Tiraholms fisk)	15	Stadsupplevelser och shopping i Halmstad
6	Kulturella upplevelser (ex. Tjolöholm slott, Varbergs fästning, Världsarvet Grimeton)	16	Stadsupplevelser och shopping i Falkenberg
7	Vandring – kustnära eller I inlandet	17	Stadsupplevelser och shopping i Varberg
8	Cykling – på cykelled, ex. Kattegattleden, Hylteslingan och Banvallsleden	18	Campingplatserna belägna direkt vid havet ex. Apelvikens camping, Skrea camping, Tylösand camping, Hagöns camping
9	Cykling – ex. MTB, Downhill på Vallåsen - Vallåsen Bike Park	19	Campingplatserna i inlandet ex. Ullared camping, Jälluntofta camping, Vallsnäs camping
10	Kanot och kajak I inlandet	20	Shopping ex. GEKÅS Ullared, Hede Fashion Outlet

Aktiviteter – *Halland på våren eller hösten*

1	Varbergs kallbadhus-historisk i maurisk stil	10	Fiske ex. Laxfiske I Falkenberg, fiske i sjöar
2	Spa/wellness på ex Kusthotellet i Varberg, Asia Spa i Varberg, Hotell Tylösand, Falkenberg strandbad	11	Surfing, SUP, Kite, Windsurfing
3	Matupplevelser på restaurang och/eller lokal gårdsbutik (ex. Stedsans in the Woods, Åstad vingård, Prostens pizzeria, Strömma Farmlodge, Tiraholms fisk)	12	Familjeaktiviteter ex. Kungsbygget med sommar-kälkbana, Up Zone
4	Kulturella upplevelser (ex. Tjolöholm slott, Varbergs fästning, Världsarvet Grimeton)	13	Stadsupplevelser och shopping i Halmstad
5	Vandring – kustnära eller i inlandet	14	Stadsupplevelser och shopping i Falkenberg
6	Cykling – på cykelled, ex. Kattegattleden, Hylteslingan och Banvallsleden	15	Stadsupplevelser och shopping i Varberg
7	Cykling – ex. MTB, Downhill på Vallåsen - Vallåsen Bike Park	16	Campingplatserna belägna direkt vid havet ex. Apelvikens camping, Skrea camping, Tylösand camping, Hagöns camping
8	Kanot och kajak i inlandet	17	Campingplatserna i inlandet ex. Ullared camping, Jälluntofta camping, Vallsnäs camping
9	Golf ex. golfklubbarna i Halmstad, Kungsbacka,	18	Shopping ex. GEKÅS Ullared, Hede Fashion Outlet

Extramaterial

Prioriteringsanalys – Semestermål Sverige totalt - Weekendresa

Q12. Vi vill veta hur du ser på hela Sverige som en semestermål. Hur **intressant** är det för dig att åka till Sverige på ... **weekendsemester** (topbox 5-7)

Q13A. Du åker på semester i olika länder av olika skäl. Hur **viktigt** skulle följande vara om du åkte på semester i Sverige? (medelvärde)

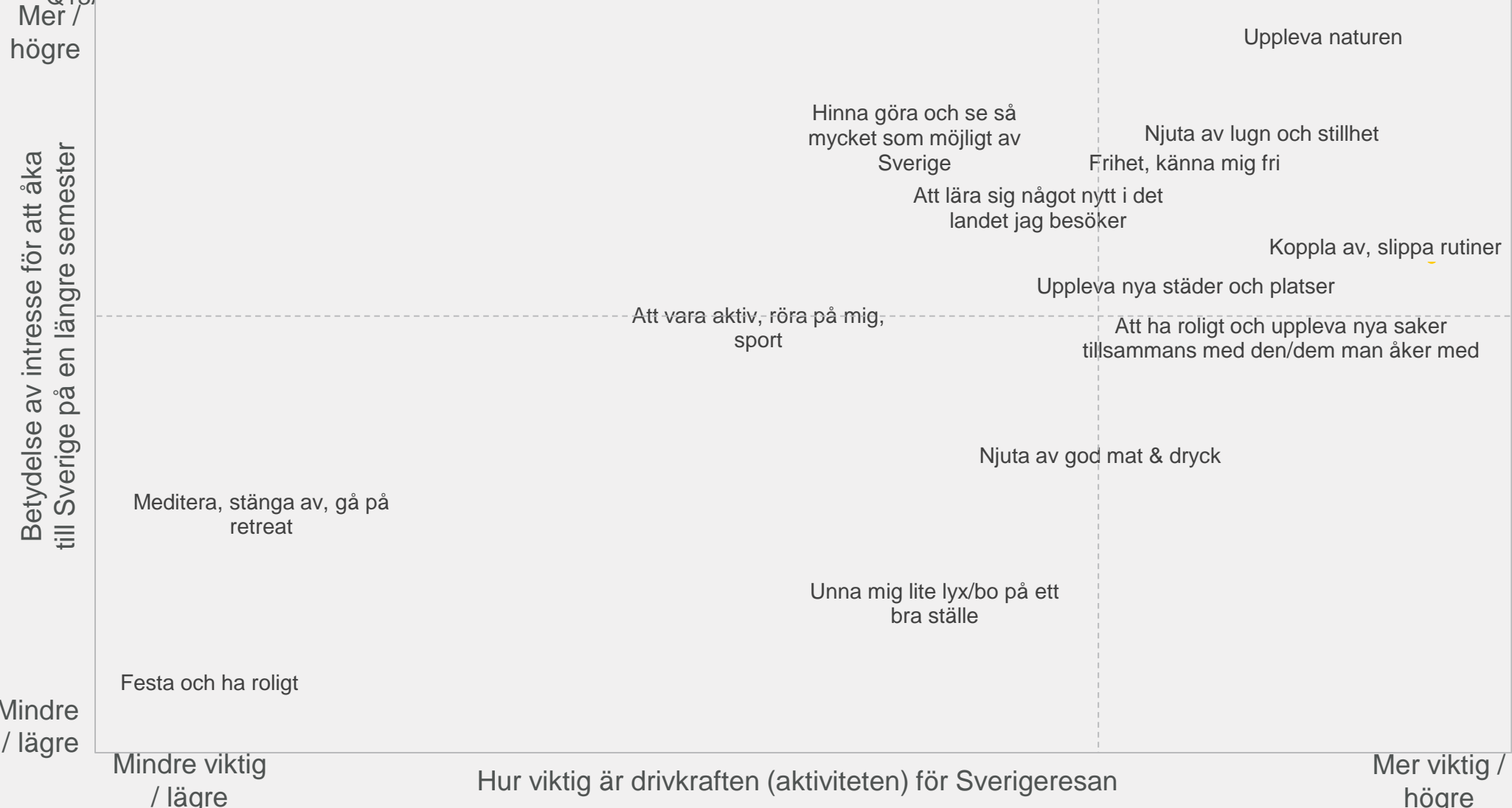


I dessa diagram tittar vi på drivkrafterna för ett Sverigebesök generellt fördelat på weekendresa och en längre semester. Vi ser i de båda analyserna (på denna och nästa bild) att drivkrafter som att koppla av, slippa rutiner, att känna sig fri och njuta av god mat & dryck får störst betydelse vid en weekendresa till Sverige medan (på följande bild) vi ser att man i hög grad prioriterar att uppleva naturen, hinna göra så mycket som möjligt och att lära sig något nytt i landet vid en längre semesterresa. Ett delvis annat fokus därmed beroende på reselängd.

Prioriteringsanalys – Semestermål Sverige totalt – Längre semester

Q12. Vi vill veta hur du ser på hela Sverige som en semestermål. Hur **intressant** är det för dig att åka till Sverige på ... **längre semester** (topbox 5-7)

Q13A. Du åker på semester i olika länder av olika skäl. Hur **viktigt** skulle följande vara om du åkte på semester i Sverige? (medelvärde)



Visit Sweden