

# TURISTUNDERSØGELSEN



DESTINATION NORD



# Et antropologisk udefra-ind perspektiv på Destination Nords oplevelsestilbud

Destination Nord arbejder kontinuerligt med at udvikle og markedsføre destinationen. For at skabe det bedst mulige grundlag for at formidle destinationens mange overdådige oplevelsestilbud, er der behov for at definere destinationens fortælling, kendetegn og samlede værditilbud.

Dette strategiske arbejde med at definere destinationens kvaliteter og oplevelsestilbud er igangsat med udgangspunkt i fire steder: Aalborg by, Brønderslev kommune, Frederikshavn by og Læsø Kommune. Ud fra disse fire steder skal destinationens gode fortællinger bidrage til at styrke destinationens samlede profil.

I forlængelse af dette er det oplagt at spørge gæster og turister om deres oplevelse af destinationen for at forstå stedernes særegne kvaliteter, både i det fysiske landskab og i forhold til de eksisterende oplevelsestilbud i destinationen. Gæsteperspektivet kan nemlig bidrage til klar markedsføring af destinationen samt identificere de potentialer og barrierer, som destinationens gæster oplever og derfor skal adresseres, også i form af strategisk destinationsudvikling.

### **Et gæsteperspektiv på Aalborg by, Brønderslev kommune, Frederikshavn by og Læsø Kommune**

Epinion har således gennemført en kvalitativ analyse, der tager afsæt i gæsteperspektivet. Undersøgelsen baserer sig på interviews og observationer med internationale og danske turister på de fire steder for at sikre, at Destination Nord opnår et dybdegående kendskab til turisternes oplevelser, behov, potentialer og refleksioner under en ferie i Destination Nord. Tilgangen for den antropologiske undersøgelse udfoldes på næste side, og metodedesignet er vedlagt som bilag for at udfolde den antropologiske undersøgelse.

I denne rapport leverer Epinion indsigter til Destination Nord, som kan integreres direkte i den strategiske proces og styrke destinationens eget strategiske arbejde med markedsføring og udvikling af destinationens oplevelsestilbud. Rapporten vil først gå i dybden med hvert enkelt sted for derefter at opsummere det samlede oplevelsestilbud fra et gæsteperspektiv.



# Et dybdegående antropologisk blik på oplevelsestilbuddene i Destination Nord med afsæt i gæsteoplevelsen

### De fire steders DNA er i fokus

Det er essentielt at spørge gæster og turister til råds for at forstå Destinationen Nords særegne kvaliteter, både i det fysiske landskab og i forhold til de eksisterende oplevelsestilbud i destinationen. Dermed kortlægges potentialer, som bidrager til at styrke destinationens og aktørernes strategiske arbejde med at løfte den overordnede gæsteservice.

To antropologer fra Epinion har derfor udført observationer på de fire udvalgte steder for systematisk at kortlægge gæsteperspektivet. Samtidig har antropologerne udført interviews med turister og gæster på de fire steder for at nuancere observationerne og få turisternes egne perspektiver på de fire steder.

### Fem tematikker til at skabe systematik

Analysen kortlægger turisternes oplevelser med udgangspunkt i de fem temaer, som er beskrevet til højre. Tematikkerne for undersøgelsen har bidraget til et nuanceret billede af de fire steder fra et gæsteperspektiv.

På tværs af de fire steder er der udført 98 interviews, og observationer er foretaget i Aalborg og Brønderslev den 29.-30. juni 2023, samt i Frederikshavn og Læsø den 16.-17. august 2023.



### Følelser og sanser

Ved at forstå hvilke typer følelser og holdninger, stederne giver turisterne kan stedernes DNA uddybes.



### Adfærd og reaktioner

Observationer af turisternes adfærd og reaktioner, giver indsigt i de erkendte og ikke-erkendte behov.



### Forventninger

Interviews med turisterne om deres forventninger til at besøge de fire steder, og undersøger om forventningerne bliver mødt.

**Den antropologiske undersøgelse består af observationer på de fire steder og interviews med turister, for at få et dybdegående indsigt i de fire steders kvaliteter og overordnede tilbud.**



### Oplevelsestilbuddene

Stedernes oplevelsestilbud observeres med et strategisk udefra-ind blik, for at skabe dybdegående viden om de stednære oplevelseskvaliteter.

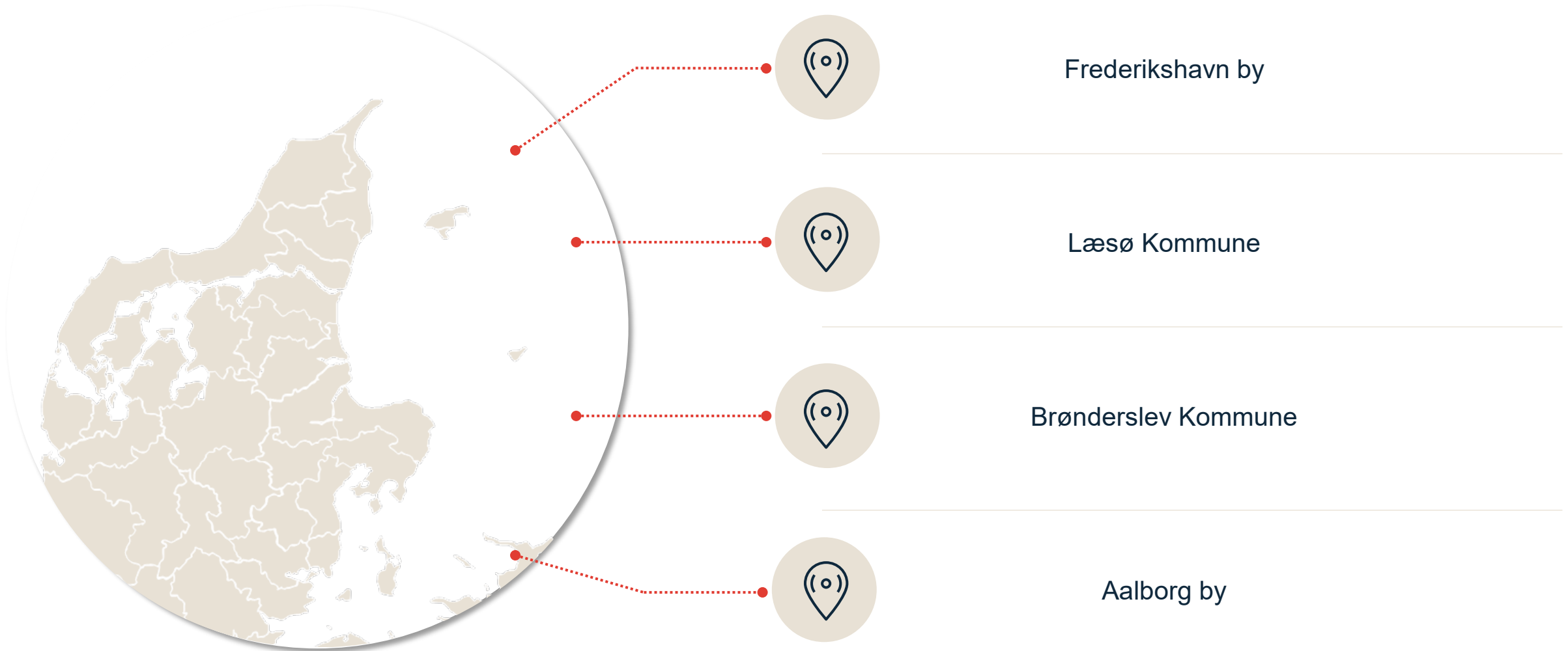


### Eksisterende målgrupper

Den antropologiske kortlægning, giver et konkret blik på eksisterende målgrupper, og kan pege på potentialer fremadrettet.

# De fire oplevelsesprofiler

# Analysen udfolder de fire oplevelsesprofiler fra et gæsteperspektiv – herunder hvordan de opfattes, opleves og bruges, samt hvilke potentialer der findes





# Aalborg by





# Aalborg tilbyder storby vibe uden stress og jag

Strakt langs Limfjorden ligger Aalborg, en by i udvikling, med en koncentreret blanding af **kultur, historie, arkitektur og natur**.

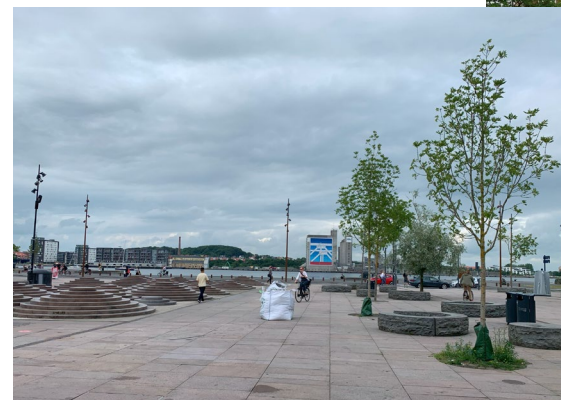
Når man først ankommer til byen, vil man bemærke den rolige atmosfære og den karakteristiske arkitektur, der fusionerer gammelt og nyt. De små, gamle gader i byens centrum er charmerende og tilbyder besøgende et autentisk indblik i byens historie. Dette står i positiv kontrast til de moderne byggerier ved fjorden, der giver turister og lokale mulighed for at bo ved vandet og som med deres moderne udtryk giver nyt liv til byen. Der er rig mulighed for at overnatte i og omkring Aalborg. De mange hoteller, spisesteder og oplevelser bidrager til følelsen af, at Aalborg faktisk er en **lille storby**.

Byen rummer også rigeligt med **shopping-muligheder, restauranter og natteliv**, som man ville forvente af en storby. Forskellen fra Aalborg og andre storbyer er imidlertid, at der er meget kort afstand mellem de enkelte oplevelser. Dette gælder med undtagelse af Street Food, som ligger bemærkelsesværdigt langt væk fra resten af byen, men dog med muligheden for at gå langs fjorden for at komme derud.

**Fjorden** er hjertet af Aalborg og en uundværlig del af byens landskab. Uanset hvor man er i byen, er det tydeligt, hvor vigtig fjorden er for byens identitet. Promenaden langs fjorden er et tydeligt populært sted for besøgende og lokale, og de forskellige faciliteter giver på hver deres måde mulighed for at nyde fjorden både til lands og til vands.

**Kunsten** er et kulturelt fyrtårn i Aalborg, og den smukke arkitektur, parken og forskellige udstillinger er tiltrækkende for både lokale og internationale besøgende. På samme måde er Utzon Centret, og graffitien rundt omkring bygningerne i byen, med til at understrege, at Aalborg er en moderne by med forståelse for kunst og kultur.

Alt i alt er Aalborg en by med en dynamisk kulturarv og forbindelse til fjorden og naturen. Det er en nem by at **bevæge sig rundt i til fods**, hvilket gør den ideel for turister. Byen er fyldt med liv og energi, og den formår at integrere havnens atmosfære i bylivet



# En lille storby, der rummer pulserende byliv og outdoor aktiviteter



## Pulserende byliv og ro i synergi

Aalborgs dobbelte karakter som en livlig storby med samtidig nærhed til natur, fjord og hav skaber en attraktiv destination for turister, hvilket de besøgende i høj grad lægger vægt på gennem interviewene. Byens størrelse og tempo appellerer til turister, der ønsker en pulserende byoplevelse, uden at miste kontakten til den ro, der repræsenterer Nordjylland. Observationen bekræfter, at besøgende vil opleve en storby med mange faciliteter og liv, som stadig tillader en følelse af ro, i høj grad tilvejebragt af fjorden.



## En ungdommelig by med kulturelle skatte

Aalborg hylder sin nordjyske karakter ved at tilbyde kultur og oplevelser, der er i harmoni med det lokale DNA. Historiske kulturtilbud, som Vikingemuseet, er ikke dominerende seværdigheder, men tilstedeværelsen af dem bidrager til at komme i kontakt med byens kulturarv, og turistene beretter om en oplevelse af høj kvalitet. Steder som Streetfood, Kunsten, Centrum og de mange streetart-kunstværker bidrager dertil med et ungdommeligt udtryk. Gennem observation og interviews, er det tydeligt at Aalborg er et sted, hvor den nordjyske identitet udfolder sig gennem en blanding af kultur, arkitektur og en grundlæggende afslappende stemning, samtidig med at byen opfattes som ung og i udvikling.



”

*Aalborg er rigtig flot, og den perfekte størrelse – ikke for lille og ikke for stor. Der er ikke for mange mennesker, og så er det virkelig børnevenligt.*

- Par, 39 og 35 år, USA

”

*Der er meget mere afslappende her end i Norge. Byen er historisk, en kulturby, der er kunst og arkitektur og Limfjorden gør det hele mere roligt. Der er så åbent og lyst, det gør virkelig noget med mindsettet.*

- Mand, 51 år, Norge





# Limfjordens magi tryllebinder gæsten og giver en særlig feriefornemmelse



## Limfjorden er top of mind for turister på besøg i Aalborg

Limfjorden strækker sig dybt ind i Aalborg, gennem sigtelinjer ud mod vandet fra centrum, som skaber en nærhed mellem byen og vandet. Dette bliver også lagt mærke til at turisterne, som i interviews ofte nævner nærheden til fjorden som noget særligt for Aalborg. De lægger vægt på, at fjorden tilbyder ro og skønhed, der indbyder til afslappende øjeblikke i byen. Fjorden opfattes også af flere som et naturelement, og dermed trækkes naturen ind i centrum gennem tilgangen til vandet.



## Oplevelser ved og i Limfjorden skaber forbindelse mellem by og vand

Limfjorden spiller en central rolle i turisternes forståelse af Aalborg, med en bred vifte af aktiviteter som sejlads, SUP og kajak, som giver de besøgende en unik chance for at prøve kræfter med vandet. Promenaden langs vandet skaber en stærk forbindelse til byen. Med sin imponerende arkitektur og mange pladser til afslapning, samvær og leg skaber promenaden en harmonisk balance mellem by og fjord. De tæt beliggende havbade tilføjer endnu en dimension til fjordens tiltrækningskraft, og nævnes af flere turister i interviewene.



## Limfjordens kulinariske mangfoldighed og manglen på fisk

Selvom Limfjorden spiller en stor rolle i turisternes opfattelse af Aalborg, mangler den forventede tilgængelighed af frisk fisk i byens kulinariske udvalg. Mange turister forbinder havn og havet med lækre fiskeretter, men denne forventning opfyldes ikke, udtrykker nogle i interview. Der er dermed en udforsket dimension af tilknytningen mellem fjorden og byen, som i høj grad kan tilvejebringes ved at styrke salget af frisk fisk – og generelle fiskeaktiviteter.



”

*Aalborg er moderne men historisk, samtidig med at det ligger meget tæt på vandet.*

- Par, 32 år, Tyskland



”

*Fjordbadet og centrum er specielt godt, vi nyder virkelig roen der er ved vandet her.*

- Par, 48 og 44 år, Tyskland og Frankrig



”

*Vi savner rigtig meget et sted hvor vi kan købe frisk fisk, som ikke er på restaurant. Det havde vi forventet når vi tager til en by der er så tæt på havet.*

- Par, 67 år, Belgien

# Stemningen af storby skaber forventning til nem wayfinding og informationsøgning

## Turisterne detailplanlægger ikke deres besøg til Aalborg...

Det er tydeligt gennem interviews, at endagsturister ikke detailplanlægger et besøg til Aalborg, for de forventer at de kan finde information og blive ledt rundt nemt rundt i Aalborg, ligesom i andre storbyer.

Endagsturisterne forklarer, at de vil til Aalborg for at opleve byens atmosfære, og lade sig inspirere når de går rundt. De forventer at de kan finde information imens de er i byen, og at de nemt kan blive guidet rundt med skiltning mellem de forskellige attraktioner og besøgssteder. Denne forventning udspringer af turisternes oplevelse af at Aalborg er en lille storby, hvilket automatisk giver dem forventning til god skiltning, wayfinding og information imens de går rundt.

”

*Vi er på en spontantur til Aalborg, så vi tager det lidt som det kommer - Aalborg er en rigtig god by at gøre det i.*

- Veninder, 24 og 25 år, Norge



## ...og de oplever at byen er sværere at finde rundt i end de forventede

Forventningen til Aalborg som storby, hvor informationer er nemt tilgængelig, falder dog til jorden, når de går rundt. Interviews og observationer viser, at turisterne bruger meget tid på at orientere sig, og finde ud af, hvordan de kommer rundt – og om de fx kan benytte sig af offentlig transport.

God digital gæsteservice og skiltning, der ikke kun er på dansk vil styrke turisternes oplevelse af byen, og skabe et bedre besøg. Dermed kan turisterne ledes rundt i større dele af byen, og opleve endnu mere af Aalborg.

”

*Vi har ikke rigtigt kunne finde noget information om hvordan kollektivtransporten fungerer, eller hvor vi kan leje cykler, og så bliver det nemmest at tage bilen, selv om vi gerne vil noget andet.*

- Par, 32 år, Tyskland





# Aalborg er et planlagt stop, når turisterne besøger Nordjylland

Selvom turisterne ikke detailplanlægger et besøg i Aalborg by, så viser interviews, at Aalborg er en del af programmet, når ferien planlægges.

Interviews og observationer gør det tydeligt, at Aalborg by tiltrækker vidt forskellige målgrupper, pga. dets mange forskellige tilbud. Der er dermed turister, der tager til Aalborg som hoveddestination, på en dagstur eller som en del af en større rundtur i Nordjylland.

”

*Besøget har virkelig overgået vores forventninger, det er meget hyggeligere her end vi havde forventet. Menneskerne er så søde, venlige, hjælpsomme og nemme at snakke med. Vi føler os generelt meget trygge her*

- Par, 55 år, England

## Turister, som er på citybreak i Aalborg

Storbyferiegæster i Aalborg søger ofte en kombination af kulturelle oplevelser, shopping og kulinariske eventyr. De udforsker byens museer, historiske steder, kunstgallerier og livlige natteliv. De er typisk i Aalborg i 2-4 dage og planlægger lidt på forhånd. Samtidig er de interesserede i at opdage byen mens de er der, da byens størrelse tillader dette.

## Turister, der er på sommerferie kommer på endagsbesøg

Sommerhusgæster i Nordjylland tager typisk på dagstur til Aalborg fordi det er den største by i området. De vil bruge byens gode shopping-, spise- og museumsoplevelser. I Aalborg får man en bid af storbyen samtidig med at turisterne kan forblive i sommerhusatmosfæren. Turisterne fokuserer typisk på én seværdighed som Kunsten eller Utzon-centeret og bruger ellers tiden på at gå rundt i byen og opleve atmosfæren. De planlægger ikke nødvendigvis mere end en aktivitet for dagen, og tager ting som det kommer.

## Aalborg er et must for turister på rundtur i Nordjylland

På en rundtur i Nordjylland tager de fleste forbi Aalborg, da byen bliver set som et ”must-see”. Besøget i Aalborg er typisk planlagt og indtænkt i ruten, men oplevelserne er ikke nødvendigvis planlagte. Turister på rundrejse indtænker tit en eller to overnatninger i Aalborg, og vil typisk opleve de primære seværdigheder som Kunsten, havnen, gode spisesteder, og atmosfæren. Yngre turister nyder også muligheden for at udforske Aalborgs natteliv.

# Turisterne opfatter og tiltrækkes af Aalborg som en lille storby



## Turisterne detailplanlægger ikke et besøg til Aalborg

Aalborgs branding som en lille storby passer godt med turisternes opfattelse af byen. Byen er stor nok til, at turisterne ikke nødvendigvis planlægger besøget i detaljer, men regner med at kunne udforske den nemt ved hjælp af wayfinding. Da turisterne ofte beslutter, hvad de vil se, opleve og hvor de vil hen, mens de er i byen, er det særligt vigtigt, at information om attraktioner og seværdigheder er nemt tilgængelig både i bybilledet og online.



## Nærhed til vandet giver mersmag

Aalborgs unikke placering og nærhed til vandet fremhæves af mange turister som noget karakteristisk for byen. Muligheden for at spadsere langs vandet og nyde atmosfæren eller tilbringe hyggelige stunder med familie og venner forstærker denne oplevelse. Samtidig er der potentiale for at tydeliggøre aktiviteter, der foregår rundt om i vandet, da dette allerede er et fokuspunkt fra turisternes side.

Nærheden til havet gør også, at mange opfatter Aalborg som en havneby og har dermed en forventning om at kunne købe frisk fisk hos en fiskehandler. Der er potentiale i at udforske denne mulighed, da det harmonerer med den generelle forventning til Nordjyllands havnebyer.



## Aalborg holder fast ved den Nordjyske ro

Alt i alt er Aalborg en by med en rig og dynamisk kulturarv, smuk kunst og en fantastisk fjord. Selvom byen opfattes som en storby, er det stadig vigtigt for turisterne at finde roen, når de besøger Nordjylland. Aalborg formår at kombinere den nordjyske ro med storbyliv, hvilket turisterne selv kan mærke og værdsætte ved byen.

Det er derfor vigtigt at bevare det unikke samspil mellem storby og lav puls, samtidig med at turisterne har forståelse for og værdsætter, at Aalborg er en by i udvikling.



# I løbet af feltarbejdet i Nordjylland blev der gennemført 98 interviews med turister



## Feltarbejdet blev gennemført ad to omgange

Epinion har været på feltarbejde i Aalborg og Brønderslev d. 29-30 juni, og i Frederikshavn og Læsø d. 16-17 august 2023.

## Der blev gennemført 98 interviews med turister

Total har Epinion gennemført 98 interviews, med både familier, par, vennegrupper og solo-rejsende.

## Turisterne kommer i hovedsag fra Europa, men også nogle internationale turister er interviewet

Der blev gennemført 25 interviews i Frederikshavn, 32 interviews på Læsø, 15 interviews i Brønderselv og 26 interviews i Aalborg.

## Observationer blev gennemført løbende

Gennem aktiv deltagelse i aktiviteter og besøg på udvalgte attraktioner har Epinion fået et indtryk af hvordan det er at være turist i Nordjylland. Der blev også gennemført observation af turisterne på de forskellige attraktioner, for at få et billede af hvordan de interagerer med hinanden og stedet.

A young boy with short brown hair, wearing a light blue button-down shirt, is seen from behind. He is holding a bouquet of red flowers. He stands in front of a building facade that features a large mural of a person in a blue shirt holding flowers, which perfectly matches the boy in the foreground. The building is multi-story with brickwork and windows. The sky is bright with scattered white clouds. The overall scene is a visual metaphor for the text overlay.

# Konceptudvikling International Markedsføring



# Oplev Nordjylland



Et kort oprids  
af Aalborgs  
oplevelsesprofil

## International Markedsføring

Med udgangspunkt i de 4 oplevesesprofiler, skal vi over de kommende år omsætte viden og indsigt til effektiv, *international* markedsføring.

Markedsføringen skal rettes mod vores prioriterede markeder og eksekveres enten fra Destination Nords kanaler eller i samarbejde med samarbejdspartnere som fx. Transportører.

Markedsføringsindsatsen skal bygges ovenpå oplevelsesprofilerne via to kreative og strategiske hovedgreb:

- Fyrtårne i de enkelte destinationer
- Branduniverser på tværs af destinationer

# Fyrtårne

**Aalborg fyrtårne:**  
**Musikkens Hus -**  
**Arkitektur og Kultur**  
**Gavlmaleri - Cykel / Kunst**  
**/ Bystemning**

**Frederikshavn Fyrtårne:**  
**Palmestranden**  
**Pikkerbakken - Bangsbo**  
**Bystemning**

**Læsø Fyrtårne:**  
**Tanghuse**  
**Saltsyderiet**  
**Havneliv**

**Brønderslev Wonders:**  
**Jyske Ås –**  
**Vandrerute**  
**Kulturhistorie**

# Everyday Wonders

# Branduniverser

## Quiet contemporary

**Nøglemarkører:**  
**Arkitektur,**  
**Gastronomi**  
**Moderne kunst**  
**Cykelkultur**  
**By-stemning**  
**Ungdom**  
**Havnebad**  
**Internationalt udsyn**

## Nature & Soft Outdoor

**Nøglemarkører:**  
**Kyst, skov, landskab**  
**Museer**  
**Byhistorie**  
**Vandring**  
**Cykelture**  
**Badeliv**  
**Lokalt og autentisk**

## Island life

**Nøglemarkører:**  
**Salt & Tang**  
**Kyst, hav, landskab**  
**Gastronomi**  
**Ø-historie**  
**Cykelture**  
**Badeliv**  
**Vandsport**  
**Superlokalt og autentisk**

## Fyrtårne

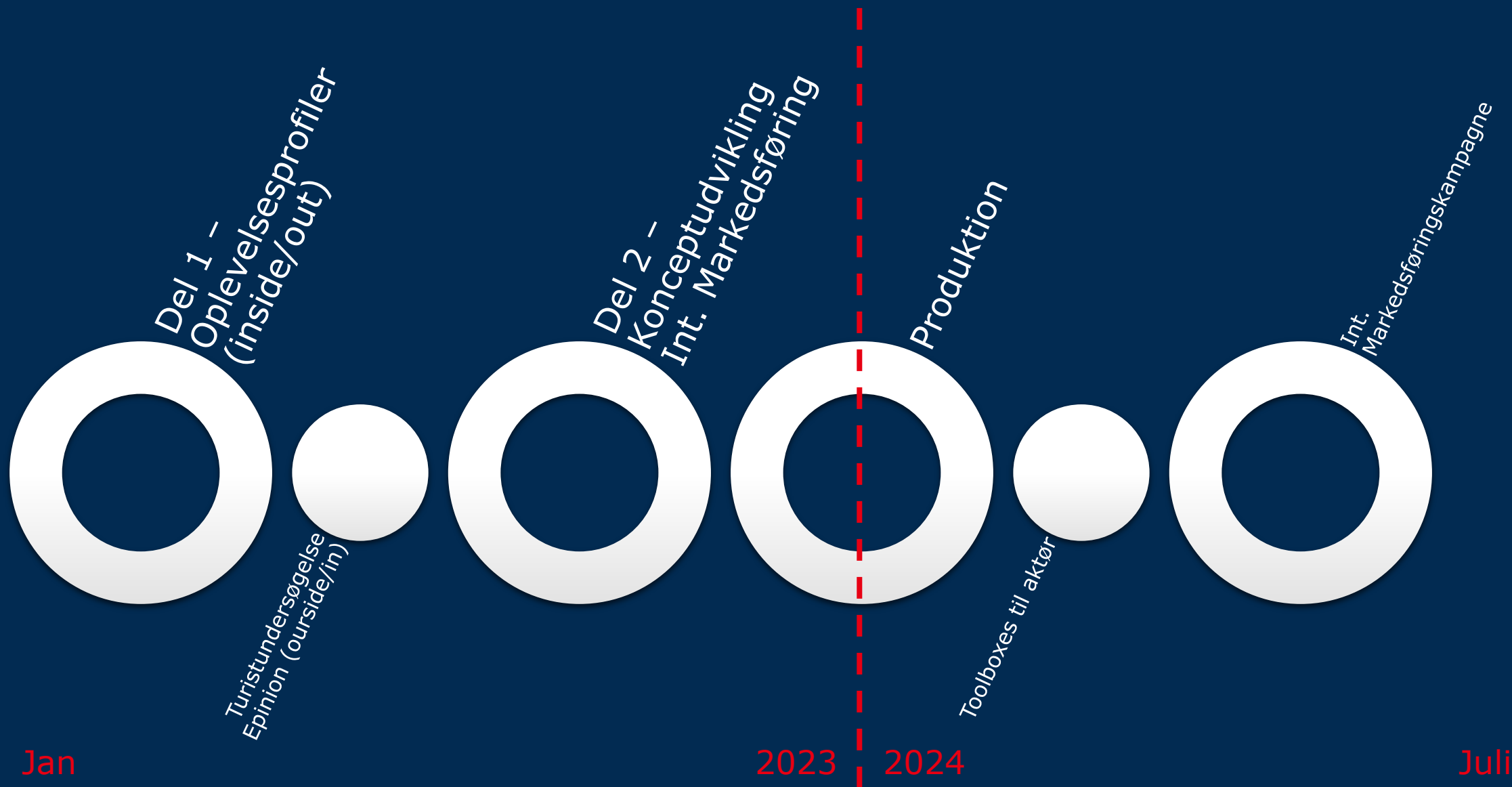
**Blikfang**  
**Opmærksomhed**  
**WOW** (overraskelse)

## Branduniverser

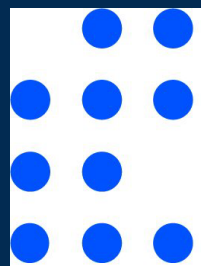
**Fordybelse**  
**Fastholdelse**  
**Opfølgning**



# Tidslinje for projektet



**Tak for i dag**



Danmarks

**Erhvervsfremmebestyrelse**