

# Besöksundersökning

Norrköping, sommaren 2022

Resultat av 642 intervjuer

# Innehåll

Om undersökningen	3-5
Sammanfattning av resultatet	6
Geografisk hemvist	7-8
Åldersfördelning	9
Sällskapsstorlek och antal barn	10-11
Kännedom om vilken kommun respondenten befinner sig i	12
Vistelselängd	13-14
Inkvarteringstyp	15-16
Besöksmålet som huvuddestination	17
Norrköping som huvuddestination	18-19
Andra platser som besöks under resan	20
Aktiviteter och tidigare besök till Norrköping	21-23
Kännedom om besöksmålen	24-28
Betygsättning av Norrköping som besöksmål samt bemötande i kommunen	29-30
NPS: Benägenhet att rekommendera Norrköping	31
Informationskanaler	32
Besökarens snittutlägg de senaste 24 timmarna	33
Övriga kommentarer	34-35
Kontaktinformation Research One	36

# Om undersökningen

## Syfte

Research One har under sommaren 2022 genomfört en besöksundersökning på fyra olika besöksmål i Norrköping.

Undersökningen har syftat till att generera förstahandsinformation från faktiska besökare i Norrköping, med avseende på demografiska och turistekonomiska faktorer.

Undersökningens resultat ska kunna användas som underlag för vidare destinationsplanering och utveckling av Norrköping ur turistsynpunkt.

Undersökningen har genomförts med hjälp av face-to-face intervjuer på följande platser:

- Kolmårdens Djurpark (205 intervjuer)
- Arkösund (130 intervjuer)
- Industrilandskapet/Arbetets museum (147 intervjuer)
- Knäppingsborg (160 intervjuer)

Rapporten kommer att beröra resultatet på totalnivå, men även jämförelser utifrån de olika besöksmålen kommer att göras.

## Antal fullständiga intervjuer

- 642

## Metod

- Intervjuer på plats

## Målgrupp och urval

- Målgrupp: Turister som rört sig på de olika undersökningsplatserna
- Urval, på plats: På plats-rekrytering av respondenter

## Insamlingsperiod

- 2022-06-28 – 2022-08-05

# Om undersökningen

## Metod

Startdatum för datainsamlingen var 28 juni 2022 och slutdatum 5 augusti 2022.

Den övergripande metoden för datainsamlingen har varit fältintervjuer (face to face) utifrån fastställd enkät. Detta innebär att intervjuaren har tagit kontakt med en besökare på plats vid intervjuplatsen, presenterat sig och frågat om det går bra att ställa några frågor. Enkätfrågorna har varit digitalt inprogrammerade i enkätprogram.

Intervjusvaren har tryckts in på surfplatta under intervjuens gång eller direkt efter avslutad intervju. Samtliga respondenter har fått samma frågor.

Målgruppen har varit samtliga tillresta besökare. En tillrest besökare har definierats som en person som bor utanför Norrköpings kommun, samt befinner sig utanför sitt vardagliga vistelseområde. Urvalet har gjorts genom på plats-rekrytering av förbipasserande respondenter vid respektive undersökningsplats. Intervjuerna är genomförda vardag som helg, dag som kväll, men framförallt under dagtid.

## Potentiell resultatpåverkan

I den här sortens undersökningar finns det många omständigheter kring datainsamlingen som har potentiellt stor påverkan på slutresultatet. Dels kan det handla om saker som är en del av projektplaneringen, och som projektledaren till största delen därför har kontroll över. Exempel på en sådan variabel är val av undersökningsperiod, med avseende på vilken tid på året och tid på dagen intervjuerna ska genomföras, samt under vilka veckodagar. En annan sådan variabel är valet av själva undersökningsplatserna.

Det finns också variabler med potentiellt stor resultatpåverkan som inte går att kontrollera i lika hög grad. Det kan handla om tillfälliga väderskiftningar, vägbyggen, incidenter på undersökningsplatserna eller annat.

På besöksmål med en stor mängd turister finns det också rent urvalsrelaterade variabler, som till exempel stora enskilda sällskapsbokningar eller turistbussar fulla med besökare från ett specifikt land eller liknande.

# Om undersökningen

## Bortfall





Det finns ett naturligt urvalsbortfall utifrån det faktum att intervjuarna slumpmässigt väljer ut sina respondenter och omöjligen kan intervjua samtliga besökare. Utöver detta har bortfallet dels bestått av personer som avstått från att bli intervjuade, dels av intervjuer som av olika anledningar avbrutits innan de färdigställts.

Merparten av de tillfrågade har tackat ja till att medverka, och andelen som tackat nej varierar från dag till dag samt intervjuplats.

De som tackat nej har generellt gjort det för att de inte haft tid eller för att de varit upptagna med annat. Avbrutna intervjuer kan bero på att respondenten blir avbruten av något eller någon, eller på språksvårigheter. De avbrutna intervjuerna är dock mycket få och utgör en marginell andel. Under löpande kvalitetskontroller tas eventuella ofullständiga intervjusvar bort och resultatet omfattar därför endast kompletta intervjuer.

## Färgkodning

De besöksmål/respondentgrupper som jämförs med varandra i denna rapport är: Samtliga, Kolmårdens Djurpark, Arkösund, Industrilandskapet/Arbetets museum och Knäppingsborg. För att göra det så tydligt som möjligt i diagrammen har besöksmålen delats in utifrån olika färgkodningar, enligt följande:

-  Samtliga respondenter
-  Kolmårdens Djurpark
-  Arkösund
-  Industrilandskapet/Arbetets museum
-  Knäppingsborg

## Benämningar

Kolmårdens djurpark benämns vidare i rapporten enbart som Kolmården. Industrilandskapet/Arbetets museum benämns som Industrilandskapet.

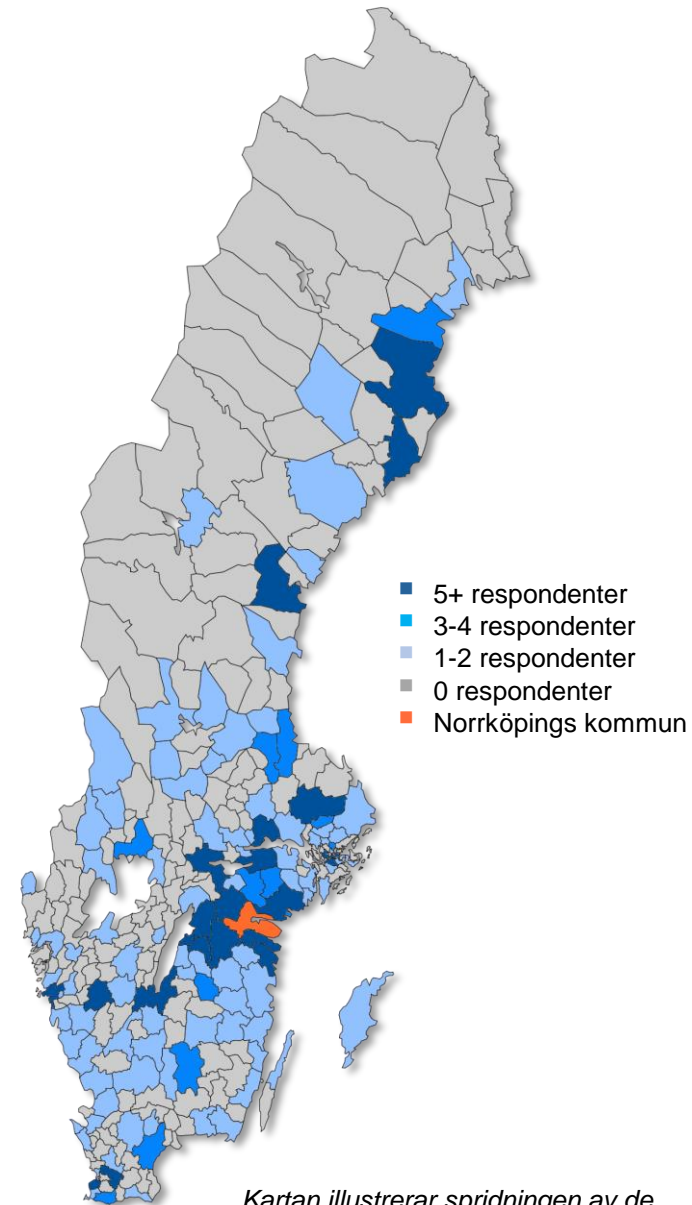
# Sammanfattning av resultatet

- Merparten av besökarna är bosatta i Sverige, bland dessa är omkring 1 av 3 bosatta antingen i Stockholm eller i Linköping. Den geografiska spridningen inom Sverige är stor
- Snittåldern är 45 år, och den vanligaste sällskapssammansättningen är par (två personer). Omkring 3 av 5 besökare reser med barn i sällskapet
- Omkring 2 av 3 respondenter är dagsbesökare. Övernattande besökare sover oftast på hotell. Andelen övernattade besökare som övernattar hemma hos släkt och vänner är 8,9 %
- 68 % av besökarna har Norrköping som huvuddestination för sin resa. Störst andel besökare med Norrköping som huvuddestination har intervjuats vid Kolmårdens Djurpark (78,9%)
- 80 % av respondenter besöker ett café eller en restaurang under sin vistelse i Norrköping
- Omkring 30 % av respondenterna besöker Norrköping för första gången. Högst andel förstagångsbesökare har intervjuats vid Industrilandskapet
- Bland de utvalda besöksmålen har respondenterna högst kännedom om Kolmårdens Djurpark
- Norrköpings NPS-värde, benägenheten att rekommendera staden som besöksmål, är 71, vilket är ett mycket positivt värde som tyder på hög nöjdhet bland besökarna
- I snitt spenderar besökarna 2 620 kr per dygn under sitt besök i Norrköping

# I vilken kommun bor du?

Topplista, kommuner

516 respondenter	Antal
Stockholm	95
Linköping	89
Göteborg	25
Uppsala	19
Lund	15
Jönköping	14
Mjölby, Söderköping	11
Nyköping, Västerås	10
Malmö	9
Finspång	8
Örebro	7
Skellefteå	6
Eskilstuna, Kristianstad, Vadstena, Valdemarsvik	5
Övriga	167

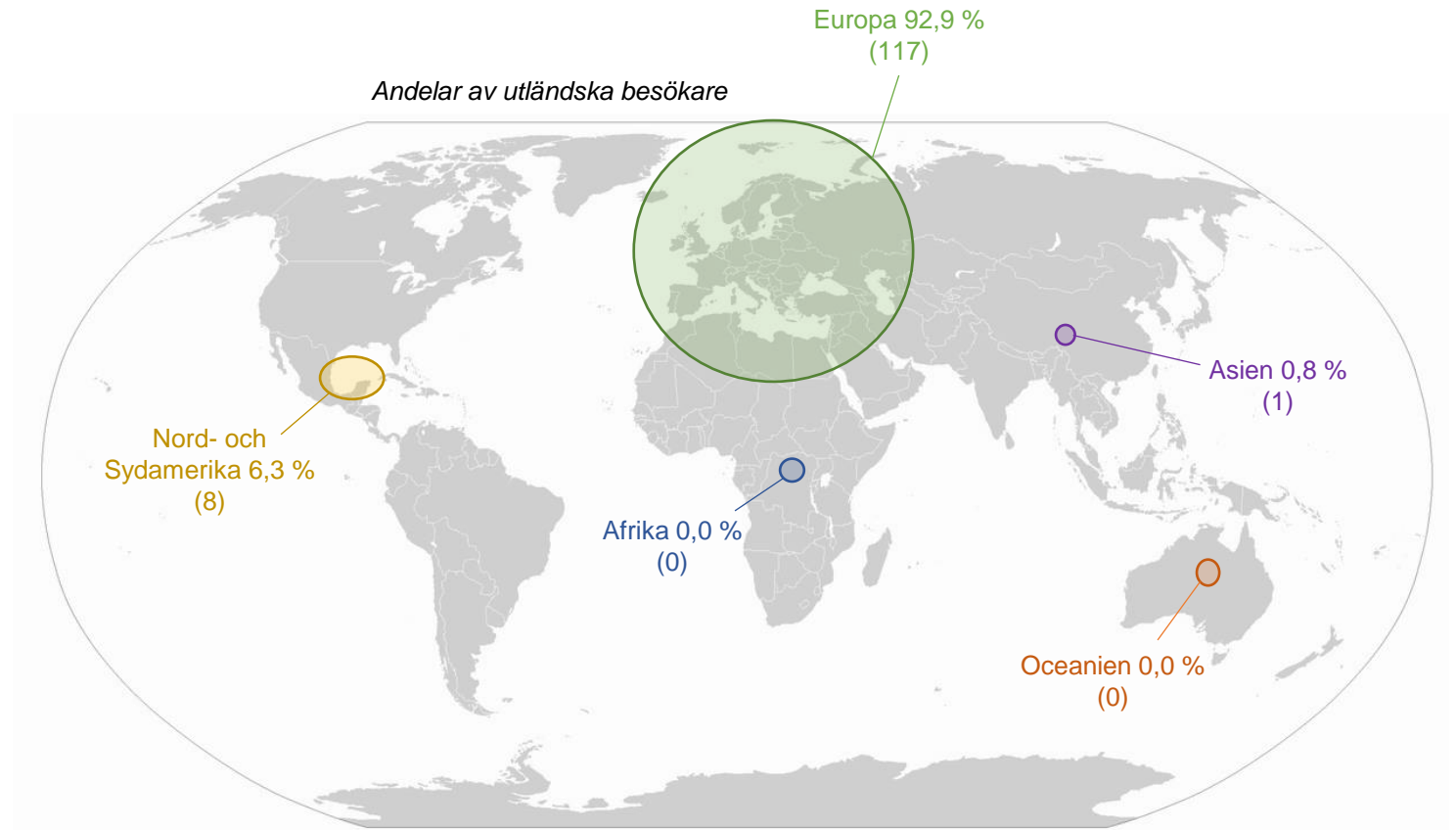


Kartan illustrerar spridningen av de svenska besökarnas hemvist

# I vilket land bor du?

Topplista, länder

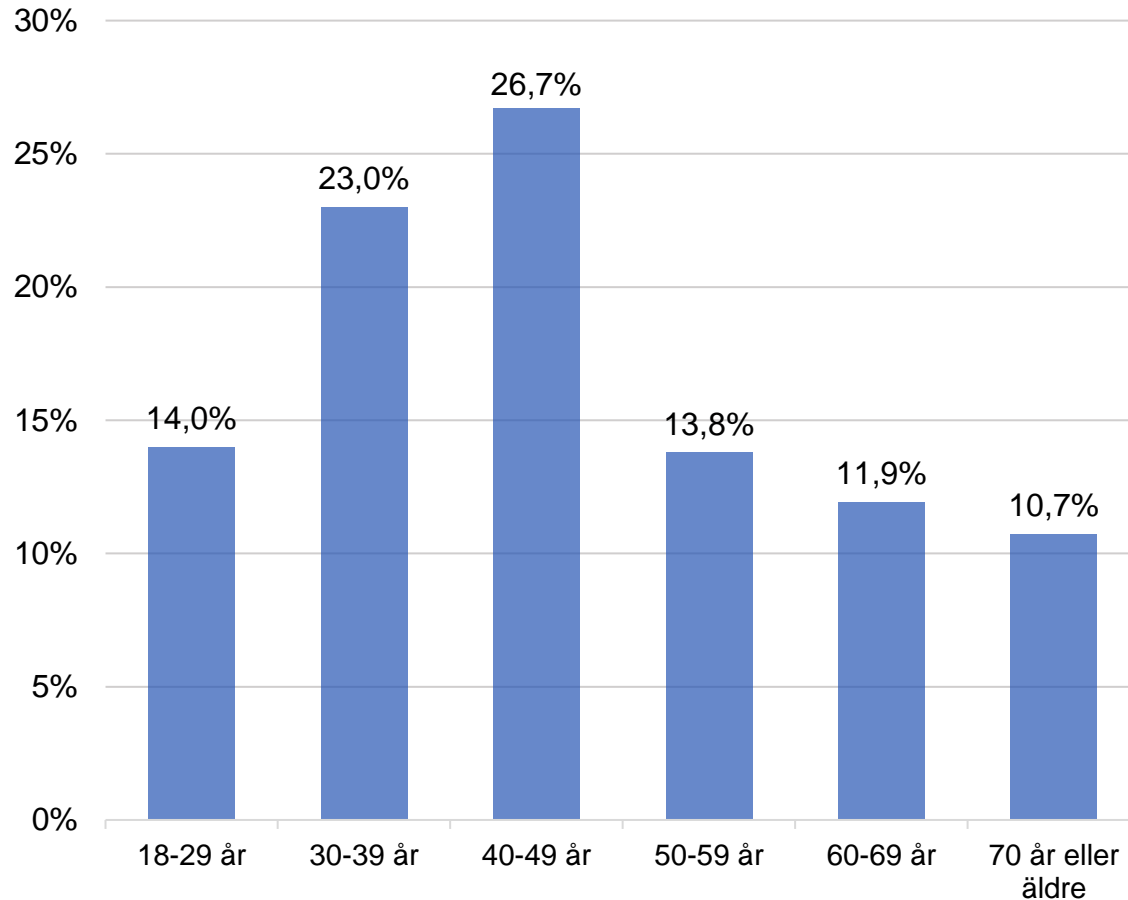
126 respondenter	Antal
Tyskland	33
Finland	27
Frankrike	16
Nederländerna	11
Danmark, Schweiz	8
USA	6
Norge	5
Övriga	12





# Åldersfördelning

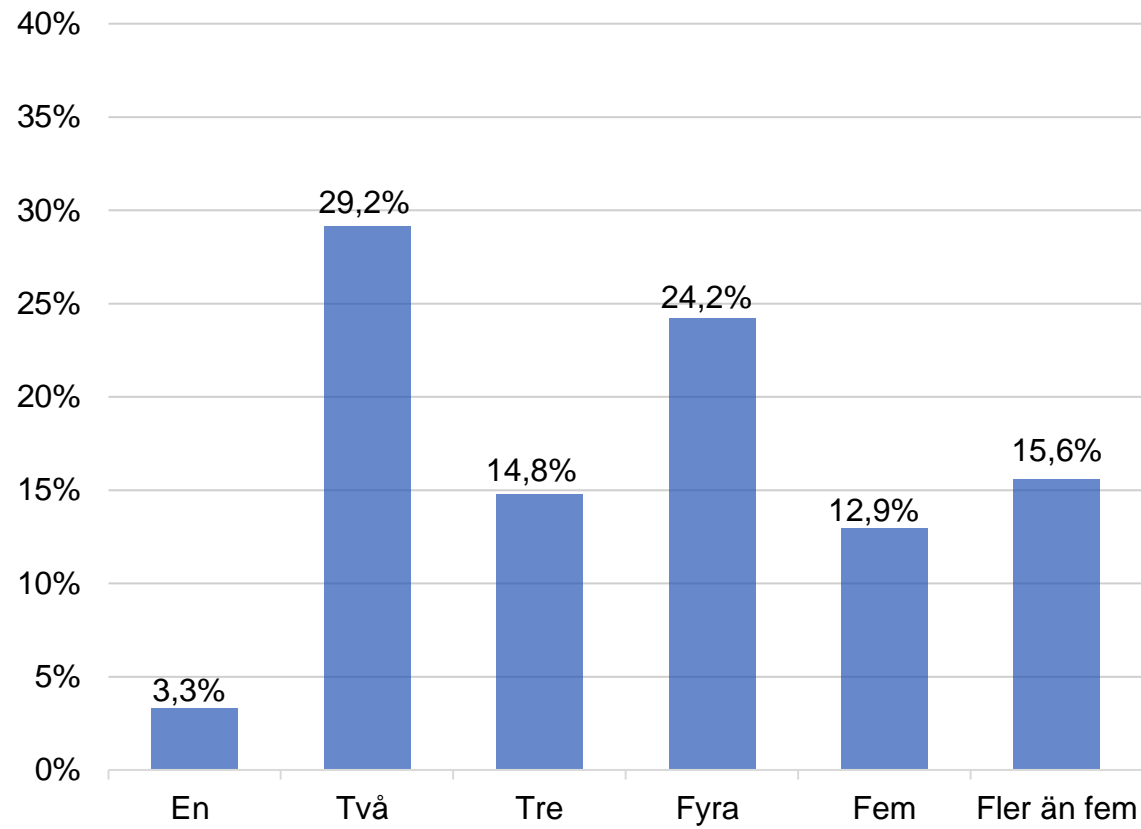
## Åldersfördelning



- Den största ålderskategorin är 40-49 år, följt av 30-39 år
- Övriga ålderskategorier är relativt jämnt fördelade
- Snittåldern är 45 år

# Hur många personer ingår i ditt resesällskap, inklusive dig själv?

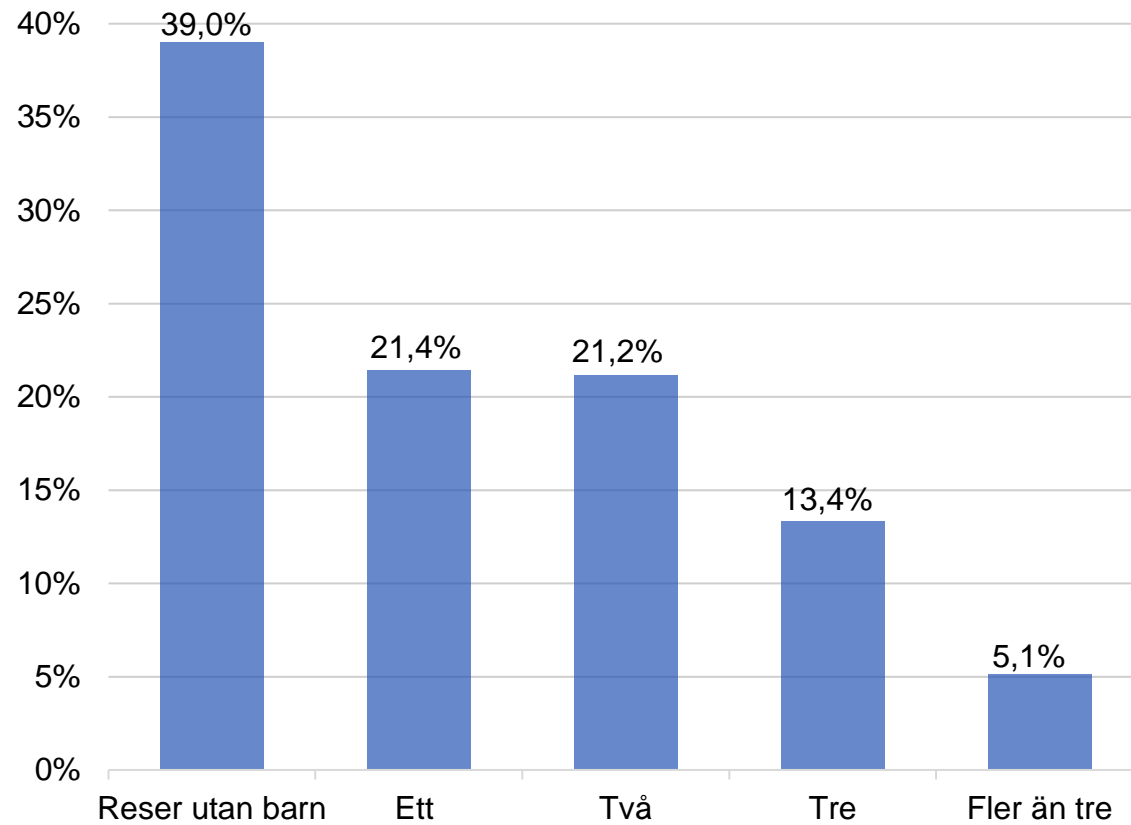
## Resesällskap



- Observera att siffrorna gäller det totala antalet personer i respondentens sällskap, det vill säga vuxna och barn
- Den vanligaste sällskapssammansättningen bland besökarna är par (två personer)

# Hur många barn ingår i ditt resesällskap?

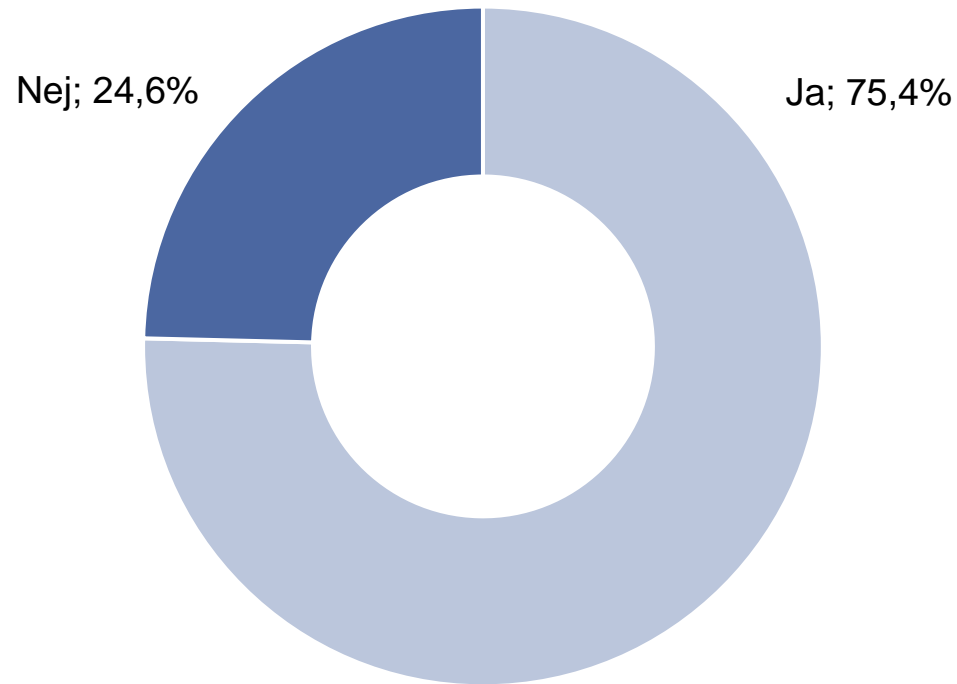
Antal barn per sällskap



- Omkring 3 av 5 respondenter har barn med sig i sitt sällskap

# Har du kännedom om vilken kommun du befinner dig i?

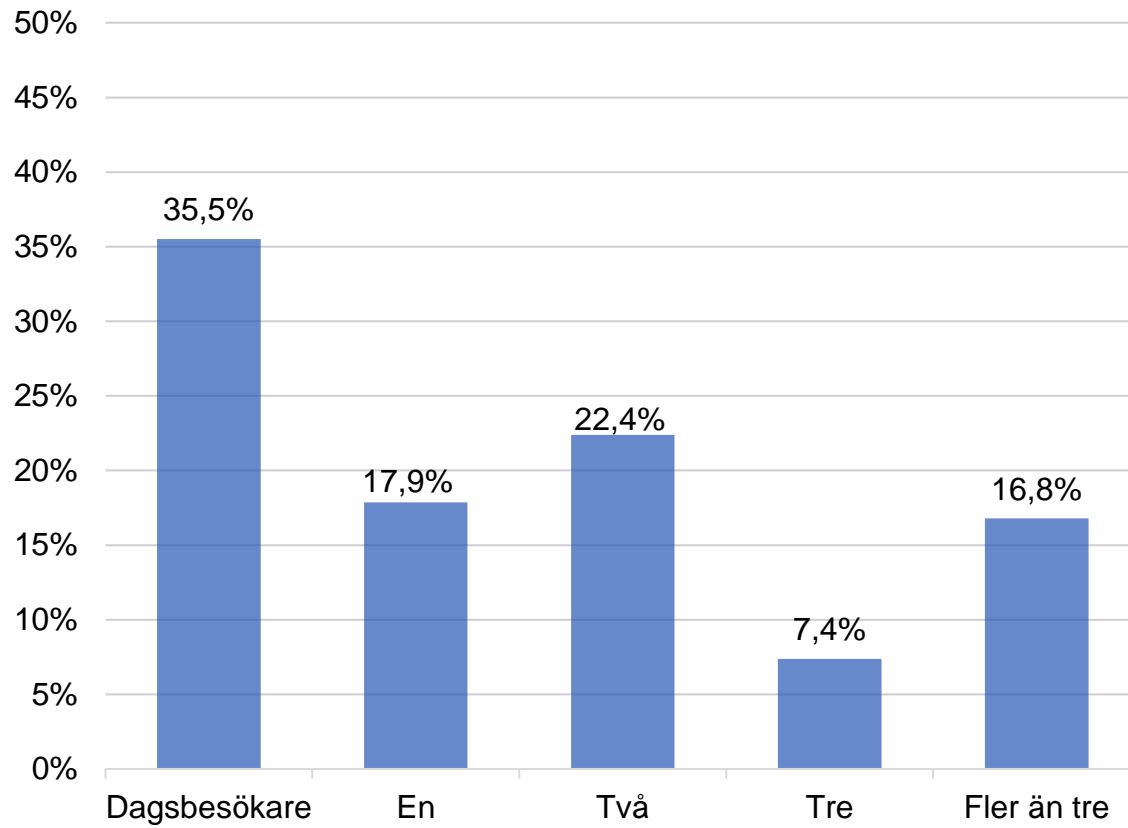
## Kännedom



- Frågan har endast ställts till besökare vid Kolmården och Arkösund
- Ett svar har räknats som "Ja" om respondenten kunnat uppge "Norrköping" som svar på frågan
- 3 av 4 respondenter kände vid intervjutillfället till att de befann sig i Norrköpings kommun
- Andelen respondenter som kände till att de befann sig i Norrköping var lika stor vid de båda intervjuplatserna

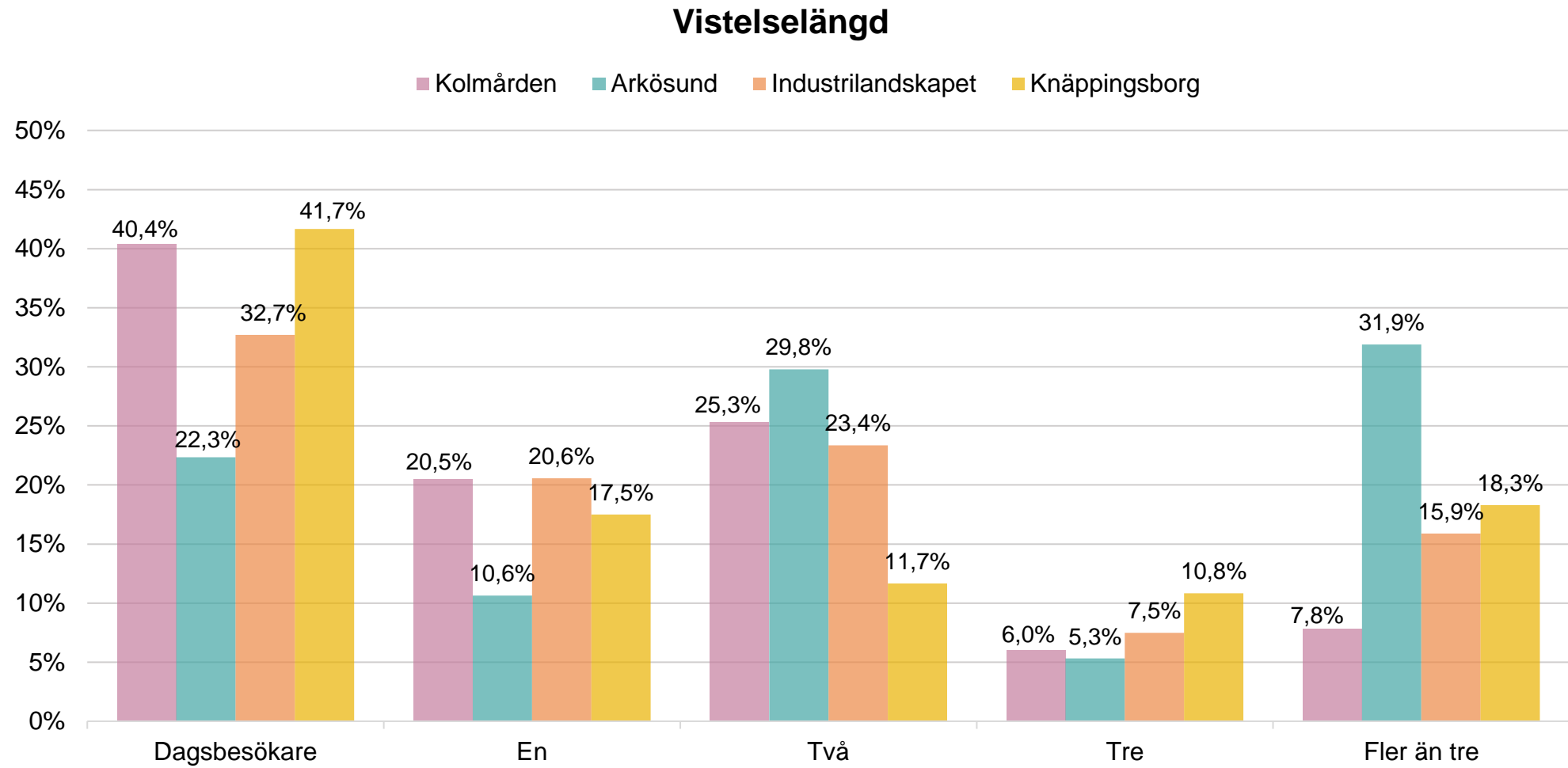
# Hur många nätter spenderar ni i Norrköping under denna vistelse?

## Vistelselängd



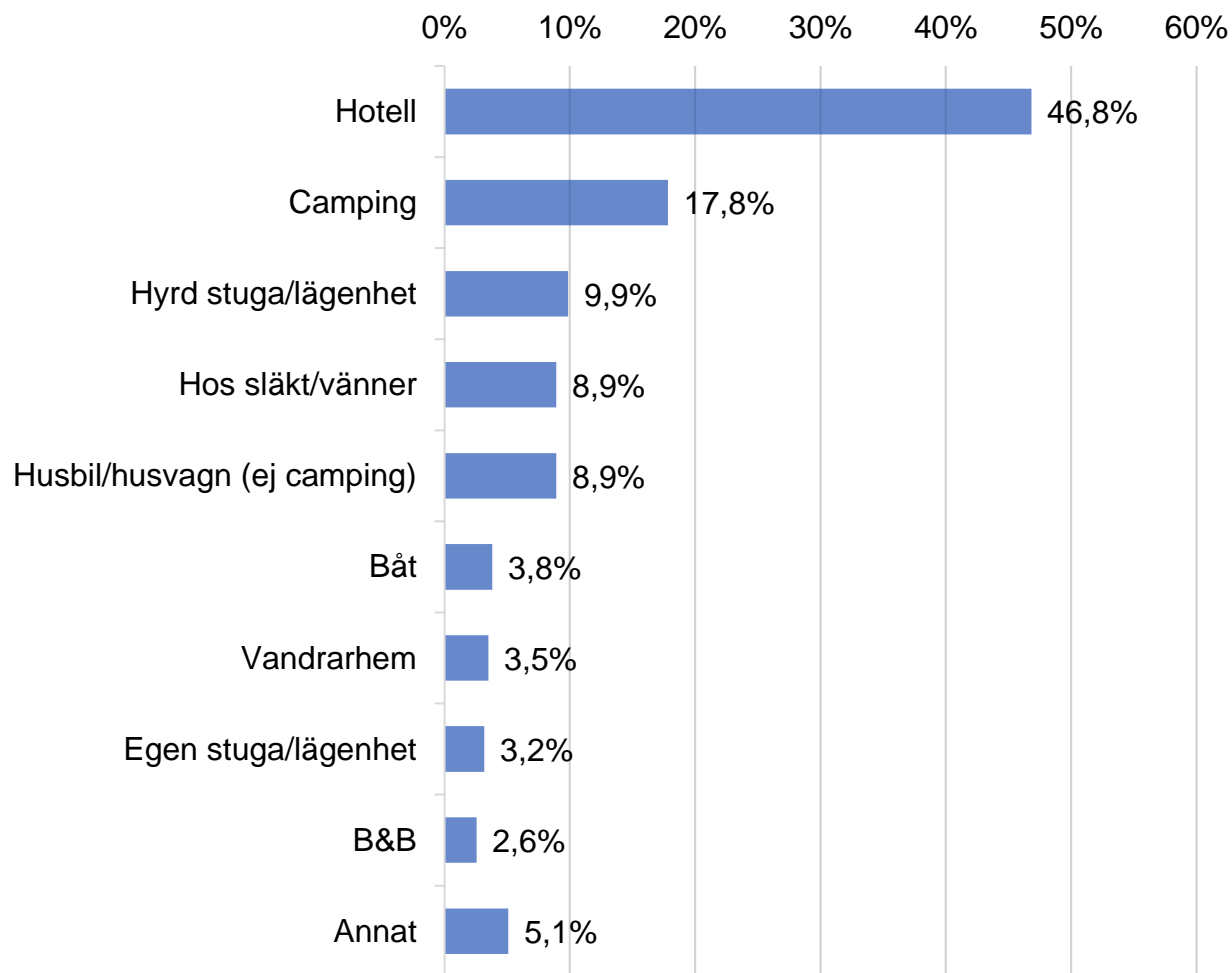
- Drygt en tredjedel av respondenterna är dagsbesökare till Norrköping
- 16,8 % stannar i Norrköping i fler än tre nätter
- På nästa sida visas en jämförelse mellan de olika besöksmålen

# Hur många nätter spenderar ni i Norrköping under denna vistelse?



# Hur bor ni under denna vistelse i Norrköping?

## Inkvarteringstyp

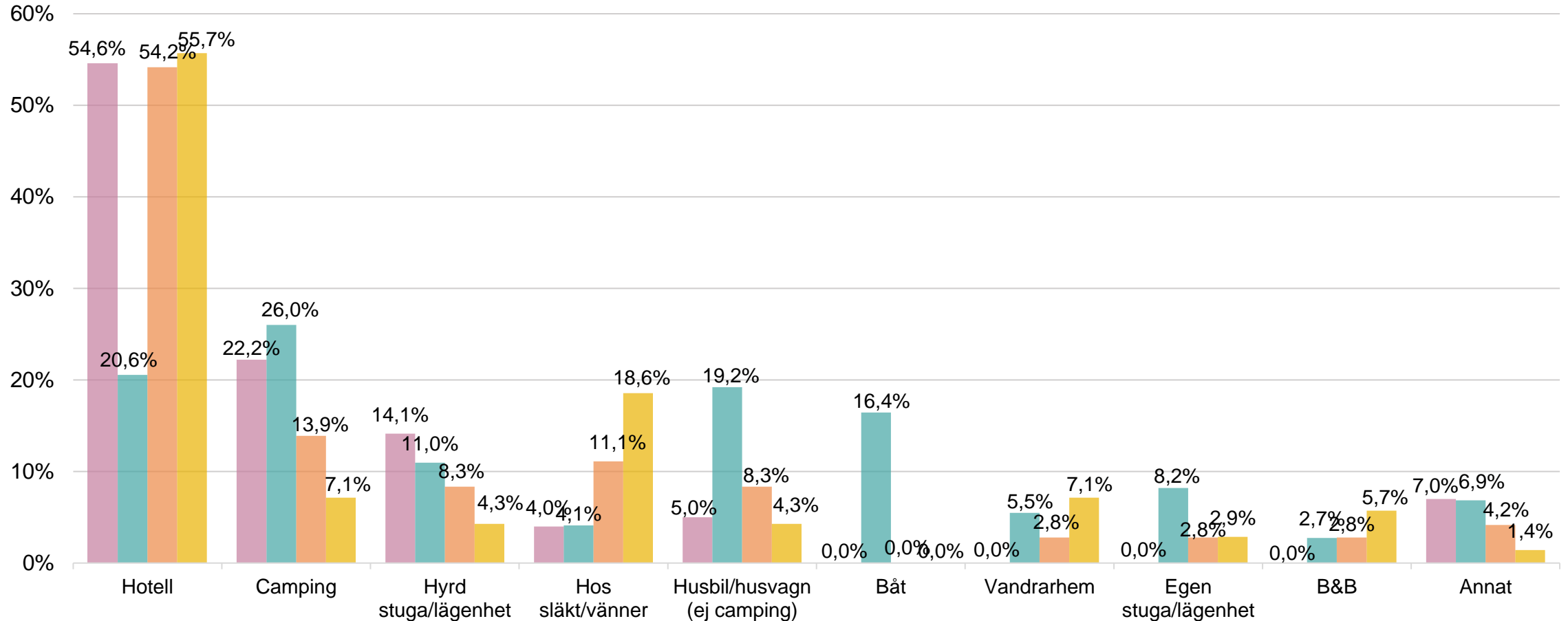


- Notera att diagrammet till vänster endast visar siffror för de övernattande besökarna
- 47 % av de övernattande besökarna bor på hotell under sin vistelse. Omkring 18 % övernattar på camping
- Hyrd stuga/lägenhet är den tredje vanligaste inkvarteringstypen
- Även Släkt och vänner samt Husbil/husvagn (ej camping) är vanliga boendeformer för besökarna under vistelsen
- Övriga inkvarteringstyper förekommer, men i mindre utsträckning
- En jämförelse mellan de olika besöksmålen visas på nästa sida

# Hur bor ni under denna vistelse i Norrköping?

## Inkvarteringstyp

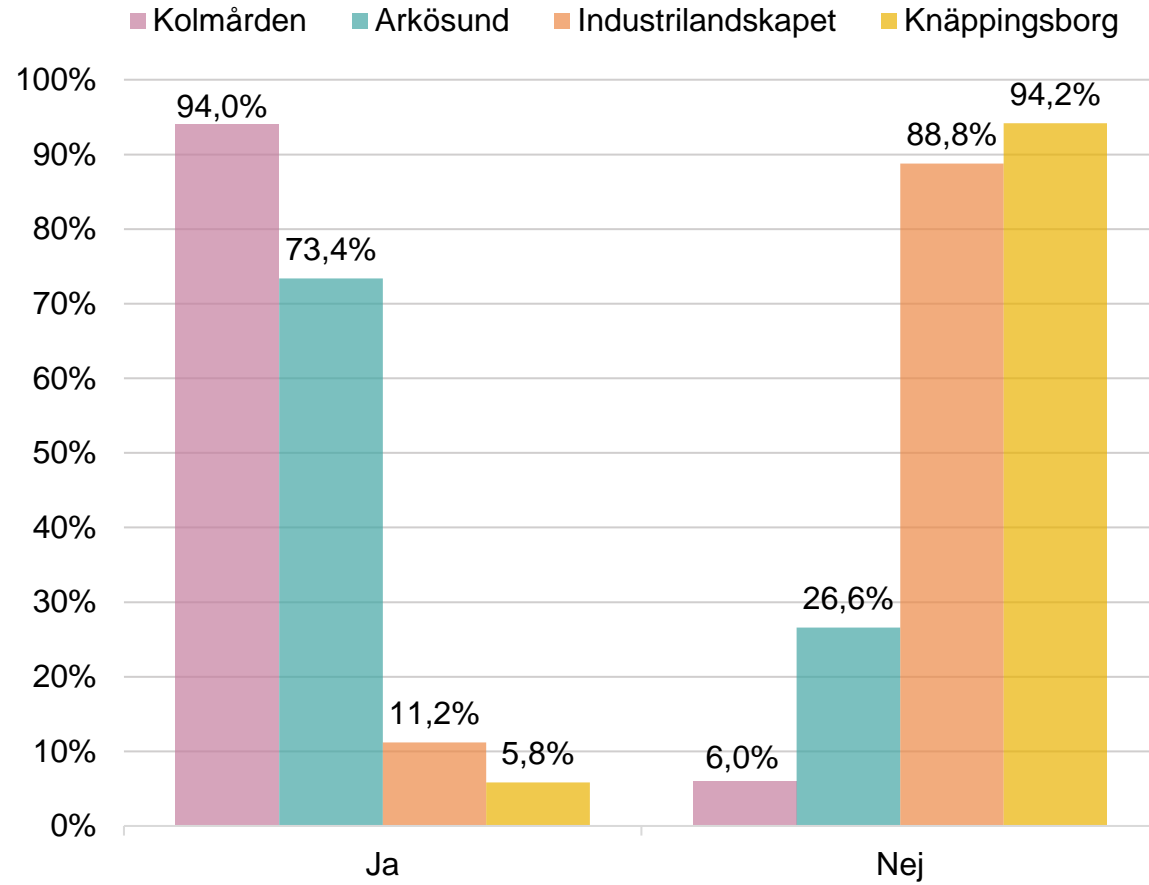
Kolmården Arkösund Industrilandskapet Knäppingsborg





# Är besöksmålet den huvudsakliga anledningen till att du besöker Norrköping?

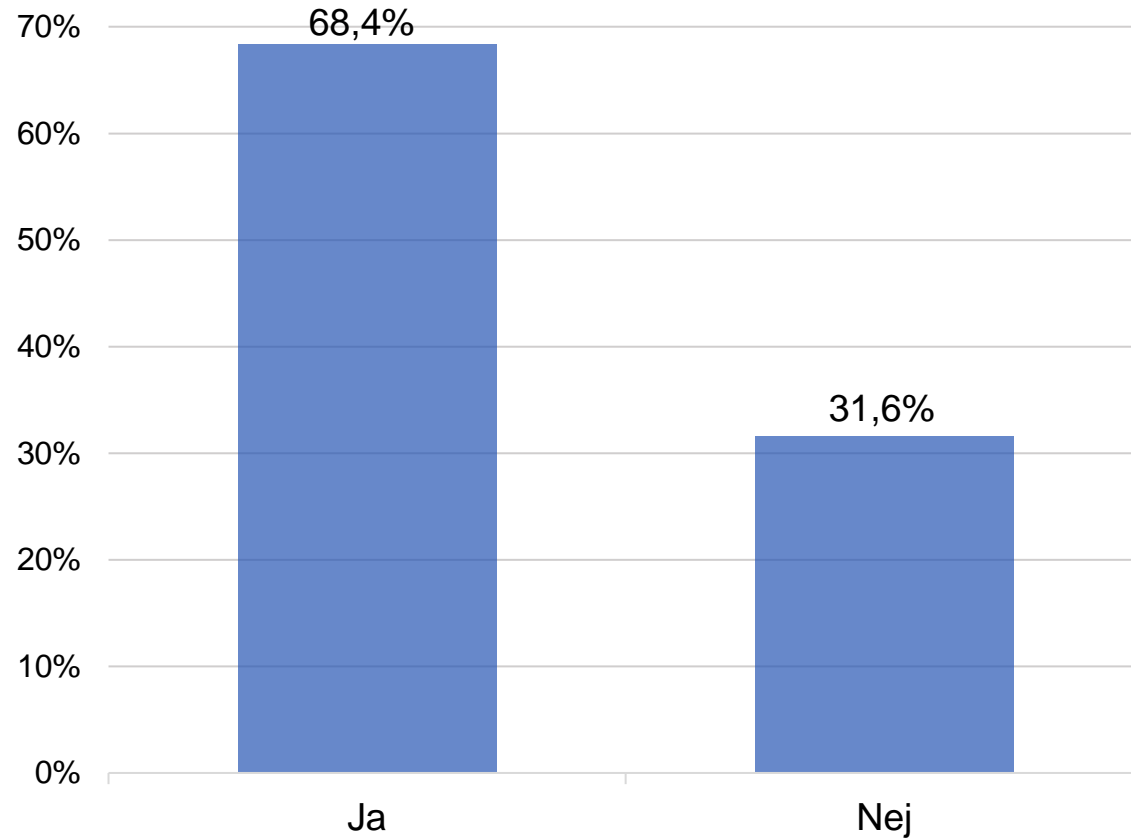
## Besöksanledning



- Merparten av respondenterna (94 %) vid Kolmården har besöksmålet som besöksanledning till Norrköping
- Vid Knäppingsborg hade endast 5,8 % av respondenterna besöksmålet som besöksanledning till Norrköping
- Skillnaderna är tydliga. Kolmården är en stark dragare av besökare, medan Industrilandskapet och Knäppingsborg inte är det

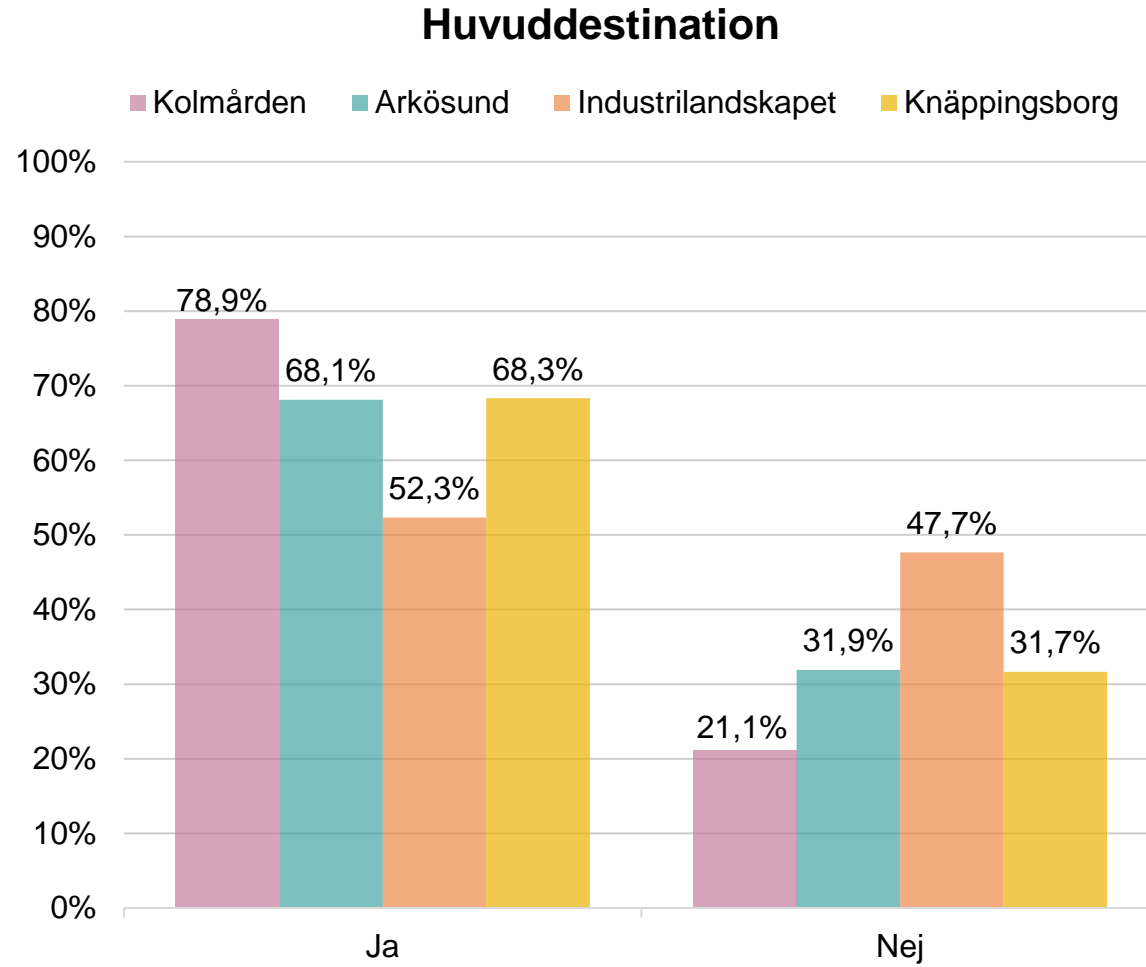
# Är Norrköping huvuddestinationen för er resa?

## Huvuddestination



- 68 % av besökarna svarar att Norrköping är huvuddestinationen för deras resa
- En jämförelse mellan de olika besöksmålen visas på nästa sida

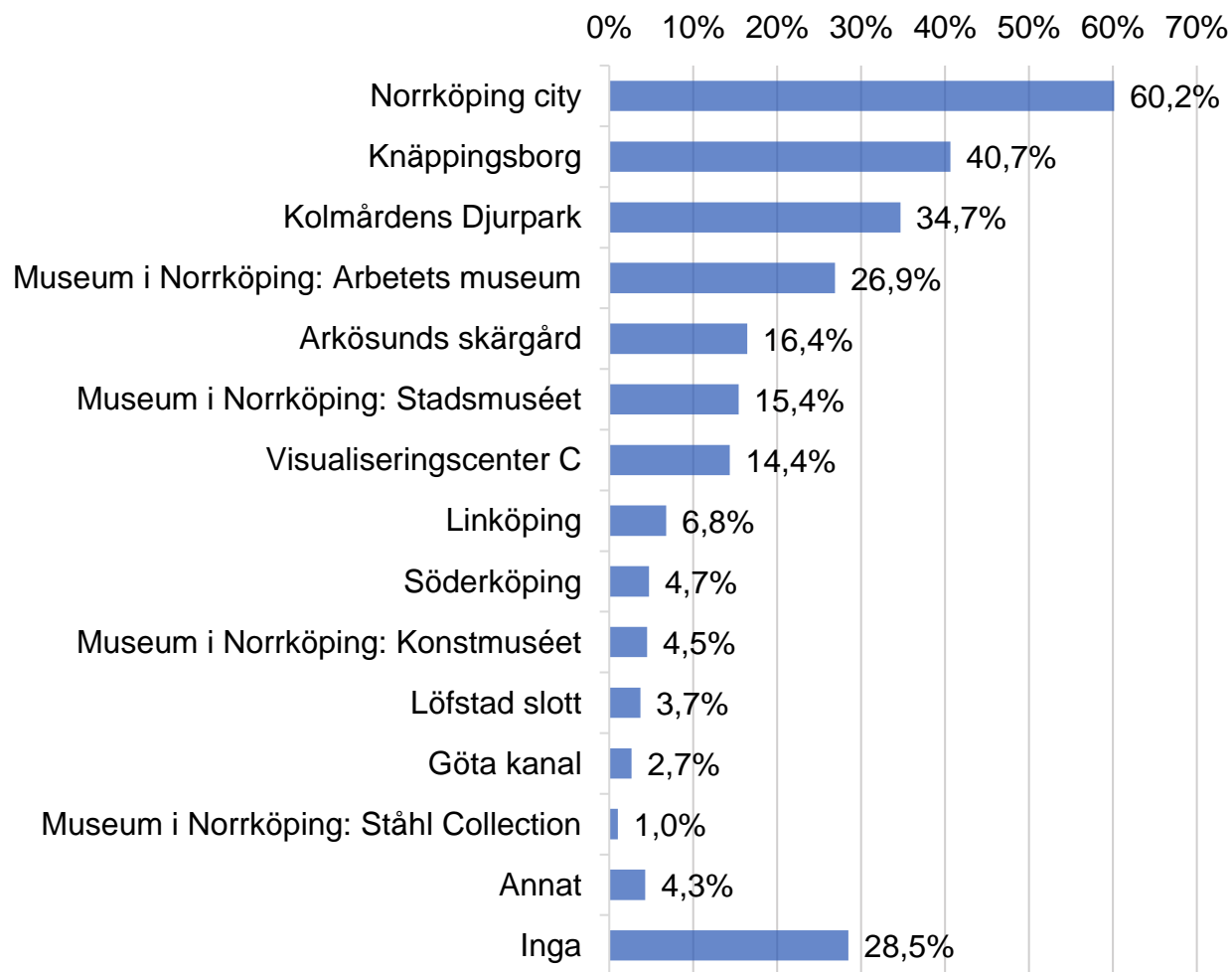
# Är Norrköping huvuddestinationen för er resa?



- Kolmården har den största andelen besökare med Norrköping som huvuddestination, följt av Knäppingsborg och Arkösund
- Industrilandskapet sticker ut något och hade den lägsta andelen besökare med Norrköping som huvuddestination, 52,3 %

# Vilka andra besöksmål/platser besöker ni under denna resa?

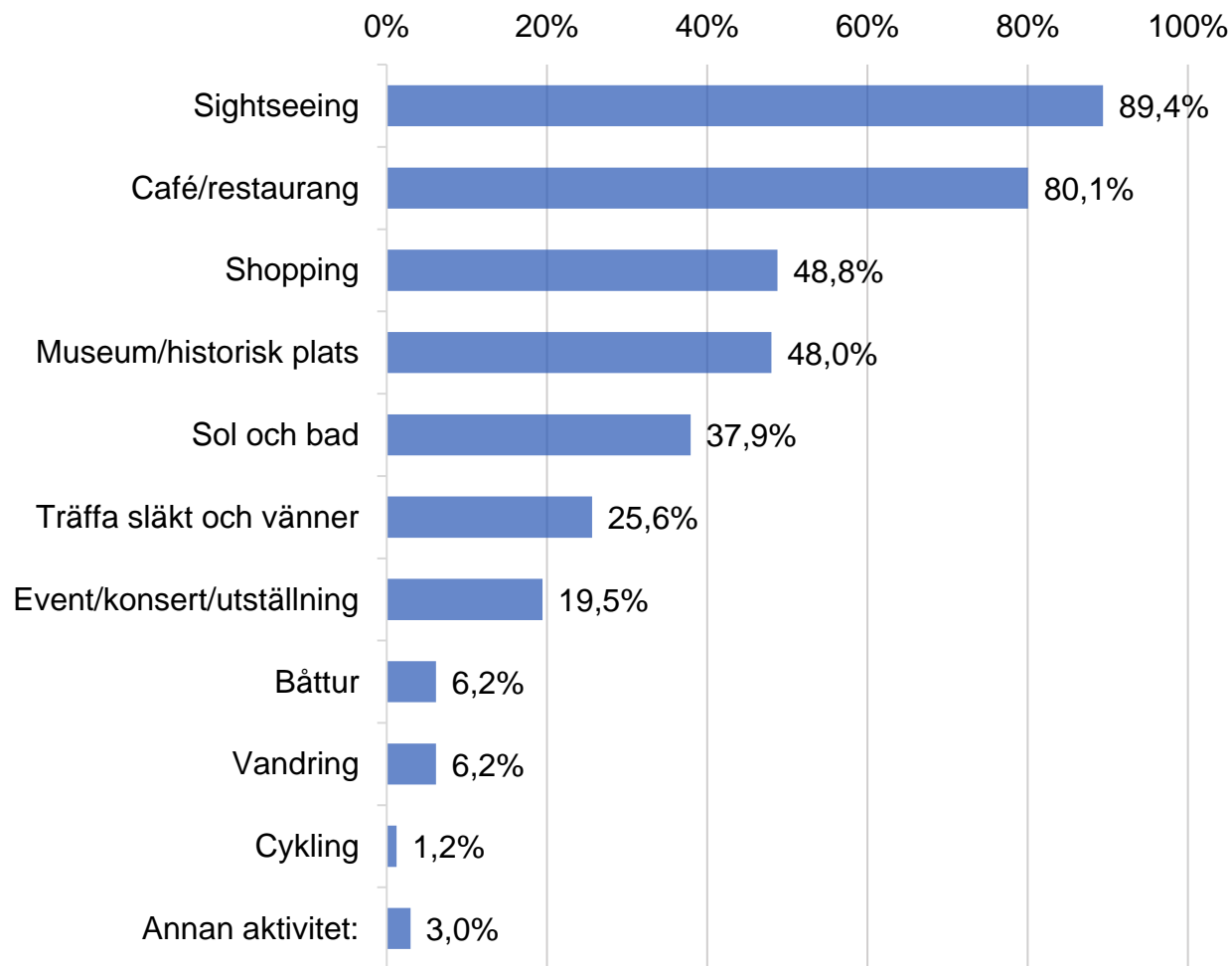
## Andra besöksmål/platser



- Omkring 60 % av respondenterna besöker Norrköping city under sin resa
- Knäppingsborg, Kolmårdens Djurpark samt Arbetets museum är andra vanliga besöksmål/platser
- Eftersom frågan inte är knuten till ett specifikt besöksmål redovisas bara svaren på totalnivå

# Vilka aktiviteter har du ägnat dig åt/kommer du ägna dig åt under din vistelse här?

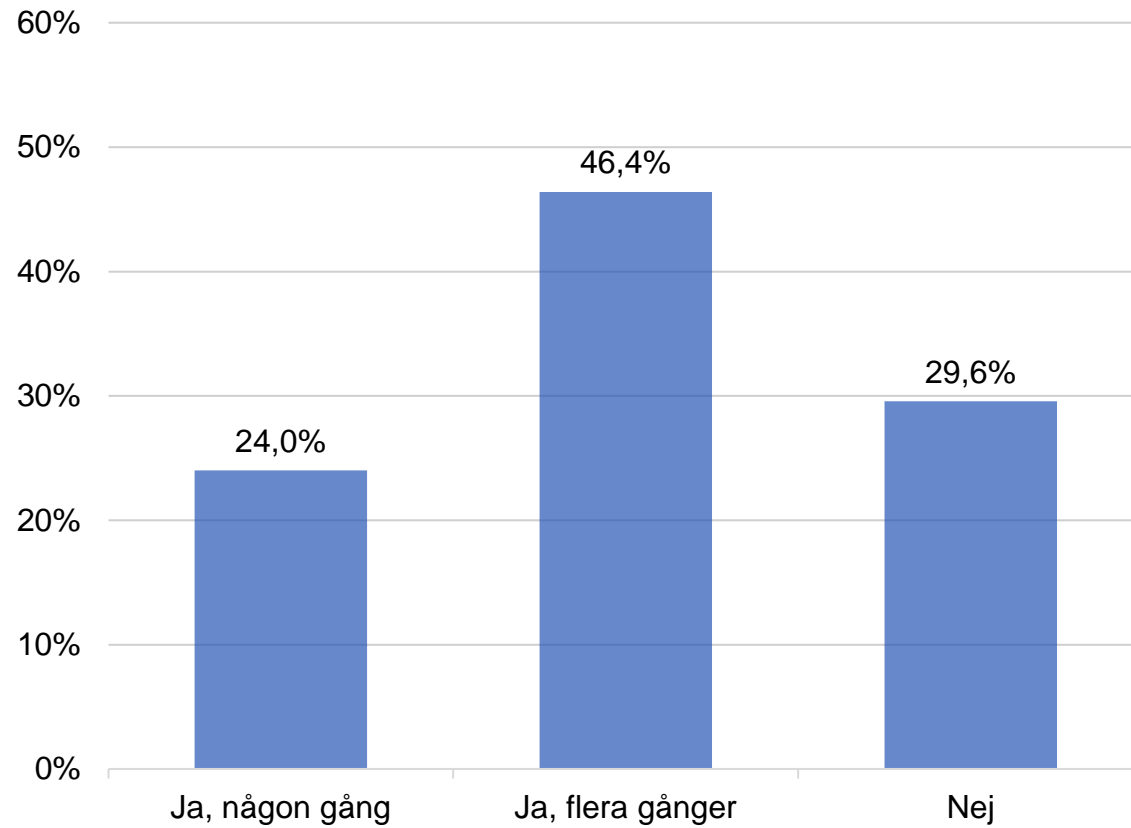
## Aktiviteter



- Omkring 90 % av respondenterna ägnar sig åt sightseeing under sin vistelse
- 80 % besöker en restaurang eller ett café
- Shopping och besök till museum eller historisk plats är andra vanliga aktiviteter
- Eftersom frågan inte är knuten till ett specifikt besöksmål, utan till vistelsen i Norrköping, redovisas bara svaren på totalnivå

# Har du besökt Norrköping tidigare?

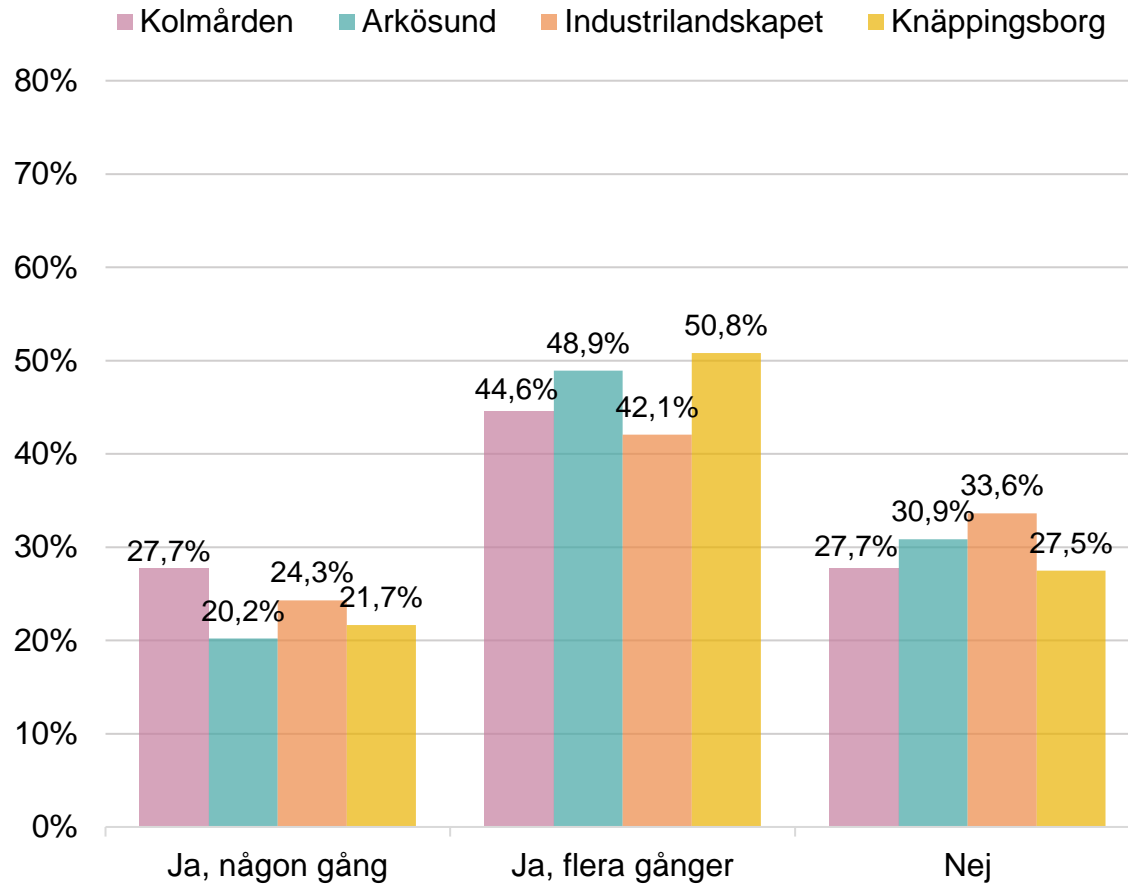
## Tidigare besök



- 29,6 % av respondenterna är förstagångsbesökare till Norrköping
- 46,4 % av respondenterna har besökt Norrköping flera gånger tidigare
- På nästa sida visas en jämförelsen över de olika besöksmålen

# Har du besökt Norrköping tidigare?

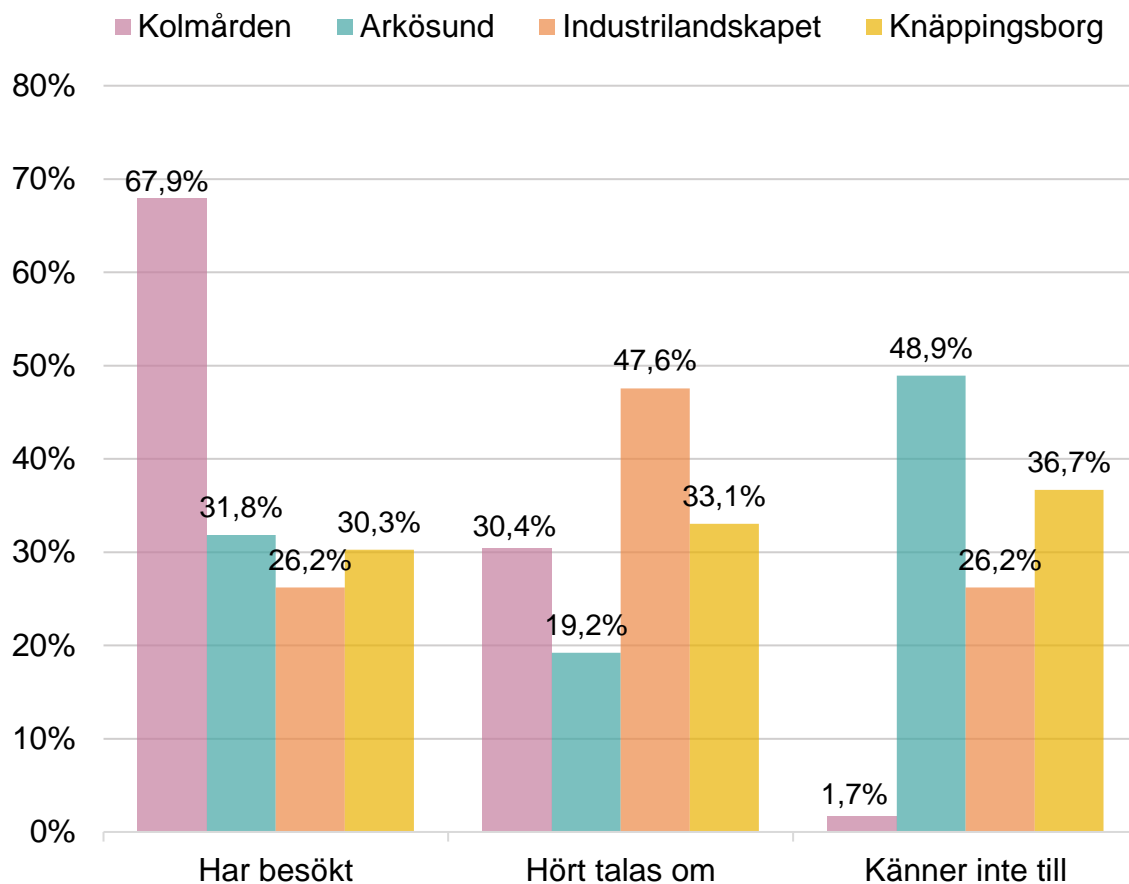
## Tidigare besök



- Störst andel förstagångsbesökare har intervjuats vid Arkösund samt Industrilandskapet
- Skillnaderna mellan besöksmålen är relativt små, svarsmönstret är i stora drag detsamma

# I vilken utsträckning känner du till följande besöksmål i Norrköping?

## Kännedom, totalnivå

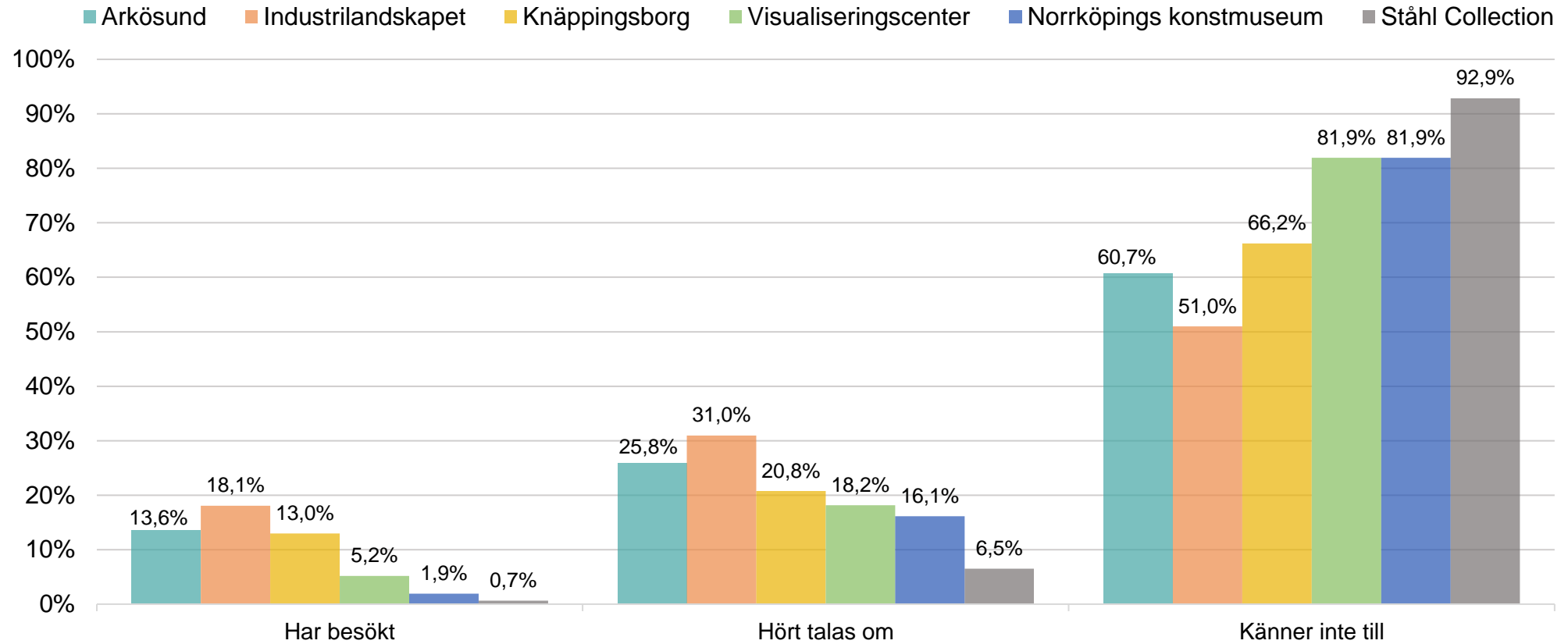


- Respondenten har fått besvara frågan hur väl denne känner till de tre övriga besöksmålen
- Om respondenten svarat att denne har besökt besöksmålet, har detta genererat 3 poäng. Om besökaren svarat att denne inte känner till besöksmålet har det genererat 1 poäng
- Kolmården placerar sig högst upp, med 2,66 i snitt
- Snitt, Arkösund: 1,83
- Snitt, Industrilandskapet: 2,00
- Snitt, Knäppingsborg: 1,94
- På nästkommande sidor visas hur respondenterna har svarat på respektive besöksmål, där visas även hur de förhåller sig till ytterligare tre andra besöksmål; Visualiseringscenter, Norrköpings konstmuseum samt Ståhl Collection



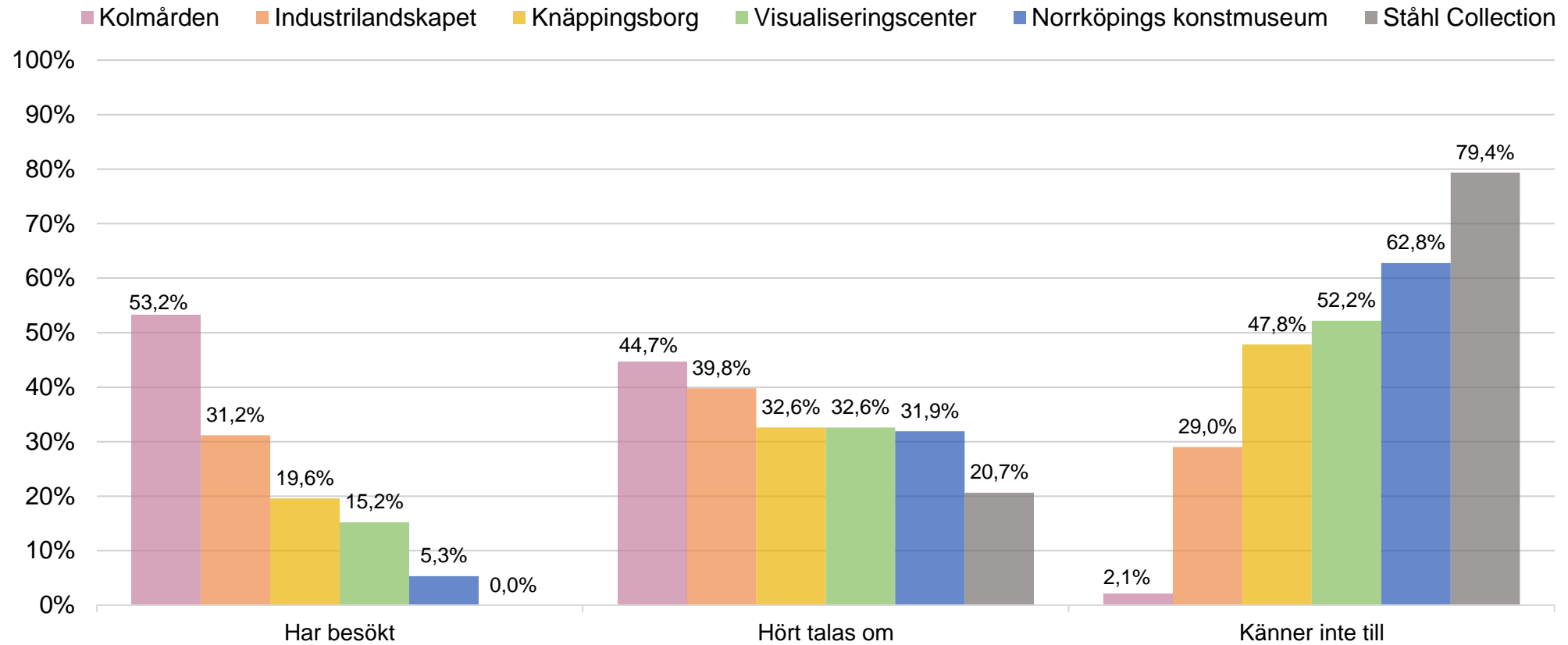
# I vilken utsträckning känner du till följande besöksmål i Norrköping?

## Kännedom, vid Kolmården



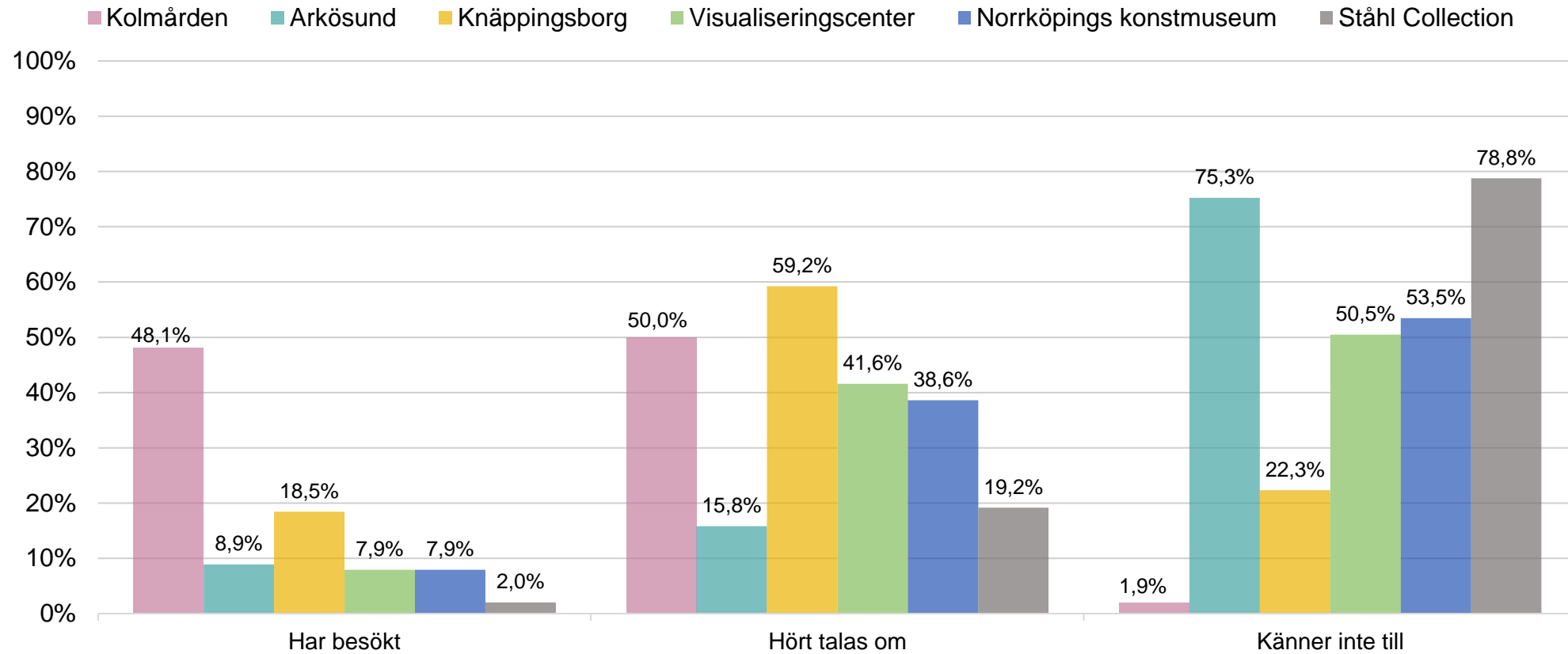
# I vilken utsträckning känner du till följande besöksmål i Norrköping?

## Kännedom, vid Arkösund



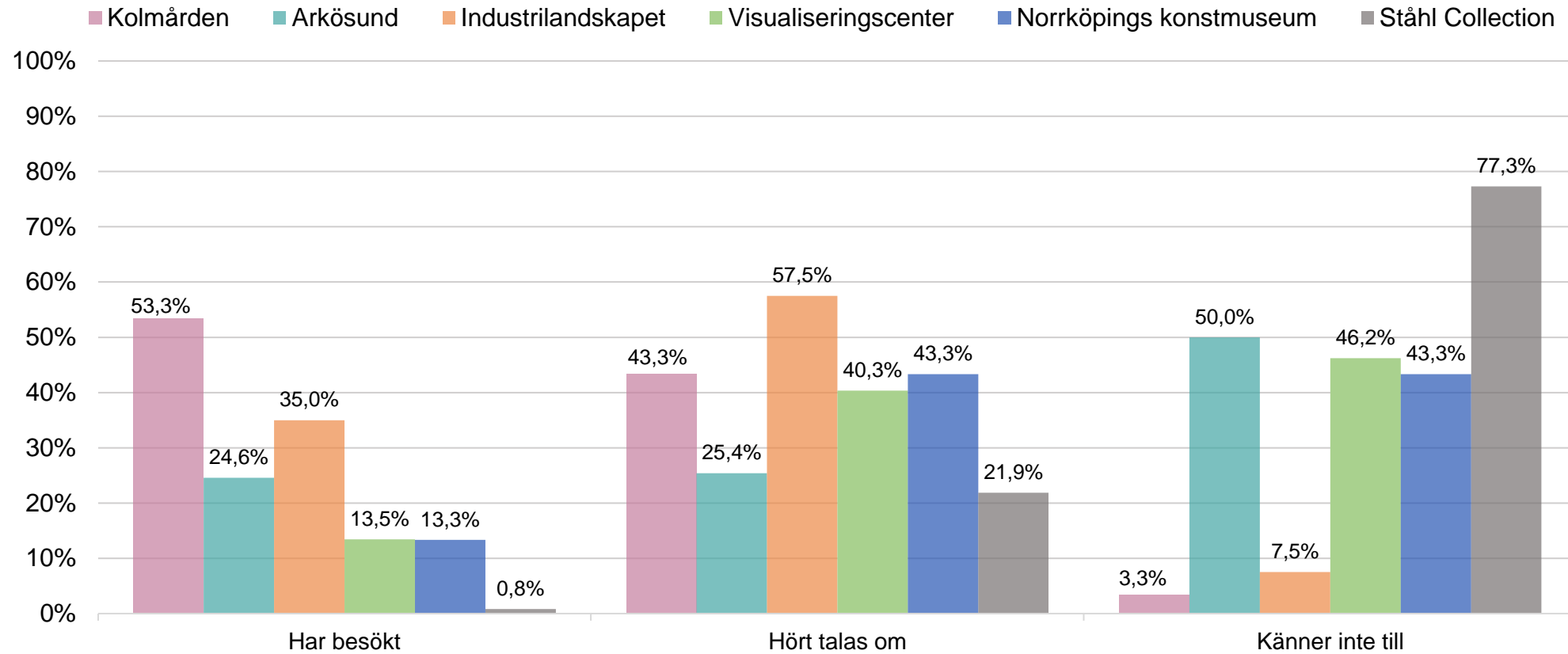
# I vilken utsträckning känner du till följande besöksmål i Norrköping?

## Kännedom, vid Industrilandskapet



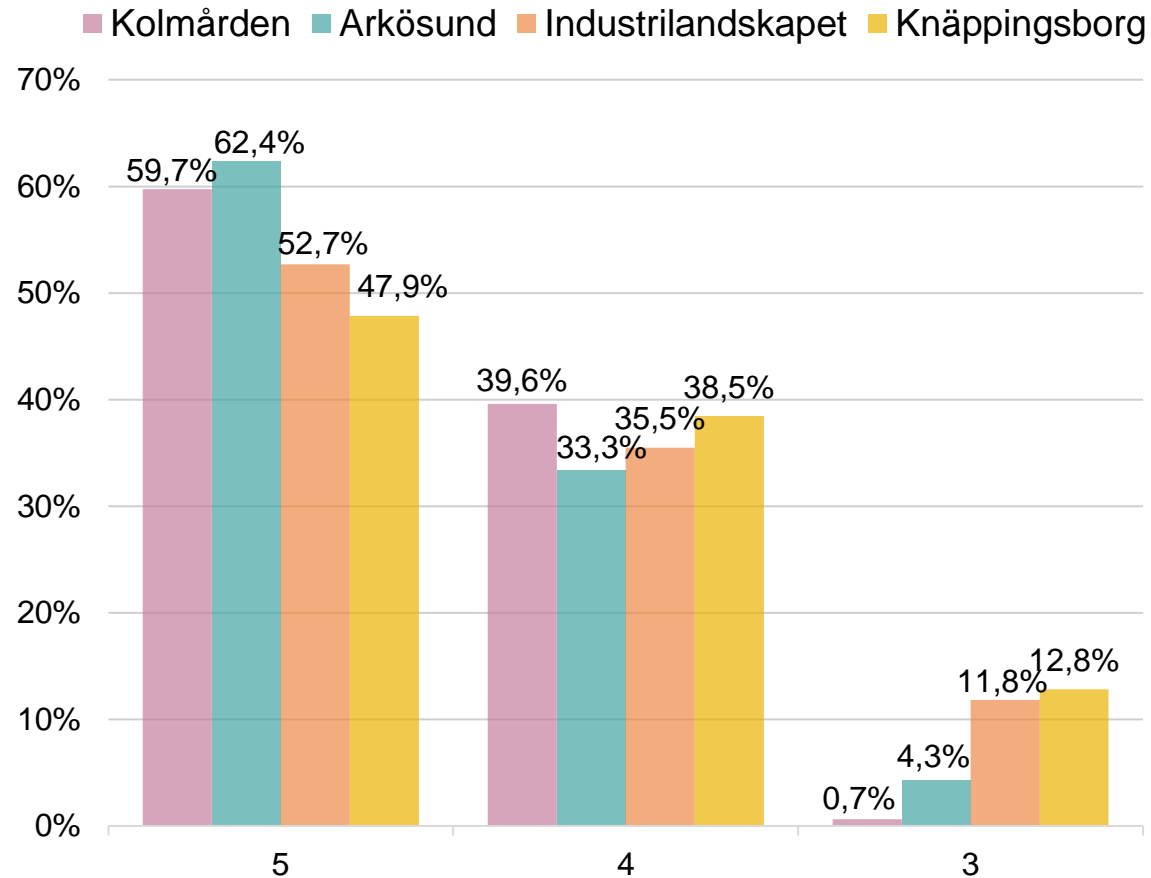
# I vilken utsträckning känner du till följande besöksmål i Norrköping?

## Kännedom, vid Knäppingsborg



# Betygsätt platsen som besöksmål

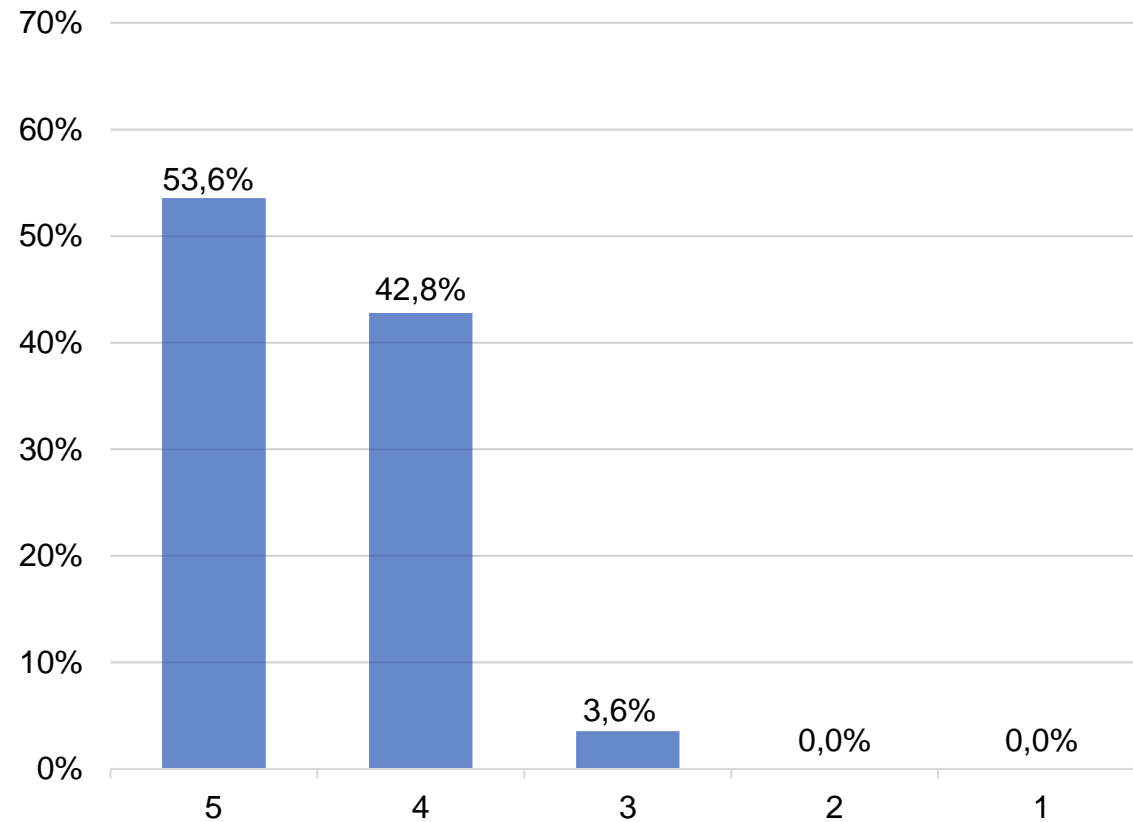
## Betygsättning



- Norrköpings fyra utvalda besöksmål får generellt sett höga betyg. Endast enstaka respondenter har gett betygen 1 eller 2, varpå dessa inte redovisas
- Snittbetyg, totalt: 4,48
- Snittbetyg, vid Kolmården: 4,59
- Snittbetyg, vid Arkösund: 4,58
- Snittbetyg, vid Industrilandskapet: 4,40
- Snittbetyg, vid Knäppingsborg: 4,34

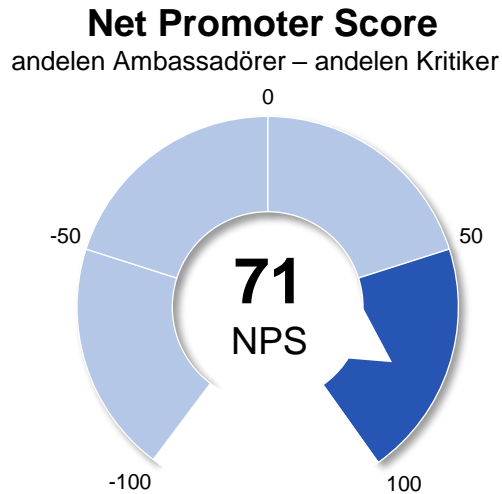
# Hur uppfattar du bemötandet från invånare och personal som du har träffat i kommunen och de verksamheter du har besökt?

## Betygsättning



- Över hälften av respondenterna ger maxbetyget 5 av 5 gällande bemötandet

# NPS: Benägenhet att rekommendera Norrköping som besöksmål till andra



## Detta är Net Promoter Score (NPS):

NPS är ett lojalitetsindex som används i många olika sammanhang för att mäta benägenheten att rekommendera en upplevelse till en bekant. Frågan ställs enligt följande mall:

**På en skala 0-10, hur sannolikt är det att du skulle rekommendera Norrköping som besöksmål till en vän eller kollega?**

Följande kategorisering av svaren görs sedan:

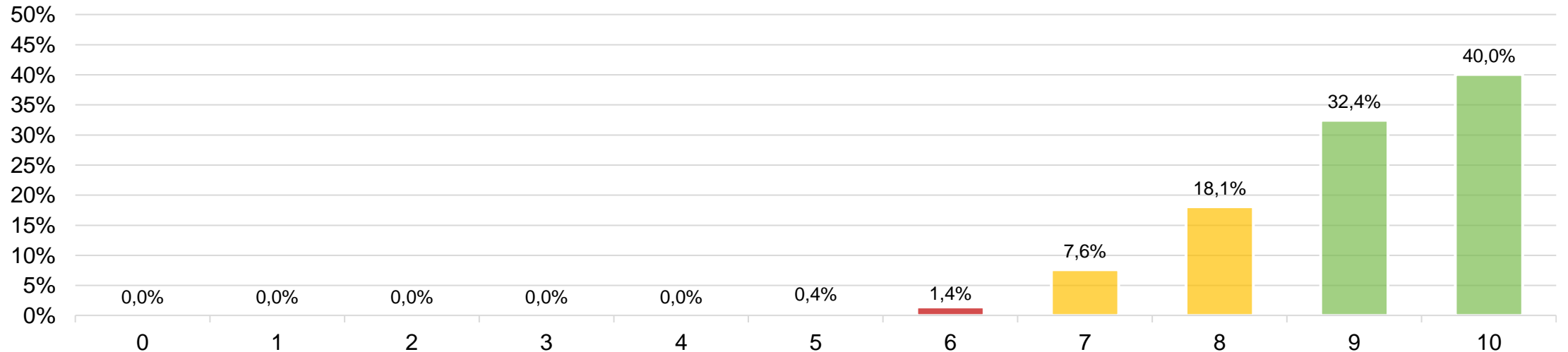
0-6 Kritiker

7-8 Passiva

9-10 Ambassadörer

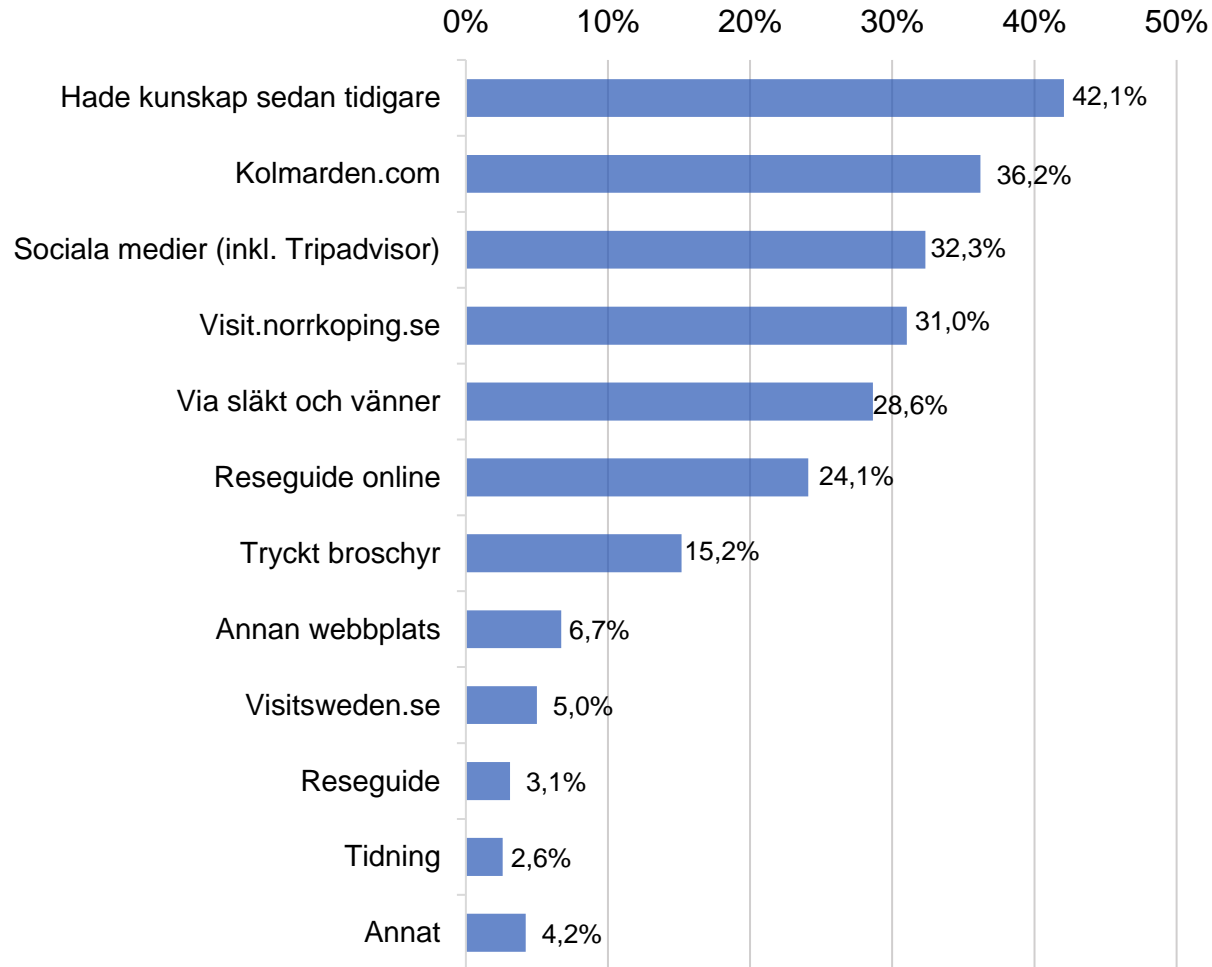
NPS räknas ut som andelen (%) ambassadörer minus andelen (%) kritiker, och skalan sträcker sig därför från -100 till 100. Ett NPS-värde på 0 innebär att det är exakt lika många ambassadörer som kritiker.

## NPS – detaljerad svarsdistribution



# Hur har du informerat dig inför och under din resa till/inom Norrköping?

## Informationskanaler

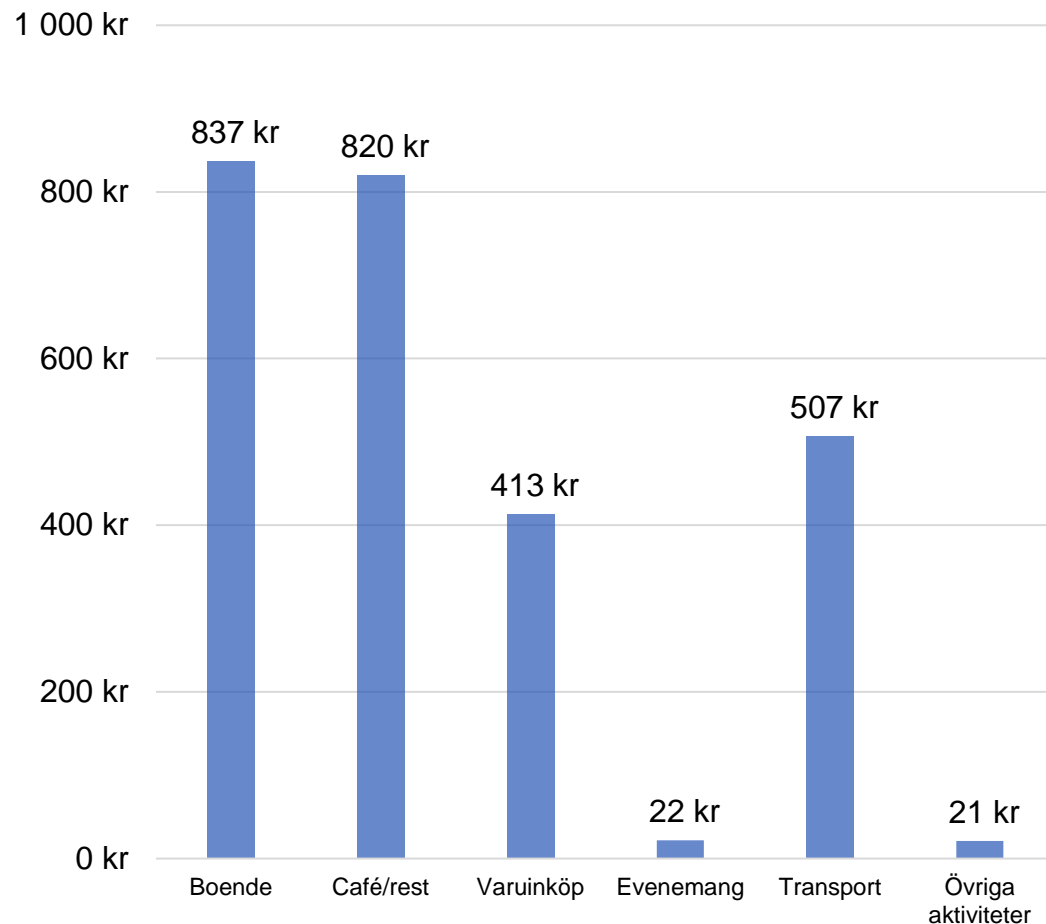


- Att besökaren hade nödvändig kunskap sedan tidigare är det vanligaste svaret på denna fråga
- Drygt 1 av 3 respondenter svarar att de har informerat sig via Kolmarden.com. Notera att detta till stor del, men inte enbart, består av respondenter som intervjuats vid Kolmårdens djurpark
- Sociala medier och visit.norrkoping.se är andra vanliga informationskanaler. Även via släkt och vänner samt Reseguide online är vanliga alternativ
- Alternativet Annat inkluderar svarsalternativ som förekommit i enstaka fall
- Besökaren har kunnat välja flera alternativ, och har i snitt valt 2,3 alternativ



# Vänligen uppskatta hur mycket pengar du har spenderat under ditt besök i Norrköping de senaste 24 timmarna

## Snittutlägg per kategori



## Om utläggsstatistiken

- Respondenten har besvarat frågan genom att uppskatta sina egna faktiska utlägg i Norrköping under det senaste dygnet
- Snittutlägg för boende styrs mest av andelen övernattande, vilken är 64,5 % på totalnivå i denna undersökning. En snittsiffra för boende säger ofta inte så mycket om den enskilde besökaren, eftersom utlägg i regel blir antingen 0 kr eller en betydligt högre summa, beroende på om personen övernattat eller ej. Detsamma gäller till viss del även för övriga kategorier, men i varierande grad och i lägre grad än för boende
- På totalnivå har besökaren spenderat **2 620 kr** i Norrköping under det senaste dygnet
- Boende samt café/restaurang svarar för den största andelen av totalutlägg

# Vill du passa på att framföra någon annan synpunkt eller tips på förbättringar?

Nedan följer ett representativt utdrag av kommentarerna. Samtliga fria kommentarer på denna fråga återfinns i bilagan "Övriga kommentarer – Norrköping".

- *Det är mycket fint men det skulle kunna hända mer. Tycker tex campingplatser och andra områden i staden, som de olika historiska industriområdena, skulle kunna samarbeta mer. Det är lätt att platser såsom KB missas och blir undandömda, i synnerhet pga Kolmården som ofta står i rampljuset. Mer skulle kunna göras för att lyfta fram både KB och övriga Norrköping*
- *Det är mycket glas på marken, behövs tas upp. Samt en lättillgänglig toalett man inte behöver betala för, den på espresso house är inte tillräcklig. Om det finns en annan i närheten borde det vara skyltat. Annars kan det vara bra med fler bänkar/picknicbord om man har med sig lunch eller tar med från caféet*
- *Det är en fascinerande plats men staden/området behövs verkligen städas mer, det är fimpar och glas överallt på marken vilket är mycket otrevligt och förstör intrycket*
- *Fler saker och aktiviteter som inte är för barnen bör finnas. Familjen i fråga har årskort och är främst där för barnen men det blir trist och inte värt pengarna efter ett tag för de vuxna. Även om Wildfire är bra kompenserar den inte för bristen på "action" för de äldre besökarna.*
- *Det bör finnas mer miljötänk och upplock av skräp, det finns en hel del skräp slängt vid vattnet och i området*
- *Lite mer information hade gett platsen mer dragningskraft och kanske gjort att de stannat längre i Norrköping*
- *Tycker det skulle kunna hända lite mer och framförallt att lite mer var öppet. Det är en del stängt och det händer inte så mycket på platsen förutom att det är ett gulligt område*
- *Tycker de kan "dekorera" i området mer. De kan ta inspo från Knäppingsborg med flaggorna tex. Tror staden och området skulle bli mer enhetligt och området mer vackert. Nuvarande så är området coolt men samtidigt lite tråkigt. De och Knäppingsborg kan samarbeta lite, göra guidningar eller något*
- *Kanske vore roligt med tex ett lekområde av något slag för barnen, det skulle nog göra att man stannar längre*
- *Det måste komma fler parkeringsplatser och det måste bli lättare att hitta till området. Platsen verkar främst finnas till för lokalbor i stan, inte så turistvänligt*
- *Maten har stor förbättringspotential, det skulle kunna finnas mycket mer och framför allt mer nyttigt/hälsosamt och mer veganskt/glutenfritt mm*
- *Uppskattar att Norrköping bevarar det gamla, gamla byggnader, växtlighet och så. Dumt att så många ställen i princip enbart tar Swish! Går inte att betala med Swish som turist från utlandet. Vi har ex. inte kunnat köpa fika på golfbanor runt om i Sverige för att de enbart tog Swish. Märkligt eftersom det kommer många golfturister till Sverige. Önskar tydligare info om hur man kan åka spårvagn.*

# Vill du passa på att framföra någon annan synpunkt eller tips på förbättringar?

Nedan följer ett representativt utdrag av kommentarerna. Samtliga fria kommentarer på denna fråga återfinns i bilagan "Övriga kommentarer – Norrköping".

- *Mer information: de tror att man lätt missar saker när man är här om man inte är lokalbo, för att man skulle behöva förkunskaper om vad som finns här för att det inte riktigt står så mycket på plats om vad som finns. Det är väldigt lätt att man bara går förbi eller hittar caféer/butiker av en slump. Mer marknadsföring på plats bör finnas för att lättare dra hit folk. Fin plats men finns mycket mer att göra för att platsen ska bli bättre*
- *Är svårt som turist att betala för parkering. På många platser krävs Swish, och den appen kan man inte ha som turist. Upplever att det är svårt att hitta den typ av sevärdheter vi vill se. Vet ej hur v skulle vilja få mer info om sevärdheter.*
- *Upplever att det är svårt att hitta runt här, både i Norrköping generellt och Knäppingsborg specifikt, eftersom det är så oregelbundna gator. Men oregelbundenheter är ju också en del av charmen, som gör att det känns mysigt.*
- *Bättre information: det känns som att platsen är lite "hemlig", de var osäkra på om de fick gå in. Informationen på webben känner de inte riktigt överestämmer med upplevelsen på plats. De tittade efter matställen och insåg att kvarteret hade mer att erbjuda, vilket de inte insett innan pga brist på information. Bör finnas mer mycket information och marknadsföras bättre så att en inte hittar platsen av en slump*
- *Mer tillgänglig kollektivtrafik till/från Arkösund*
- *Är svårt att ta sig fram med barnvagn, särskilt i början av parken/vid entrén. Är en uppførsbacke efter entrén där man måste ta sig upp själv när man har barnvagn. Förslag: hiss för att ta sig uppför första backen.*
- *Behövs fler laddningstolpar för elbilar på parkeringen vid Kolmården. Räcker inte till för alla som behöver ladda i nuläget.*
- *Uppskattar de fräscha toaletterna. Saknar möjlighet att fylla på vatten! I nuläget får man försöka fylla på vatten på toaletterna, och det vattnet är inte så kyligt. Behövs fler rulltrappor från hotellet ner till parken! Är svårt att ta sig fram när man ex. är äldre och har svårt att gå.*
- *Önskar större matutbud: inte bara hamburgare. Upplever att den buffén som finns var bättre första gången vi var här än senaste gången. Senast vi var här stängde restaurangerna alldeles för tidigt. Efterdom det kan vara långt att gå mellan olika delar av djurparken så var det svårt att hinna till restaurangen i tid.*
- *Lite mer/bättre information. Vännerna som bor i Norrköping känner till området, men personen i fråga ville också ta reda på information men fann svårigheter i det*
- *Bättre information: informationen tillgänglig gör inte platsen rättvisa, och platsen är väldigt undandömd. Det faktum att det finns grindar runtomkring tycker de gör att platsen blir mindre tillgänglig och det känns som att en inte riktigt får gå in.*

# Kontaktpersoner Research One

**Rickard Holmberg**

0734-35 49 36

[rickard.holmberg@researchone.se](mailto:rickard.holmberg@researchone.se)



Research One AB

Org 559079-8376

[www.researchone.se](http://www.researchone.se)