

Almedalsveckan i Visby, 8-14 juli 2007



*Turismens Utredningsinstitut på uppdrag av Gotlands
Turistförening*

Sammanfattning

För snart 40 år sedan höll Olof Palme sina numer berömda tal från ett lastbilsflak i Visby. Fler partiledare såg så småningom fördelar med att fånga en publik i Visby under sommaren och det som kom att bli känt som Almedalstalen har utvecklats till Almedalsveckan. Sedan början av 1980-talet har talen kompletterats med seminarier, kurser och allmänt ”nätverkande”. Från mitten av 1990-talet har de politiska partierna fått sällskap av andra intresseorganisationer som förlägger möten och lobbying-aktiviteter till denna julivecka på Gotland. Arrangörer av Almedalsveckan är de politiska partierna och Gotlands kommun.

Antalet arrangemang har vuxit kraftigt sedan dess och 2007 omfattade Almedalsveckan 462 programpunkter, som drygt 200 organisationer arrangerar, 4 900 personer deltog och av dem över 300 ackrediterade journalister som bevakade.

På uppdrag av Gotlands Turistförening och i samarbete med Gotlands kommun genomförde Turismens Utredningsinstitut en undersökning bland besökarna till Almedalsveckan. Data baseras på 237 intervjuer som genomfördes på plats i Visby 8-11 juli.

Almedalsveckan lockade en medelålders publik och snittåldern uppgick till 46 år. Knappt nio av tio besökare var bosatta utanför Gotland och de flesta turister kom från följande län: Stockholm, Västra Götaland och Skåne. De allra flesta turister som besökte Almedalsveckan övernattade och bodde främst i stuga/lägenhet samt hotell/pensionat.

Majoriteten hade besökt Almedalsveckan tidigare och bestämde sig mellan 1-2 år innan evenemanget att åka. Almedalsveckan fick i genomsnitt höga betyg och nästan samtliga arrangörer var nöjda med sina arrangemang. I genomsnitt konsumerade varje besökare varor och tjänster för 1 109 kr per dygn.

Innehåll

Syfte och metod	sid. 4
Köns- och åldersfördelning	sid. 5
Besökarnas hemlän	sid. 6
Kännedom om arrangörer	sid. 7
Primära informationskällor	sid. 8
Tidigare besök	sid. 9
Beslutstillfälle	sid. 10
Aktivitetsgrad	sid. 11
Besöksgrupper	sid. 12
Kommande medverkan	sid. 13
Arrangörernas nöjdhet	sid. 14
Betygsättning Almedalsveckan 2007	sid. 15
Transportmedel till Gotland	sid. 18
Turisternas primära anledning till vistelsen på Gotland	sid. 19
Dagsbesök vs. övernattning	sid. 20
Boende	sid. 21
Turistkronan/dygn	sid. 22
Turistekonomisk omsättning	sid. 23

Syfte och metod

Årets Almedalsvecka i Visby pågick 8-14 juli och bestod av ett program med 462 programpunkter i form av seminarier, kurser, debatter, tal mm. Programmet organiserades av drygt 200 arrangörer, en ökning med ca 25 organisationer jämfört med det tidigare rekordåret 2006, som även var ett valår. Almedalsveckan som helhet besöktes av ca 4 900* personer som tog del av aktiviteter i programmet. Utöver dessa lockade talen i Almedalen fler åskådare från den vidare allmänheten. Det totala antalet personer som lyssnade till talen var ca 7350 personer, fördelat på 7 kvällar.**

Turismens Utredningsinstitut genomförde 8-11 juli en undersökning bland besökarna på Almedalsveckan med syfte att kartlägga besökarnas profil och åsikter samt att beräkna den turistekonomiska omsättningen till följd av evenemanget.

Personliga intervjuer genomfördes med besökarna inom det område i Visby där majoriteten av aktiviteterna relaterade till Almedalsveckan pågick. Totalt tillfrågades 306 personer varav 237 personer valde att delta i undersökningen, vilket gav en svarsfrekvens på 77%.

Definitioner

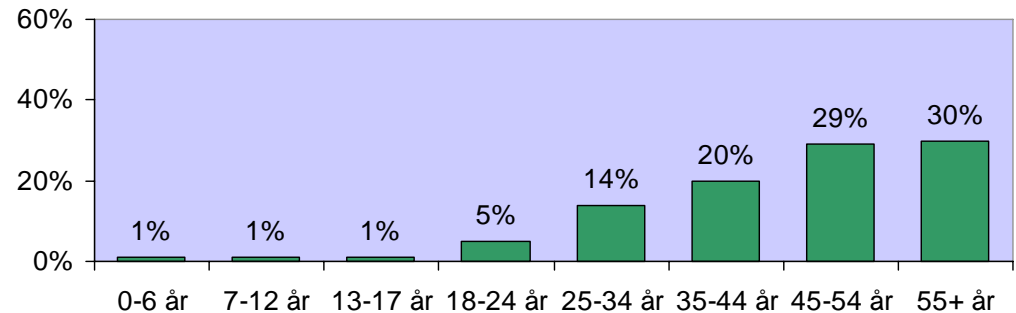
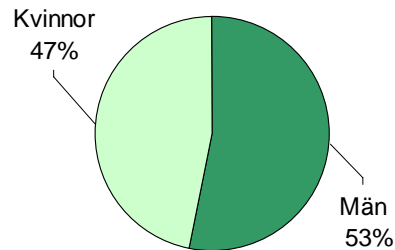
Besökare - person som deltog i någon aktivitet i Almedalsveckans program som journalist, arrangör, förtroendevald eller deltagare

Turist - besökare bosatt utanför Gotlands kommun.

* Källa: Gotlands kommun / bearbetning av Turismens Utredningsinstitut

** Källa: Polismyndigheten Gotland

Köns- och åldersfördelning



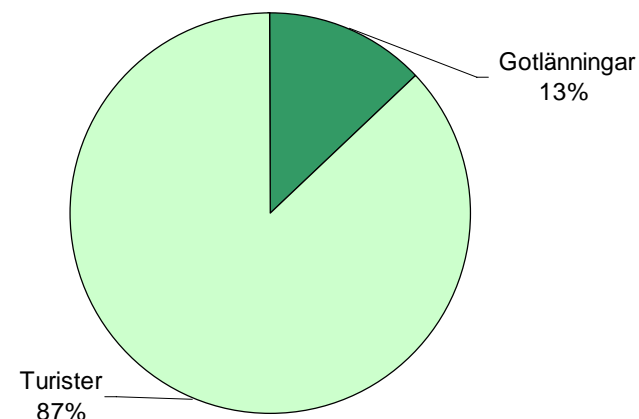
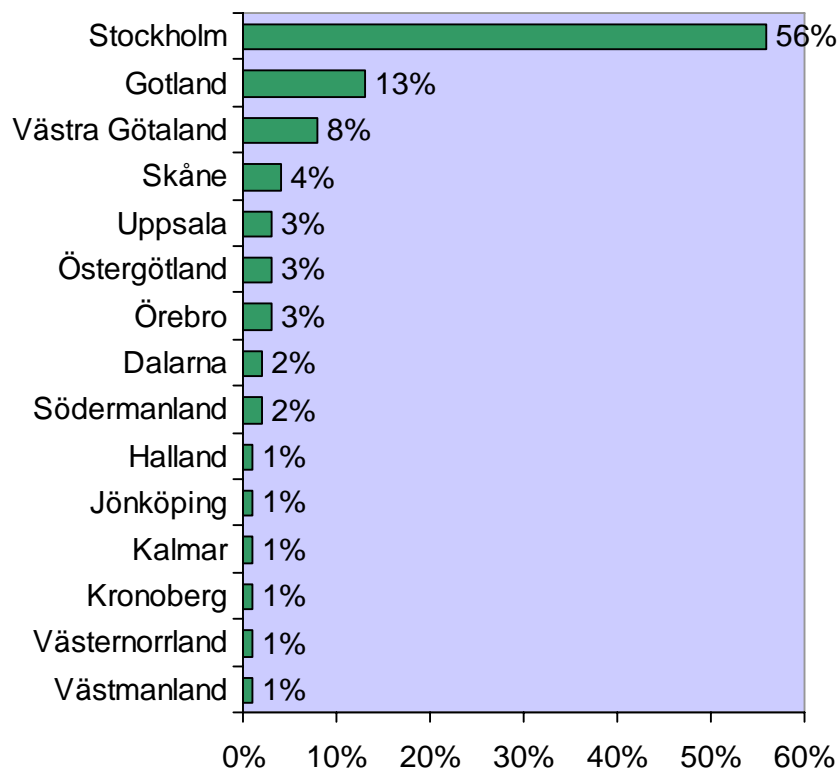
Diagrammen ovan visar köns- och åldersfördelningen bland samtliga besökarna i resällskapen till Almedalsveckan. Könsfördelningen bland besökarna var relativt jämn med 53% män och 47% kvinnor.

Almedalsveckan attraherar generellt en äldre publik med mer än hälften av besökarna fyllda 45 år eller äldre (59%) och medelåldern uppgick till 46 år.*

Nära två tredjedelar av besökarna till Almedalsveckan besökte evenemanget själva (70%), medan 18% kom i sällskap om två personer. Den genomsnittliga sällskapsstorleken uppgick till drygt 1 person (1,4 personer).

* Medelålder för respondenter var 47 år. Yngsta respondenten var 18 år.

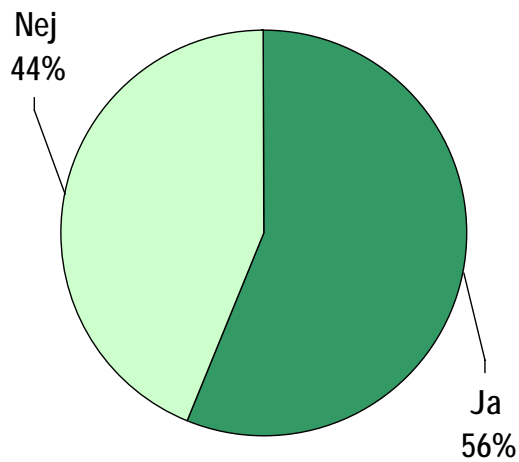
Besökarnas hemlän



Diagrammet visar fördelningen bland besökare vad det gäller hemlän. Drygt hälften av besökarna till Almedalsveckan var hemmahörande i Stockholms län och 13% var boende på Gotland. En dryg tiondel av besökarna var bosatta i Västra Götaland och Skåne (8% respektive 4%).

Knappt nio av tio besökare var turister, dvs. bosatta utanför Gotlands kommun och län (87%).

Kännedom om arrangörer

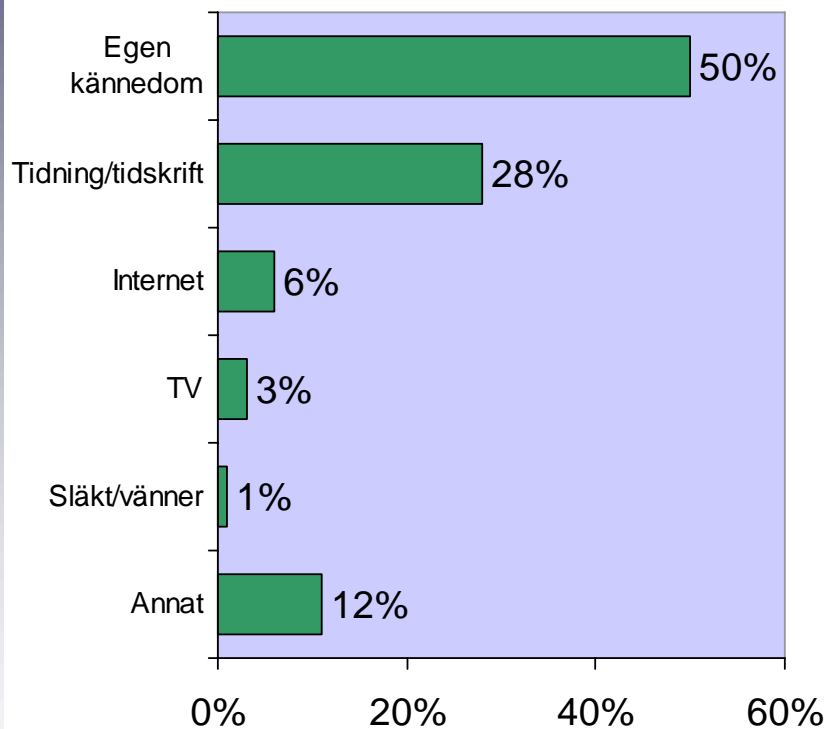


Alla besökare till Almedalsveckan fick en inledande fråga om de trodde sig veta vilka som är arrangörer av Almedalsveckan. Fördelningen här var ganska jämn med 56% av besökarna som sade sig ha kännedom om organisationerna bakom evenemanget.

De som svarade ja på frågan om man vet vilka som arrangerar Almedalsveckan fick också med egna ord nämna de organisationer de trodde var arrangörer. De flesta av dessa trodde att Gotlands kommun själva arrangerar evenemanget (63%) medan 16% hade rätt information, dvs att Riksdagspartierna i samarbete med Gotlands kommun arrangerar Almedalsveckan. Följande svar gavs:

- Gotlands kommun 63%
- Riksdagspartierna + Gotlands kommun 16%
- Gotlands kommun + annan organisation 7%
- Politiska partier i allmänhet 7%
- Andra organisationer eller näringsliv 4%
- Lokal turistorganisation 3%

Primära informationskällor



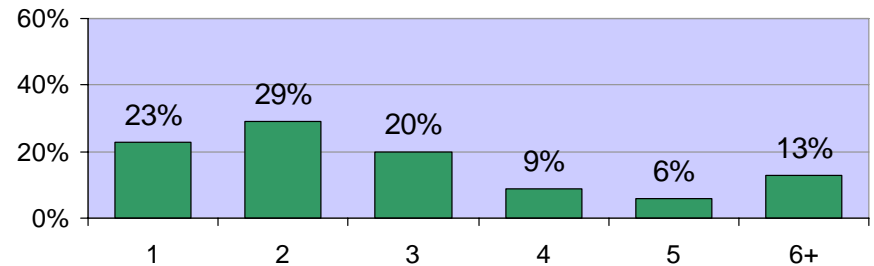
Diagrammet till vänster visar vilken informationskälla som besökarna primärt använt sig av för att få information om Almedalsveckan.

Hälften av besökarna uppgav att de hade egen kännedom om evenemanget (50%) och 28% hade fått information genom pressen. Andra informationskällor som hade använts var Internet (6%), TV (3%), släkt och vänner (1%). På grund av att andelen för bloggar var mindre än 1% illustreras de inte i diagrammet.

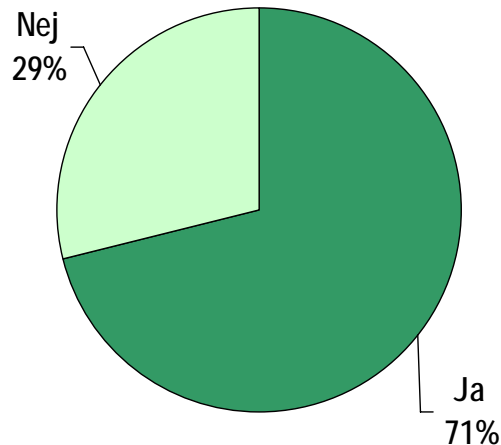
En dryg tiondel hade främst fått information via en annan källa och det var främst genom arbetet och kollegor som nämndes inom denna kategori.

Tidigare besök

Den stora andelen av besökare till Almedalsveckan som hade egen kännedom om evenemanget hänger samman med den stora andel som är återbesökare till Almedalsveckan och därmed förlitar sig till sina erfarenheter och kunskap om evenemanget. Hela 71% svarade att de hade besökt Almedalsveckan tidigare.

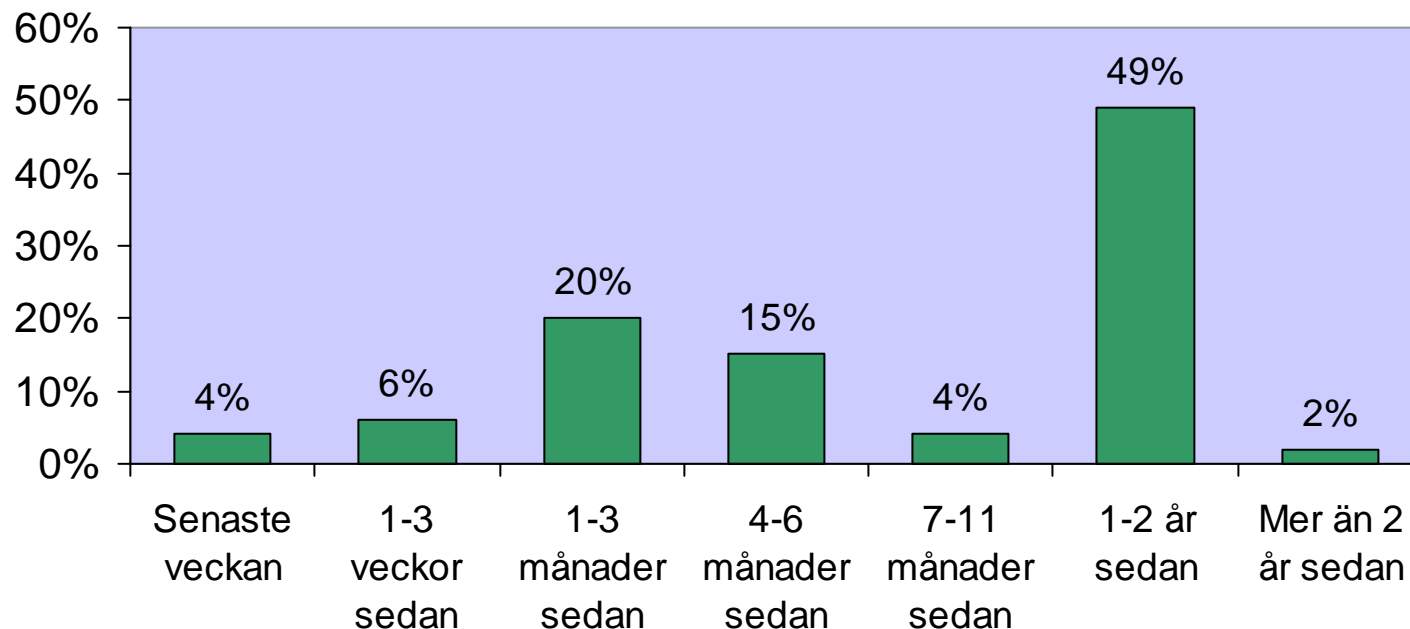


De som hade besökt Almedalsveckan tidigare fick också uppge hur många år de besökt evenemanget tidigare. Diagrammet ovan illustrerar utfallet för gruppen återkommande besökare. I genomsnitt hade de återkommande besökarna varit på Almedalsveckan knappt 4 gånger tidigare.



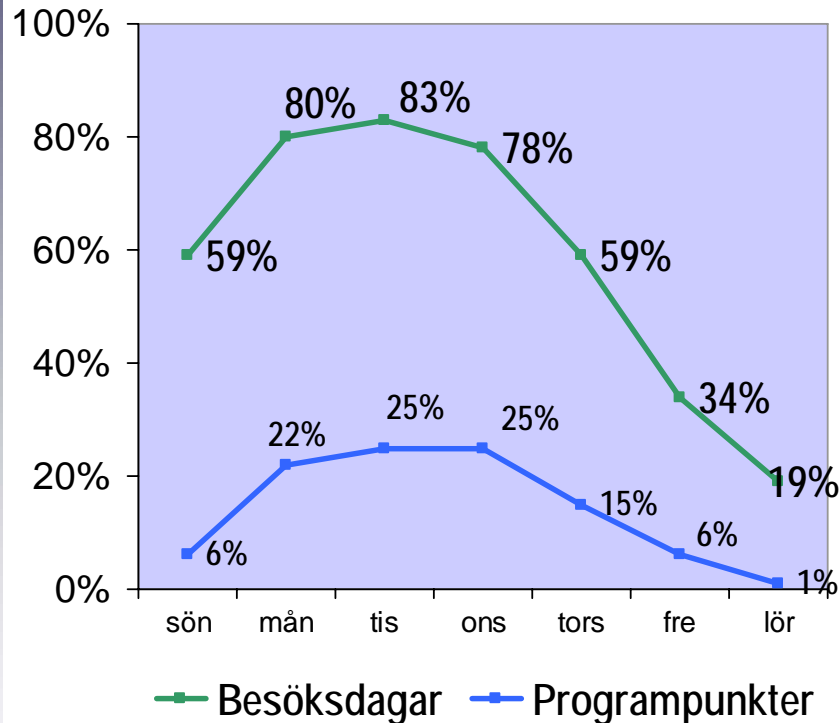
Totalt var alltså ca en tredjedel förstagångsbesökare, en tredjedel nya återkommande, dvs. besökt Almedalsveckan 1-2 gånger tidigare år. Resterande tredjedel är trogna besökare som besökt arrangemanget minst 3 gånger tidigare.

Beslutstillfälle



Majoriteten av besökarna till Almedalsveckan är inte bara återkommande, de bestämmer sig också långt i förväg för att resa till Gotland. Tre av tio besökare hade beslutat sig för att besöka evenemanget det senaste kvartalet. Ungefär två av tio besökare tog sitt beslut ca ett halvår upp till ett år i förväg. Majoriteten (51%) bestämde sig dock, troligen vid förra årets besök, att de skulle besöka Almedalsveckan 2007.

Aktivitetsgrad



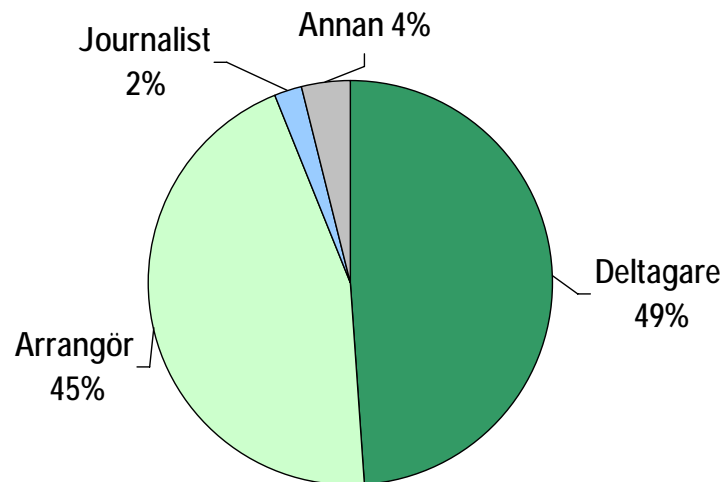
Den gröna linjen i diagrammet till vänster visar vilka dagar besökarna till Almedalen tog del av aktiviteter som ingick i programmet. Högst aktivitetsgrad var i början av veckan under måndagen, tisdagen och onsdagen med omkring 80% av besökarna som uppgav att de deltog i schemalagda aktiviteter dessa dagar.

Detta mönster stämmer väl överens med det utbud av schemalagda aktiviteter som fanns i programmet för Almedalsveckan 2007, som illustreras av den blå linjen i diagrammet.

Majoriteten av besökarna till Almedalen deltog i 2-4 aktiviteter per dag under sin vistelse (60%).

I genomsnitt deltog besökarna i 2,4 schemalagda aktiviteter per dag.

Besöksgrupper



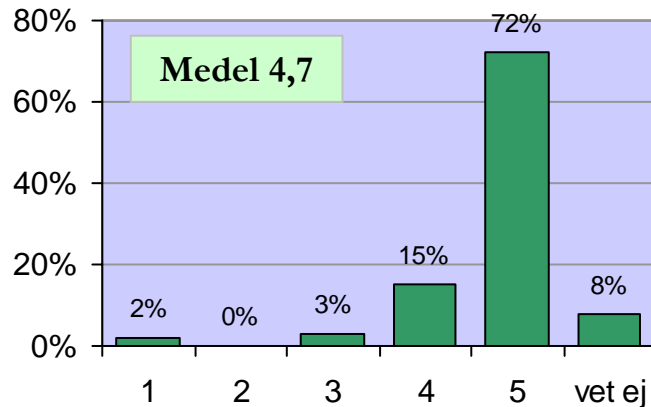
I genomsnitt deltog 10 personer från varje arrangörsorganisation.

De intervjuade besökarna fick också frågan i vilken egenskap de besökte Almedalsveckan och det var en jämn fördelning mellan deltagare och arrangörer (49% respektive 45%). Med deltagare menas de som tar del av aktiviteterna i programmet under Almedalsveckan medan arrangörer har ansvar för eller bidrar till en eller flera programpunkter. En mindre andel av de intervjuade besökarna var journalister (2%) eller andra besökare (4%). De senare var främst turister som inte besökte Gotland i specifikt syfte att ta del av Almedalsveckan men ändå hade blivit intresserade av någon aktivitet.

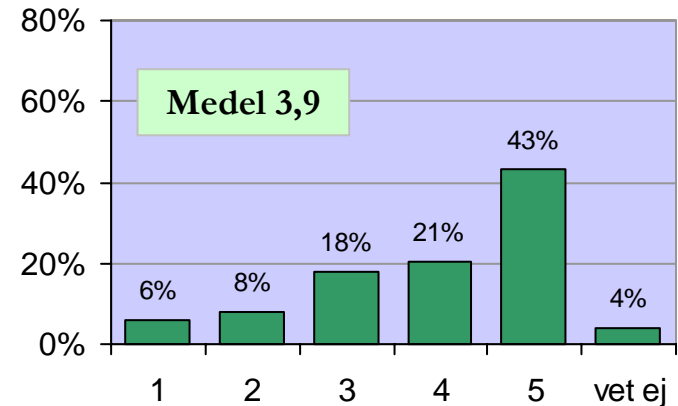
Arrangörerna fick också uppge hur många personer som deltog i Almedalsveckan 2007 från deras organisation. I genomsnitt deltog 10 personer från varje organisation.

Arrangörernas framtida medverkan

Trolig framtida medverkan



Intresse för Gotland som mötesplats



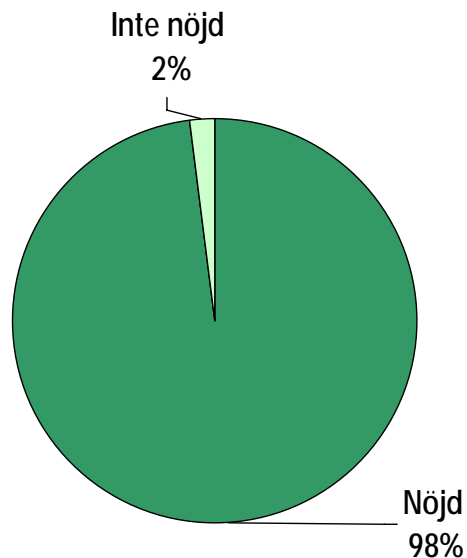
Alla intervjuade arrangörer fick också frågor om organisationens kommande medverkan i Almedalsveckan. De fick uppskatta på en skala från 1 till 5 hur troligt det är att deras organisation kommer att medverka i Almedalsveckan framöver och hur intressant Gotland är som mötesplats vid andra tillfällen ("1" motsvarade "inte alls troligt/intressant" och "5" motsvarade "mycket troligt/intressant").

Majoriteten av arrangörerna bedömde det som mycket troligt att de skulle återvända som arrangörer under Almedalsveckan i framtiden (72%). Detta visar också det höga medelvärdet på (4,7). En mindre andel däremot ansåg att Gotland var mycket intressant som mötesplats även vid andra tillfällen (43%), vilket också avspeglas i det lägre medelvärdet (3,9).

Arrangörernas nöjdhet

Alla intervjupersoner som uppgav att de besökte Almedalsveckan i egenskap av arrangörer fick frågan om de var nöjda med deras arrangemang under veckan. Nästan samtliga var nöjda (98%).

Arrangörerna fick också med egna ord berätta vad, om något, som skulle kunna förbättras på Almedalsveckan. Aspekter av evenemanget som behövs förbättras och andra kommentarer gavs av 39 utav de 103 intervjuade arrangörerna. Det man var minst nöjd med var:



- **Boende.** För dyrt och svårt att få tag på boende (13 respondenter).
- **Information.** Svårt att överblicka. Stor informationstavla och programmet i annan form föreslås (13 respondenter).
- **Organisation och service.** Bättre koordinering mellan seminarier och mer struktur på området (9 respondenter).
- **Transport och infrastruktur.** Bättre parkeringar, lokala transporter och punktligare flyg (5 respondenter).

Betygssättning Almedalsveckan

Aspekt	Medelbetyg		
	Samtliga	< 46 år	>46år
Helhetsintryck Gotland	6,3	6,3	6,3
Programinnehåll	6,0	5,9	6,0
Helhetsintryck Almedalsveckan	6,0	6,0	6,0
Service/bekvämligheter	5,8	5,6	5,9
Tillgänglighet/transport	5,5	5,5	5,5
Information	5,5	5,4	5,6
Möjlighet att hitta logi	4,5	4,5	4,4

Alla intervjuade besökare fick betygssätta olika aspekter av Almedalsveckan 2007. Aspekterna bedömdes på en sjugradig skala där ”1” motsvarade ”mycket dåligt” och ”7” motsvarade ”mycket bra”.

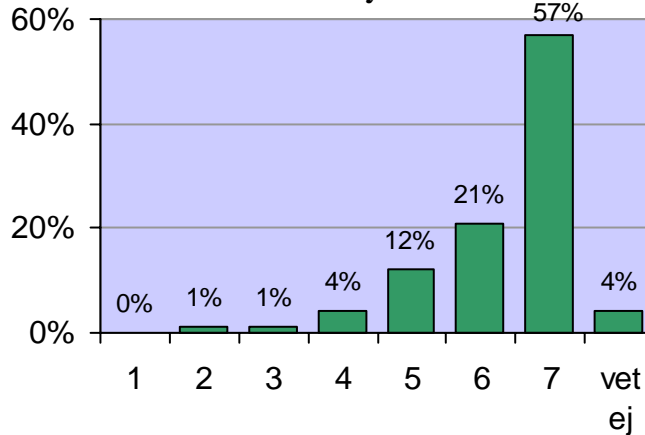
Tabellen till vänster visar den genomsnittliga betygssättningen, dvs medelbetyget för varje aspekt. Högsta betyg i genomsnitt fick helhetsintrycket av Gotland som evenemangsdestination, följt av programinnehållet och helhets-intrycket av Almedalsveckan . De yngre besökarna (<46år) var något mer negativa till service och bekvämligheter samt utgiven information, jämfört med de äldre (>46år). Oavsett ålder var besökarna minst nöjda med möjligheterna att hitta boende.



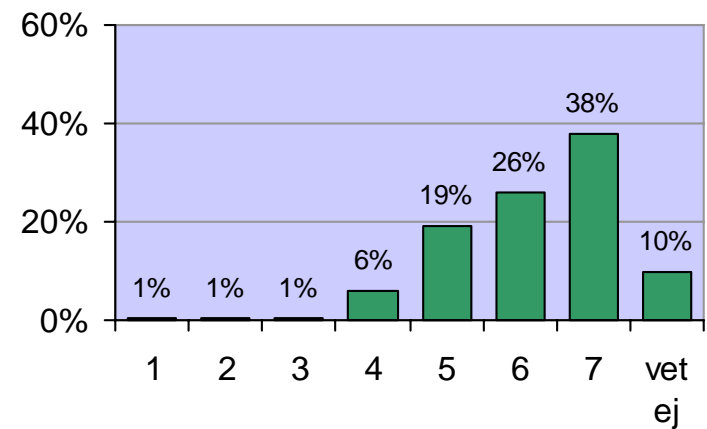
Betygssättning Almedalsveckan

detaljerad

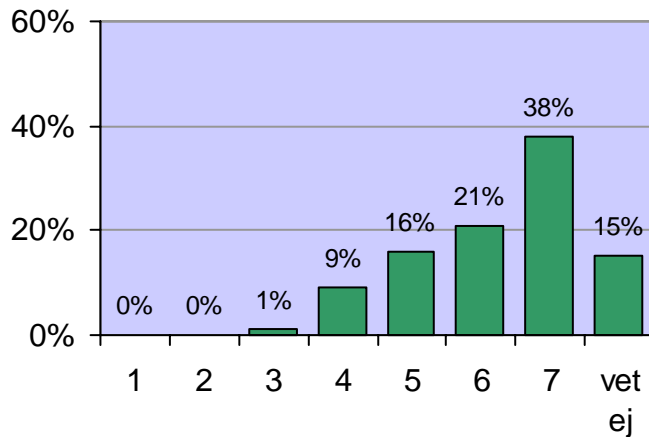
Helhetsintryck av Gotland



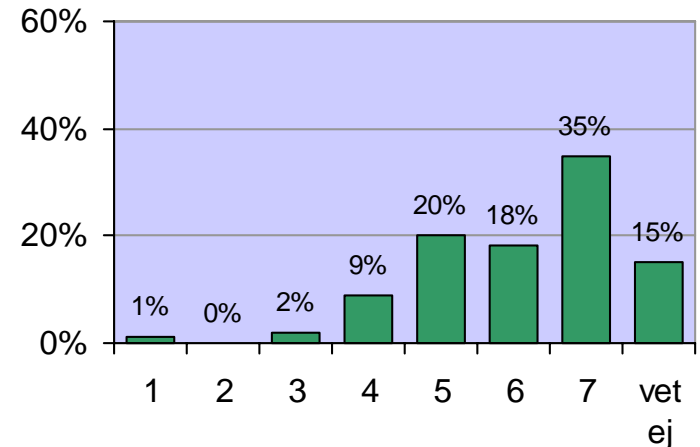
Helhetsintryck Almedalsveckan*



Programinnehållet



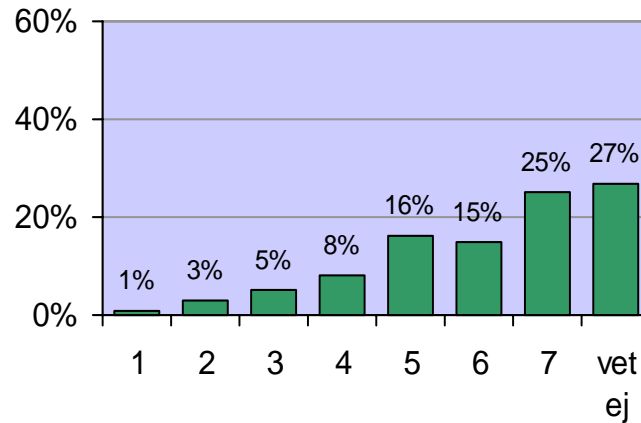
Service/bekvämligheter



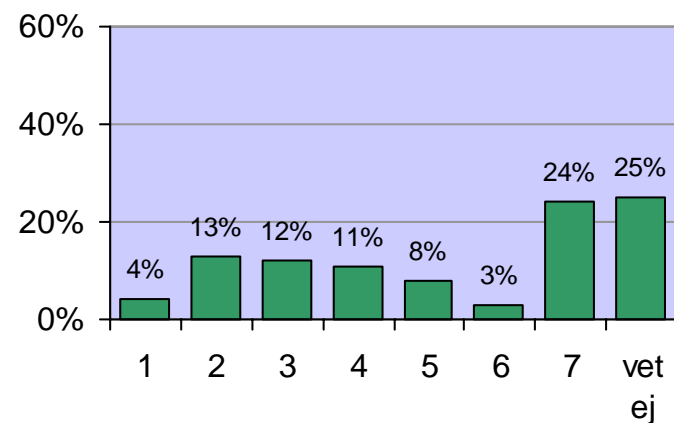
Betygssättning Almedalsveckan

detaljerad forts.

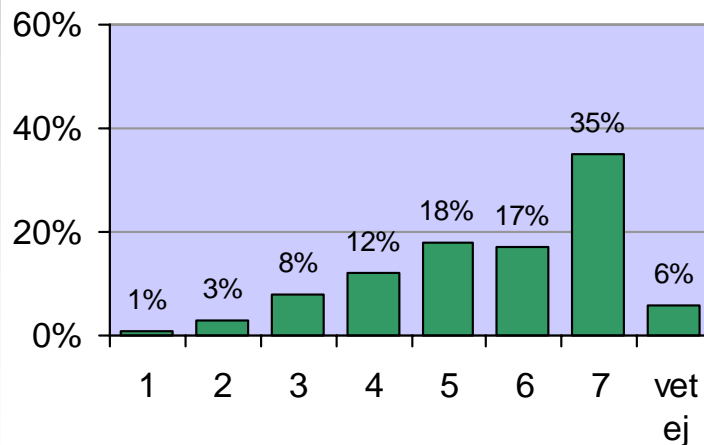
Tillgänglighet/Transport



Möjlighet hitta boende



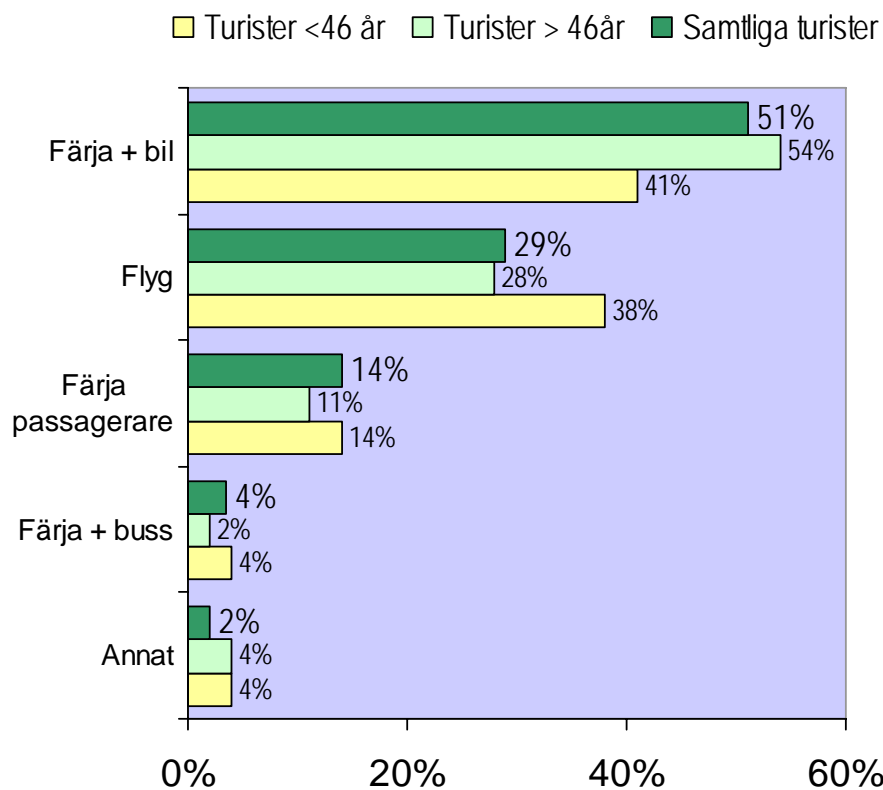
Information om Almedalsveckan



De aspekter som hade störst andel betyg 7 eller 6 var helhetsintrycket av Gotland som evenemangsdestination (78%), helhetsintrycket av Almedalsveckan (64%) samt programinnehållet (59%). Även om besökarna var mindre nöjda med information som gått ut om Almedalsveckan och möjligheter att hitta boende var ändå nöjdhetsgraden överlag hög. Andelen vet ej är relativt stor gällande transport och boende. En förklaring kan vara att det i stort sett är gångavstånd i Visby. Anledning till att många hade svårt att betygssätta boendefrågan kan dels vara att man inte bokat sitt boende själv, dels att man bott i eget boende eller hos släkt/vänner. I övrigt kan det tilläggas att resultatet indikerar att kvinnor hade högre nöjdhetsgrad än män gällande informationen om Almedalsveckan samt helhetsintrycket av Gotland.



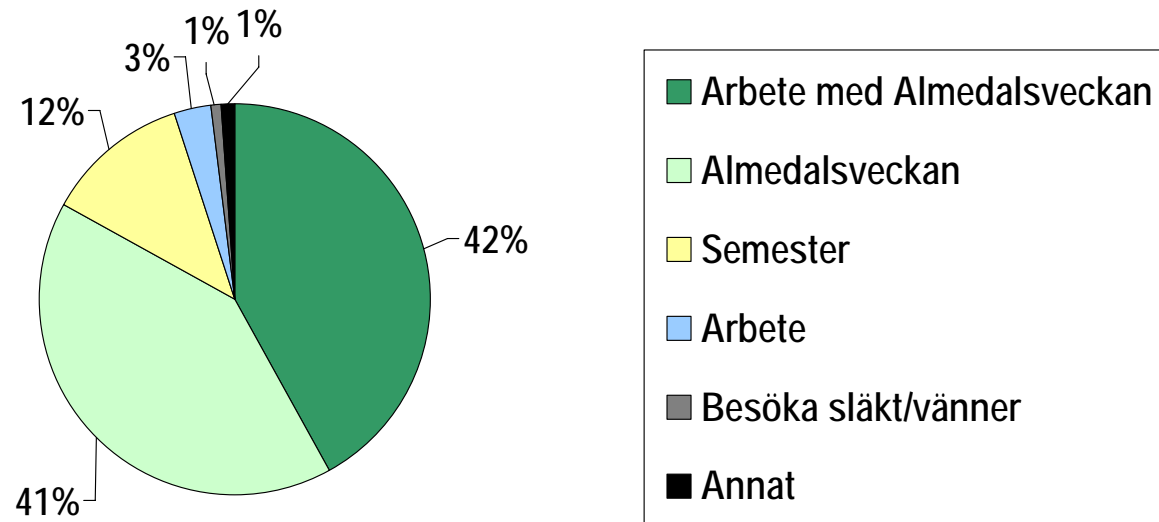
Transportmedel till Gotland



Alla turister, dvs de bosatta utanför Gotlands kommun fick uppge deras huvudsakliga transportmedel till Gotland under Almedalsveckan. Det vanligaste transportmedlet till Gotland var med färja och egen eller hyrd bil (51%), följt av flyg (29%). En mindre andel hade rest som passagerare utan fordon på färjan (14%) eller med buss på färjan (4%). Ett fåtal personer hade tagit egen båt till Gotland (2%). Totalt anlände 69% av alla turister som besökte Almedalsveckan med färja till Gotland, jämfört med 29% som kom med flyg.

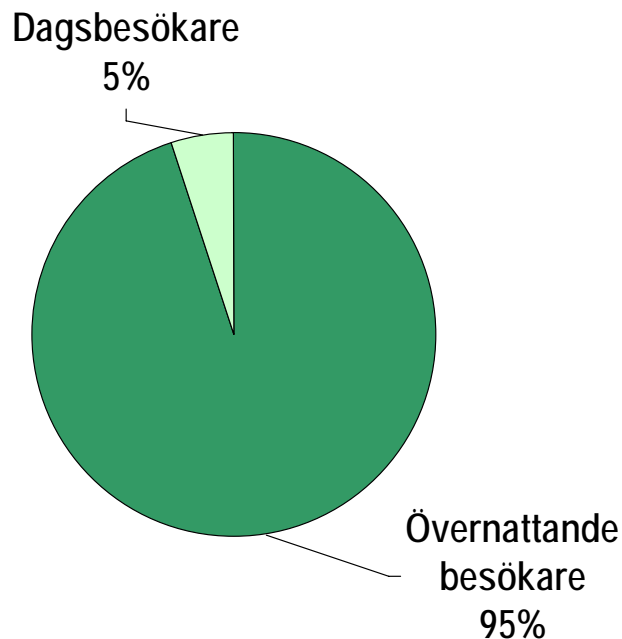
De 'yngre' turisterna flög i större utsträckning än de 'äldre' medan det var vanligare med Färja+bil bland de 'äldre' jämfört bland de 'yngre'.

Turisternas primära anledning till vistelsen på Gotland



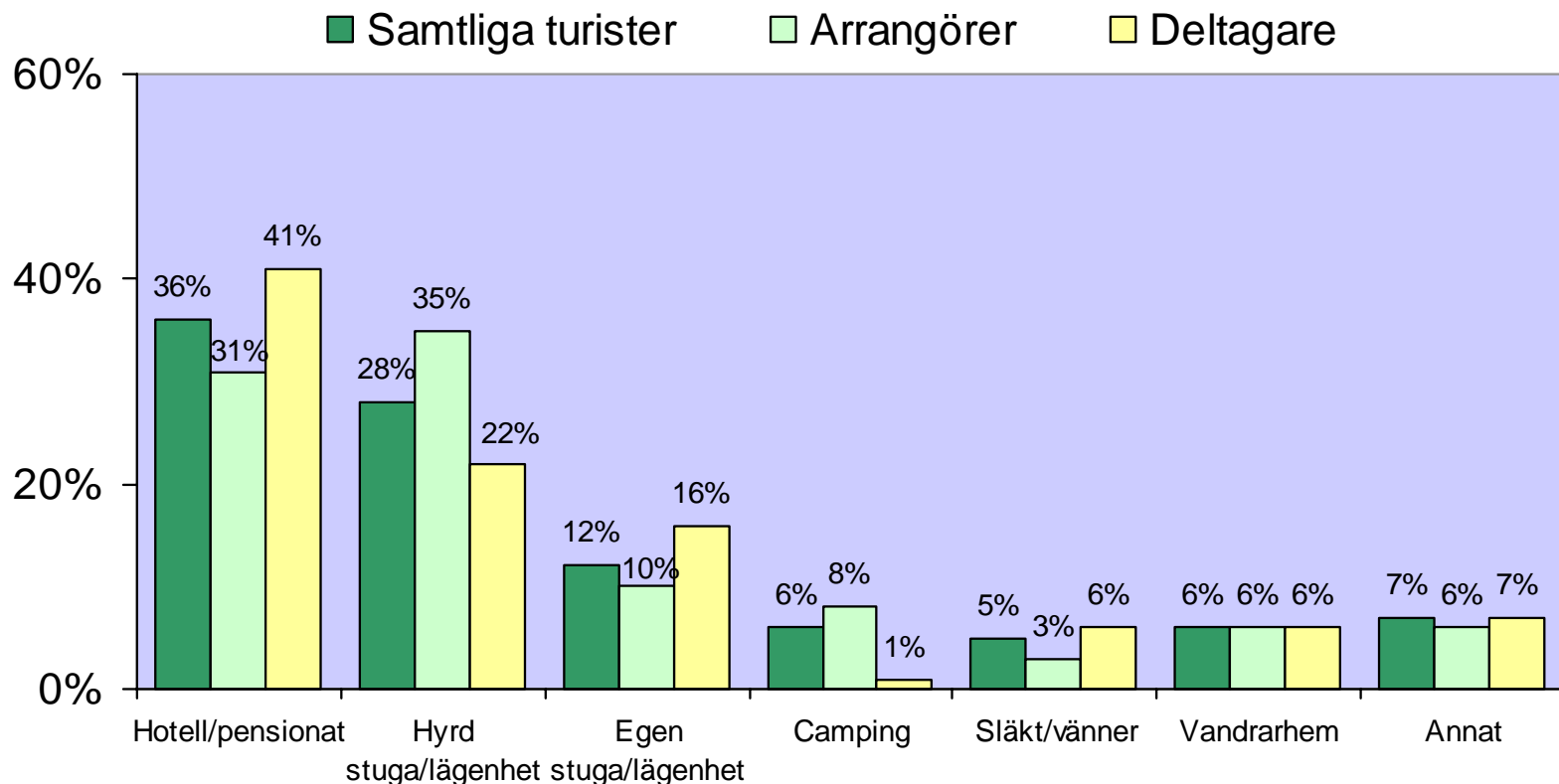
Alla turister, dvs de bosatta utanför Gotland fick frågan om deras primära anledning till att vistas på Gotland. Majoriteten angav Almedalsveckan som huvudsakliga skäl till deras besök. De mer aktiva besökarna från olika organisationer befann sig på Gotland för att arbeta med olika programpunkter under Almedalsveckan (42%) medan 41% var där för att delta i Almedalsveckan generellt. En dryg tiondel passade på att besöka Almedalsveckan under deras semester (12%) och ett fåtal var i jobbet men inte specifikt som deltagare i Almedalsveckan, som bl a journalister (3%).

Dagsbesök vs. övernattning



De turister som besökte Almedalsveckan fick också uppge om de övernattade eller enbart var på Gotland över dagen. Nästan samtliga turister stannade minst en natt på Gotland i samband med Almedalsveckan (95%). De som besökte Almedalsveckan över dagen (5%) var främst boende i Stockholm med omnejd och som reste till Gotland med flyg. I genomsnitt stannade de övernattande turisterna 5,4 dagar och 4,4 nätter i samband med Almedalsveckan, inklusive ankomst- och avresedag.

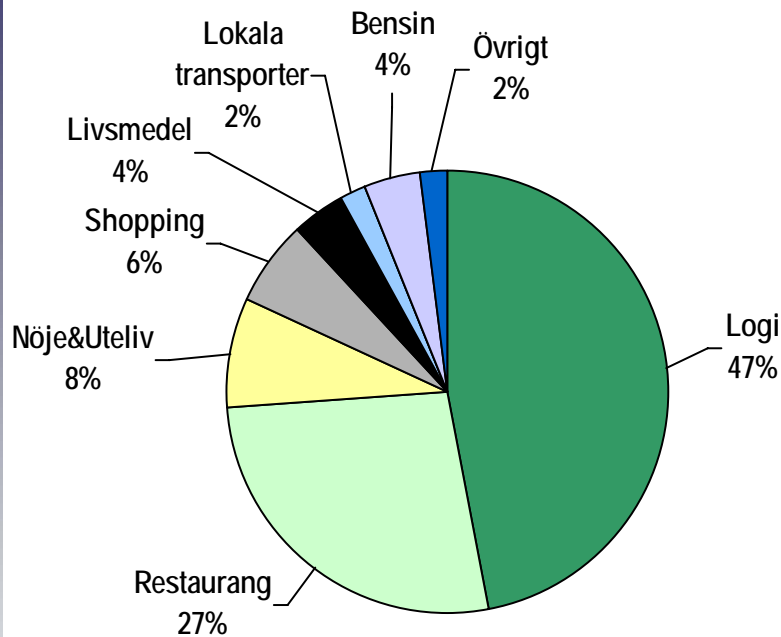
Boende



De övernattande turisterna tillfrågades också om deras boende på Gotland i samband med Almedalsveckan. Drygt en tredjedel bodde på hotell eller pensionat (36%) och 28% hade hyrt stuga/lägenhet. Resterande, en dryg tredjedel, bodde i antingen egen stuga/lägenhet, camping, hos släkt/vänner, på vandrarhem eller hade annat boende. Bland de som svarade annat fanns bl a de med boende på båt. Totalt för de övernattade turisterna, bodde 48% kommersiellt, dvs. på Hotell, Vandrarhem eller Camping.

Knappt var tredje arrangör bodde på hotell, motsvarande andel bland deltagarna var 41%. Arrangörerna övernattade i hyrd stuga/lägenhet samt på camping i högre grad än vad deltagarna gjorde.

Turistkronan/dygn



<i>Genomsnittlig konsumtion per person och dygn</i>	
Logi	527 kr
Restaurang/café	295 kr
Nöje & Uteliv	86 kr
Shopping	64 kr
Livsmedel	49 kr
Lokala transporter	25 kr
Entréer/biljetter	5 kr
Bensin	39 kr
Övrigt	19 kr
Konsumtion per person och dygn	1 109kr

Cirkeldiagrammet ovan visar hur turisternas konsumtion fördelar sig mellan olika konsumtionskategorier. Den genomsnittliga konsumtionen per turist och dygn uppgick till ett värde av 1 109 kr. Den största delen av deras konsumtion, nästan hälften, gick till boende. Bland de turister som övernattade var det ungefär en tredjedel som övernattade på hotell/pensionat, två av tre turister bodde som regel billigare än hotellgästerna. Näst efter logi lade turisterna pengar på mat och dryck i form av restaurang- och cafébesök. Trots en hög andel kommersiellt boende spenderades det relativt mycket på livsmedel, vilket kan ha att göra med att boende med självhushåll i stuga/lägenhet var vanligt. Kategorin nöje & uteliv var den tredje största konsumtionskategorin och utgjorde 8 procent av turistkronan per dygn.

Turistekonomisk omsättning

turisternas konsumtion

Den turistekonomiska omsättningen omfattar värdet av turisternas konsumtion under sin vistelse på Gotland. Omsättningens storlek bestäms av antal turister, deras dygnskonsumtion samt deras vistelselängd i Gotlands kommun. Omsättningen inkluderar bara den konsumtion som sker i kommunen. Kostnader för resor till/från destinationen ingår således inte.

Två turistekonomiska omsättningar har beräknats, generell och specifik omsättning. I den generella omsättningen ingår samtliga tillresta besökares konsumtion medan den specifika omsättningen omfattar de besökare som angivit Almedalsveckan och arbete med Almedalsveckan som det huvudsakliga skälet till vistelsen på Gotland.

Antal besökare, Almedalsveckan*	4 900 personer
Turistandel	87 procent
Turisternas vistelsekonsumtion	5 425 kr
Generell Turistekonomisk omsättning	23 127 000 kr
Andel Almedalsveckan som huvudsakligt skäl	83 procent
Specifik Turistekonomisk omsättning	19 195 000 kr

