

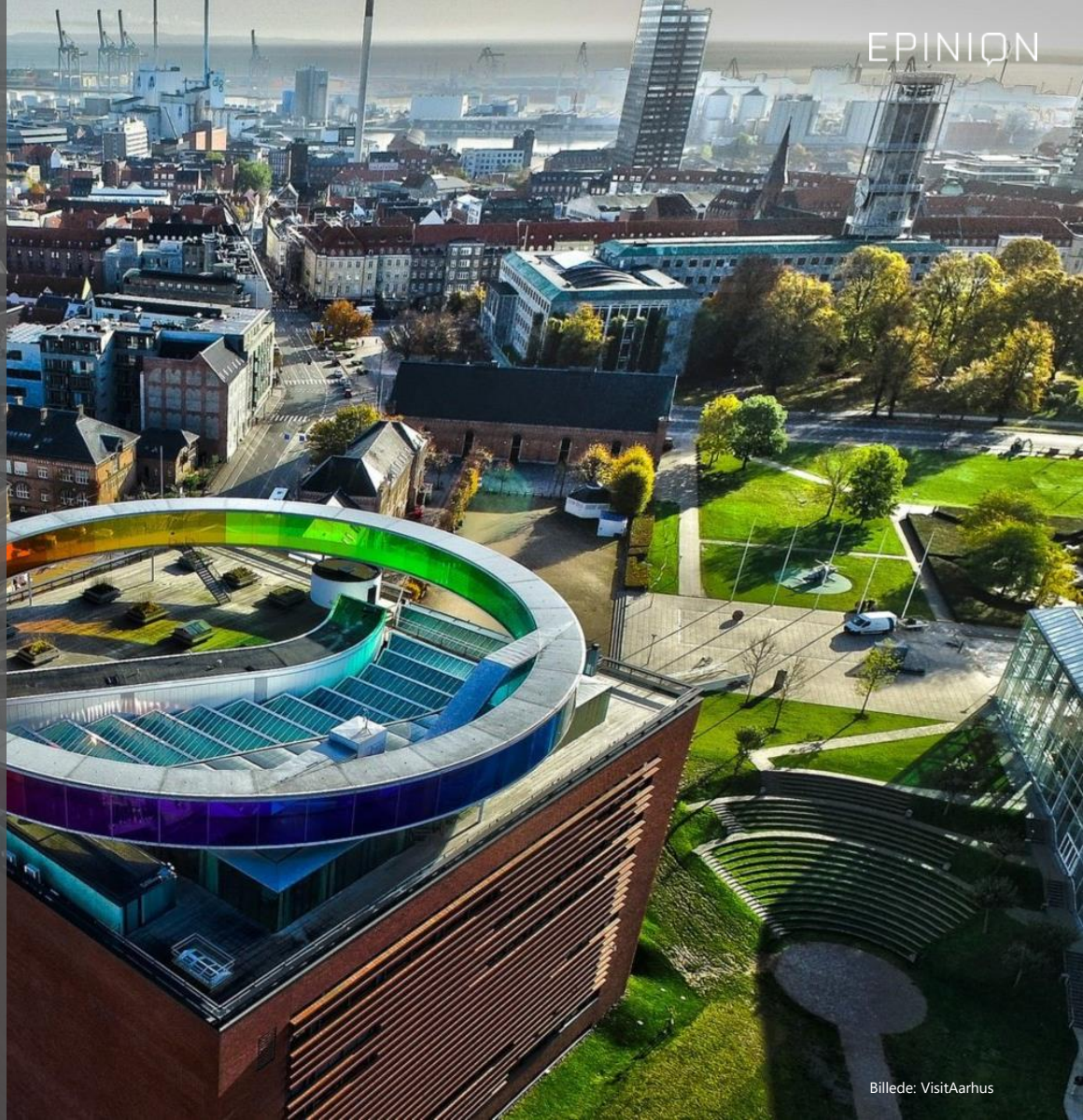


Visit Aarhus

IMAGE- OG BRANDANALYSE

RAPPORT

FEBRUAR 2018



INDHOLDSFORTEGNELSE

3	INTRODUKTION
4	BAGGRUND OG METODE
5	HOVEDKONKLUSIONER
7	TURISTERS REJSEVANER
13	KENDSKAB TIL DANSKE BYER
16	ASSOCIATIONER TIL AARHUS
23	OPFATTELSE AF AARHUS IFHT DANSKE KONKURRENTER
30	PROFILER AF POTENTIELLE TURISTER
40	ATTRAKTIONER OG BEGIVENHEDER I AARHUS
42	EUROPÆISK KULTURHOVEDSTAD 2017



INTRODUKTION

BAGGRUND OG METODE

Introduktion til undersøgelsen

BAGGRUND OG FORMÅL

VisitAarhus har over de seneste år oplevet en imponerende fremgang i såvel international omtale som internationale turistovernatninger. Nye attraktioner, titlen som europæisk kulturhovedstad, en stærkere gastronomisk position mv. har bidraget til positiv omtale af Aarhus. Som input til arbejdet med fortsat at styrke Aarhus' tiltrækning af internationale turister på et opdateret videngrundlag, er der behov for at afdække Aarhus aktuelle markedsposition på de vigtigste nærmarkeder.

Formålet med undersøgelsen er at opnå en præcis viden om Aarhus' aktuelle position som feriedestination blandt de potentielle ferieturister på de centrale nærmarkeder samt internt i Danmark. Nærmarkederne er Norge, England, Sverige, Tyskland og Holland.

Rapporten her giver indblik i, hvor stort kendskabet er til Aarhus og det, som Aarhus tilbyder, samt hvad de potentielle besøgende forbinder med byen. Ydermere vurderes Aarhus i forhold til de vigtigste danske konkurrenter, og i dette tilfælde hvad Aarhus' USP'er er i turisternes perspektiv. Afslutningsvis findes et indblik i, hvilke behov, præferencer eller barrierer, der er afgørende ift. at vælge/fravælge Aarhus som storbydestination.

DATAGRUNDLAG OG METODE

Undersøgelsen er gennemført som en webbaseret spørgeskemaundersøgelse blandt tilfældigt udvalgte personer i de seks lande. Alle interviews er gennemført i perioden 5. januar til 18. januar 2018. I nogle lande er der kun gennemført interviews i områder, hvor VisitAarhus har fokuseret sin markedsføring. Når der i denne rapport refereres til et land, fx Sverige, er resultaterne altså kun for personer bosat i de nedenfor nævnte områder og altså ikke hele Sverige.

Svarene er vejet på køn, alder og geografi indenfor hvert land, for at gøre stikprøven repræsentativ for hele den gruppe af mennesker, der bor i det undersøgte område.

Land	Antal interviews	Områder
Danmark	626	Hele landet
Norge	717	Sogn og Fjordane, Hordaland, Rogaland, Aust-Agder, Vest-Agder, Vestfold, Østfold, Telemark, Oslo, Akershus
England	755	Greater London
Sverige	697	Västra Götalands Län, Jönköping Län, Hallands Län, Stockholms Län
Tyskland	665	Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen og Niedersachsen
Holland	796	Hele landet



KONKLUSIONER

HOVEDKONKLUSIONER

Kendskab og interesse

- 83 % af danskerne siger, at de kender lidt til Aarhus, kender Aarhus godt eller kender Aarhus meget godt. Det er noget flere end for Aalborg og Odense, men færre end for København. Når der ses på de udenlandske markeder er der stadig størst kendskab til København, men i udlandet er kendskabsgraden til Aarhus, Aalborg og Odense nogenlunde på samme niveau.
- Samme billede ses, når der spørges til sandsynligheden for, at turister tager til Aarhus inden for de kommende tre år. Igen er Aarhus næstmest populær i Danmark efter København, mens der ikke findes specielt store forskelle på Aarhus, Odense og Aalborg på de udenlandske markeder.
- Danske turister, der vurderer, at de vil tage på ferie i Aarhus siger, at det er mest sandsynligt, at de vil tage en endagsferie til Aarhus fra deres egen bopæl. Udenlandske turister vurderer, at det er mest sandsynligt, at de vil tage en endagstur eller 1-2 overnatninger i Aarhus i forbindelse med en anden ferie i Danmark.
- På tværs af markeder lægger turisterne især vægt på atmosfæren i en by og at den er nem at komme rundt i, når de skal sige hvad der er vigtigt for dem i forbindelse med en byferie. Det er altså vigtigt at fremstå som en tryk by med en venlig lokalbefolkning, men også som en by, hvor det er nemt for turisterne at komme til byen og at komme rundt i byen. Alle sammen egenskaber som Aarhus har og kan kommunikere.

Associationer til Aarhus og andre danske byer

- Danske turister forbinder især Aarhus med kulturelle institutioner som ARoS og Den Gamle By. Desuden fremhæver de, at Aarhus i det hele taget har meget kultur og er en hyggelig by. De udenlandske turister fremhæver især, at Aarhus er en venlig og hyggelig by med muligheder for god mad. Igen nævnes Den Gamle By som en attraktioner en del forbinder med Aarhus.
- Sammenlignet med København forbinder danskerne i højere grad Aarhus som en universitetsby, en lille storby og som en by der er billigere end København. Danskerne forbinder dog i højere grad København med gastronomi, kunst og kultur og have oplevelsesmuligheder for hele familien.
- De udenlandske turister forbinder overordnet København med flere egenskaber end Aarhus. Dog opfatter tyskere, nordmænd og hollændere i højere grad Aarhus som en lille storby, og de udenlandske turister forbinder også Aarhus med at være lige så afslappende som København.
- København opfattes dog både af danske og udenlandske turister som dyr i markant højere grad end Aarhus. Dette indikerer altså en konkurrencefordel, hvis Aarhus kan kommunikere dette sammen nogle af de særlige kulturelle tilbud, atmosfære og gode infrastruktur, som turisterne lægger vægt på, når de skal vælge destination for deres byferie.

Attraktioner og begivenheder

- Det er hovedsagelig kulturelle oplevelser og familievenlige attraktioner, som både de danske og udenlandske turister kender. Danske turister nævner især Den Gamle By, ARoS og Tivoli Friheden. Udenlandske turister kendes især Den Gamle By og Vikingemuseet. Blandt de der kender attraktionerne er der blandt de danske og udenlandske turister især et ønske om at besøge Den Gamle By.
- Blandt danskerne er den mest kendte begivenhed i Aarhus Festuge. Blandt de udenlandske turister er de mest kendte begivenheder Jul i Aarhus og Aarhus Jazzfestival.
- Cirka fire ud af ti danskere forbinder Aarhus med Europæisk Kulturhovedstad Aarhus 2017 når de spørges til dette som en af flere ting, de kan sige, de forbinder Aarhus med. Når de spørges mere direkte til, om de har hørt om Europæisk Kulturhovedstad Aarhus 2017 svarer knap 70 % dog ja. Danskerne har primært hørt om dette via enten reklamer eller indslag i radio, tv, aviser eller lignende.
- Blandt de udenlandske markeder kan mellem 6 % (Sverige) og 20 % (Tyskland) huske at have hørt om Europæisk Kulturhovedstad Aarhus 2017.

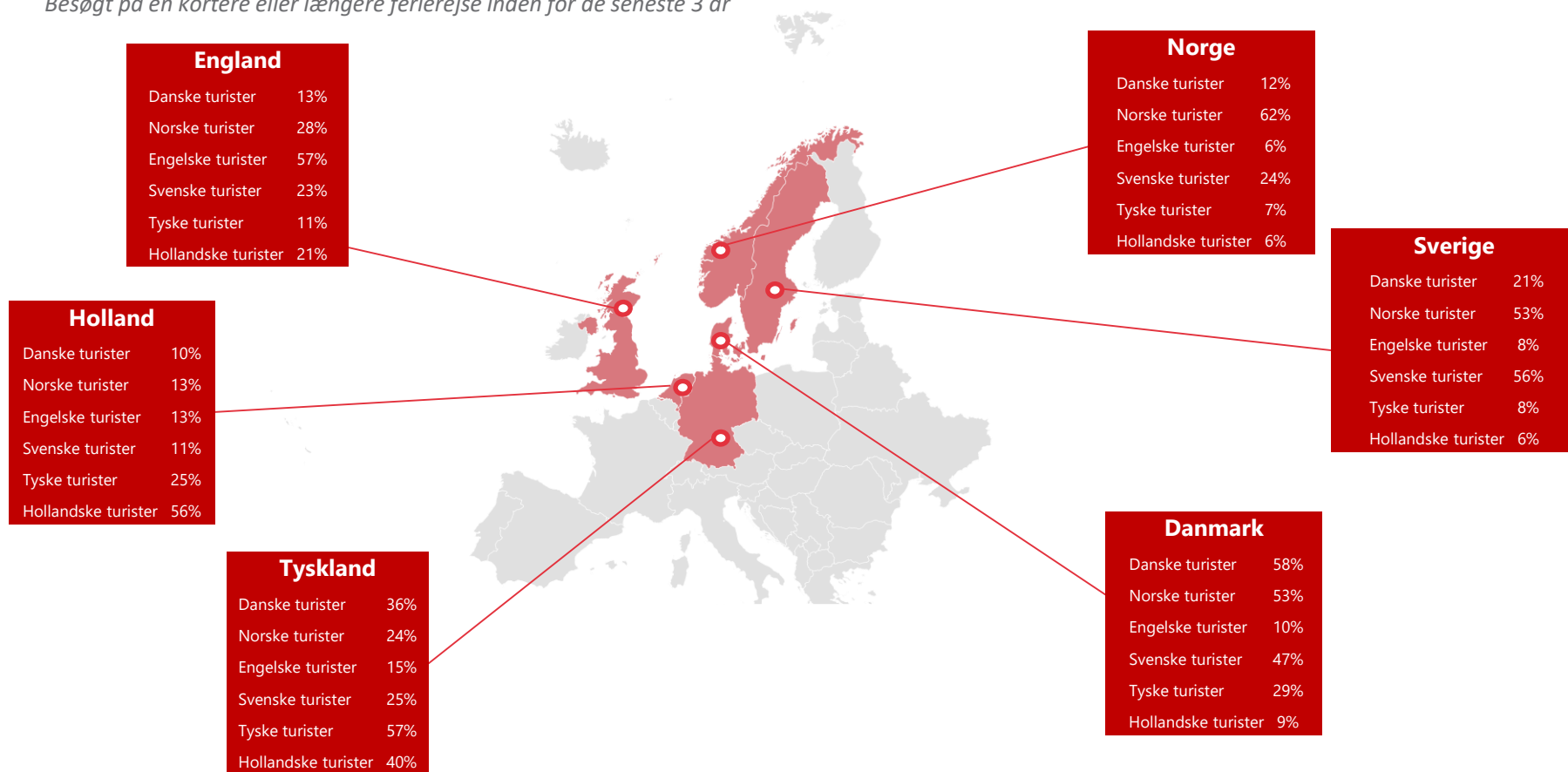


TURISTERS REJSEVANER

FERIEREJSER TIL DE 6 NÆRMARKEDER

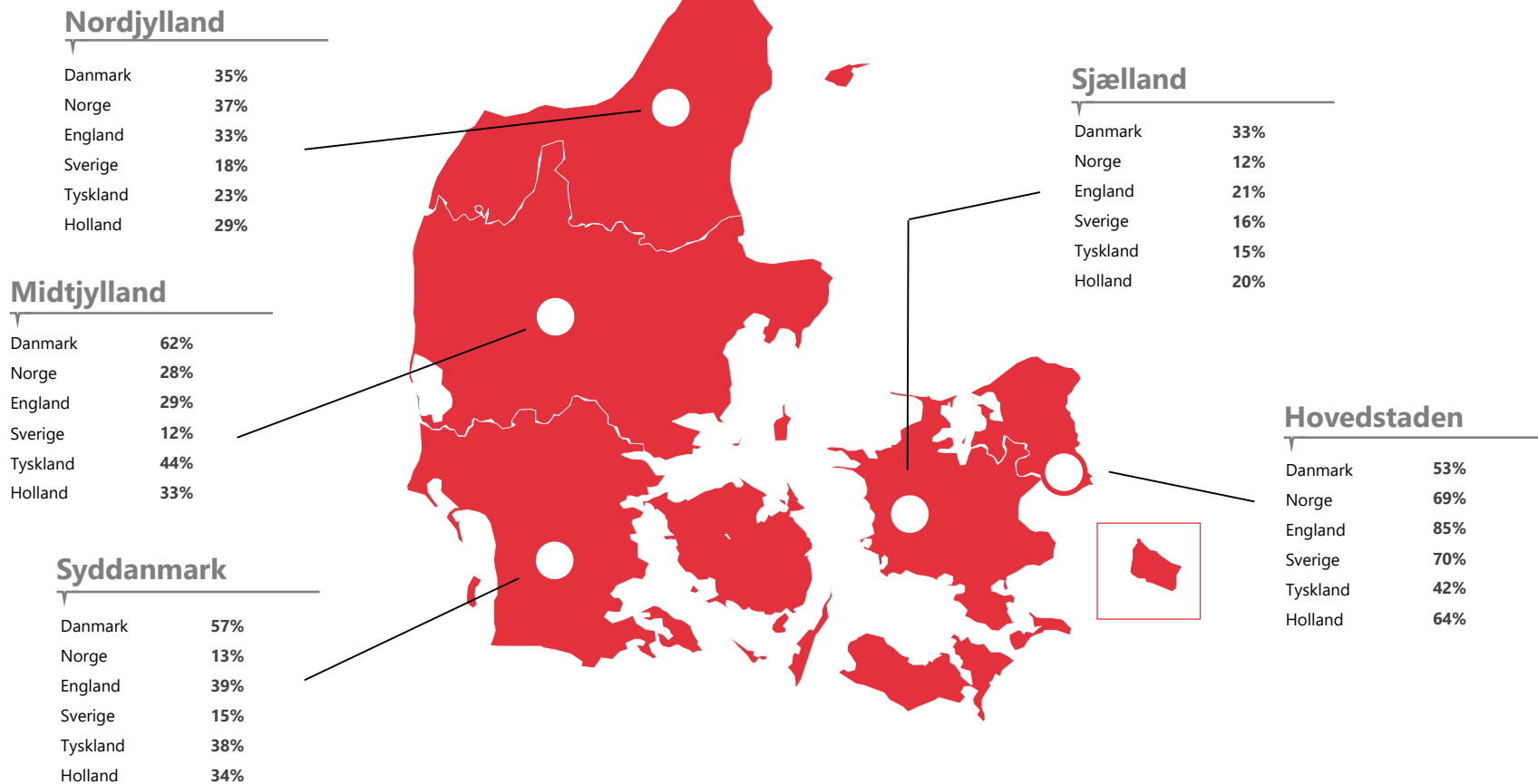
Procentsatserne viser andelen af turister fra de enkelte markeder, der har besøgt landet. Besøgsandelene for svenskere og tyskere ligner i høj grad andelen der blev fundet i målingen fra 2014.

Besøgt på en kortere eller længere ferierejse inden for de seneste 3 år



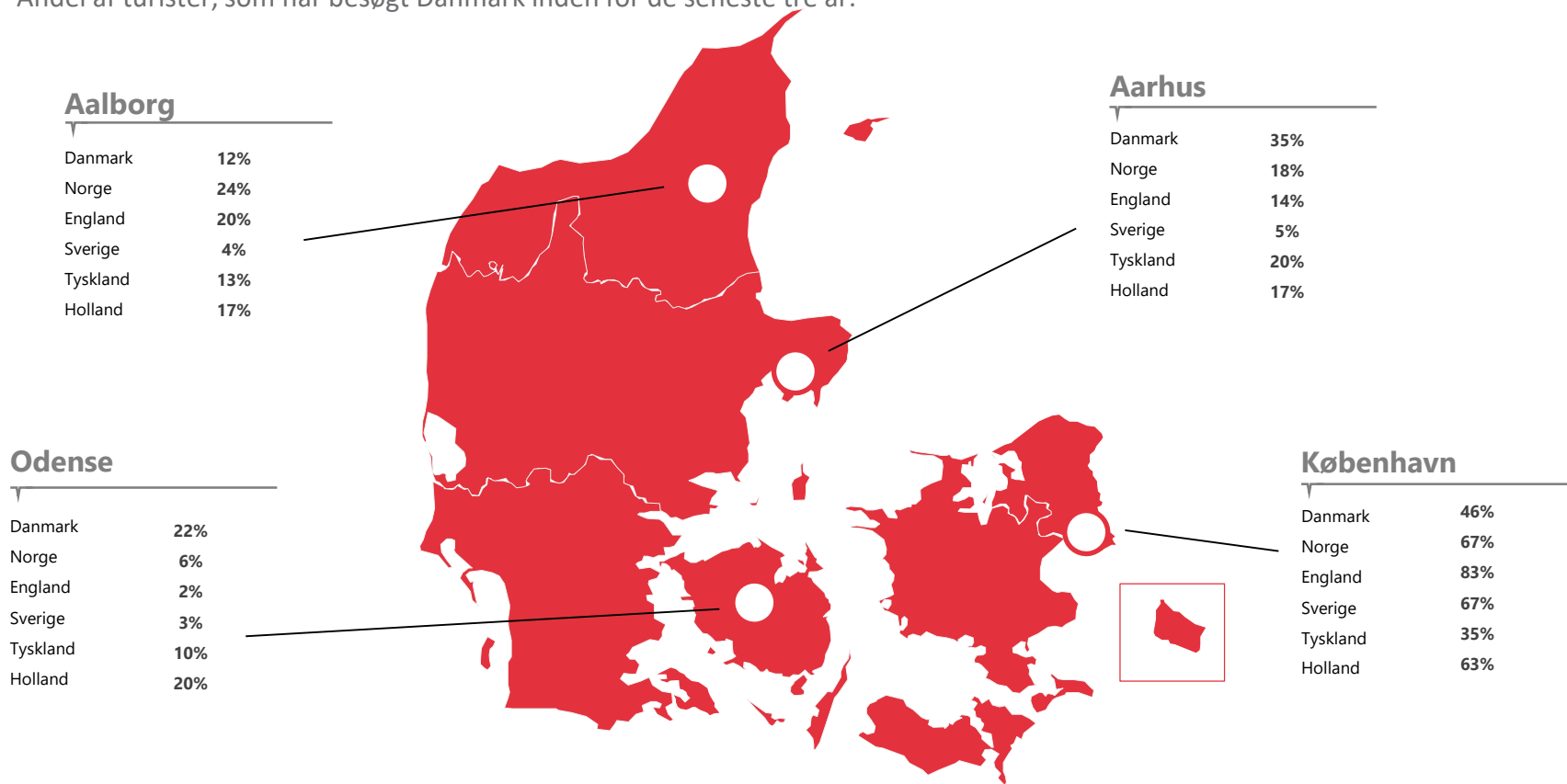
BESØGSFORDELING I DANSKE REGIONER

Procentsatserne viser andelen af turister fra de enkelte markeder, der har besøgt regionen inden for de seneste tre år. Andel af turister, som har besøgt Danmark inden for de seneste tre år.



BESØGSFORDELING I DE DANSKE STORBYER

Procentsatserne viser andelen af turister fra de enkelte markeder, der har besøgt byen inden for de seneste tre år. Andel af turister, som har besøgt Danmark inden for de seneste tre år.



HVAD ER VIGTIGT FOR TURISTER, NÅR DE SKAL PÅ FERIE?

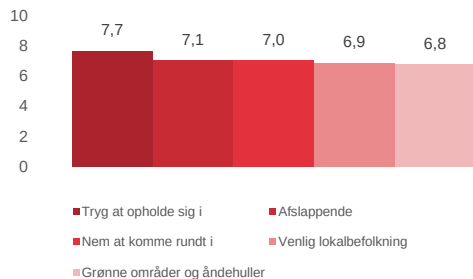
PÅ TVÆRS AF MARKEDER ER DER ENIGHED OM, AT DET VIGTIGSTE PARAMETER FOR AT VÆLGE EN BYFERIE ER, AT BYEN ER TRYK AT OPHOLDE SIG I.

På alle seks markeder svarer turisterne, at det vigtigste for dem når de vælger en by at holde ferie i er, at den er tryk at opholde sig i. På tværs af markederne er der i det hele taget stor enighed om, hvilke forhold der er de vigtigste. Ud over tryk er det vigtigt, at det er nemt at komme rundt i byen, at folk er venlige og at byen føles afslappende. Emotionelle faktorer som, at byen er tryk, afslappende og at lokalbefolkningen er venlig og imødekommende kan umiddelbart være svære at påvirke, men viser, at stemningen og følelsen i byen angives som vigtige parametre for at vælge en by som feriedestination. Oplevelsen af, at byen er nem at komme rundt i og nem at komme til med offentlig transport er til gengæld nogle fordele, som Aarhus kan arbejde med.

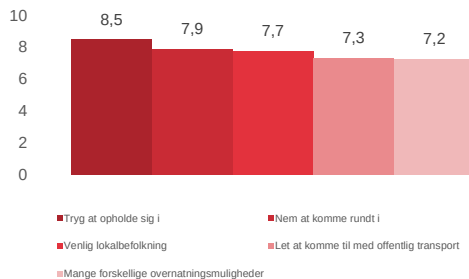
De faktorer, som turisterne angiver som mindst vigtige handler om, at byen skal være international, at der skal være musikarrangementer og at der skal være mulighed for at dyrke motion og være aktiv. Det er altså ikke vigtigt for turisternes generelle valg af by, at der er mulighed for bestemte aktiviteter eller at byen nødvendigvis skal være international. Ofte lægger turister vægt på at opleve det nære og autentiske, når de rejser ud.

Hvor vigtigt er følgende for dig, når du tager på byferie? At byen er...

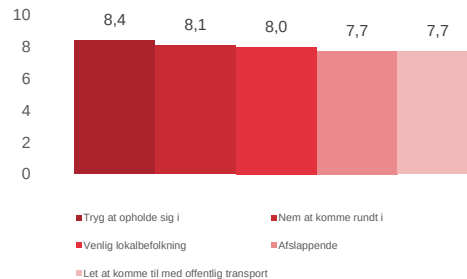
Danmark



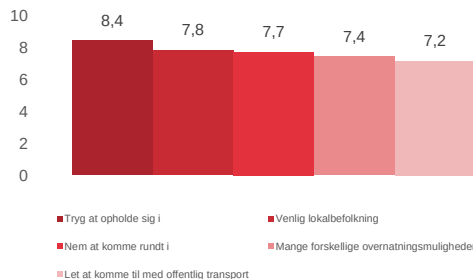
Norge



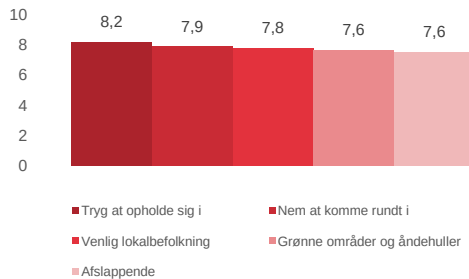
England



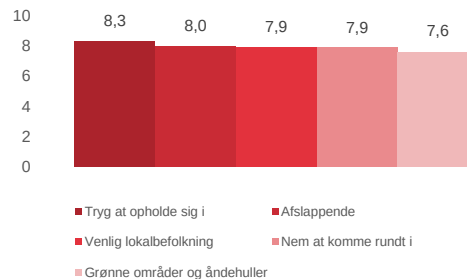
Sverige



Tyskland



Holland



SAMMENLIGNING MED DE KONKURERENDE DESTINATIONER

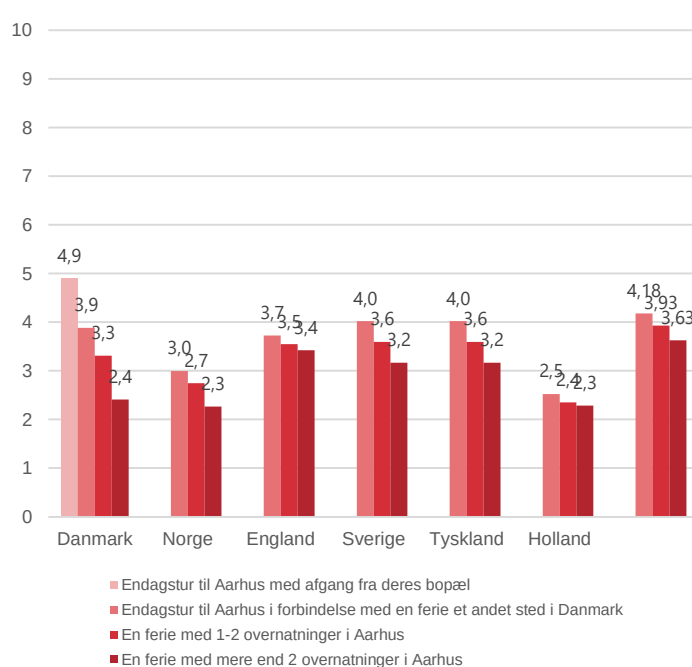
POTENTIELLE TURISTER PÅ NÆRMARKEDERNE SER DET SOM MEST SANDSYNLIGT, AT DE REJSER TIL KØBENHAVN DE NÆSTE ÅR

På det danske marked indtager Aarhus en ret sikker position som nummer to efter København i forhold til, hvor sandsynligt danske turister vurderer det er, at de tager på en rejse til byen i løbet af de kommende tre år. Også når der ses på nærmarkederne er København den by, der vurderes som mest sandsynlig at man besøger inden for de kommende tre år. På de fleste nærmarkeder adskiller Aarhus sig derimod ikke specielt meget fra Aalborg og Odense. Det ser altså ikke ud til at turister på disse markeder vurderer det som mere sandsynligt, at de besøger Aarhus inden for de nærmeste tre år sammenlignet med Aalborg og Odense. Som det blev fundet ovenfor har en noget større andel af turisterne i nærmarkederne dog besøgt Aarhus inden for de seneste tre år sammenlignet med Odense og Aarhus.

Hvor sandsynligt er det, at du eller din husstand inden for de næste tre år tager på en kortere eller længere ferierejse eller en dagstur til Aarhus, København, Odense og Aalborg?



Hvor sandsynligt er det, at du tager til Aarhus inden for de næste tre år. Hvilken type ferie tager du sandsynligvis på?





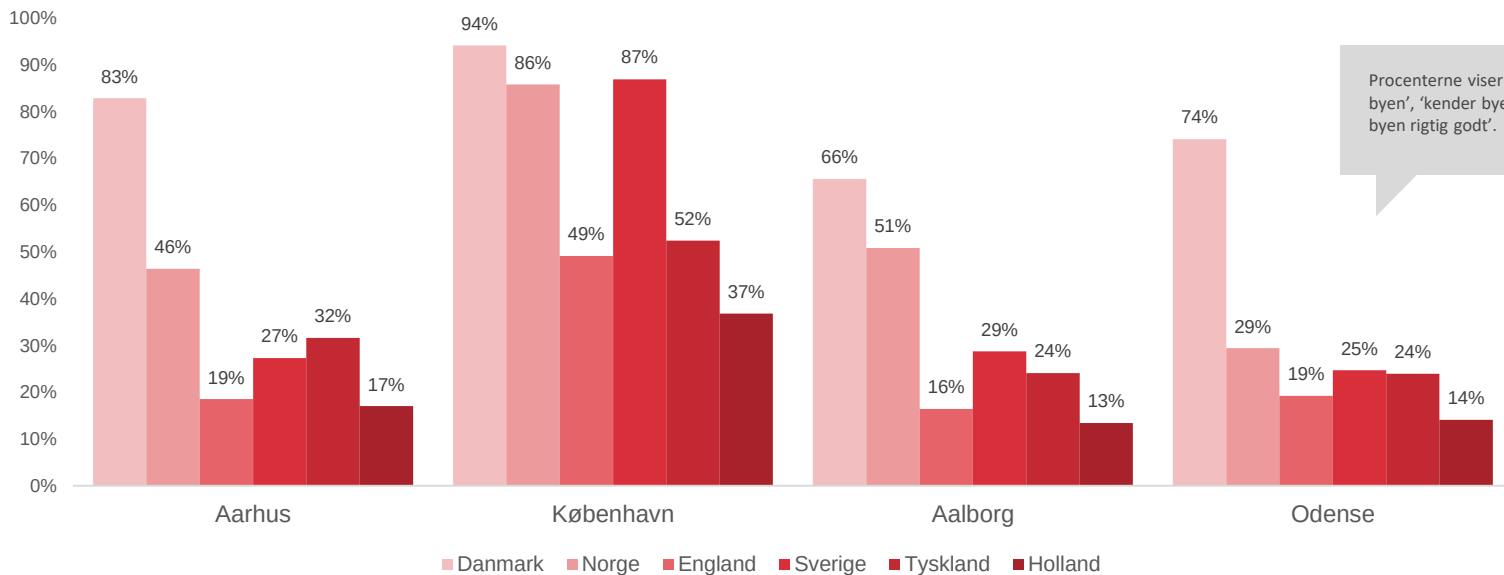
KENDSKAB TIL DANSKE BYER

KENDSKABET TIL DANSKE BYER

KENDSKABET TIL AARHUS I UDLANDET AFVIGER IKKE MEGET FRA KENDSKABET TIL DE ØVRIGE DANSKE BYER

Blandt danskerne ligger Aarhus også på en pæn andenplads i forhold til, hvor godt folk kender byen. På de udenlandske markeder er der igen en tendens til, at København er den mest kendte by, mens der ikke er specielt stor forskel på Aarhus, Odense og Aalborg. Alle tre byers kendskabsgrad er nogenlunde ens når der ses på de fem markeder uden for Danmark, mens kendskabet til København er markant højere end til Aarhus, Odense og Aalborg. Ligesom da der blev set på sandsynligheden for besøg ser det altså ikke ud til, at Aarhus for alvor har markeret sig i så høj grad i udlandet, at man har formået at øge sin kendskabsgrad relativt til Odense og Aalborg.

Hvor godt kender turisterne de danske byer?

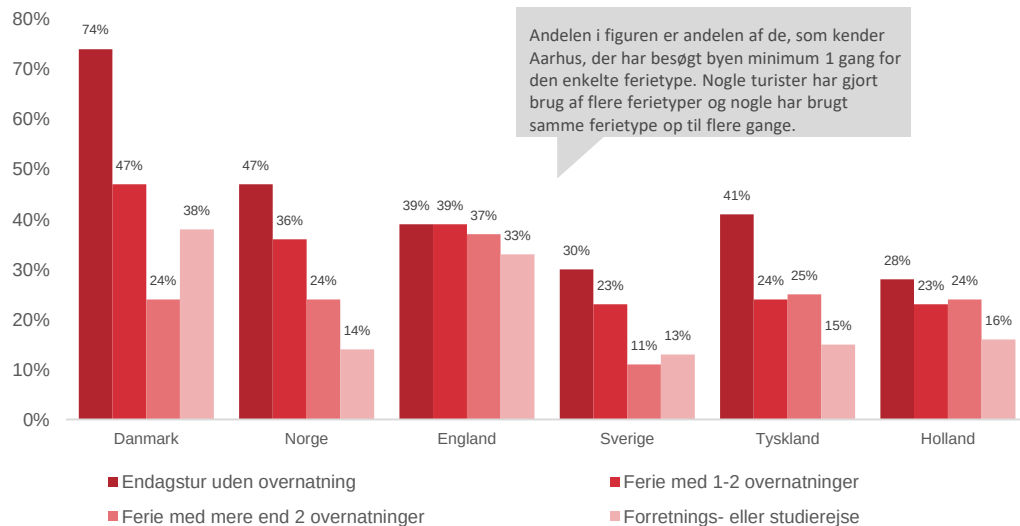


AARHUS SOM TURISTDESTINATION

AARHUS BESØGES OFTEST PÅ EN ENDAGSTUR UDEN OVERNATNING, NÅR DANSKE ELLER UDENLANDSKE TURISTER ER PÅ FERIEREJSE I AARHUS

Generelt set tager flest turister til Aarhus i form af en endagstur, hvor overnatning i Aarhus altså ikke er inkluderet. Blandt de danske turister har 74% af de, der kender Aarhus besøgt byen på den måde. Næsten halvdelen af de danske turister har besøgt Aarhus på en kortere rejse med 1-2 overnatninger, mens hver fjerde siger, at de har været på ferie i byen med mere end to overnatninger. Tendensen til, at turisterne hyppigste form for besøg i Aarhus er endagsture ses også for de norske, svenske og tyske turister. For det engelske marked og til dels også det hollandske marked er tendensen, at der ikke er en foretrukken måde at besøge Aarhus på, blandt de, som kender byen.

Har du besøgt Aarhus på følgende type turer?

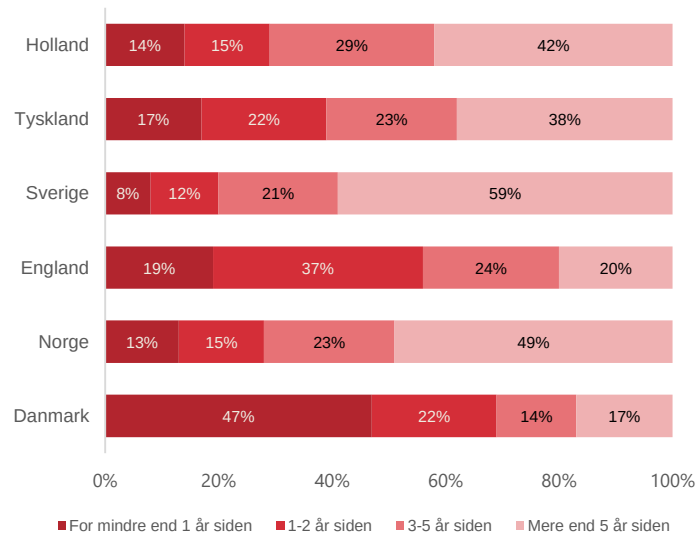


Procentandel af de, som kender Aarhus

DANSKERNE TOPPER I GENBESØG

Knap 50% af de danske turister, der har besøgt Aarhus, har besøgt byen inden for det seneste år. For de udenlandske markeder ses en hvis forskel, hvor især briterne skiller sig ud ved, at en relativt stor andel har besøgt Aarhus inden for de seneste to år. Modsat ses der for det norske og svenske marked, at en stor del af turisterne, som har besøgt Aarhus har gjort det for mere end fem år siden. En udlægning af tallene kan være, at nordmænd og svenskere har besøgt Aarhus en gang tidligere, og er kun i begrænset omfang vendt tilbage for at opleve Aarhus i løbet af de seneste år.

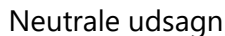
Hvornår besøgte du sidst Aarhus?

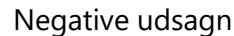
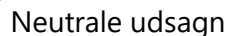


Procentandel af de, som har besøgt Aarhus



ASSOCIATIONER TIL AARHUS

[illegible]

[illegible]

[illegible][illegible]

EXPENSIVE

COLD

GOING NONE DULL HELLO IDEA BORING

HEU UNFRIENDLY UNKNOWN TOURIST

NOTHING SDFSDFSDFSDFSDFSDFS FLEXIBLE

FOOTBALL AARHUS THOUGHT

HAVENT HOT NIL ZILCH HOLIDAY

NEVER

FGHJ GOOD

Negative udsagn

Negative udsagn

61% af de udsagn svenskerne har givet er positive, 33% er neutrale, og 6% er negative. Svenske turister forbinder destinationen Aarhus med gastronomi og madoplevelser herunder øl og smørrebrød. Desuden er det følelser som behagelig og hyggelig. Også en lille andel svenske turister forbinder Aarhus med dets geografiske karakter herunder vand, danske natur og hav. De negative associationer er, at Aarhus anses som værende en dyr og kedelig destination.



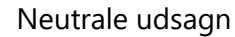
Positive udsagn



Neutrale udsagn



Negative udsagn

[illegible]

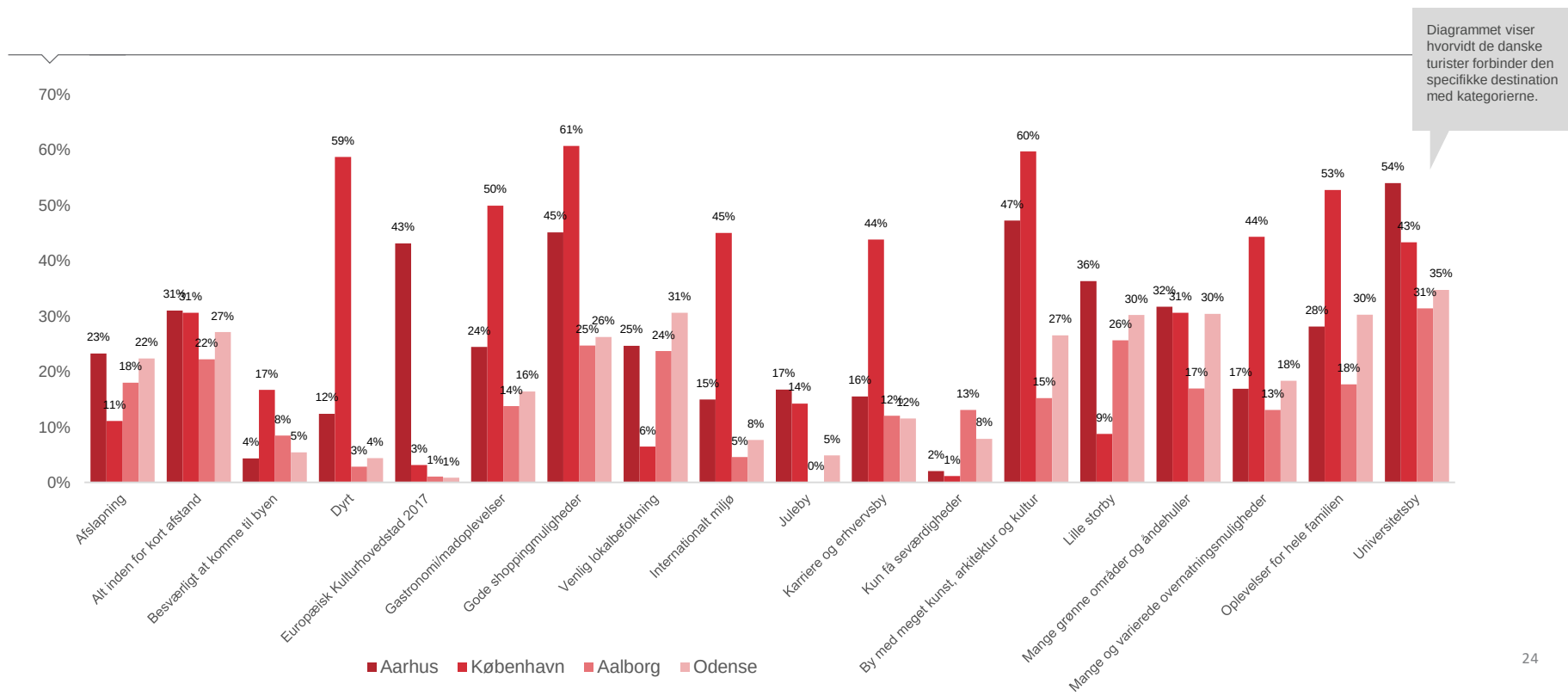
[illegible]



OPFATTELSE AF AARHUS SAMMENLIGNET MED KØBENHAVN, AALBORG OG ODENSE

DANMARK

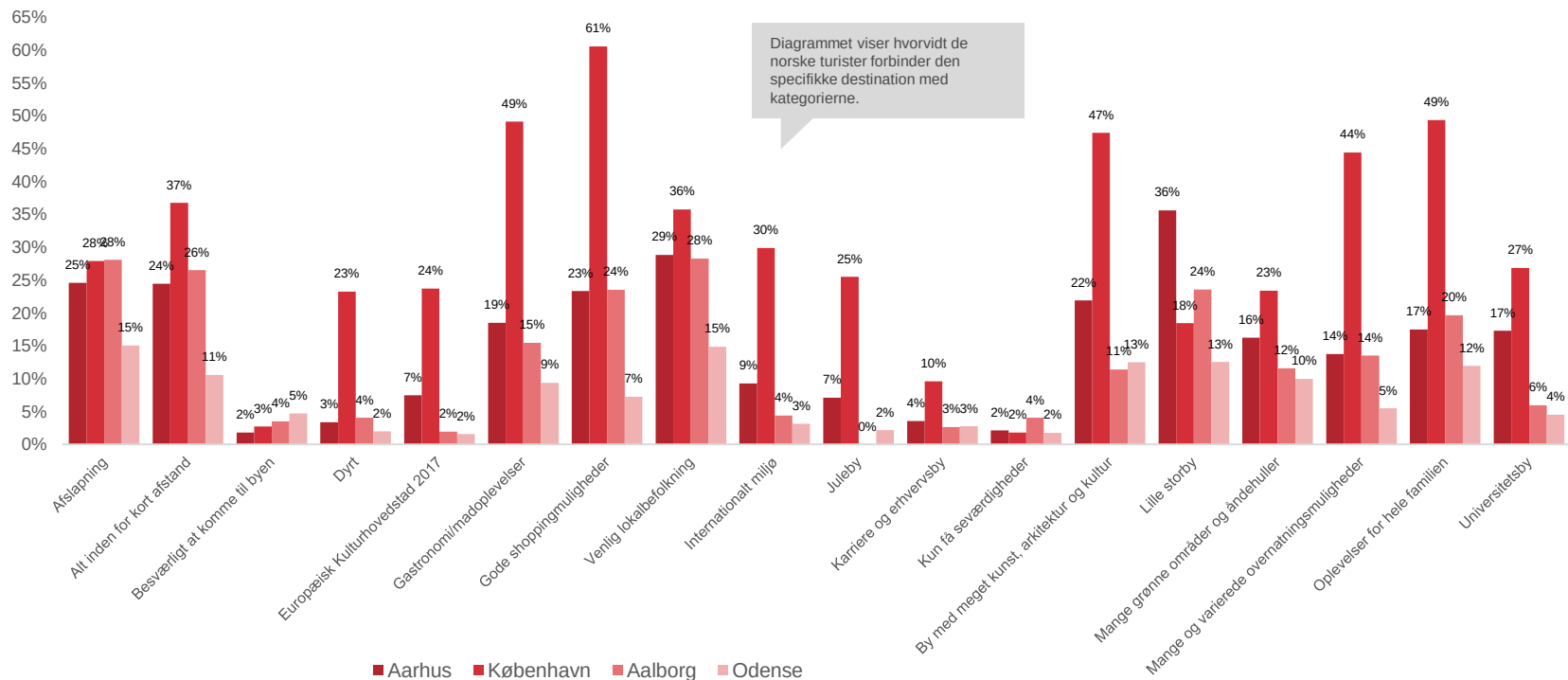
Omkring hver 2. dansker associerer Aarhus med Europæisk Kulturhovedstad 2017. Ydermere er det over 50% af danskerne, der har den opfattelse, at Aarhus er en universitetsby. Dette indikerer, at Aarhus i højere grad er defineret af sit universitet end de øvrige byer, som også har hver deres universitet. Denne opfattelse understreger vigtigheden af VisitAarhus promovering på området, som de fortsat gør bl.a. i forhold til aktiviteter, attraktioner og seværdigheder, der specifikt kunne have interesse for studerende. Aarhus er desuden på niveau med København i forhold til opfattelsen af en by med mange grønne områder, alt inden for kort afstand. Og Aarhus adskiller sig også positivt fra Aalborg og Odense i forhold til at være en by med meget kunst, arkitektur og kultur. Ellers er det generelt København, som vurderes til i størst grad af have gode shoppingmuligheder, gode madoplevelser, varierende overnatningsmuligheder og oplevelser for hele familien. Men København vurderes også som dyr og i mindre grad have en venlig lokalbefolkning.



NORGE

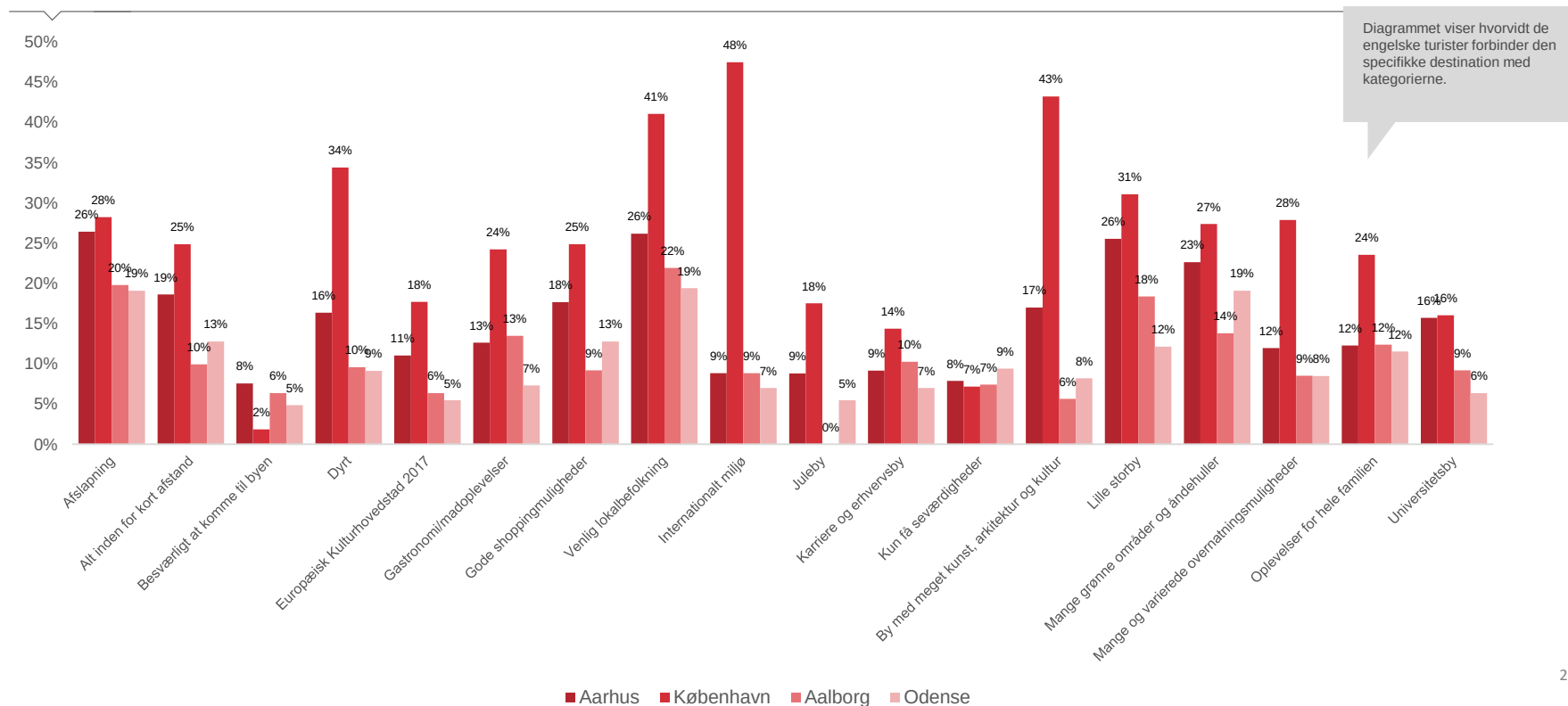
Set over hele linjen tager Aarhus en andenplads efter København i forhold til de enkelte parametre. Nordmændene forbinder til en vis grad Aarhus med en venlig lokalbefolkning, gode shoppingmuligheder, afslapning, rigelig med seværdigheder og en by med kunst, arkitektur og kultur. Majoriteten af norske turister forbinder dog størstedelen af de enkelte faktorer mere med København end de konkurrerende destinationer. Der er dog visse parametre, hvor Aarhus og København ikke varierer i så stor grad. Hver 4. norske turist forbinder Aarhus med muligheden for at slappe af, hvilket er på niveau med København. Dog mener hver fjerde norske turist, at det er København, der er europæisk kulturhovedstad i 2017. Det lader altså ikke til, at særlig mange af de norske potentielle turister har opdaget, at Aarhus er europæisk kulturhovedstad.

Pris er en vigtig faktor i beslutningsprocessen. Kun 3% af de norske turister mener, at Aarhus er dyr at opholde sig i, hvor det er knap 25% der mener, København er dyr. Her ser Aarhus altså ud til at have en konkurrencefordel i forhold til København.



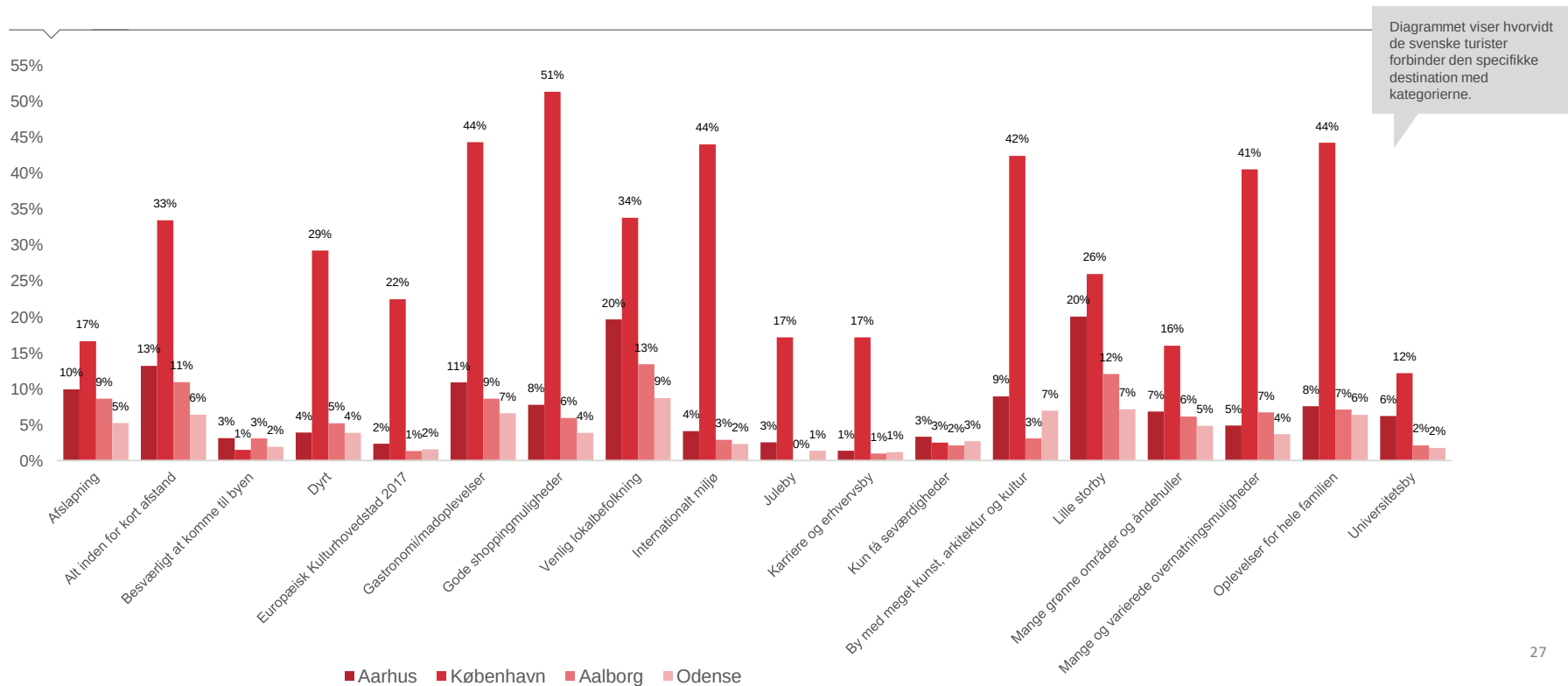
ENGLAND

Omkring hver fjerde af de potentielle britiske turister siger, at afslapning er noget, de forbinder med Aarhus, hvilket stort set er på niveau med København. Ydermere anses natur, grønne områder og åndehuller for rimelig sammenlignelige mellem Aarhus og København. De engelske turister opfatter dog i højere grad København som et sted med et internationalt miljø, en by med meget kunst, arkitektur og kultur samt varierende overnatningsmuligheder og oplevelser for hele familien sammenlignet med Aarhus. Dog opfatter en markant større del af de potentielle engelske turister København som dyr sammenlignet med de øvrige tre danske byer.



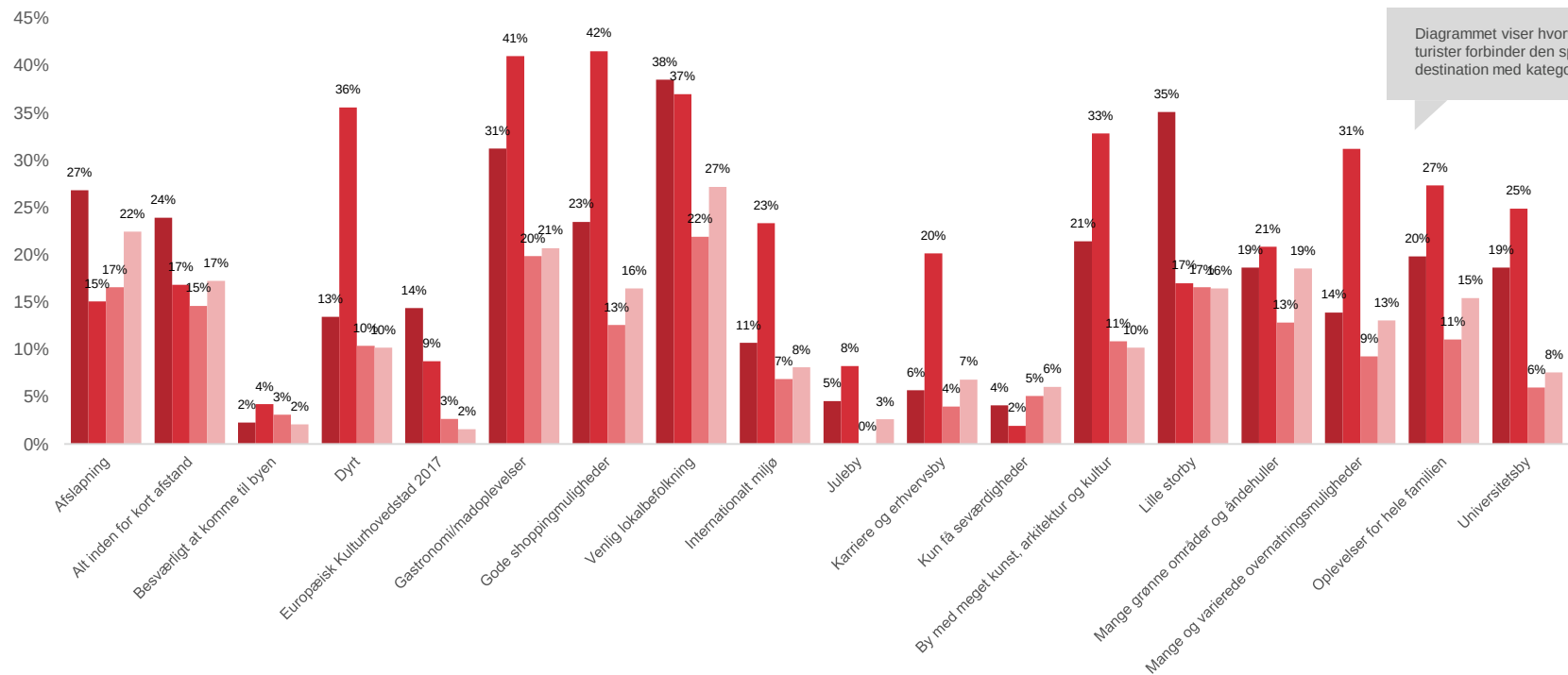
SVERIGE

Den svenske turist vurderer generelt set København markant højere end Aarhus på langt de fleste parametre. København anses som i højere grad at have alt inden for kort afstand, at have gastronomiske oplevelser, gode shoppingmuligheder, et internationalt miljø, værende juleby, have meget kunst og kultur, have varierende overnatningsmuligheder og have oplevelser for hele familien. Dette afspejler formegentligt også en noget lavere kendskabsgrad til Aarhus, Odense og Aalborg sammenlignet med København. Ligesom for nordmændene er der også en markant andel af de potentielle svenske turister som svarer, det er København som er europæisk kulturhovedstad. Og igen opfattes København som noget dyrere end Aarhus, hvilket igen indikerer, at der her er et parameter, som Aarhus muligvis kan konkurrere på.



TYSKLAND

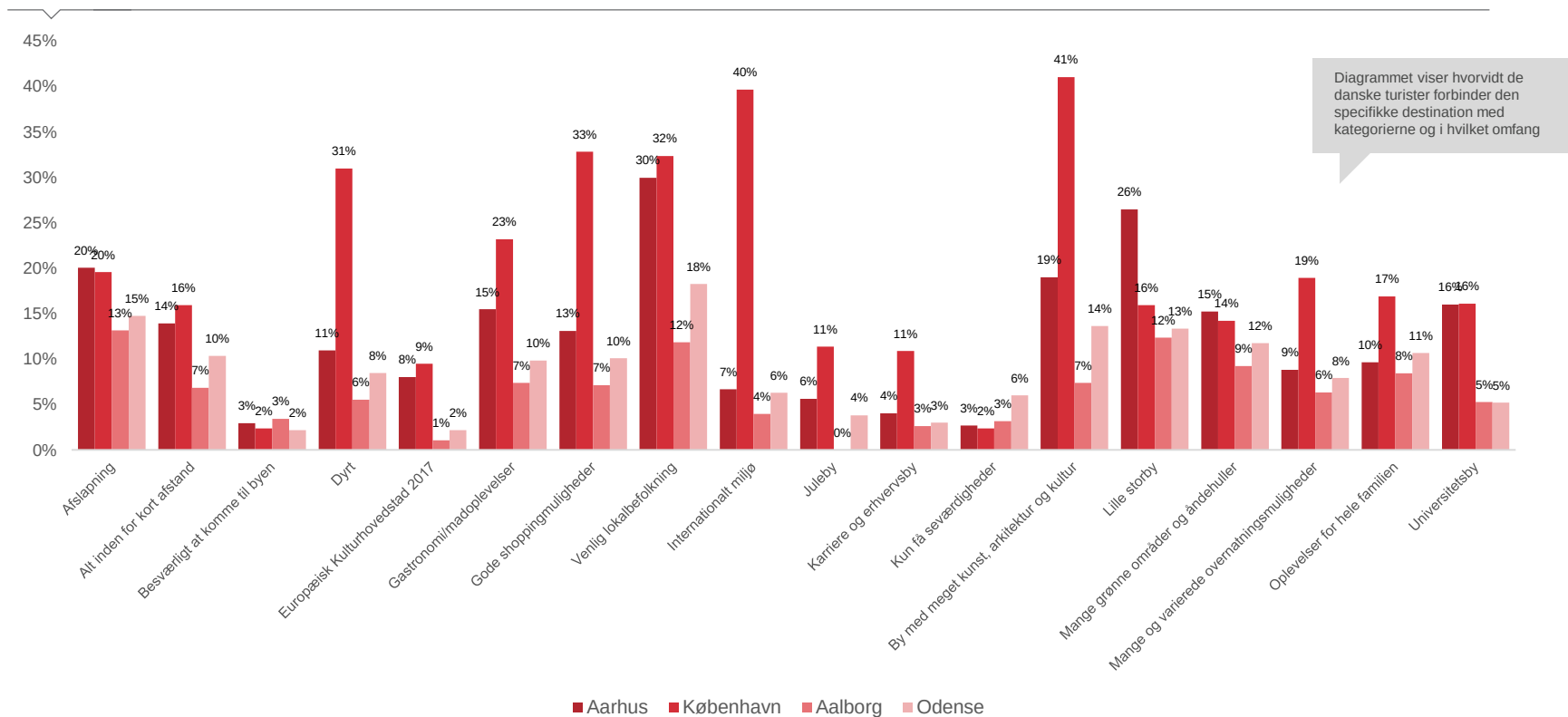
De potentielle tyske turister adskiller sig fra de andre nationaliteter ved at have en noget mere nuanceret opfattelse af de danske byer. De er i mindre grad tilbøjelige til overvejende at forbinde alle udsagn med København og i flere tilfælde i højere grad forbinde visse udsagn med Aarhus. Tyskerne forbinder i højere grad Aarhus end København med afslapning, alt inden for kort afstand og som værende en lille storby. Og modsat alle andre nationaliteter forbinder tyskerne i størst grad Aarhus med at være europæisk kulturhovedstad. Det er dog stadig kun hver syvende som svarer dette. København forbindes især med at have gode shoppingmuligheder, at have et internationalt miljø, kunst og kultur, varierende overnatningsmuligheder samt oplevelser for hele familien. Men København opfattes også som dyr. Det ser derfor ud til, at Aarhus har flere parametre at slå sig op på i forhold til at appellere til de tyske turister, da de allerede vurderer Aarhus som bedre end København på en række områder ud over prisen.



Diagrammet viser hvorvidt tyske turister forbinder den specifikke destination med kategorierne.

HOLLAND

Ligesom de tyske turister har de hollandske turister også et lidt mere nuanceret billede af Aarhus i forhold til København. Aarhus vurderes til i højere grad at være en lille storby, og de to byer vurderes lige i forhold til afslapning, alt inden for kort afstand, venlig befolkning og mange grønne områder. I forhold til Aarhus opfattes København særligt som et sted med gode gastronomiske oplevelser, gode shoppingmuligheder, et international miljø, kunst og arkitektur samt varierende overnatningsmuligheder og oplevelser for hele familien. Igen opfattes København dog som dyr. Igen ser Aarhus altså ud til allerede at klare sig godt på flere parametre blandt de hollandske turister, og kan med fordel fortsætte med at fremvise den side af byen i kampagner i Holland.





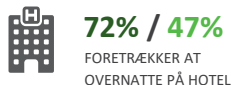
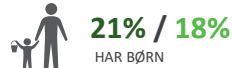
PROFILER AF POTENTIELLE TURISTER

KARAKTERISTIK AF POTENTIELLE DANSKE TURISTER

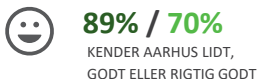
På denne side ses nærmere på gruppen af danske turister, som med stor sandsynlighed (mindst 7 på en skala fra 0-10) vil tage på ferie i Danmark inden for de næste tre år. Gruppen er interessant idet de allerede til en hvis grad har tilvalgt Danmark som feriedestination, og dermed mulige turister i Aarhus. Det er altså en gruppe, som VisitAarhus kan forsøge at få til at lægge hele eller dele af deres ferie i Aarhus. Herunder findes udvalgte karakteristika for gruppen sammenlignet med de øvrige turister fra Danmark. På den måde gives et billede af, hvad der adskiller danske turister med stor sandsynlighed for at besøge Danmark fra de øvrige danske turister.

- Høj sandsynlighed for at besøge Danmark inden for tre år
- Lav sandsynlighed for at besøge Danmark inden for tre år

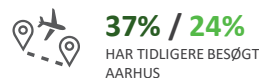
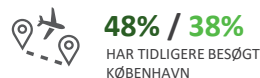
DEMOGRAFI OG REJSEVANER



KENDSKAB

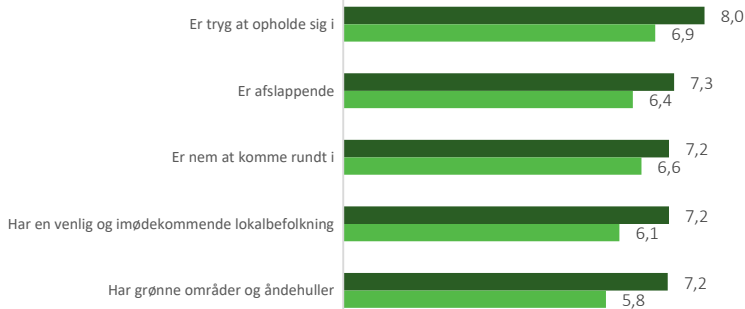


BESØG I KØBENHAVN OG AARHUS



TOP 5 EGENSKABER

DET ER VIGTIGT AT BYEN... [SKALA 0-10]



AARHUS FORBINDES MED...

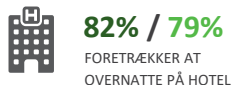
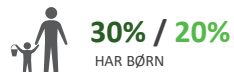
UNIVERSITETSBY
ET GODT ALTERNATIV TIL KØBENHAVN
EUROPÆISK KULTURHOVEDSTAD 2017
BY MED MEGET KUNST, ARKITEKTUR OG KULTUR
SLOGANET 'SMILETS BY' GODE SHOPPINGMULIGHEDER
MANGE GRØNNE OMRÅDER OG ÅNDEHULLER
LILLE STORBY
MANGE OG VARIERENDE OVERNATNINGSMULIGHEDER
OPLEVELSER FOR HELE FAMILIEN
GASTRONOMI/MADOPLEVELSER
VENLIG LOKALBEFOLKNING
AFSLAPNING
KARRIERE OG UDVISNING
JULET
INTERNATIONALT MILJØ

KARAKTERISTIK AF POTENTIELLE NORSKE TURISTER

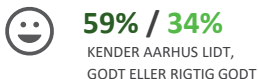
På denne side ses nærmere på gruppen af norske turister, som med stor sandsynlighed (mindst 7 på en skala fra 0-10) vil rejse til Danmark inden for de næste tre år. Gruppen er interessant idet de allerede til en hvis grad har tilvalgt Danmark som feriedestination, og dermed mulige turister i Aarhus. Det er altså en gruppe, som VisitAarhus kan forsøge at få til at lægge hele eller dele af deres ferie i Aarhus. Herunder findes udvalgte karakteristika for gruppen sammenlignet med de øvrige turister fra Norge. På den måde gives et billede af, hvad der adskiller Norske turister med stor sandsynlighed for at besøge Danmark fra de øvrige norske turister.

- Høj sandsynlighed for at besøge Danmark inden for tre år
- Lav sandsynlighed for at besøge Danmark inden for tre år

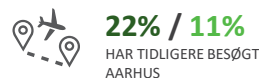
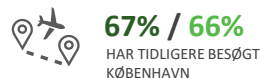
DEMOGRAFI OG REJSEVANER



KENDSKAB

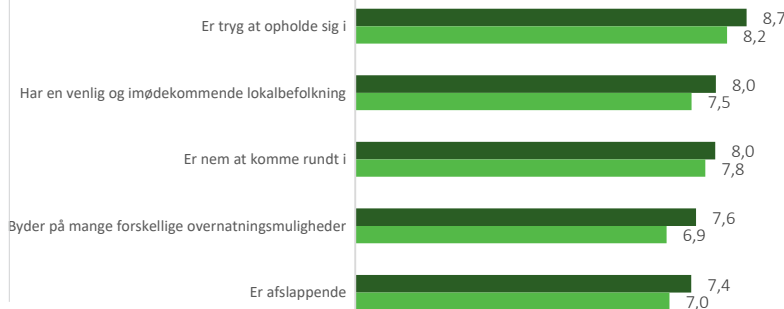


BESØG I KØBENHAVN OG AARHUS



TOP 5 EGENSKABER

DET ER VIGTIGT AT BYEN... [SKALA 0-10]



AARHUS FORBINDES MED...

UNIVERSITETSBY
OPLÆVELSER FOR HELE FAMILIEN
GASTRONOMI/MADOPLÆVELSER
MANGE GRØNNE OMRÅDER OG ANDEHULLER
VENLIG LOKALBEFOLKNING
AFSLAPNING
ALT INDEN FOR KORT AFSTAND
ET GODT ALTERNATIV TIL KØBENHAVN
BY MED MEGET KUNST, ARKITEKTUR OG KULTUR
LILLE STORBY
MANGE OG VARIEREDE OVERNATNINGSMULIGHEDER
GODE SHOPPINGMULIGHEDER
EUROPÆISK KULTURHOVEDSTAD 2017
INTERNATIONALT MILJØ

KARAKTERISTIK AF POTENTIELLE ENGELSKE TURISTER

På denne side ses nærmere på gruppen af engelske turister, som med stor sandsynlighed (mindst 7 på en skala fra 0-10) vil rejse til Danmark inden for de næste tre år. Gruppen er interessant idet de allerede til en hvis grad har tilvalgt Danmark som feriedestination, og dermed mulige turister i Aarhus. Det er altså en gruppe, som VisitAarhus kan forsøge at få til at lægge hele eller dele af deres ferie i Aarhus. Herunder findes udvalgte karakteristika for gruppen sammenlignet med de øvrige turister fra England. På den måde gives et billede af, hvad der adskiller engelske turister med stor sandsynlighed for at besøge Danmark fra de øvrige engelske turister.

- Høj sandsynlighed for at besøge Danmark inden for tre år
- Lav sandsynlighed for at besøge Danmark inden for tre år

DEMOGRAFI OG REJSEVANER

 **55% / 27%**
MELLEM 18 - 34 ÅR

 **31% / 42%**
MELLEM 35 - 54 ÅR

 **62% / 35%**
FORVENTER AT TAGE PÅ
BY-FERIE INDEN FOR 12
MÅNEDER

 **44% / 29%**
HAR BØRN

 **77% / 71%**
FORETRÆKKER AT
OVERNATTE PÅ HOTEL

 **40% / 19%**
FORETRÆKKER AIRBNB

KENDSKAB

 **34% / 9%**
KENDER AARHUS SOM
EUROPÆISK
KULTURHOVEDSTAD 2017

 **36% / 9%**
KENDER AARHUS LIDT,
GODT ELLER RIGTIG GODT

BESØG I KØBENHAVN OG AARHUS

 **81% / 89%**
HAR TIDLIGERE BESØGT
KØBENHAVN

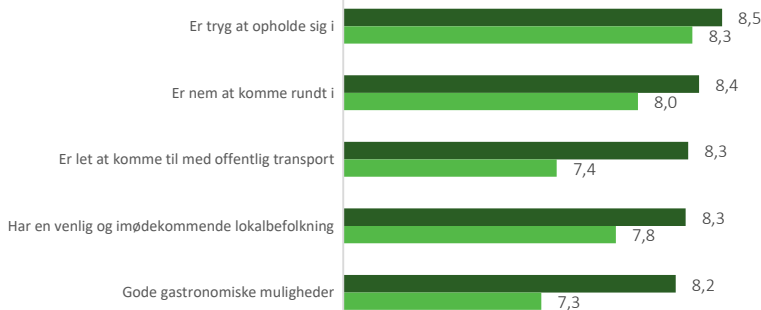
 **19% / 0%**
HAR TIDLIGERE BESØGT
AARHUS

 **8,0 / 4,9**
SANDSYNLIGHED FOR
AT BESØGE KØBENHAVN
INDEN FOR TRE ÅR
[SKALA 0-10]

 **5,7 / 2,8**
SANDSYNLIGHED FOR
AT BESØGE AARHUS
INDEN FOR TRE ÅR
[SKALA 0-10]

TOP 5 EGENSKABER

DET ER VIGTIGT AT BYEN... [SKALA 0-10]



AARHUS FORBINDES MED...

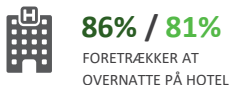
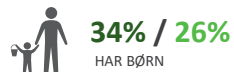
MANGE OG VARIEREDE OVERNATNINGSMULIGHEDER
Oplevelser for hele familien
UNIVERSITETSBY
ALT INDEN FOR KORT AFSTAND
GODE SHOPPINGMULIGHEDER
DYRT ET GODT ALTERNATIV TIL KØBENHAVN
SLOGANET SMILETS BY
KARRIERE OG ERHVERVSBY
BESVARELSE AT KOMME TIL BYEN
MANGE GRØNNE OMRÅDER OG ANDEHULLER
VENLIG LOKALBEFOLKNING
EUROPÆISK KULTURHOVEDSTAD 2017
JULEBY - KUN EN UGE FRA KØBENHAVN
INTERNATIONALT MILJØ
BY MED MEGET KUNST, ARKITEKTUR OG KULTUR
AFSLAPNING
LILLE STORBY

KARAKTERISTIK AF POTENTIELLE SVENSKE TURISTER

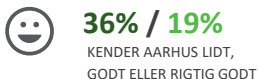
På denne side ses nærmere på gruppen af svenske turister, som med stor sandsynlighed (mindst 7 på en skala fra 0-10) vil rejse til Danmark inden for de næste tre år. Gruppen er interessant idet de allerede til en hvis grad har tilvalgt Danmark som feriedestination, og dermed mulige turister i Aarhus. Det er altså en gruppe, som VisitAarhus kan forsøge at få til at lægge hele eller dele af deres ferie i Aarhus. Herunder findes udvalgte karakteristika for gruppen sammenlignet med de øvrige turister fra Sverige. På den måde gives et billede af, hvad der adskiller svenske turister med stor sandsynlighed for at besøge Danmark fra de øvrige svenske turister.

- Høj sandsynlighed for at besøge Danmark inden for tre år
- Lav sandsynlighed for at besøge Danmark inden for tre år

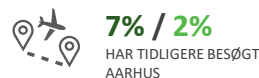
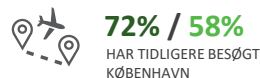
DEMOGRAFI OG REJSEVANER



KENDSKAB

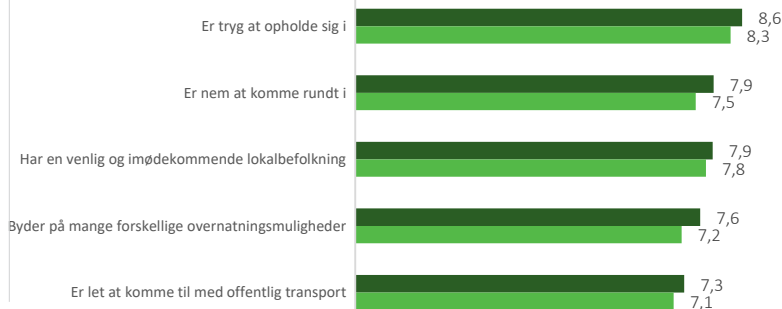


BESØG I KØBENHAVN OG AARHUS



TOP 5 EGENSKABER

DET ER VIGTIGT AT BYEN... [SKALA 0-10]



AARHUS FORBINDES MED...

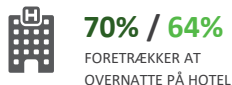
AFSLAPNING
OPLEVELSER FOR HELE FAMILIEN
MANGE GRØNNE OMRÅDER OG ANDERHULLER
BY MED MEGET KUNST, ARKITEKTUR OG KULTUR
UNIVERSITETSBY
VENLIG LOKALBEFOLKNING
ALT INDEN FOR KORT AFSTAND
MANGE OG VARIEREDE OVERNATNINGSMULIGHEDER
ET GODT ALTERNATIV TIL KØBENHAVN
LILLE STORBY
GASTRONOMI/MADOPLEVELSER

KARAKTERISTIK AF POTENTIELLE TYSKE TURISTER

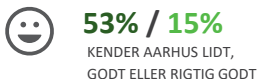
På denne side ses nærmere på gruppen af tyske turister, som med stor sandsynlighed (mindst 7 på en skala fra 0-10) vil rejse til Danmark inden for de næste tre år. Gruppen er interessant idet de allerede til en hvis grad har tilvalgt Danmark som feriedestination, og dermed mulige turister i Aarhus. Det er altså en gruppe, som VisitAarhus kan forsøge at få til at lægge hele eller dele af deres ferie i Aarhus. Herunder findes udvalgte karakteristika for gruppen sammenlignet med de øvrige turister fra Tyskland. På den måde gives et billede af, hvad der adskiller tyske turister med stor sandsynlighed for at besøge Danmark fra de øvrige tyske turister.

- Høj sandsynlighed for at besøge Danmark inden for tre år
- Lav sandsynlighed for at besøge Danmark inden for tre år

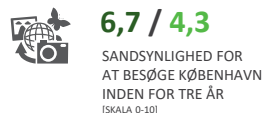
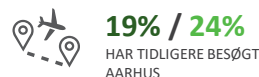
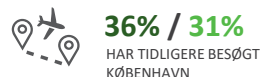
DEMOGRAFI OG REJSEVANER



KENDSKAB

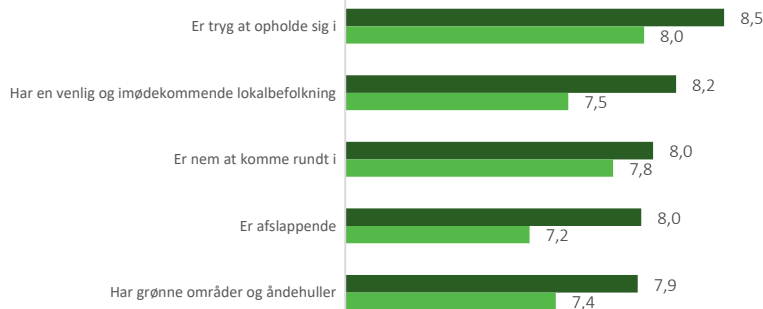


BESØG I KØBENHAVN OG AARHUS



TOP 5 EGENSKABER

DET ER VIGTIGT AT BYEN... [SKALA 0-10]



AARHUS FORBINDES MED...

MANGE OG VARIEREDE OVERNATNINGSMULIGHEDER
INTERNATIONALT MILJØ
ALT INDEN FOR KORT AFSTAND
MANGE GRØNNE OMRÅDER OG ÅNDEHULLER
BY MED MEGET KUNST, ARKITEKTUR OG KULTUR
UNIVERSITETSBY
DYRT
LILLE STORBY
ET GODT ALTERNATIV TIL KØBENHAVN
AFSLAPNING
BYGNET SMILLET BY
EUROPÆISK KULTURHOVEDSTAD 2017
VENLIG LOKALBEFOLKNING
GASTRONOMI/MADOPLEVELSER
GODE SHOPPINGMULIGHEDER
OPLEVELSER FOR HELE FAMILIEN

- Høj sandsynlighed for at besøge Danmark inden for tre år
- Lav sandsynlighed for at besøge Danmark inden for tre år

DEMOGRAFI OG REJSEVANER



35% / 24%
MELLEM 18 - 34 ÅR



32% / 35%
MELLEM 35 - 54 ÅR



56% / 30%
FORVENTER AT TAGE PÅ
BY-FERIE INDEN FOR 12
MÅNEDER



35% / 25%
HAR BØRN



66% / 68%
FORETRÆKKER AT
OVERNATTE PÅ HOTEL



13% / 9%
FORETRÆKKER AIRBNB

KENDSKAB



30% / 9%
KENDER AARHUS SOM
EUROPÆISK
KULTURHOVEDSTAD 2017



34% / 12%
KENDER AARHUS LIDT,
GODT ELLER RIGTIG GODT

BESØG I KØBENHAVN OG AARHUS



63% / 62%
HAR TIDLIGERE BESØGT
KØBENHAVN



25% / 7%
HAR TIDLIGERE BESØGT
AARHUS



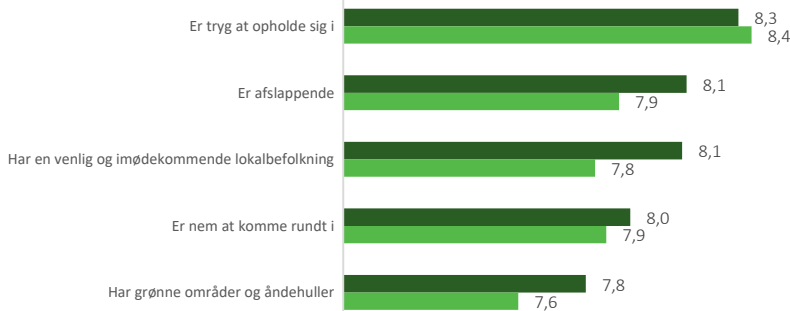
7,1 / 4,1
SANDSYNLIGHED FOR
AT BESØGE KØBENHAVN
INDEN FOR TRE ÅR
[SKALA 0-10]



5,0 / 2,7
SANDSYNLIGHED FOR
AT BESØGE AARHUS
INDEN FOR TRE ÅR
[SKALA 0-10]

TOP 5 EGENSKABER

DET ER VIGTIGT AT BYEN... [SKALA 0-10]



AARHUS FORBINDES MED...

[illegible]

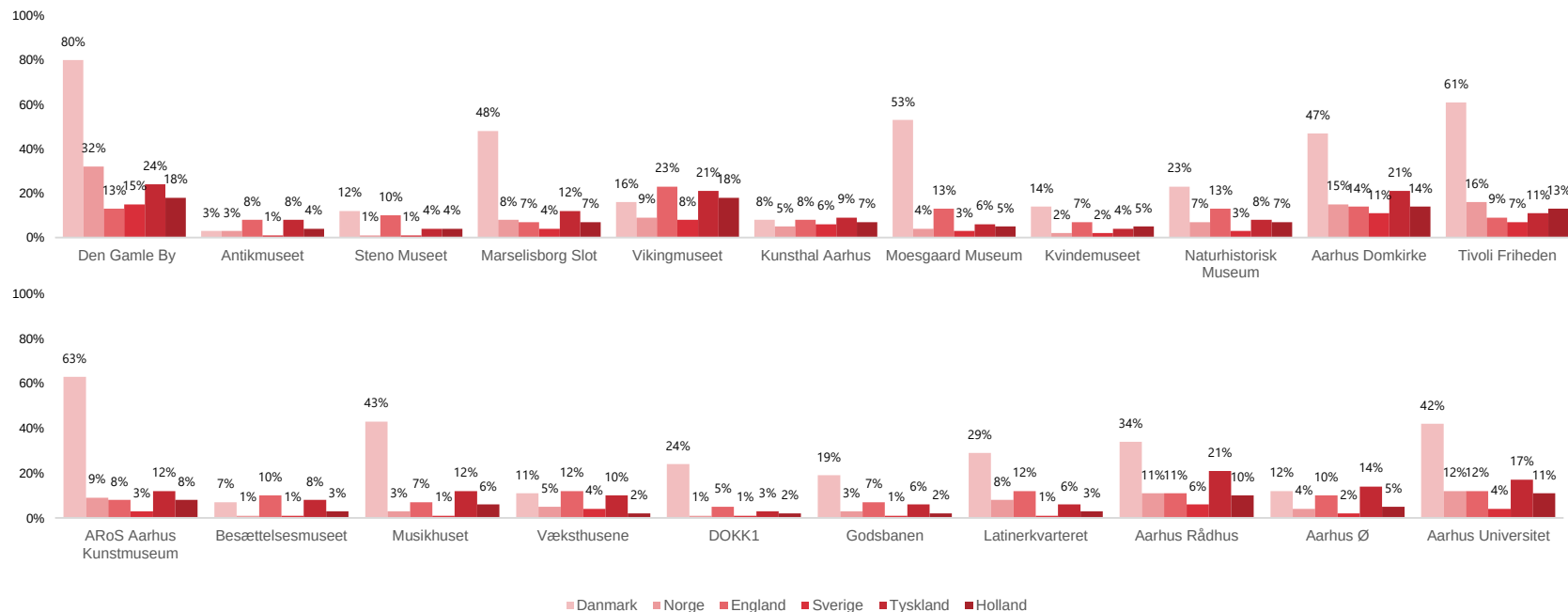


ATTRAKTIONER OG BEGIVENHEDER I AARHUS

KENDSKAB TIL AARHUSIANSKE ATTRAKTIONER OG STEDER

Ikke overraskende er kendskabet til stort set alle attraktioner størst blandt danskere. Det er særligt de store attraktioner, hvor de danske turister adskiller sig fra de øvrige lande. Det største kendskab generelt er i forhold til Den Gamle By, som er kendt af en stor del af danskerne, og en relativt stor del af de udenlandske potentielle turister. Men ses der på de udenlandske turister ser de især ud til at kende Den Gamle By, Vikingemuseet, Domkirken og Aarhus Universitet. Der er desuden en række attraktioner som fx antikmuseet, Kunsthall Aarhus og Besættelsesmuseet, hvor kendskabet blandt de danske turister ikke adskiller sig specielt meget fra kendskabet blandt de udenlandske turister.

Har du hørt om eller besøgt disse aarhusianske attraktioner eller steder?

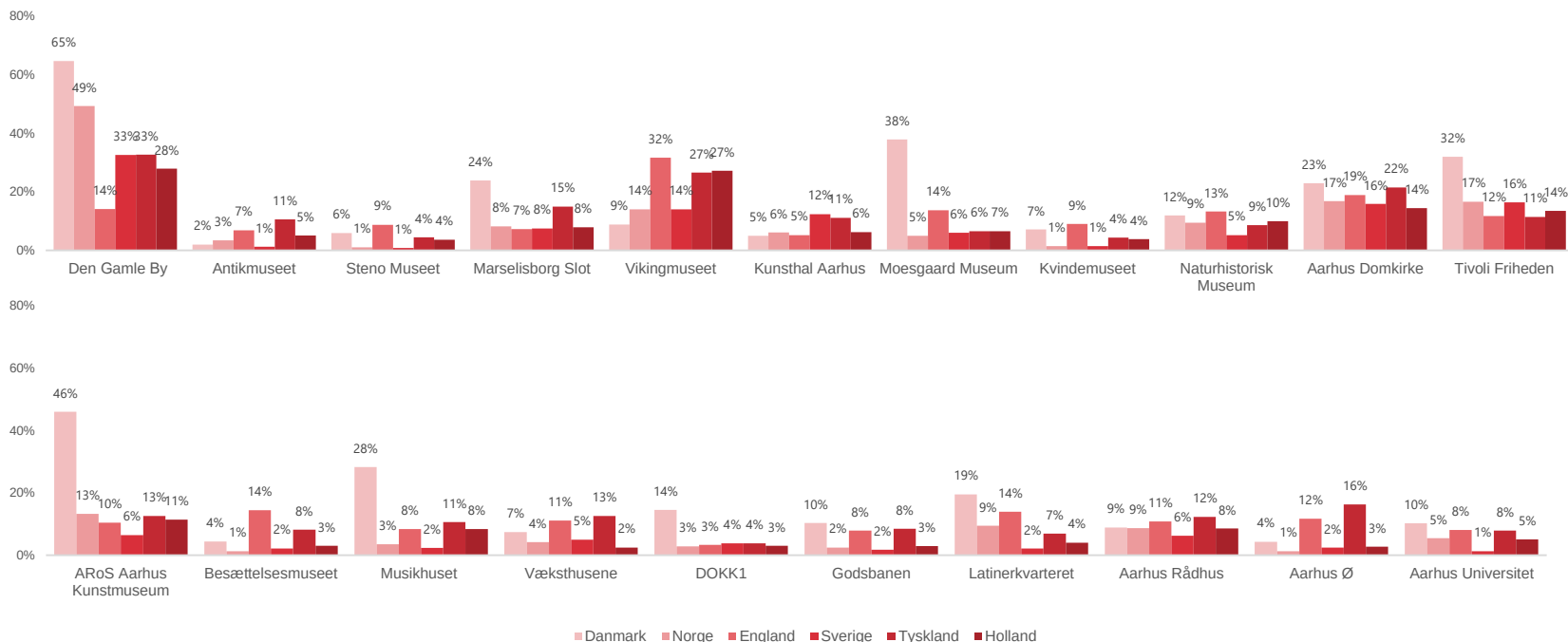


Andel af de, som kender Aarhus af navn eller har et større kendskab end det

INTERESSE FOR AARHUSIANSKE ATTRAKTIONER OG STEDER

Blandt de som kender eller har besøgt attraktioner og steder i Aarhus er der også meget varierende lyst til at besøge stederne. Blandt danskerne er der især lyst til at besøge museer som Den Gamle By, Moesgaard, ARoS, Tivoli Friheden og Musikhuset. Interessen for de andre attraktioner er mere begrænset. Blandt de udenlandske turister er det også museerne som turisterne har særlig interesse i at besøge, herunder Vikingemuseet. Men også Aarhus Domkirke nævnes af en del som et sted, de gerne vil besøge. Dette siger noget om stedernes appel til de besøgende turister, samt ønsker om genbesøg. Det kan tyde på, at turisterne overvejende opfatter museerne som steder, de godt kunne tænke sig at besøge igen for at se nye udstillinger og opleve, hvad de vælger at udstille i en by som Aarhus.

Hvilke af disse attraktioner i Aarhus kunne du være interesseret i at besøge?

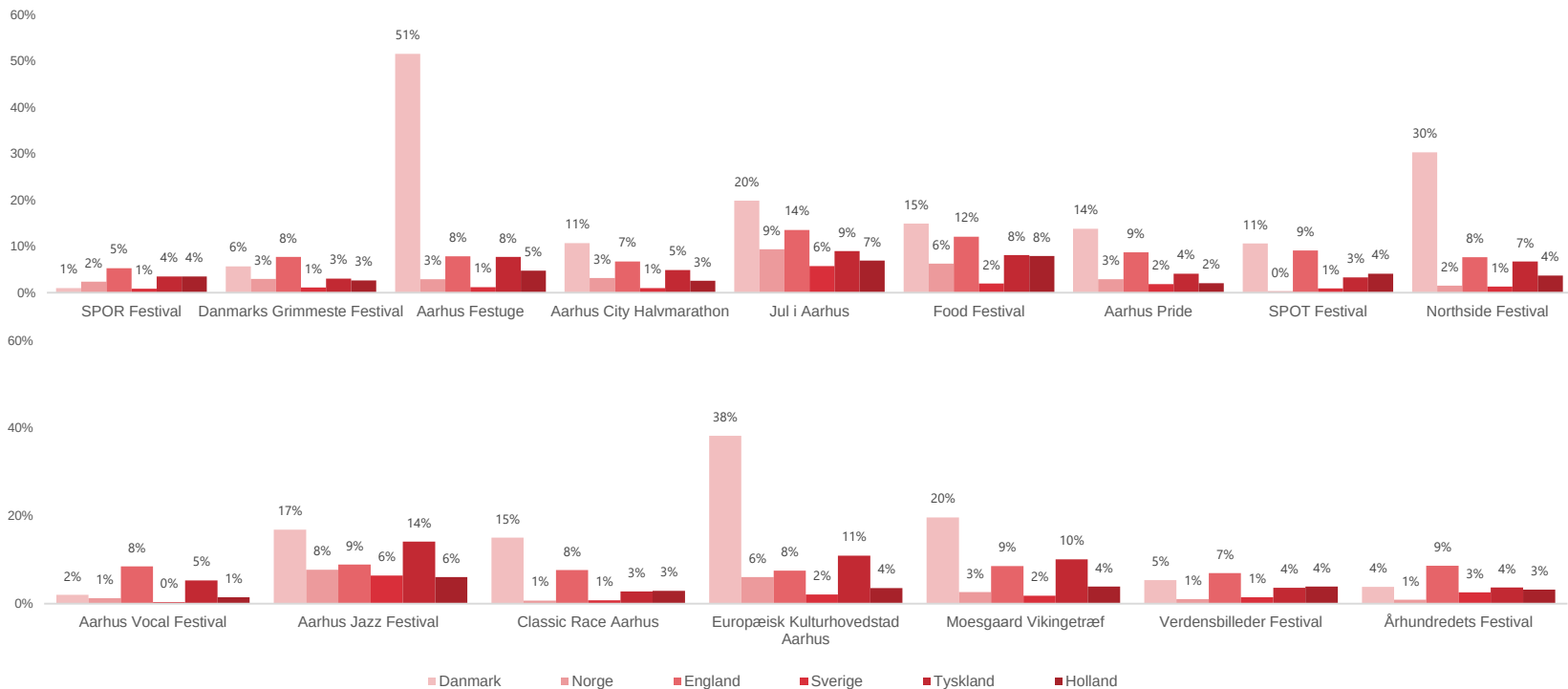


Andel af de, som kender eller har besøgt attraktionen

KENDSKAB TIL AARHUSIANSKE BEGIVENHEDER

Kendskabet til begivenheder i Aarhus varierer meget. Ses der på kendskabet blandt danskerne er der især et udbredt kendskab til Aarhus Festuge, Northside og Kulturhovedstaden. Blandt de udenlandske turister er der dog især et stort kendskab til Jul i Aarhus, Food Festival, Aarhus Jazz Festival. Dette afspejler også begivenhedernes internationale fokus. Hvor eksempelvis Aarhus Festuge i høj grad er en lokal eller regional begivenhed tiltrækker Aarhus Jazz Festival i højere grad kunstnere og publikum fra andre lande.

Hvilke af disse begivenheder, der foregår i Aarhus, har du deltaget i eller hørt om?

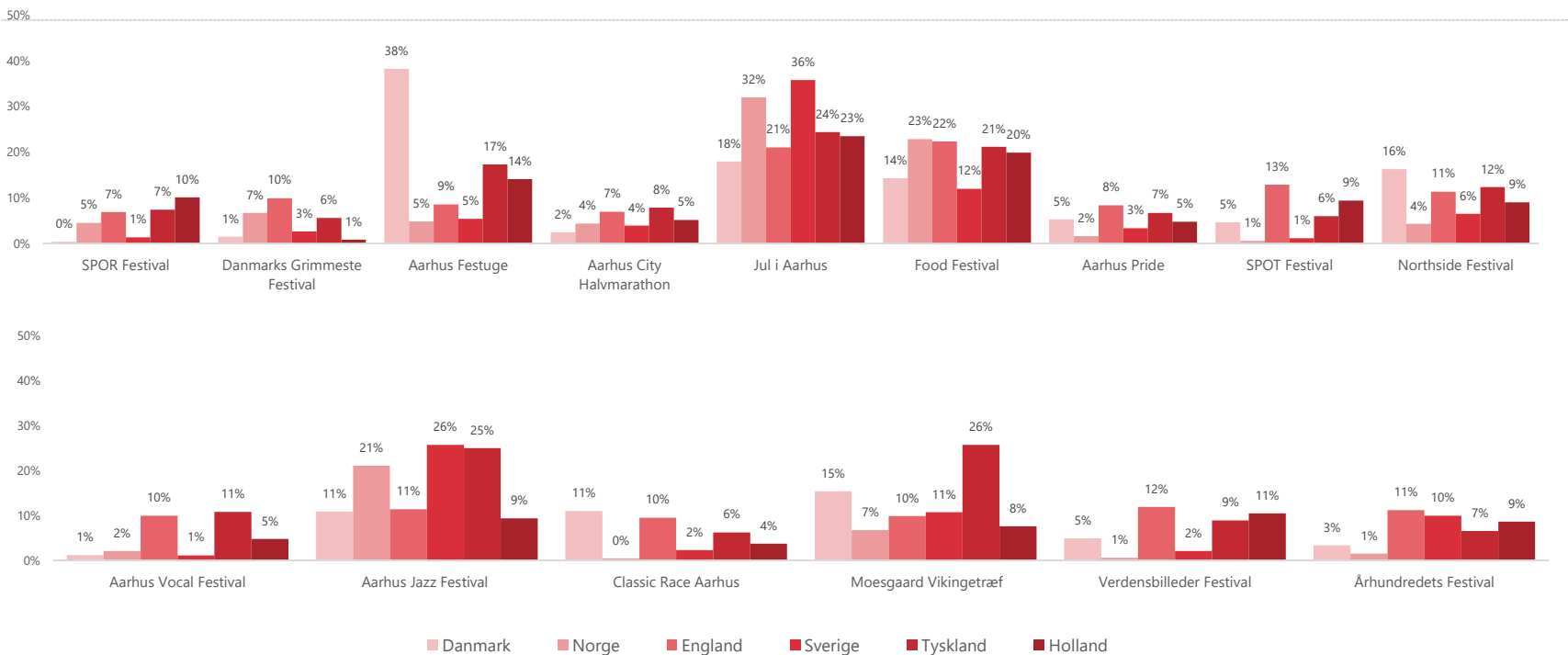


Andel af de, som kender Aarhus af navn eller har et større kendskab end det

INTERESSE FOR AARHUSIANSKE BEGIVENHEDER

Blandt de danske turister som kender eller har besøgt de forskellige begivenheder er der generelt størst interesse for at besøge Aarhus Festuge. Andre begivenheder som Jul i Aarhus, Food Festival, Aarhus Jazz Festival og Moesgaard Vikingetræf samt Northside er der også en mindre del, som kunne være interesseret i at opleve. Blandt de udenlandske turister er der især interesse for at besøge Jul i Aarhus, Food Festival, Aarhus Jazz Festival samt til dels Moesgaard Vikingetræf. Det ser ud til, at begivenheder som især var kendte blandt de udenlandske turister også er begivenheder, som de i størst grad har lyst til at besøge.

Hvilke af disse begivenheder i Aarhus kunne du være interesseret i at opleve?



Andel af de, som kender eller har besøgt begivenheden

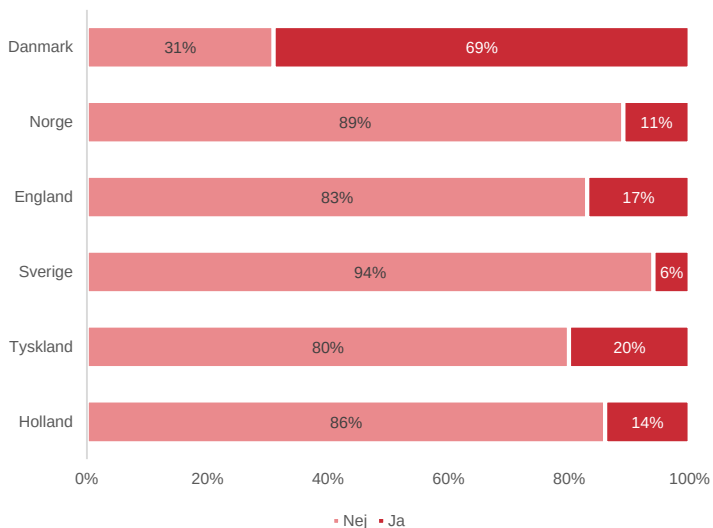


EUROPÆISK KULTURHOVEDSTAD 2017

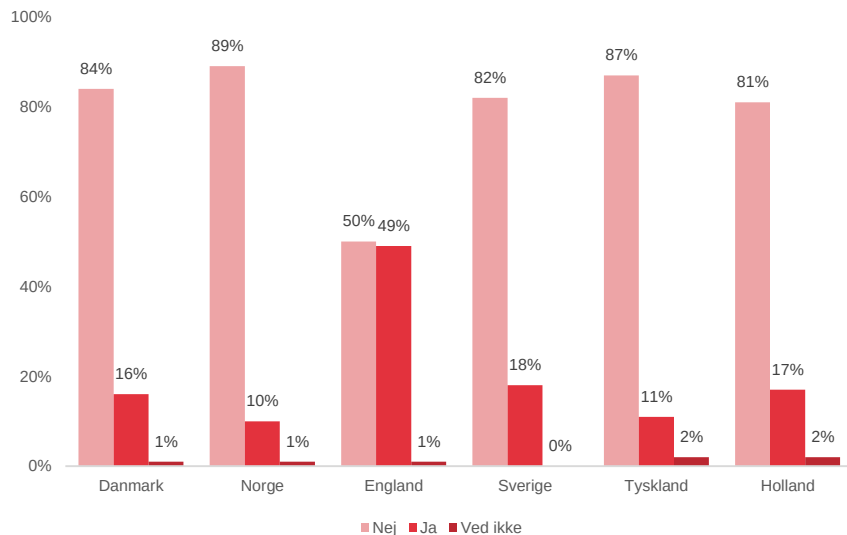
AARHUS SOM EUROPÆISK KULTURHOVEDSTAD

Lidt over 2 ud af 3 danskere siger, at de har hørt om Europæisk Kulturhovedstad Aarhus 2017. På de øvrige markeder varierer andelen mellem 6 % i Sverige og 20 % i Tyskland. Dette tyder på, at budskabet om Aarhus som Europæisk Kulturhovedstad 2017 har bidt sig fast i varierende omfang på nærmarkedene, og at det altså ikke er i alle lande, at begivenheden har formået at blive brandet så godt, at folk også kan huske den i januar 2018. Bortset fra England er det 10 % - 17 % af de, som har hørt om Europæisk Kulturhovedstad Aarhus 2017, som har deltaget i mindst et arrangement. På det engelske marked er det cirka 50 % af de, som har hørt om Europæisk Kulturhovedstad Aarhus 2017, der har deltaget i et arrangement. Dette kan indikere, at englænderne særligt har hørt om arrangementet via deres deltagelse.

Har du hørt om Europæisk Kulturhovedstad Aarhus 2017?



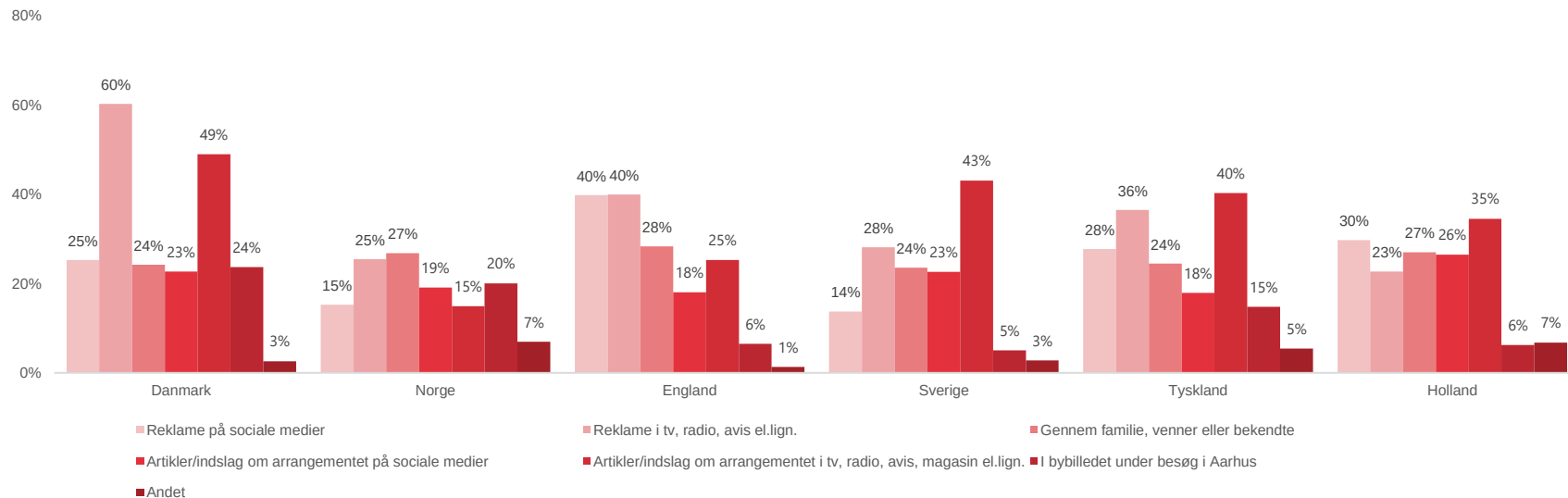
Har du deltaget i et eller flere arrangementer i forbindelse med Europæisk Kulturhovedstad Aarhus 2017? (andel af de, som har hørt om Europæisk Kulturhovedstad Aarhus 2017)



INFORMATION OM AARHUS SOM EUROPÆISK KULTURHOVEDSTAD

Danskerne, der har hørt om Europæisk Kulturhovedstad Aarhus 2017, har især hørt om det via tv, radio og aviser, enten i form af reklamer eller i form af artikler eller indslag om arrangementer. Blandt englænderne er det især i form af reklamer på sociale medier eller i tv, radio eller avis. På det svenske og tyske marked svarer de, at de især har hørt om Europæisk Kulturhovedstad Aarhus 2017 via artikler og indslag i tv, radio eller aviser. En del tyskere har dog også stødt på Europæisk Kulturhovedstad Aarhus 2017 via reklamer i de etablerede medier. Der ses ingen klar tendens på det norske eller hollandske marked.

Hvor har du hørt om Europæisk Kulturhovedstad Aarhus 2017? (andel af de, som har hørt om Europæisk Kulturhovedstad Aarhus 2017)



EPINION AARHUS

Hack Kampmanns Plads 1-3
8000 Aarhus C , Denmark
T: +45 87 30 95 00
E: aarhus@epinion.dk

www.epinionglobal.com

EPINION KØBENHAVN

Ryesgade 3F
2200 Copenhagen N, Denmark
T: +45 87 30 95 00
E: copenhagen@epinion.dk