

Analyse af turistadfærd i Helsingør by

WONDERFUL
COPENHAGEN



Introduktion

Denne analyse er gennemført med henblik på at skabe et grundlag af basisviden omkring de besøgende i Helsingør kommune, herunder:

- Den demografiske fordeling blandt de besøgende (alder, køn, nationalitet, rejsepartnere mm.)
- Andel af internationale besøgende som kommer fra København
- Formål med besøget (ferie, forretning, studie etc.)
- Brug af transportmidler for at komme til Helsingør
- Besøgte attraktioner i, og på vej til, Helsingør
- Døgnforbrug mm.

Analysen skal danne grundlag for Helsingørs fremadrettede arbejde med at tiltrække besøgende til byen

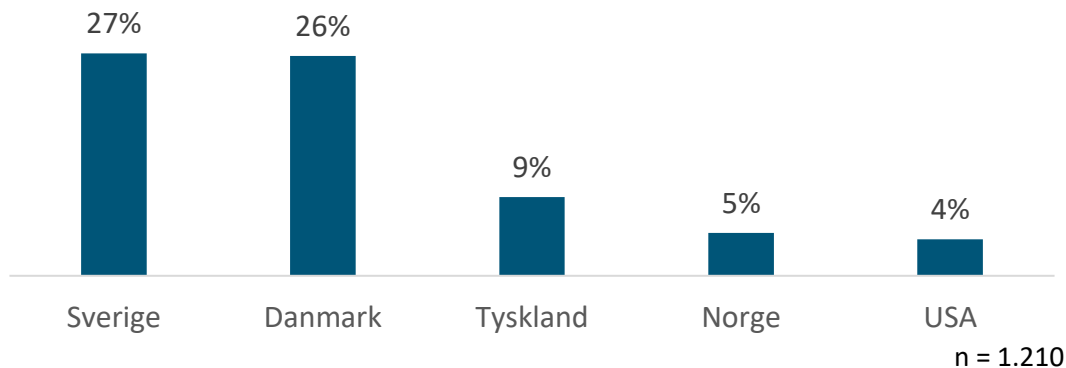
Metode

- 1.210 interviews indsamlet blandt vilkårligt udvalgte respondenter i Helsingør by i perioden juli-september 2022
- Interviews foretaget to forskellige steder i byen:
 - Ved kulturværftet (n = 885)
 - I bymidten (n = 294)
 - Lystbådehavnen (n = 34)
- Data er uvægtet mhp. at få et indblik i den naturlige demografiske fordeling blandt respondenterne i byen
- Data er indsamlet af analysebureauet Silverlining og analyseret af Wonderful Copenhagen

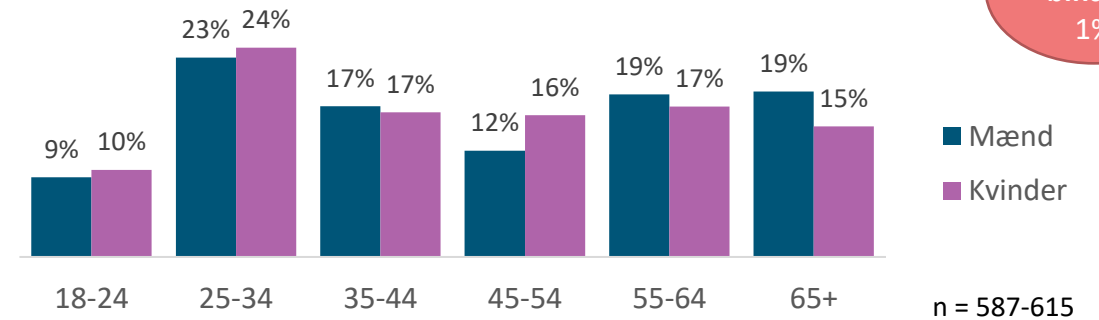
De rejsende

- 39% var førstegangsbesøgende i Helsingør
 - 11% blandt danskere
 - 23% blandt svenskere
 - 67% blandt andre nationaliteter
- 72% var der ifm. ferieaktiviteter
- 14% var der for at besøge familie og venner

Top 5 nationaliteter



Alder fordelt på køn (gennemsnitsalder = 45)



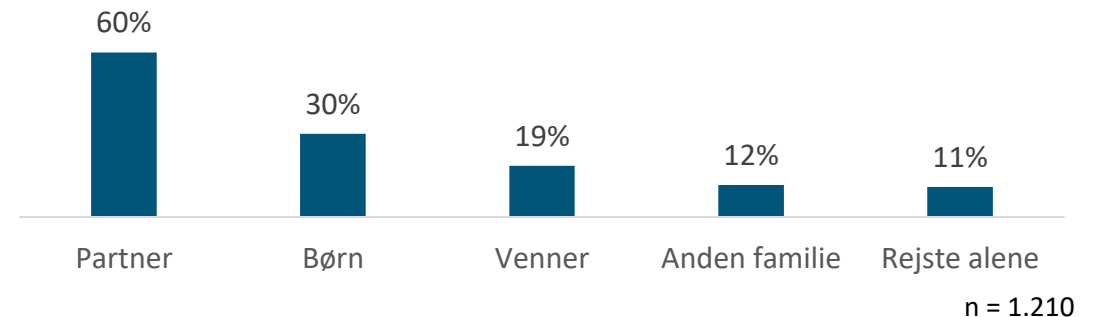
*Ikke fordelt på alder, da stikprøven er for lille

Mænd
48%

Kvinder
51%

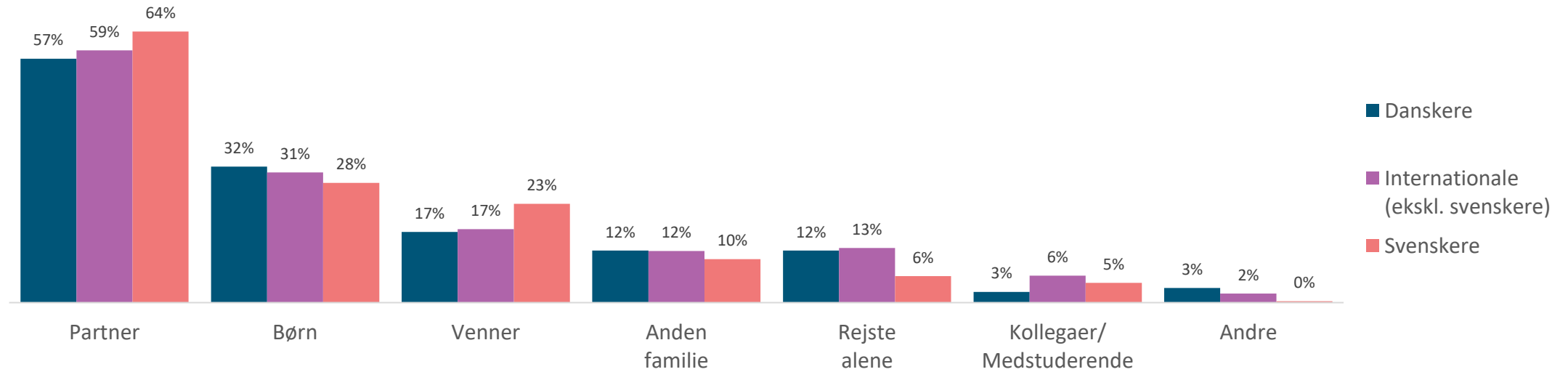
Ikke-
binær*
1%

Top 5 rejsepartnere



De rejsende

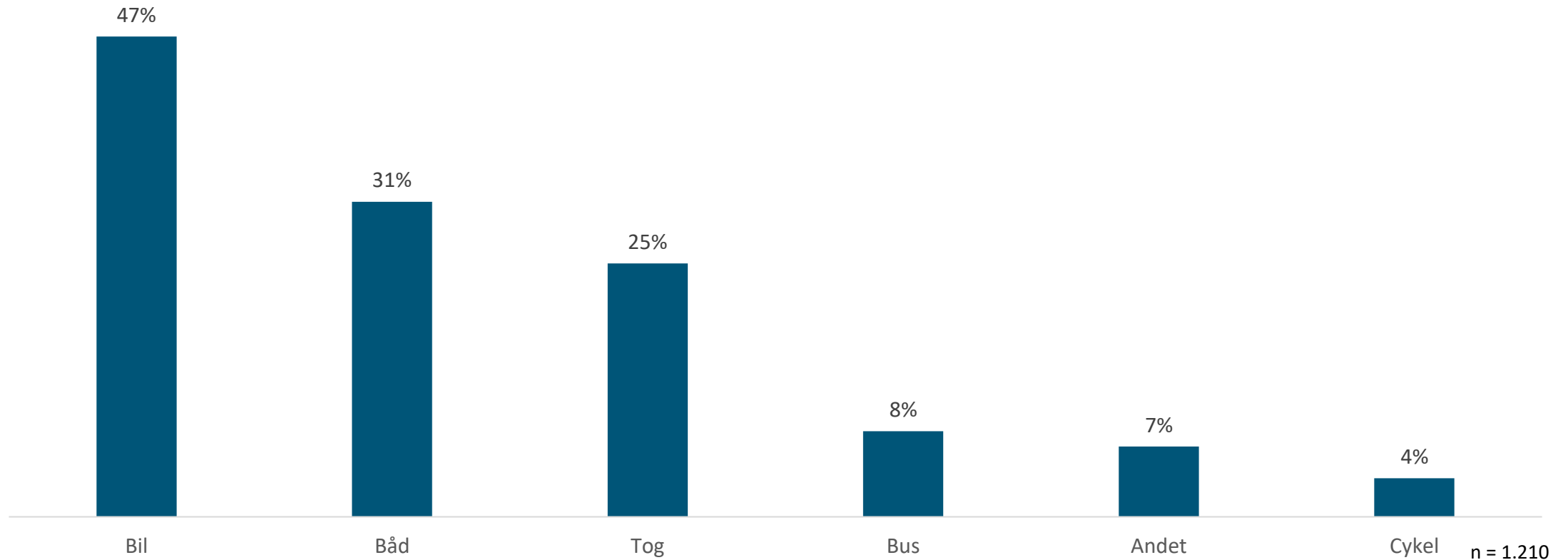
Rejsepartnere fordelt på nationalitet



n = 319-568

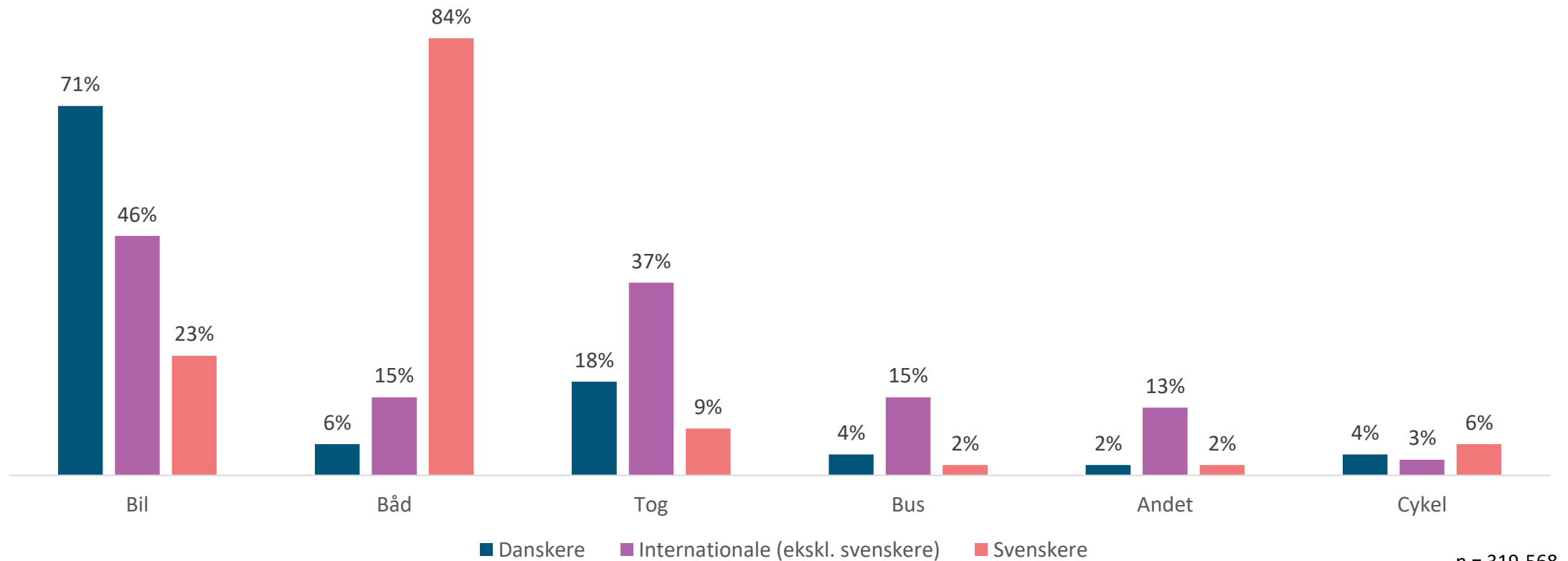
Vejen til Helsingør

Transportmiddel til Helsingør



Vejen til Helsingør

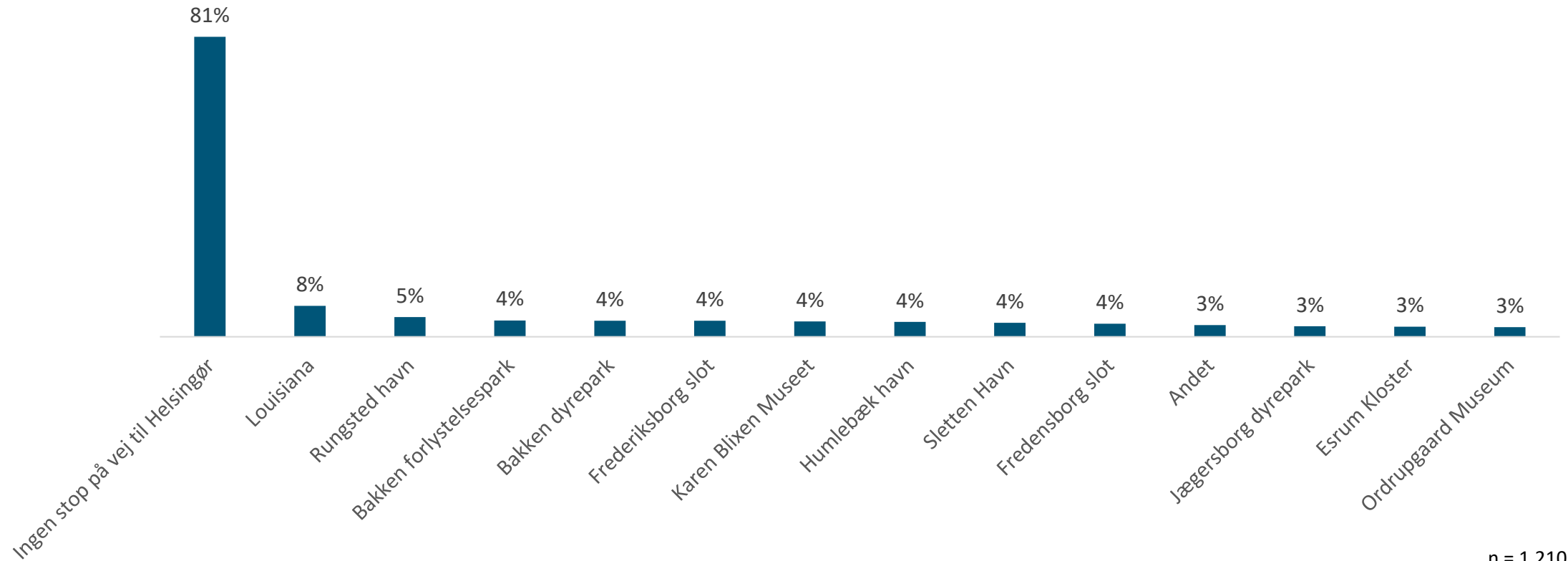
Transportmiddel til Helsingør fordelt på nationalitet



n = 319-568

Vejen til Helsingør

Attraktioner besøgt på vej til Helsingør



n = 1.210

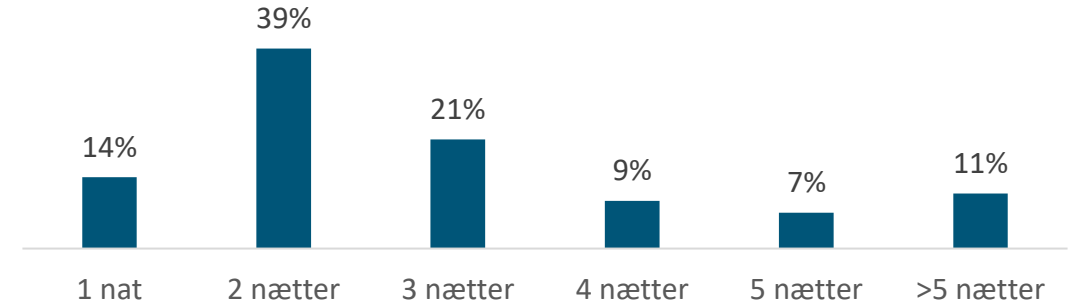
Ophold i Helsingør

- 68% var på dagstur uden overnatning
 - 78% af svenskere
 - 74% af danskere
 - 58% af internationale
- Af internationale som var på dagstur, kom
 - 2% af svenskere fra et ophold i København By
 - 74% af andre internationale fra et ophold i København by
- 37% ville gerne have brugt mere tid i Helsingør
 - 33% af hhv. danskere og svenskere
 - 41% af internationale (ekskl. svenskere)

Opholdslængde i Helsingør

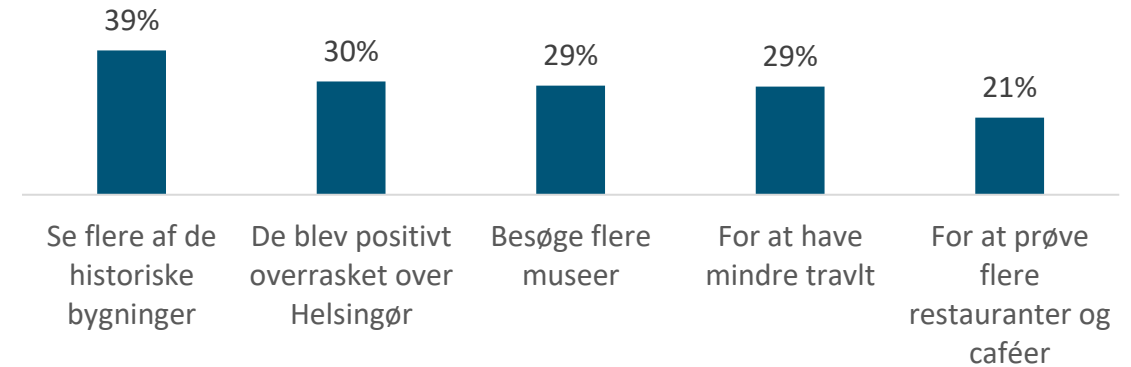
(Antal overnatninger)

n = 480



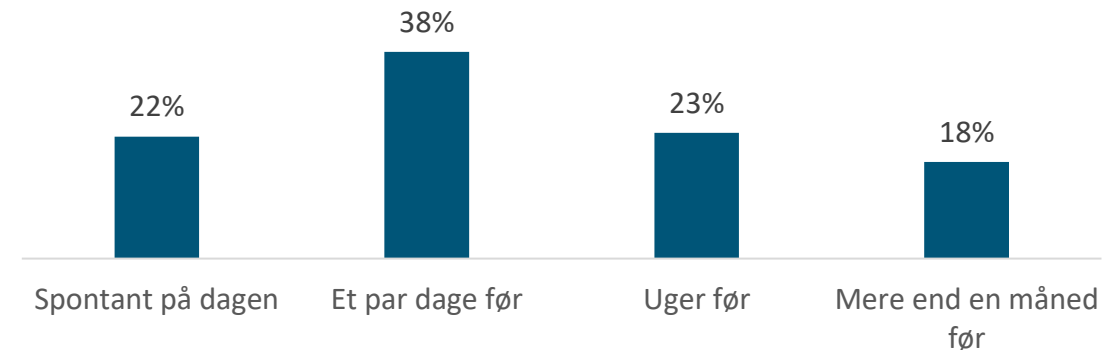
Top 5 grunde til at bruge mere tid i Helsingør

n = 443



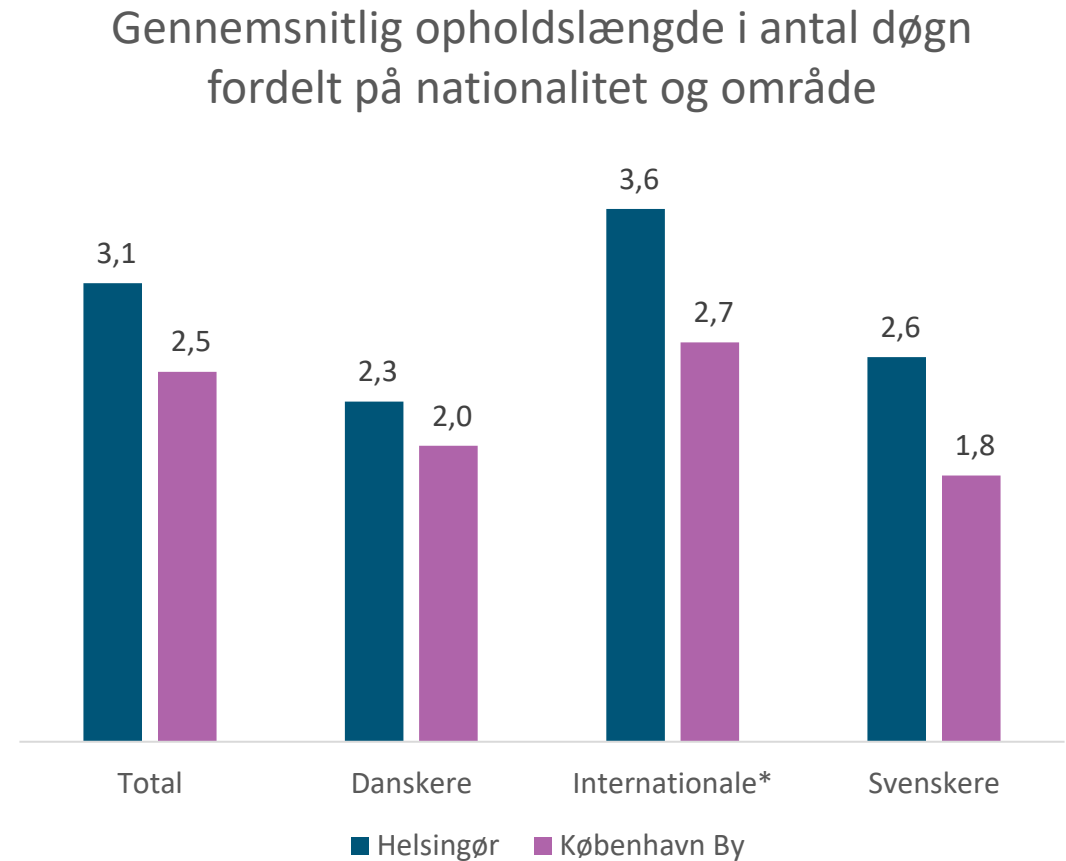
Planlægning af besøg

n = 1.210



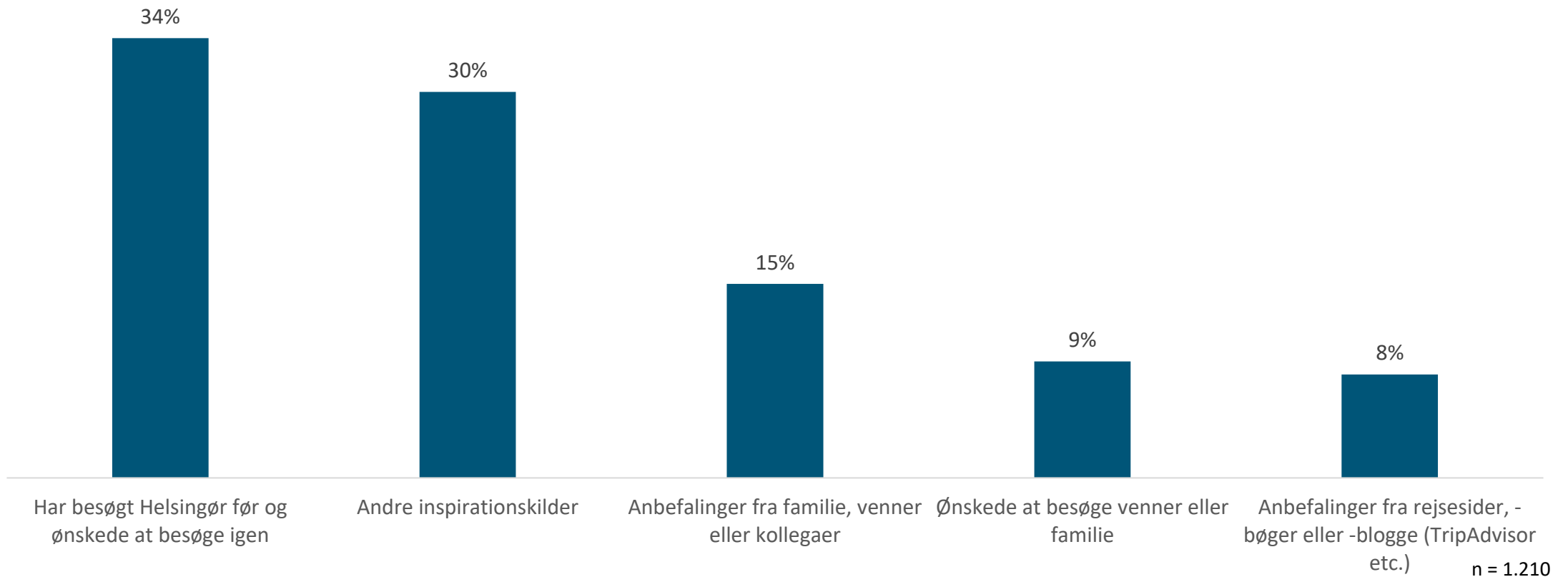
Gennemsnitlig opholdslængde

- Beregningen af gennemsnitlige opholdslængder ekskludere endagsbesøgende, der har en opholdslængde på 0 døgn
- Samlet set ligger den gennemsnitlige opholdslængde i Helsingør højere end i København, på tværs af nationalitetsgrupperne. Der skal dog tages et forbehold for at data for København by er fra 2017, imens at data for Helsingør er fra 2022, hvorfor der kan være sket en udvikling i gennemsnitlig opholdslængde i København by hen over de seneste 5 år

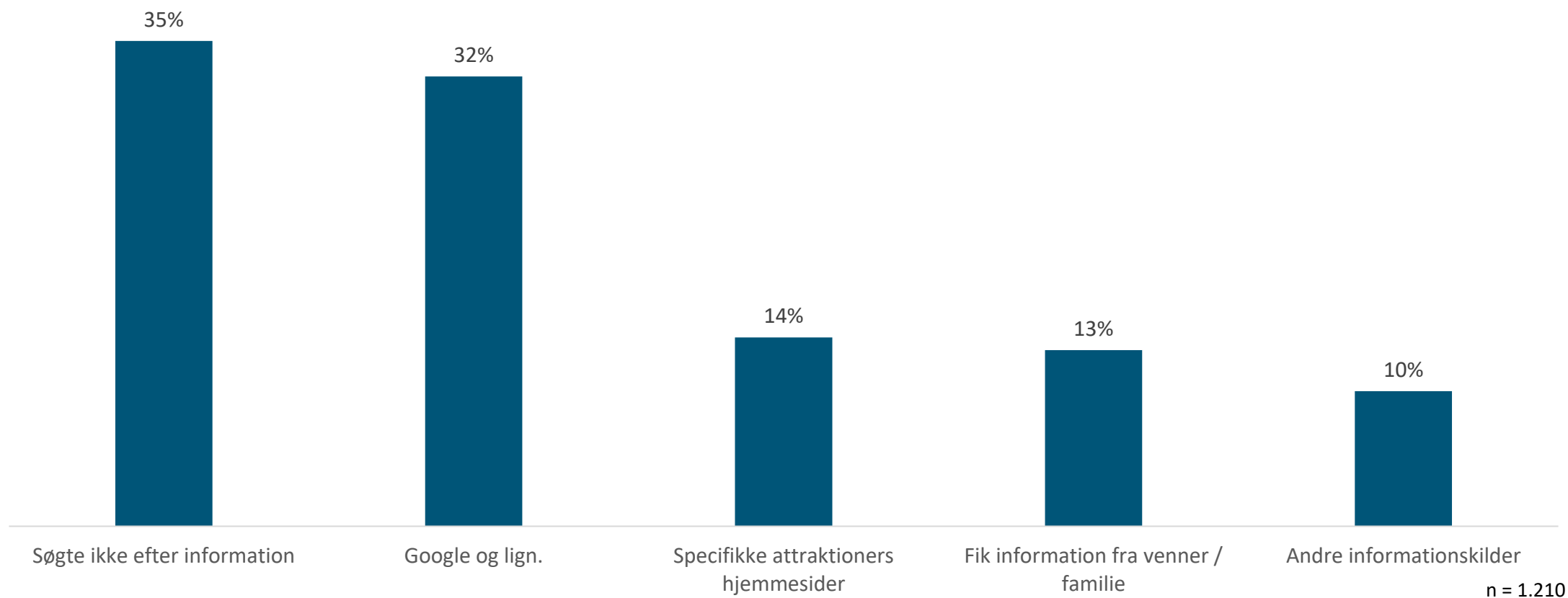


*For Helsingør er svenskere ekskluderet fra gruppen af internationale og analyseret separat.

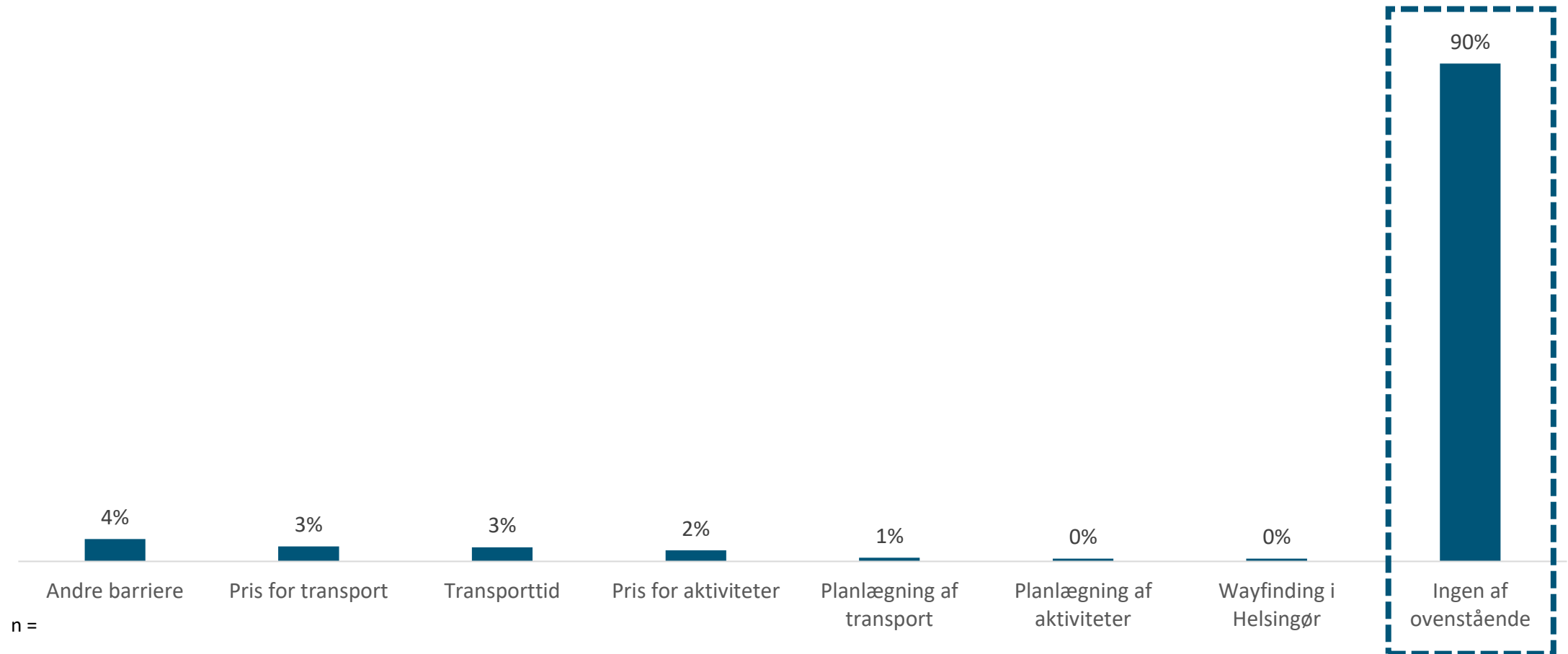
Top 5 motivationskilder for at besøge Helsingør



Top 5 informationskilder omkring Helsingør

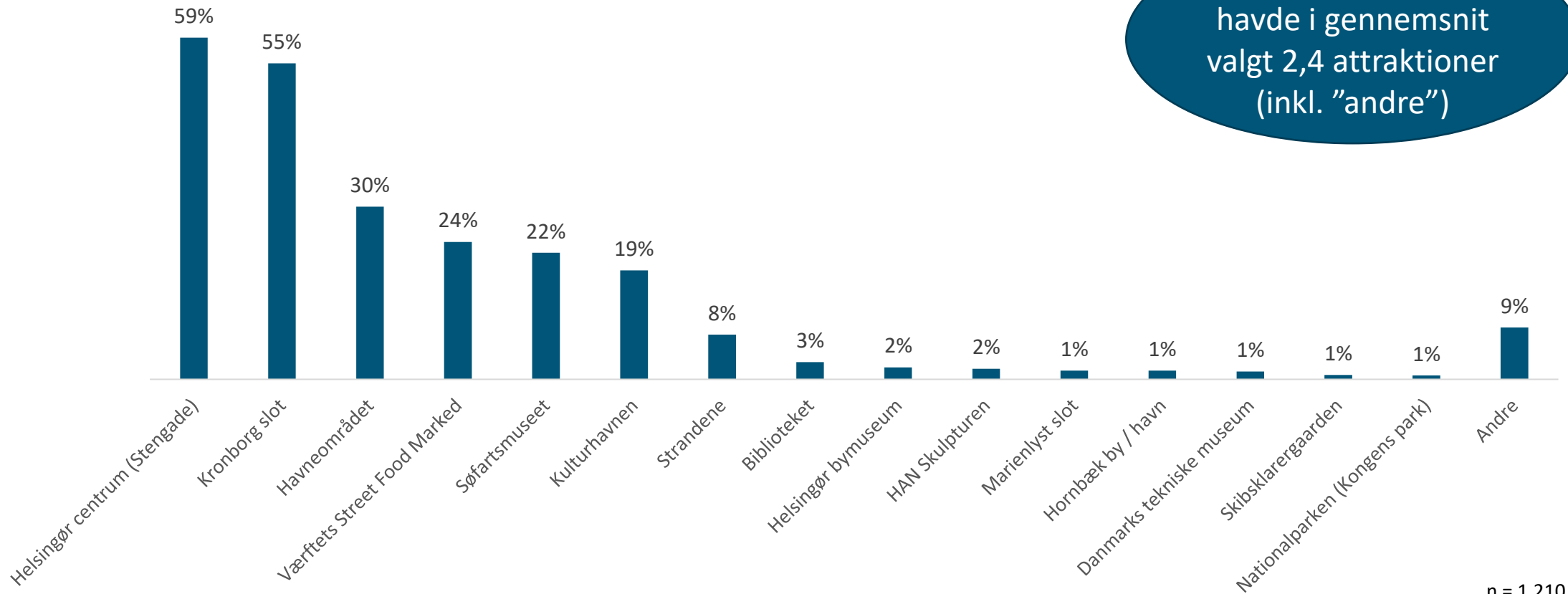


Besøgsbarriere



Besøg i attraktioner

Respondenterne havde i gennemsnit valgt 2,4 attraktioner (inkl. "andre")

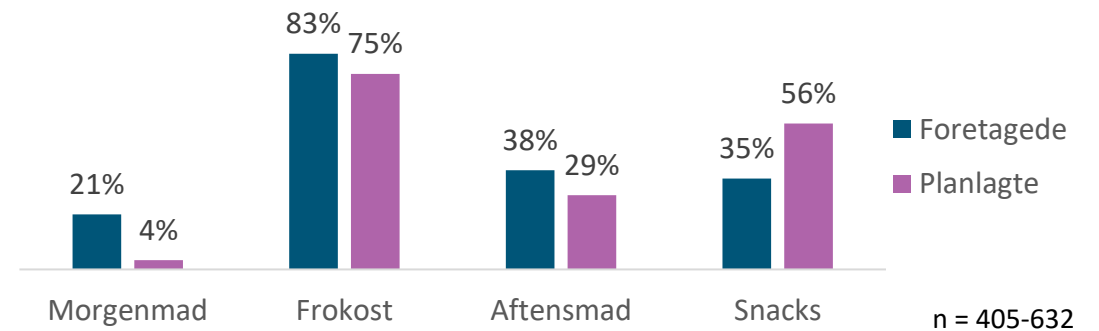


n = 1.210

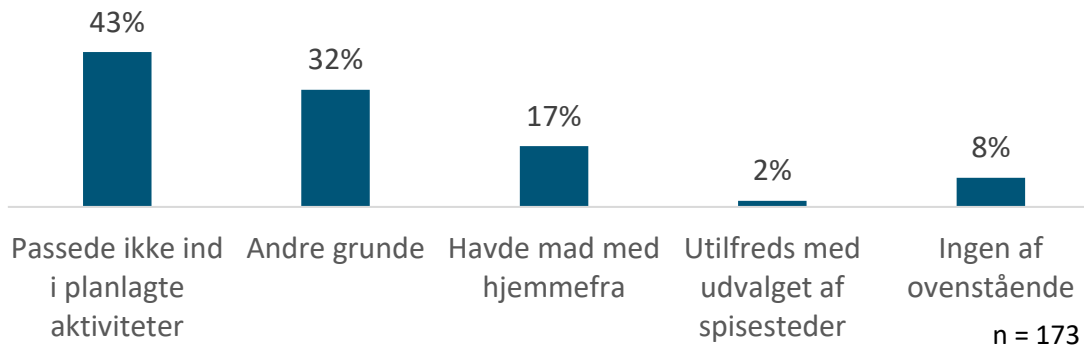
Restaurant- og cafebesøg

- 34% havde besøgt en eller flere restauranter og caféer
- 52% havde planlagt at besøge en eller flere restauranter og caféer

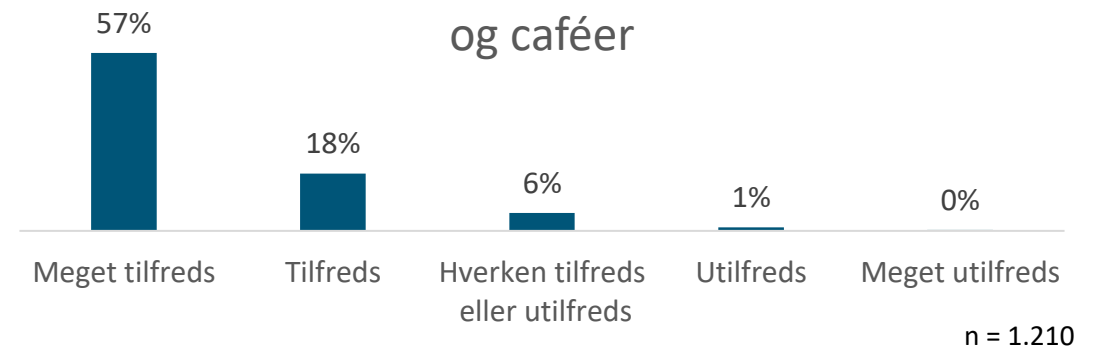
Foretagne og planlagte måltider



Grunde til ikke at spise



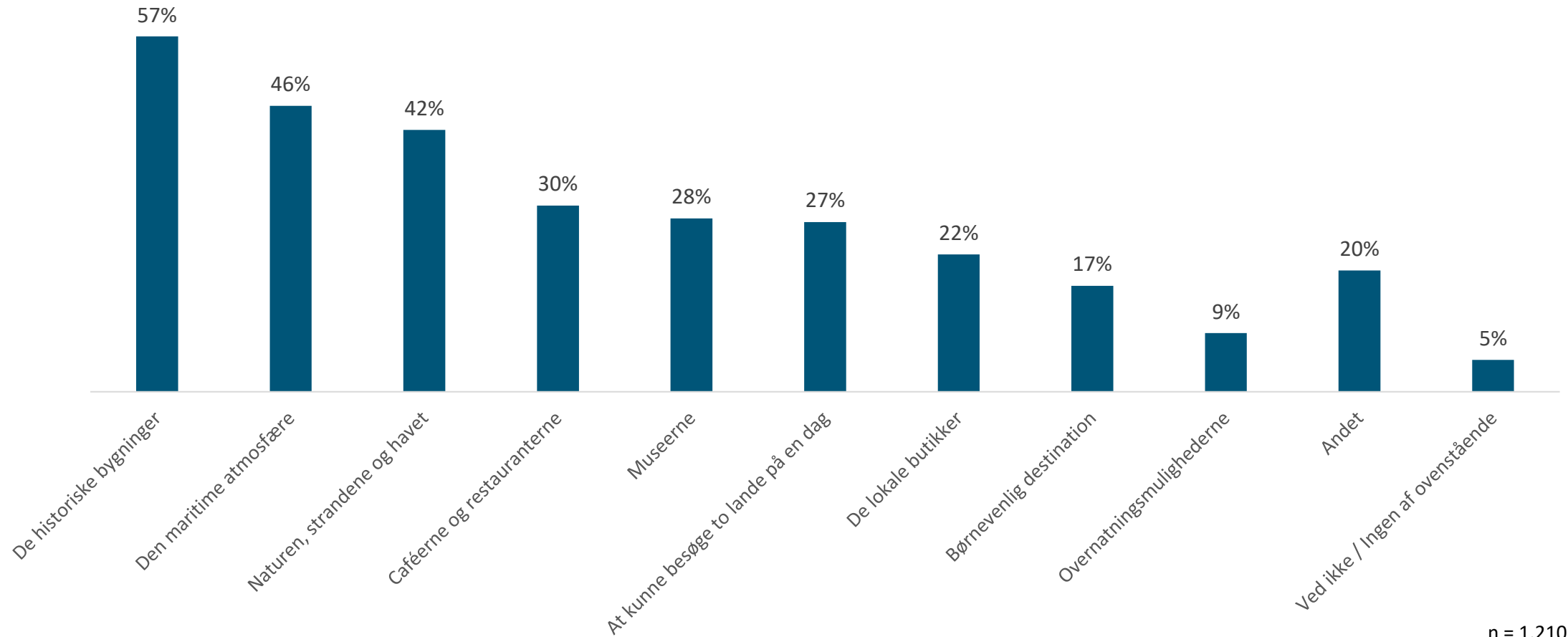
Tilfredshed med udvalget af restauranter og caféer



Døgnforbrug

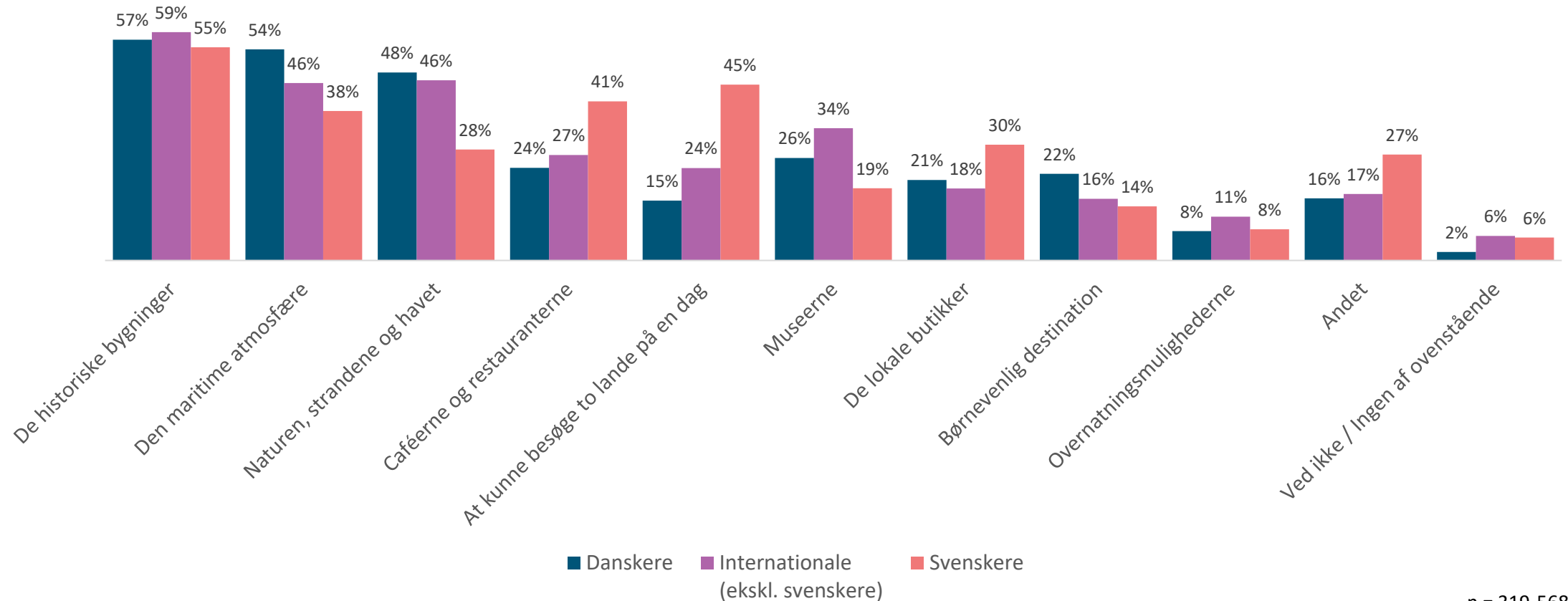
- Stor usikkerhed ved beregning af døgnforbrug, når det er selvrapporeret af respondenterne, men ..
 - Døgnforbrug på 628,- blandt alle respondenter
 - 457,- blandt danskere
 - 543,- blandt svenskere (+19% sammenlignet med danskerne)
 - 804,- blandt internationale (+76% sammenlignet med danskerne)
 - Døgnforbruget for en storbyturist i København er hhv.:
 - 1.950,- for en dansk besøgende
 - 2.150,- for en international besøgende
 - Disse er dog beregnet med en anden metode, hvorfor der ikke helt kan sammenlignes 1:1

Hvad gør at Helsingør skiller sig positivt ud sammenlignet med andre byer



n = 1.210

Hvad gør at Helsingør skiller sig positivt ud sammenlignet med andre byer



n = 319-568

Net Promoter Score (NPS)

- NPS er egentlig et mål for villighed til at anbefale produkter og måles i en score mellem -100 og 100. Får man en score på -100 betyder det at alle respondenter er negativt stemt overfor at anbefale ens produkt. Får man en score på 100 betyder det at alle respondenter er meget positivt stemt overfor at anbefale ens produkt.
- Helsingør fik, i denne survey, en NPS på 57, hvilket indikerer at en stor andel af de besøgende i Helsingør er positivt stemt overfor at anbefale Helsingør til venner og familie
- Det er vigtigt at huske at respondenter også kan være neutrale i et NPS mål (altså hverken være positivt eller negativt stemt overfor at anbefale Helsingør), hvilket var tilfældet for 35% af respondenterne.

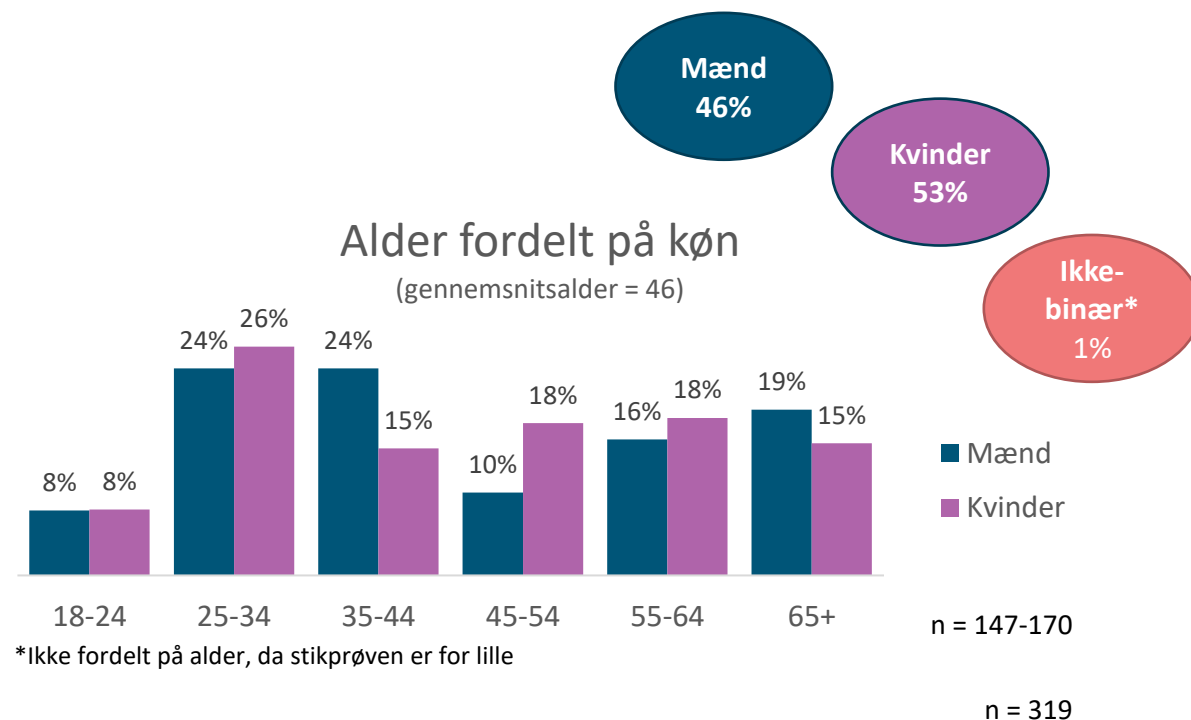
Profiler

WONDERFUL
COPENHAGEN

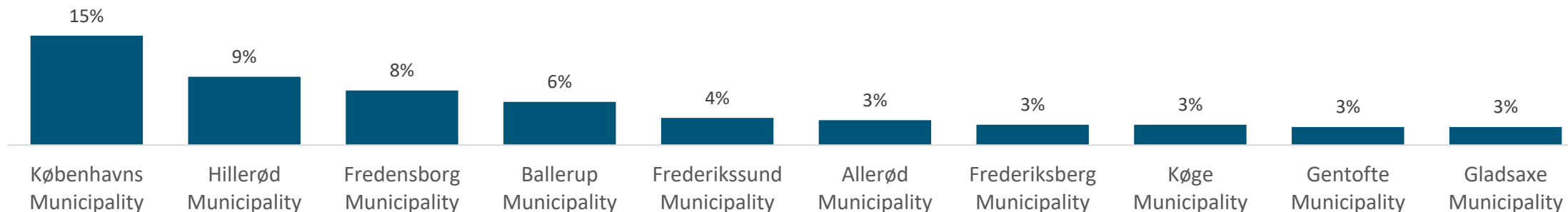


Danskere

- 20% af danskerne kom fra København By (København, Tårnby, Dragør og Frederiksberg kommune)
- 11% var førstegangsbesøgende
- 71% planlagde deres besøg et par dage eller mindre før ankomst
- 71% ankom i bil

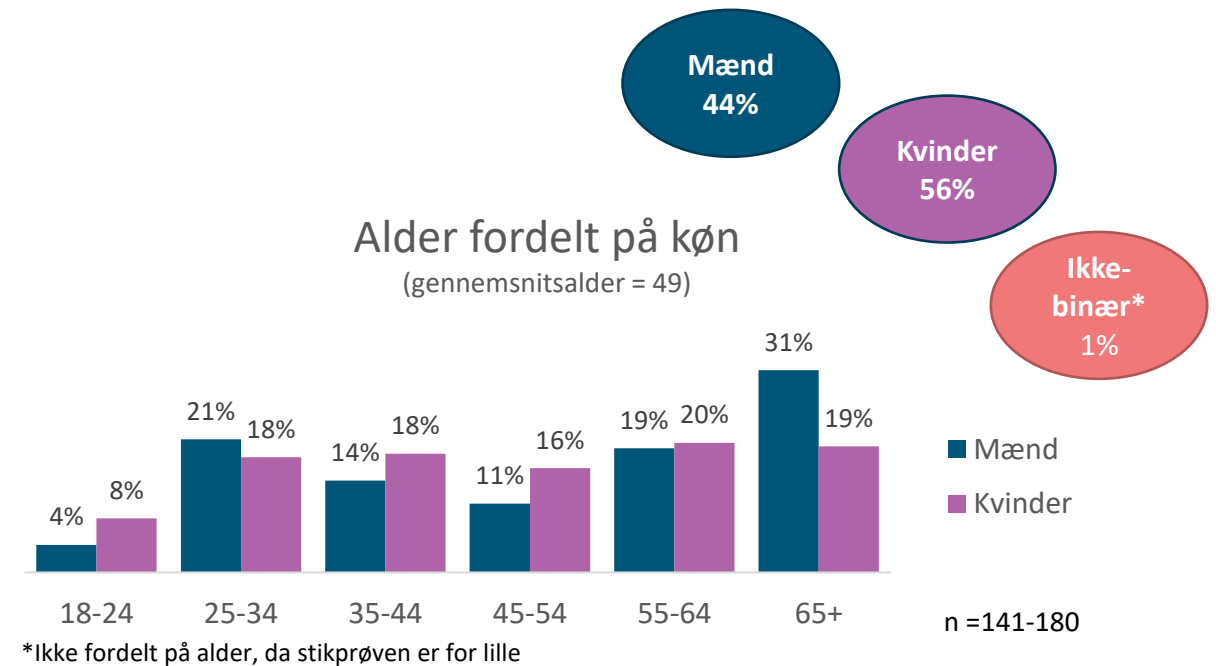


Top 10 bopælskommuner



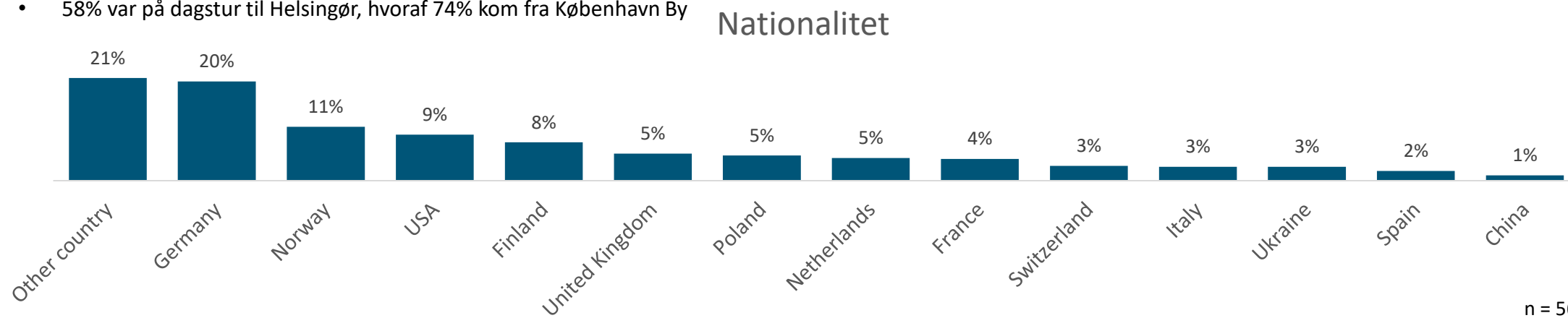
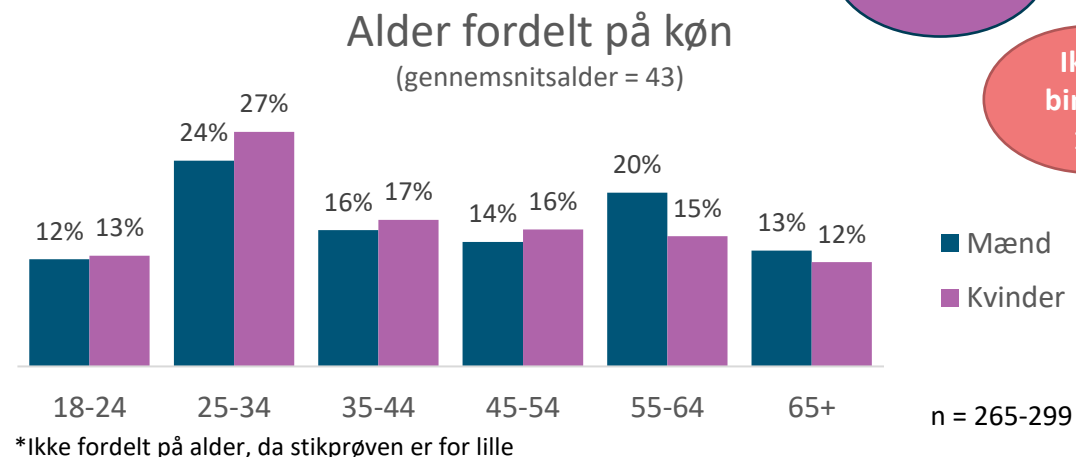
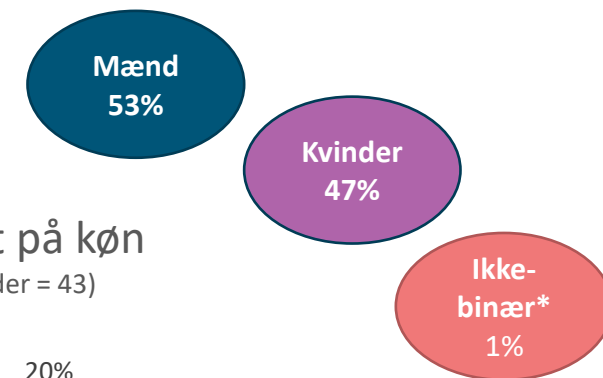
Svenskere

- Svenske besøgende havde en signifikant højere NPS med en score på 65 sammenlignet med 51 for danskere og 55 for internationale
- Svenske besøgende fremhævede i højere grad mad og shopping ift. hvad der gør at Helsingør skiller sig ud fra andre byer som de har besøgt
- Størstedelen (84%) ankom til Helsingør med båd/færge
- 23% var førstegangsbesøgende i Helsingør
- Størstedelen havde meget kort planlægningstid for deres besøg i Helsingør (69% svarede et par dage eller mindre til planlægning af deres besøg)



Internationale (ekskl. svenskere)

- Signifikant flere internationale (19%) havde anbefalinger fra venner og familie som rejsemotivation end var tilfældet blandt danskere (11%) og svenskere (12%)
- Dette var også tilfældet for anbefalinger fra rejsesider, -bøger og -blogge (TripAdvisor etc.), hvorfra 14% af internationale fandt rejsemotivation, sammenlignet med mindre end 4% for resten af respondenterne
- Signifikant flere internationale brugte hhv. venner/familie (16%), Rejsebøger såsom Lonely Planet og Rough Guide (15%), attraktioners egne hjemmesider (17%) og generelle internetsøgninger (38%) som informationskilder
- Signifikant flere internationale (27%) planlagde deres besøg mere end en måned før ankomst, men størstedelen tog dog alligevel afsted spontant (16%) eller med et par dages planlægning (33%)
- 67% var førstegangsbesøgende i Helsingør
- 46% ankom med bil, 37% med tog og 15% med bus
- 58% var på dagstur til Helsingør, hvoraf 74% kom fra København By



n = 568

Appendiks

WONDERFUL
COPENHAGEN



Nationalitet

	Respondenter	Andel		Respondenter	Andel
Sverige	323	26,7%	Polen	29	2,4%
Danmark	319	26,4%	Nederlandene	26	2,1%
Andet land	118	9,8%	Frankrig	25	2,1%
Tyskland	114	9,4%	Schweiz	17	1,4%
Norge	62	5,1%	Italien	16	1,3%
USA	53	4,4%	Ukraine	16	1,3%
Finland	44	3,6%	Spanien	11	0,9%
Storbritannien	31	2,6%	Kina	6	0,5%

Bopælskommune

	Respondenter	Andel		Respondenter	Andel
København	48	15,1%	Egedal	7	2,2%
Hillerød	30	9,4%	Furesø	7	2,2%
Fredensborg	24	7,5%	Odense	7	2,2%
Ballerup	19	6,0%	Gribskov	6	1,9%
Frederikssund	12	3,8%	Aarhus	6	1,9%
Allerød	11	3,4%	Bornholm	5	1,6%
Frederiksberg	9	2,8%	Dragør	5	1,6%
Køge	9	2,8%	Hvidovre	5	1,6%
Gentofte	8	2,5%	Hørsholm	5	1,6%
Gladsaxe	8	2,5%	Andre	88	27,6%

Har de besøgt Helsingør før?

	Danskere		Internationale		Svenskere	
	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel
Nej	36	11,3%	381	67,1%	49	15,2%
Ja, en gang før	61	19,1%	116	20,4%	55	17,0%
Ja, to gange før	48	15,0%	27	4,8%	24	7,4%
Ja, tre eller flere gange før	174	54,5%	44	7,7%	195	60,4%

Formål med besøg

	Danskere		Internationale		Svenskere	
	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel
Ferie	186	58,3%	413	72,7%	269	83,3%
Forretning	5	1,6%	15	2,6%	2	0,6%
Forretning + ferie	3	0,9%	23	4,0%	7	2,2%
Venner / Familie	62	19,4%	87	15,3%	23	7,1%
Studie	2	0,6%	9	1,6%	0	0,0%
Andet	61	19,1%	21	3,7%	22	6,8%

Rejsepartnere

	Danskere		Internationale		Svenskere	
	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel
Rejste alene	39	12,2%	73	12,9%	20	6,2%
Partner	183	57,4%	337	59,3%	206	62,8%
Børn	102	32,0%	174	30,6%	91	28,2%
Venner	53	16,6%	98	17,3%	75	23,2%
Anden familie	39	12,2%	69	12,1%	33	10,2%
Kollegaer	8	2,5%	36	6,3%	15	4,6%
Andre	11	3,4%	12	2,1%	1	0,3%

Transportmidler

	Danskere		Internationale		Svenskere	
	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel
Tog	58	18,2%	210	37,0%	28	6,8%
Bus	13	4,1%	82	14,5%	5	1,6%
Bil	225	70,5%	263	46,4%	73	22,9%
Cykel	12	3,8%	15	2,6%	18	5,6%
Båd	18	5,6%	82	14,5%	268	84,0%
Andet	5	1,6%	71	12,5%	6	1,9%

Attraktioner besøgt på vej til Helsingør

	Danskere		Internationale		Svenskere	
	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel
Ingen besøg	274	85,9%	425	74,8%	286	88,5%
Louisiana	8	2,5%	77	13,6%	17	5,3%
Jægersborg dyrepark	7	2,2%	21	3,7%	7	2,2%
Bakken forlystelses- park	7	2,2%	34	6,0%	13	4,0%
Bakken dyrepark	12	3,8%	31	5,5%	10	3,1%
Karen Blixen Museet	8	2,5%	30	5,3%	13	4,0%
Fredensborg slot	10	3,1%	25	4,4%	8	2,5%

Attraktioner besøgt på vej til Helsingør

	Danskere		Internationale		Svenskere	
	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel
Frederiksborg slot	7	2,2%	41	7,2%	5	1,5%
Esrum kloster	9	2,8%	18	3,2%	6	1,9%
Ordrupgaard	5	1,6%	18	3,2%	9	2,8%
Steffen havn	11	3,4%	25	4,4%	10	3,1%
Humblebæk havn	13	4,1%	26	4,6%	10	3,1%
Rungsted havn	19	6,0%	34	6,0%	12	3,7%
Andre steder	8	2,5%	27	4,8%	4	1,2%

Type ophold i Helsingør

	Danskere		Internationale		Svenskere	
	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel
Dagstur	237	74,3%	327	57,6%	253	78,3%
Tur med overnatning	82	25,7%	241	42,4%	70	21,7%

Hvor boede endagsbesøgende

	Internationale		Svenskere	
	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel
København	236	73,5%	6	2,4%
Sverige	26	8,1%	240	94,9%
Andet område	59	18,4%	7	2,8%

Opholdsform i København

	Internationale		Svenskere	
	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel
Hotel	128	54,7%	6	100%
Vandrehjem / BnB	3	1,3%	0	0%
Airbnb	50	21,4%	0	0%
Andet	53	22,6%	0	0%

Overnatningssted i København

	Internationale		Svenskere	
	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel
Cabinn CPH	5	4,6%	0	0,0%
Bella Sky CPH	3	2,8%	0	0,0%
Wakeup CPH Borgergade	13	11,9%	2	25,0%
Tivoli Hotel	3	2,8%	0	0,0%
Scandic Spectrum	6	5,5%	0	0,0%
Comfort Hotel CPH	2	1,8%	0	0,0%
Wakeup CPH Bernstoffgade	6	5,5%	0	0,0%
Radisson Blu	5	4,6%	0	0,0%
Cabinn Apartments	0	0,0%	1	12,5%
Danhostel	2	1,8%	0	0,0%
Andet	64	58,7%	5	62,5%

Opholdsform i Helsingør

	Danskere		Internationale		Svenskere	
	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel
Hotel	41	50%	141	58,5%	46	65,7%
Vandrehjem / BnB	8	9,8%	22	9,1%	7	10,0%
Airbnb	3	3,7%	10	4,1%	6	8,6%
Andet	30	36,6%	68	28,2%	11	15,7%

Opholdslængde i Helsingør

	Danskere		Internationale		Svenskere	
	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel
1	29	29,0%	22	7,4%	15	17,9%
2	34	34,0%	111	37,5%	40	47,6%
3	26	26,0%	61	20,6%	14	16,7%
4	6	6,0%	31	10,5%	7	8,3%
5	1	1,0%	29	9,8%	3	3,6%
6	1	1,0%	7	2,4%	2	2,4%
7	2	2,0%	19	6,4%	2	2,4%
9	0	0,0%	1	0,3%	0	0,0%
10	1	1,0%	8	2,7%	1	1,2%
14+	0	0,0%	7	2,4%	0	0,0%

Ville gerne have brugt længere tid i Helsingør

	Danskere		Internationale		Svenskere	
	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel
Ja	105	32,9%	233	41,0%	105	32,5%
Nej	214	67,1%	335	59,0%	218	67,5%

Grunde til gerne at ville have brugt længere tid i Helsingør

	Danskere		Internationale		Svenskere	
	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel
Besøge flere museer	36	34,3%	70	30,0%	24	22,9%
Se flere historiske bygninger	37	35,2%	105	45,1%	30	28,6%
Besøge flere butikker	27	25,7%	29	12,4%	20	19,0%
Besøge flere caféer og restauranter	17	16,2%	46	19,7%	29	27,6%
At have et mindre fyldt skema (tidsmæssigt)	32	30,5%	68	29,2%	29	27,6%

Grunde til gerne at ville have brugt længere tid i Helsingør

	Danskere		Internationale		Svenskere	
	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel
Var positivt overrasket over Helsingør	17	16,2%	84	36,1%	34	32,4%
Kendte ikke til at mange attraktioner (på forhånd)	7	6,7%	40	17,2%	12	11,4%
Anden grund	11	10,5%	29	12,4%	14	13,3%
Ved ikke	13	12,4%	16	6,9%	10	9,5%

Inspiration til at besøge Helsingør

	Danskere		Internationale		Svenskere	
	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel
Var på forretningsrejse og ville kombinere med ferie	0	0,0%	6	1,1%	0	0,0%
Besøge venner / familie	34	10,7%	48	8,5%	26	8,0%
Har besøgt Helsingør før og ville besøge igen	131	41,1%	113	19,9%	164	50,8%

Inspiration til at besøge Helsingør

	Danskere		Internationale		Svenskere	
	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel
Et godt tilbud	1	3,1%	29	5,1%	20	6,2%
Anbefalinger fra venner, familie eller kollegaer	36	11,3%	107	18,8%	37	11,5%
Anbefalinger på sociale medier	12	3,8%	35	6,2%	8	2,5%
Anbefalinger fra rejsesider, -bøger og -blogge	12	3,8%	77	13,6%	7	2,2%

Inspiration til at besøge Helsingør

	Danskere		Internationale		Svenskere	
	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel
Anbefalinger fra rejseagenter	9	2,8%	36	6,3%	1	0,3%
Anbefalinger fra overnatningssted	1	0,3%	20	3,5%	3	0,9%
Artikler omkring destinationen	12	3,8%	29	5,1%	5	1,5%
Reklamer for Helsingør	2	0,6%	13	2,3%	5	1,5%

Inspiration til at besøge Helsingør

	Danskere		Internationale		Svenskere	
	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel
Andre kilder	95	29,8%	181	31,9%	82	25,4%
Ved ikke / Ingen af ovenstående	34	10,7%	37	6,5%	25	7,7%

Barriere for at besøge Helsingør

	Danskere		Internationale		Svenskere	
	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel
Planlægge transport	1	0,3%	6	1,1%	1	0,3%
Pris for transport	18	5,6%	13	2,3%	2	0,6%
Transporttid	19	6,0%	11	1,9%	1	0,3%
Planlægge aktiviteter	0	0,0%	4	0,7%	2	0,6%
Pris for aktiviteter	3	0,9%	11	1,9%	10	3,1%
Wayfinding i Helsingør	0	0,0%	4	0,7%	2	0,6%
Andet	16	5,0%	24	4,2%	9	2,8%
Ingen af ovenstående	280	87,8%	511	90,0%	297	92,0%

Informationskilder omkring Helsingør

	Danskere		Internationale		Svenskere	
	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel
Fra venner / familie	32	10,0%	93	16,4%	29	9,0%
Visithelsingør.dk	6	1,9%	34	6,0%	13	4,0%
Visitcopenhagen.com	7	2,2%	33	5,8%	8	2,5%
Rejseblogge	5	1,6%	27	4,8%	11	3,4%
Sociale medier	10	3,1%	41	7,2%	10	3,1%
Reddit	4	1,3%	26	4,6%	3	0,9%
Pinterest	5	1,6%	24	4,2%	1	0,3%

Informationskilder omkring Helsingør

	Danskere		Internationale		Svenskere	
	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel
Rejsebøger	8	2,5%	85	15,0%	13	4,0%
Artikler / Magasiner	14	4,4%	23	4,0%	11	3,4%
Rejsesider	11	3,4%	47	8,3%	14	4,3%
Attraktioners egne hjemmesider	37	11,6%	99	17,4%	29	9,0%
Mobil- applikationer	4	1,3%	24	4,2%	4	1,2%
Rejse- bureauer	7	2,2%	32	5,6%	4	1,2%

Informationskilder omkring Helsingør

	Danskere		Internationale		Svenskere	
	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel
Internet-søgninger (Google etc.)	71	22,3%	217	38,2%	105	32,5%
Andre	25	7,8%	76	13,4%	17	5,3%
Søgte ikke efter information	168	52,7%	106	18,7%	150	46,4%

Tidspunkt for planlægning af tur til Helsingør

	Danskere		Internationale		Svenskere	
	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel
Spontant på dagen	101	31,7%	88	15,5%	79	24,5%
Et par dage før	126	39,5%	185	32,6%	143	44,3%
Uger før	71	22,3%	143	25,2%	62	19,2%
Mere end en måned før	21	6,6%	152	26,8%	39	12,1%

Attraktioner besøgt i Helsingør

	Danskere		Internationale		Svenskere	
	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel
Kronborg slot	147	46,1%	404	71,1%	114	35,3%
Søfarts- museet	78	24,5%	140	24,6%	48	14,9%
Værftet Street Food Marked	88	27,6%	129	22,7%	72	22,3%
Kulturhavnen	68	21,3%	104	18,3%	57	17,6%
HAN skulpturen	5	1,6%	14	2,5%	3	0,9%
Helsingør bymuseum	6	1,9%	13	2,3%	6	1,9%

Attraktioner besøgt i Helsingør

	Danskere		Internationale		Svenskere	
	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel
Teknisk museum	4	1,3%	9	1,6%	3	0,9%
Biblioteket	12	3,8%	31	3,7%	3	0,9%
Skibsklarer- gaarden	4	1,3%	4	0,7%	1	0,3%
Marienlyst slot	6	1,9%	7	1,2%	5	1,5%
Strandene	18	5,6%	49	8,6%	27	8,4%
Havne- området	107	33,5%	168	29,6%	88	27,2%

Attraktioner besøgt i Helsingør

	Danskere		Internationale		Svenskere	
	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel
Bymidten	172	53,9%	328	57,7%	219	67,8%
Nationalparken	0	0,0%	7	1,2%	1	0,3%
Hornbæk by / havn	2	0,6%	12	2,1%	4	1,2%
Andre	26	8,2%	50	8,8%	34	10,5%
Ingen af ovenstående	19	6,0%	12	2,1%	11	3,4%

Måltider i Helsingør

	Danskere		Internationale		Svenskere	
	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel
Havde besøgt en eller flere restauranter / caféer i Helsingør	102	32,0%	191	33,6%	112	34,7%
Planlagde at besøge en eller flere restauranter / caféer i Helsingør	151	47,3%	295	51,9%	186	57,6%
Ingen af ovenstående	66	20,7%	82	14,4%	25	7,7%

Afholdte måltider i Helsingør

	Danskere		Internationale		Svenskere	
	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel
Morgenmad	17	16,7%	56	29,3%	13	11,6%
Frokost	80	78,4%	161	84,3%	96	85,7%
Aftensmad	34	33,3%	84	44,0%	37	33,0%
Snacks	41	40,2%	57	29,8%	44	39,3%
Ved ikke / Ingen af ovenstående	1	1,0%	0	0,0%	0	0,0%

Planlagte måltider i Helsingør

	Danskere		Internationale		Svenskere	
	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel
Morgenmad	1	0,7%	16	5,4%	6	3,2%
Frokost	104	68,9%	217	73,6%	156	83,9%
Aftensmad	46	30,5%	82	27,8%	53	28,5%
Snacks	71	47,0%	166	56,3%	119	64,0%
Ved ikke / Ingen af ovenstående	1	0,8%	2	0,8%	1	0,6%

Tilfredshed med udvalget af restauranter / caféer i Helsingør

	Danskere		Internationale		Svenskere	
	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel
Meget tilfreds	154	48,3%	311	54,8%	221	68,4%
Tilfreds	84	26,3%	86	15,1%	50	15,5%
Hverken tilfreds eller utilfreds	29	9,1%	29	5,1%	11	3,4%
Utilfreds	3	0,9%	1	0,2%	9	2,8%
Meget utilfreds	1	0,3%	2	0,4%	0	0,0%
Ved ikke / Ikke relevant	48	15,0%	139	24,5%	32	9,9%

Grunde til ikke at besøge restauranter / caféer i Helsingør

	Danskere		Internationale		Svenskere	
	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel
Utilfreds med udvalget af restauranter / caféer	0	0,0%	2	2,4%	1	4,0%
Havde mad med hjemmefra	13	19,7%	13	15,9%	3	12,0%
Passede ikke ind i planlagte aktiviteter	39	43,9%	32	39,0%	13	52,0%
Anden grund	22	33,3%	28	34,1%	6	24,0%
Ved ikke / Ingen af ovenstående	4	6,1%	8	9,8%	2	8,0%

Hvordan skiller Helsingør sig ud fra andre byer

	Danskere		Internationale		Svenskere	
	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel
Museerne	84	26,3%	193	34,0%	60	18,6%
De historiske bygninger / Arkitekturen	181	56,7%	333	58,6%	177	54,8%
De lokale butikker	66	20,7%	105	18,5%	96	29,7%
Restauranter og caféer	76	23,8%	154	27,1%	132	40,9%
Overnatningsmulighederne	24	7,5%	64	11,3%	26	8,0%
Naturen, strandene og havet	154	48,3%	263	46,3%	92	28,5%

Hvordan skiller Helsingør sig ud fra andre byer

	Danskere		Internationale		Svenskere	
	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel
Børnevenlig destination	71	22,3%	90	15,8%	45	13,9%
Den maritime atmosfære	173	54,2%	259	45,6%	124	38,4%
Man kan besøge to lande på en dagstur	49	15,4%	135	23,8%	146	45,2%
Andet	51	16,0%	97	17,1%	88	27,2%
Ved ikke / Ingen af ovenstående	7	2,2%	36	6,3%	19	5,9%

Overordnet tilfredshed med besøget i Helsingør

	Danskere		Internationale		Svenskere	
	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel
Meget tilfreds	206	64,6%	418	73,7%	237	74,3%
Tilfreds	104	32,6%	117	20,6%	37	21,0%
Hverken tilfreds eller utilfreds	6	1,6%	11	1,9%	7	2,2%
Utilfreds	1	0,3%	5	0,9%	1	0,3%
Meget utilfreds	2	0,6%	5	0,9%	0	0,0%
Ved ikke / Ikke relevant	1	0,3%	11	1,9%	7	2,2%

Sandsynlighed for at anbefale Helsingør til venner og familie

	Danskere		Internationale		Svenskere	
	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel	Respondenter	Andel
10 – ekstremt sandsynligt	139	43,6%	232	41,0%	167	52,4%
9	48	15,0%	102	18,0%	47	14,7%
8	84	26,3%	166	29,3%	72	22,6%
7	24	7,5%	45	8,0%	25	7,8%
6	15	4,7%	11	1,9%	8	2,5%
5	7	2,2%	7	1,2%	0	0,0%
4	2	0,6%	1	0,2%	0	0,0%
3	0	0,0%	2	0,4%	0	0,0%
2	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
1	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
0 – ekstremt usandsynligt	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

For spørgsmål om projektet, kontakt **Senior Manager Adam Engel** på aen@woco.dk
For spørgsmål om analysen, kontakt **Research Manager Mike Hansen** på mha@woco.dk

WONDERFUL
COPENHAGEN

