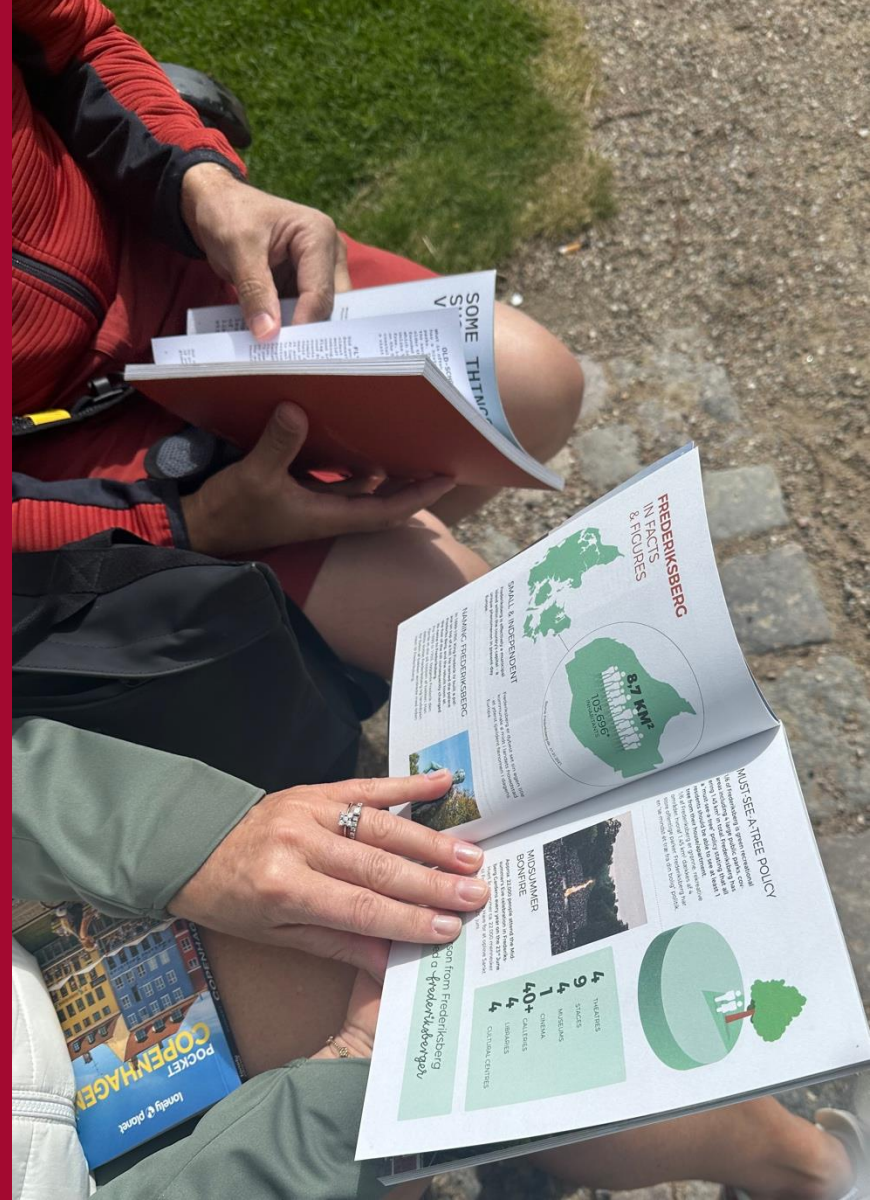


Wonderful Copenhagen Turisters brug af trykte materialer på destinationen

Indsigter og anbefalinger / september 2025

maple



Indhold

Projektets formål	s. 3
Hovedpointer	s. 4
Metode	s. 5
Indsigter	s. 10
Opsummering af indsigter	s. 59
Anbefalinger	s. 61
Opsummering af anbefalinger	s. 66
Etik og rettigheder	s. 67

Projektets formål

At skabe viden om internationale turisters brug og oplevelse af trykt materiale på destinationer i København – og at give inspiration og anbefalinger til Wonderful Copenhagens videre arbejde med trykt materiale

Hovedpointer

Indsigter

Indsigt 1: Grad af brug

1 ud af 3 af turisterne bruger trykt materiale – de har primært materialerne fra transport eller overnatningssted, og det er primært et kort, de bruger.

Indsigt 2: Motivation

Trykte materialer er et supplement til telefonen, og turisternes primære motivation for at bruge trykte materialer er for at få inspiration og for at danne sig overblik.

Indsigt 3: Situation for brug

Brug af trykte materialer varierer under rejsen – inden ankomst og i pauser ønsker de inspiration og fordybelse, og når de er på farten, har de brug for praktisk information og navigation.

Indsigt 4: Evaluering af materialer

Overordnet set synes turisterne, at materialerne er gode, fordi de giver inspiration og virker gennemarbejdede – North of Copenhagen scorer højest, fordi den er lille og nem at orientere sig i.

Anbefalinger

Hovedanbefaling: Differentier materialer mellem 'i ro' og 'på farten', fordi turisternes behov varierer i de to situationer. 'I ro-materiale' er mellemstore formater med flot layout og mulighed for fordybelse, mens 'på farten-materiale' er kort, der giver let inspiration, praktisk information og hjælper til orientering.

Anbefaling 1: Relevans

Fortsæt med at udvikle og tilbyde trykte materialer til internationale turister.

Anbefaling 2: Type og indhold

Skeln mellem 'i ro' og 'på farten' behov i udvikling af materialer.

Anbefaling 3: Distribution

Fortsæt med at placere materialer under transport ('på farten') og på overnatningssteder ('i ro').

Metode

Metode

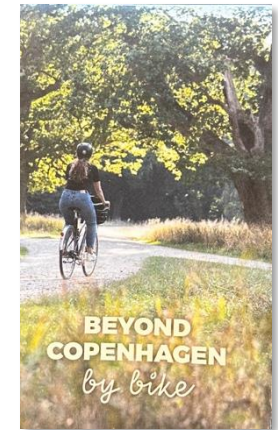
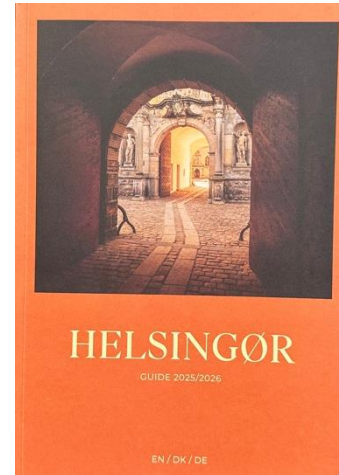
Vi har gennemført 231 destinationsinterviews på 8 forskellige lokationer

- I løbet af juli og august 2025 har vi gennemført 231 destinationsinterviews med internationale turister.
- Interviewene er udført på 8 forskellige lokationer og har varet ml. 5-10 minutter.
- Vi har talt med turisterne om hvornår de bruger trykte materialer, hvornår de ikke gør, i hvilken grad de bruger trykte materialer, hvad de har med sig den pågældende dag og fået deres holdning til deres egne eller Wonderful Copenhagen's materialer.

Lokation	Antal
Helsingør (Kronborg og Værftets Madmarked)	34
Botanisk Have	34
Kongens Have	20
Nyhavn	67
Kgs. Nytorv	15
Copenhagen Visitor Service (ved Axelborg)	38
Reffen (Street Food)	16
Broens (Street Food)	7
I alt	231

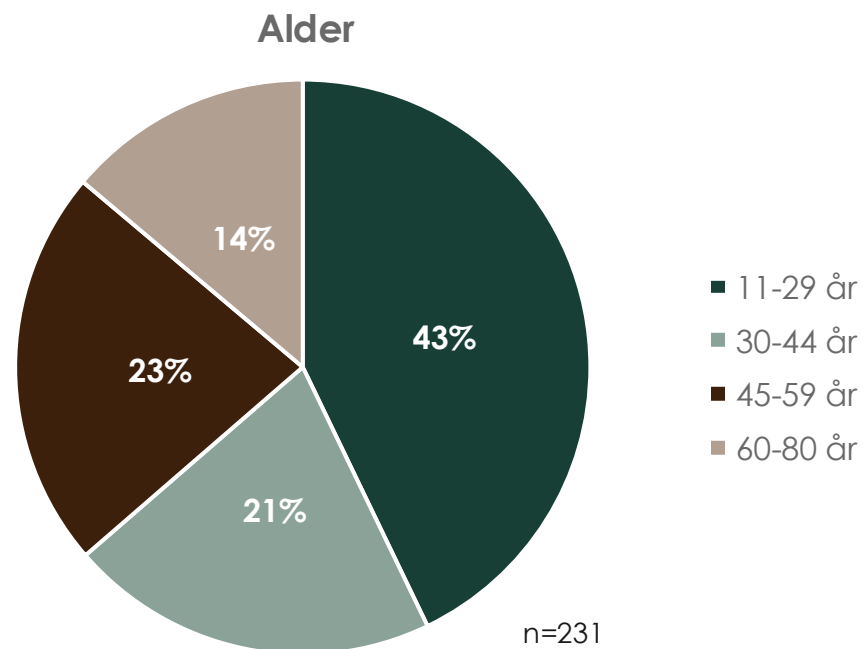
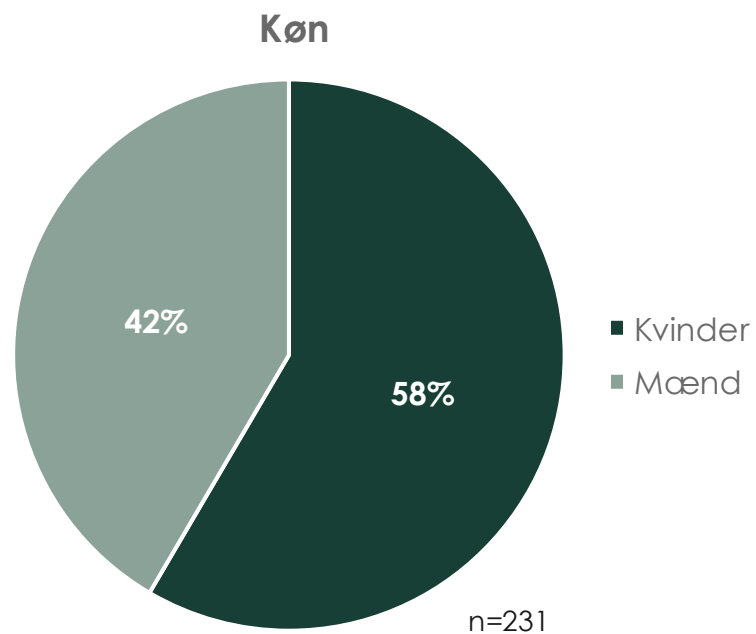
Metode

Vi har vist turisterne fem forskellige trykte materialer: Beyond Copenhagen, Helsingør, Frederiksberg, North of Copenhagen og Beyond Copenhagen by Bike



Metode

Vi har talt med i alt 231 turister i alderen 11-80 år



Metode

Vi har snakket med turister fra hele verden, flest fra hhv. Tyskland, USA og Holland



Indsigter

Indsigter

Temaer

1. Grad af brug
2. Motivation
3. Situation for brug
4. Evaluering af materialer

Grad af brug

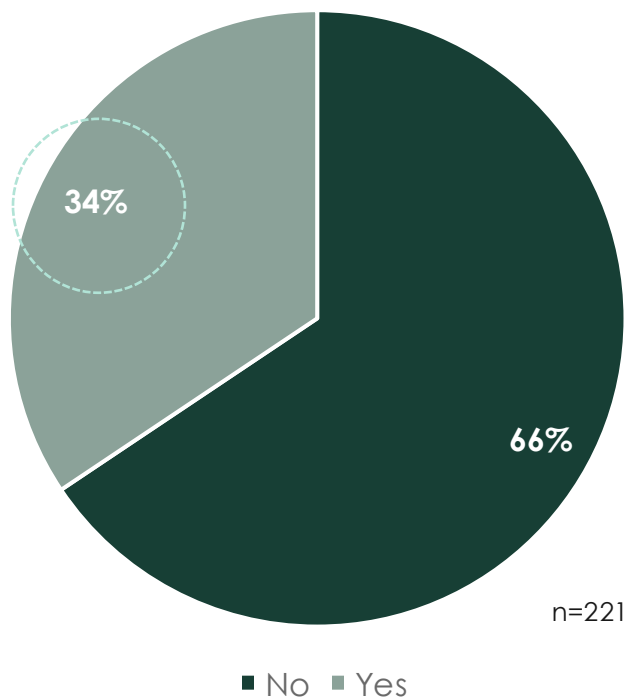
1.

1 ud af 3 af turisterne bruger trykt materiale
– de har primært materialerne fra transport
eller overnatningssted, og det er primært et
kort, de bruger

Indsigt 1

Ca. 1 ud af 3 af turisterne havde medbragt trykte materialer på dagen

Q: Have you brought printed material with you today?



“

We brought maps from the hotel and this book called Copenhagen and Beyond from the library back home. It gives us ideas of things to see and helps with the logistics of going from a to b.

Kate, 55, USA

Exhibitions / Family workshop
Botanical Garden / Palm House

Map of
Copenhagen
2025

“

We got a map over the city from the camping side we are staying at. I like that the map shows train stations and departure times for trains. It has nice info about attractions.

Jelle, 46, Holland

“

We brought a tourist guide (Kopenhagen, Merian momente). To find out what we can see. We also use our phones to find photos of the places, and we also use maps. I like prints because someone took the time to find these places for me, so I don't have to search through 20 pages on the internet.

Roxie, 24, Tyskland

NATURAL HISTORY
MUSEUM

Guide to Buses, Trains & M

COPENHAGEN
BOOK

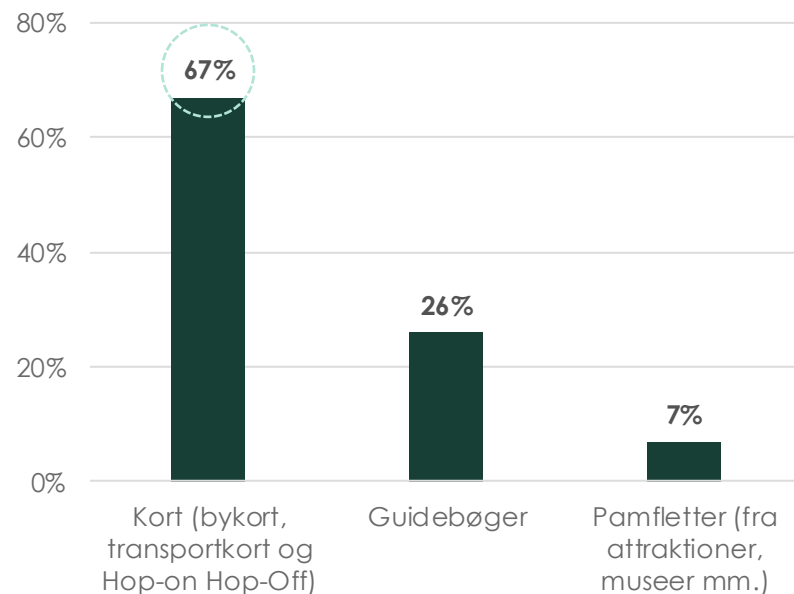
The original
CANAL TOUR
since

Indsigt 1

Turisterne havde primært medbragt kort på deres udflugt, men nogle havde også guidebøger og pamfletter fra attraktioner m.m.

- Ca. 1 ud af 3 af turisterne havde medbragt trykte materialer på dagen. Materialerne bestod primært af forskellige typer kort (67%), dernæst guidebøger og endelig diverse pamfletter.
 - **Kort**, f.eks. taget fra lufthavn, hotel, turistinformation, metro eller bus (The Official City Map of Copenhagen, Hop on hop off, The Official Guide to Public Transport, DOT Map).
 - **Guidebøger** medbragt hjemmefra (f.eks. Lonely Planet, Routard, Marco Polo City Guide)
 - **Pamfletter**, f.eks. fra Hop On Hop Off, Rundetårn eller 'et display' på færge (f.eks. Welcome Kronborg, Elsinore, guide fra færgen)

Q: What did you bring?



Note: Vi har set materiale fra Wonderful Copenhagen enkelte gange under interviewene.

n=86

“

We brought a little guide, two maps, and a 'Hop on hop off' folder. We found them in a bookstore near the round tower.

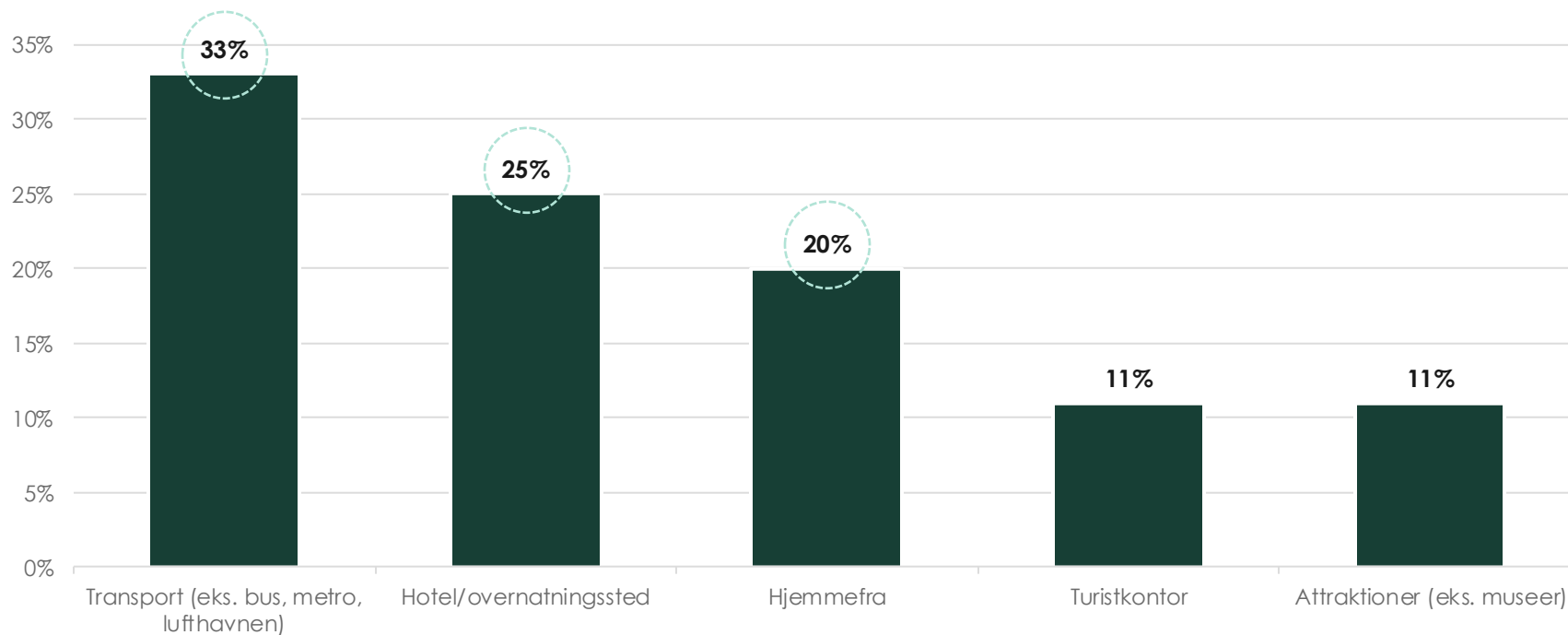
Elke, 58, Italien



Indsigt 1

De fleste af turisterne har fået det trykte materiale i transport (33%), fra deres overnatningssted (25%) eller medbragt det hjemmefra (20%)

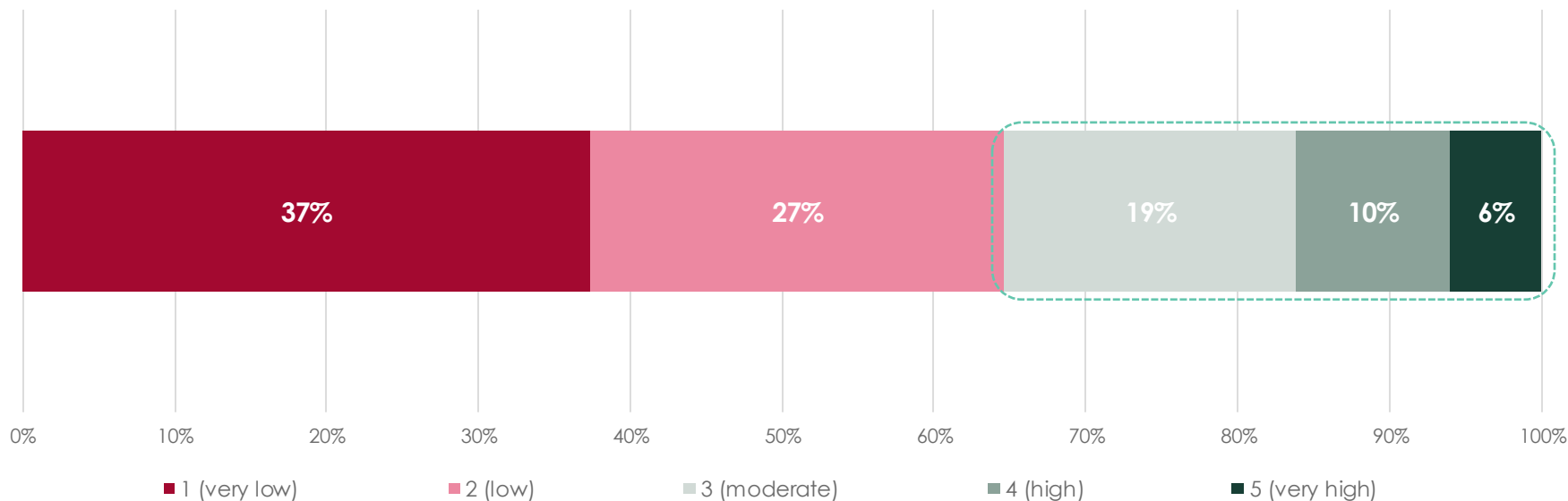
Q: From where did you get this material?



Indsigt 1

Ca. 1 ud af 3 (35%) svarer, at de bruger trykte materialer i moderat til meget høj grad, når de rejser

Q: On a scale from 1 to 5, where 1 is 'to a very low degree' and 5 is 'to a very high degree' – to what extent do you use printed materials when visiting a place like this?

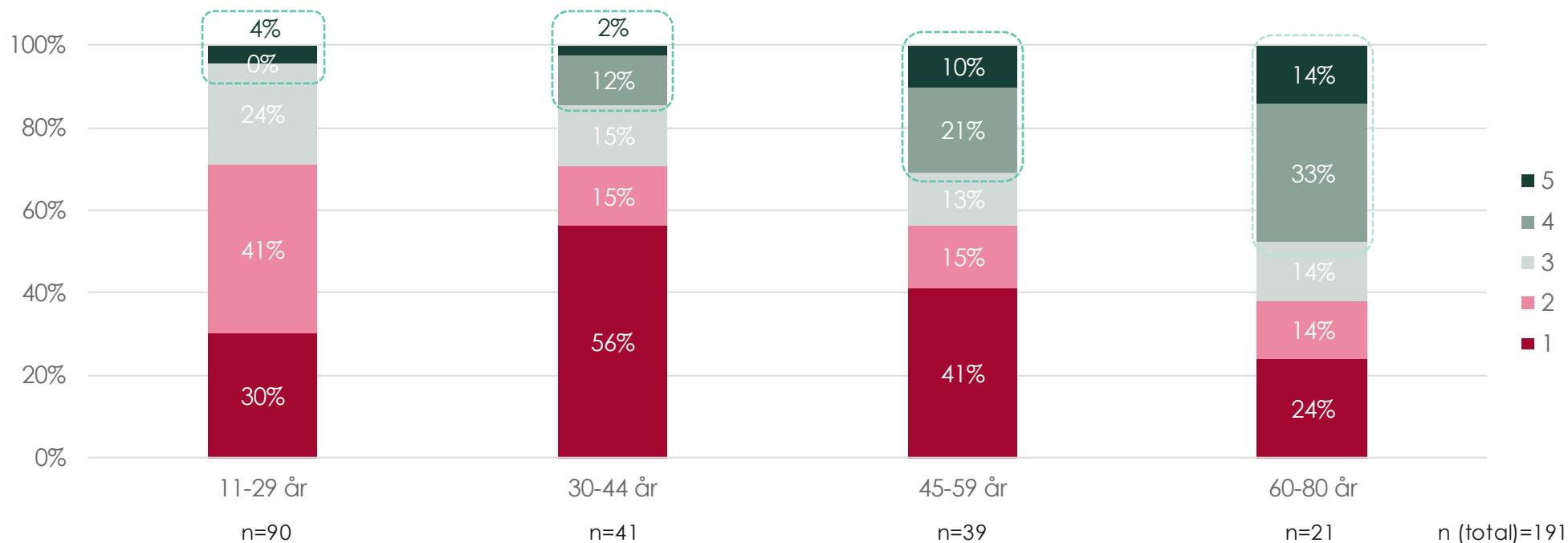


n=191

Indsigt 1

Brugen af trykte materialer stiger med alderen – blandt de 11-29-årige svarer kun 4%, at de i høj eller meget høj grad bruger trykte materialer, mens næsten halvdelen (47%) af de 60-80-årige svarer det samme

Q: On a scale from 1 to 5, where 1 is 'to a very low degree' and 5 is 'to a very high degree' – to what extent do you use printed materials when visiting a place like this? (alder)



“

I only use online. I use it everywhere for directions. It's easier.

Alicja, 17, Polen

“

I like being able to touch things and keep things as a reminder.

Billie, 65, Canada

“

My parents and grandparents use prints a lot, but I don't.

Yara, 18, Holland

“

We always like to start by visiting the tourist information. We took these (City Map, Copenhagen by boat) because of the advice we got from the woman in there.

Ann, 70, Tyskland

“

It is relevant every time I go on vacation. I use travel books for basic information, and I also use maps to find attractions in the city.

Christian, 80, Tyskland

BUY YOUR TICKETS HERE

Indsigt 1

Opsummering

- Ca. 1 ud af 3 af turisterne havde medbragt trykte materialer på dagen
- Turisterne havde primært medbragt kort på deres udflugt, men nogle havde også guidebøger og pamfletter fra attraktioner m.m.
- De fleste af turisterne har fået det trykte materiale i transport (33%), fra deres overnatningssted (25%) eller medbragt det hjemmefra (20%)
- Ca. 1 ud af 3 (35%) svarer, at de bruger trykte materialer i moderat til meget høj grad, når de rejser
- Brugen af trykte materialer stiger med alderen – blandt de 11-29-årige svarer kun 4%, at de i høj eller meget høj grad bruger trykte materialer, mens næsten halvdelen (47%) af de 60-80-årige svarer det samme

Motivation

2.

Trykte materialer er et supplement til telefonen, og turisternes primære motivation for at bruge trykte materialer er for at få inspiration og for at danne sig overblik

Indsigt 2

Turisterne søger information for at forstå det offentlige transportsystem, få overblik over byen, inspiration og hjælp til planlægning

- Når turisterne søger information (enten på deres telefon eller i trykte materialer), er det særligt for at (i prioriteret rækkefølge):
 - Forstå hvordan offentlig transport fungerer
 - Få overblik over byen (grundlæggende orientering)
 - Få inspiration og hjælp til at planlægge turen:
 - Hvad skal vi se?
 - Hvor skal vi spise?
 - Hvordan kommer vi derhen?



“

Printed things are good for inspiration. There are too many places here to see, so I'd use it both when planning and during the day.

Marie, 24, Italien

“

I would always like information about public transport, it is always tricky when arriving to a new place. Also tips for great restaurants and local food.

Oliver, 26, Australien

“

They are relevant when taking the metro and walking around the city, so you know where to go. A physical map gives a good overview.

Sophie, 48, Canada

“

We use prints for public transport. We don't speak the language, but we can follow the lines and the colors. We're used to grids back home, but here the streets go in all directions, so street maps are good.

Henry, 60, Australien

**FIND
THE BUS**

Locate your City Sightseeing / Hop On-Hop Off bus in real time - scan the QR code to start tracking your bus



Indsigt 2

Turisterne foretrækker telefonen, fordi den er lige ved hånden med opdateret information

- Generelt, bruger turisterne primært deres telefon til at søge information om destinationer og finde rundt i byen.
- De bruger i mindre grad trykte materialer og for det meste som et supplement til telefonen.
- De foretrækker ofte telefonen fordi:
 - den er lige ved hånden (de har den alligevel med sig).
 - den fylder lidt og samler alt ét sted (fremfor mange foldere), så den er praktisk at have med på farten.
 - information er som regel opdateret.
 - den er god til navigation (ved hvor man er, finder den smarteste rute, viser hvor langt der er til destinationen).



“

I think phones are better for navigation.

James, 25, USA

“

To handle a printed book or map is too difficult. I already have a big bag, my dog, water and so on. It is just easier on the phone.

Hanna, 22, Tyskland

“

Digital is good for translating. I use an app that uses the camera and then translates everything for you. I was just in Japan where I didn't even know the letters, and it was extremely helpful.

Nora, 67, USA

“

I always use my phone. Less is more!

Harald, 54, Sverige

Indsigt 2

Trykte materialer indeholder nøje udvalgt information og giver et godt overblik

- Når turisterne foretrækker trykte materialer, er det fordi:
 - de ønsker inspiration eller viden.
 - En guidebog har kurateret indhold (nogle har nøje udvalgt stederne), og alt er samlet ét sted (fremfor mange hjemmesider).
 - et fysisk kort kan give bedre overblik over byen, og hvor ting er i forhold til hinanden.
 - materialerne ikke er afhængige af internet eller strøm.
 - de er analogt orienterede (kan godt lide følelsen af at have noget fysisk i hænderne/ de gerne vil begrænse tiden på deres telefon).



“

First, we research online, but after that we prefer print.

Markus, 55, Italien

“

We brought a map we got at a tourist office. We use the map to get an overview of the city.

Martin, 28, Tyskland

“

When I'm new in a city, I find prints relevant for orientation. I go for flyers and maps, also cycling maps. In our appartement there is some printed stuff. I have been looking at that as well.

Martha, 39, Tyskland

“

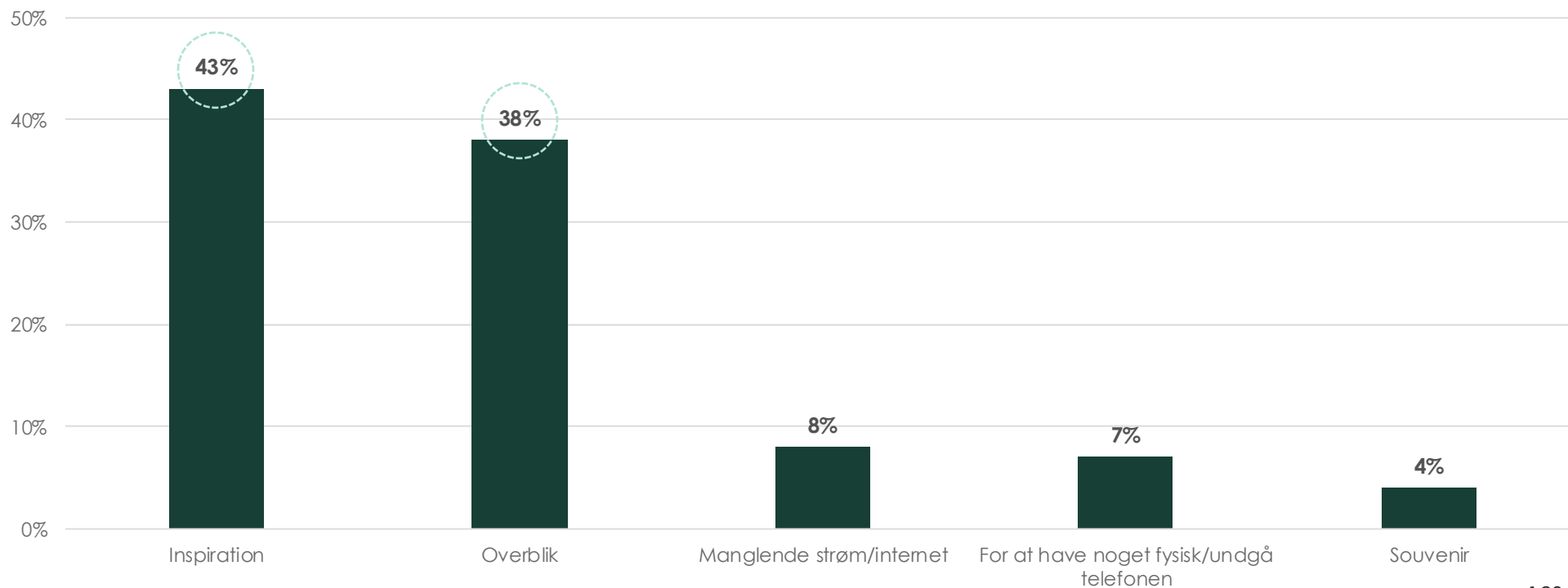
I'm a bit old-fashioned, I guess. I like how it feels in my hands. And I find it easier to look at something physical than on my phone.

Ida, 35, Sverige



Indsigt 2

Turisternes primære motivation for at bruge trykte materialer er for at få inspiration og for at danne sig overblik



n=120

Indsigt 2

Opsummering

- Turisterne søger information for at forstå det offentlige transportsystem, få overblik over byen, inspiration og hjælp til planlægning
- Turisterne foretrækker telefonen, fordi den er lige ved hånden med opdateret information
- Trykte materialer indeholder nøje udvalgt information og giver et godt overblik
- Turisternes primære motivation for at bruge trykte materialer er for at få inspiration og for at danne sig overblik

Situation for brug

3.

Brug af trykte materialer varierer under rejsen – inden ankomst og i pauser ønsker de inspiration og fordybelse, og når de er på farten, har de brug for praktisk information og navigation

Indsigt 3

Turisterne bruger trykte materialer til dybdegående research, fordybelse og tilbageblik, når de er i ro – når de er på farten, har de brug for trykte materialer til navigation og hurtig research

- Turisternes behov for og brug af trykte materialer er forskelligt alt efter om de er i ro eller på farten – før, under og efter deres ophold i København.
- Når turisterne er i ro har de behov for:
 - **Før ankomst til København:** At lave research hjemmefra, for at finde inspiration og planlægge turen.
 - **Under opholdet i København:** At lave research på hotellet for at planlægge dagen og finde ud af det praktiske (f.eks. hvornår åbner attraktionen?), pauser på caféer/aftener på hotellet til orientering og fordybelse (gå i dybden og læse mere om det, de har set på deres udflugt).
- **Hjemme igen:** Souvenirs og minder fra turen til sig selv og til at vise venner og familie, hvad de har oplevet.
- Når turisterne er på farten har de behov for:
 - **Under opholdet i København:** Navigation (hvordan kommer vi hen til vores destination?), research om destinationen (hvordan får vi mest muligt ud af det her sted? Hvad er værd at vide om det, vi ser?).

“

We have a map that we got at the airport and one from the hotel. It's useful for understanding how the city is structured.

Arjun, 31, Indien

“

A DOT map, we got it in the metro. It's a nice map over the city and the attractions are easy to find and recognize with names and small pictures on the map.

Amélie, 56, Frankrig

“

I like collecting printed materials, but its more for aesthetics.

Kira, 20, USA

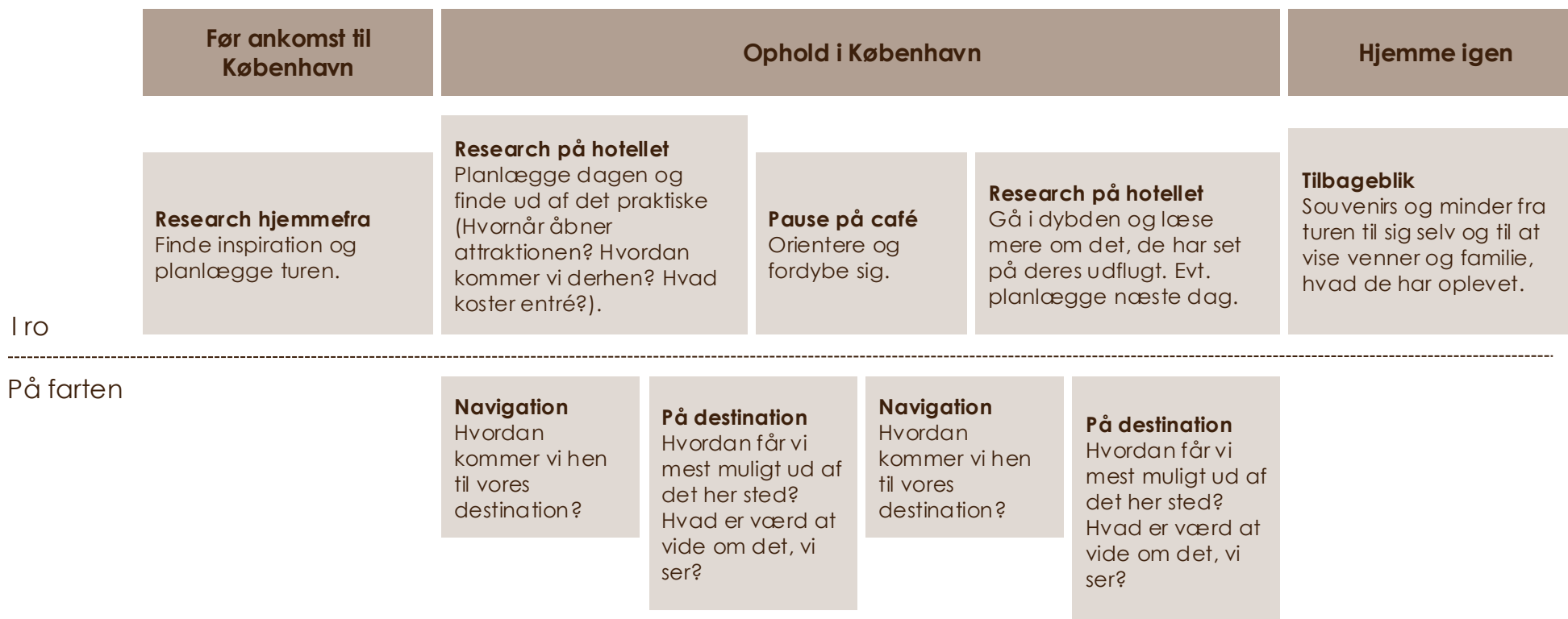
“

We sometimes take a book back home to read about what we've seen.

Gabriela, 61, Argentina

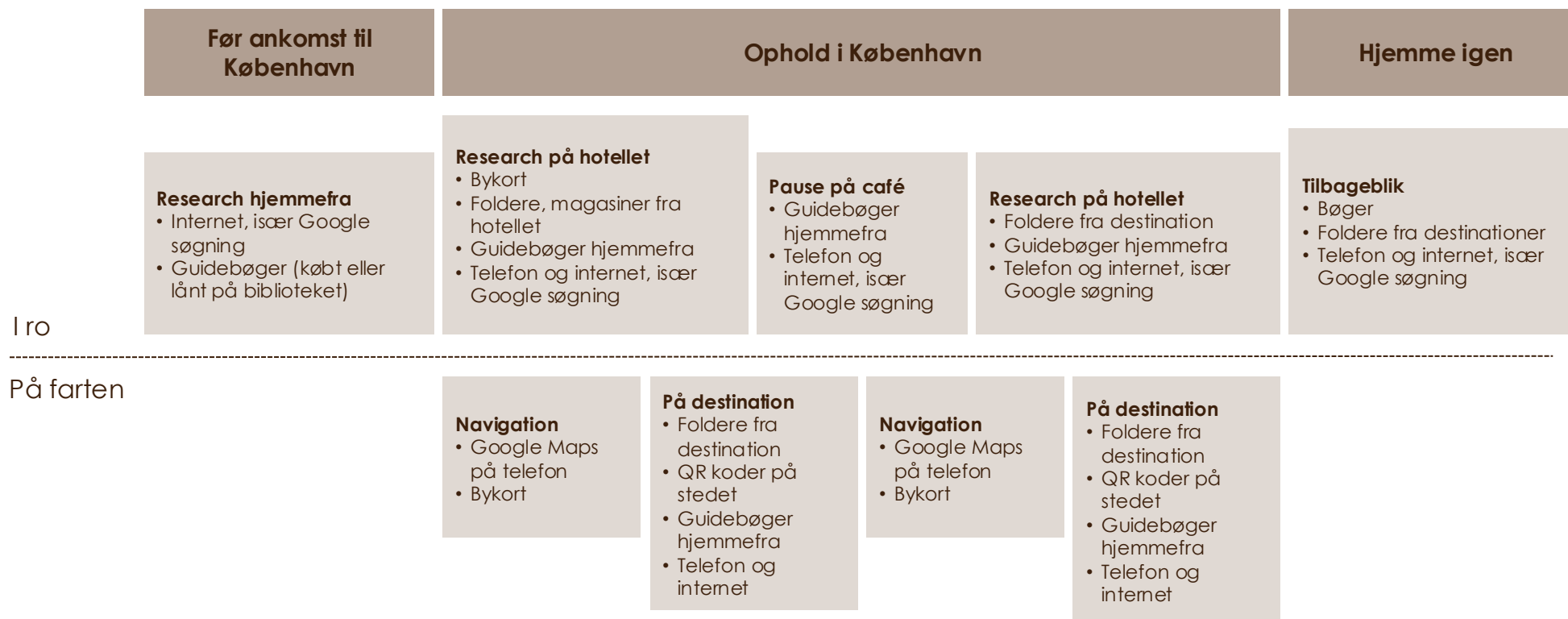
Indsigt 3

Turisternes brug af trykte materialer starter før ankomsten til København, fortsætter mens de er her og ender, når de er hjemme igen



Indsigt 3

Når turisterne er i ro dominerer Google search, guidebøger og foldere mens de især bruger Google Maps og bykort, når de er på farten



Indsigt 3

Opsummering

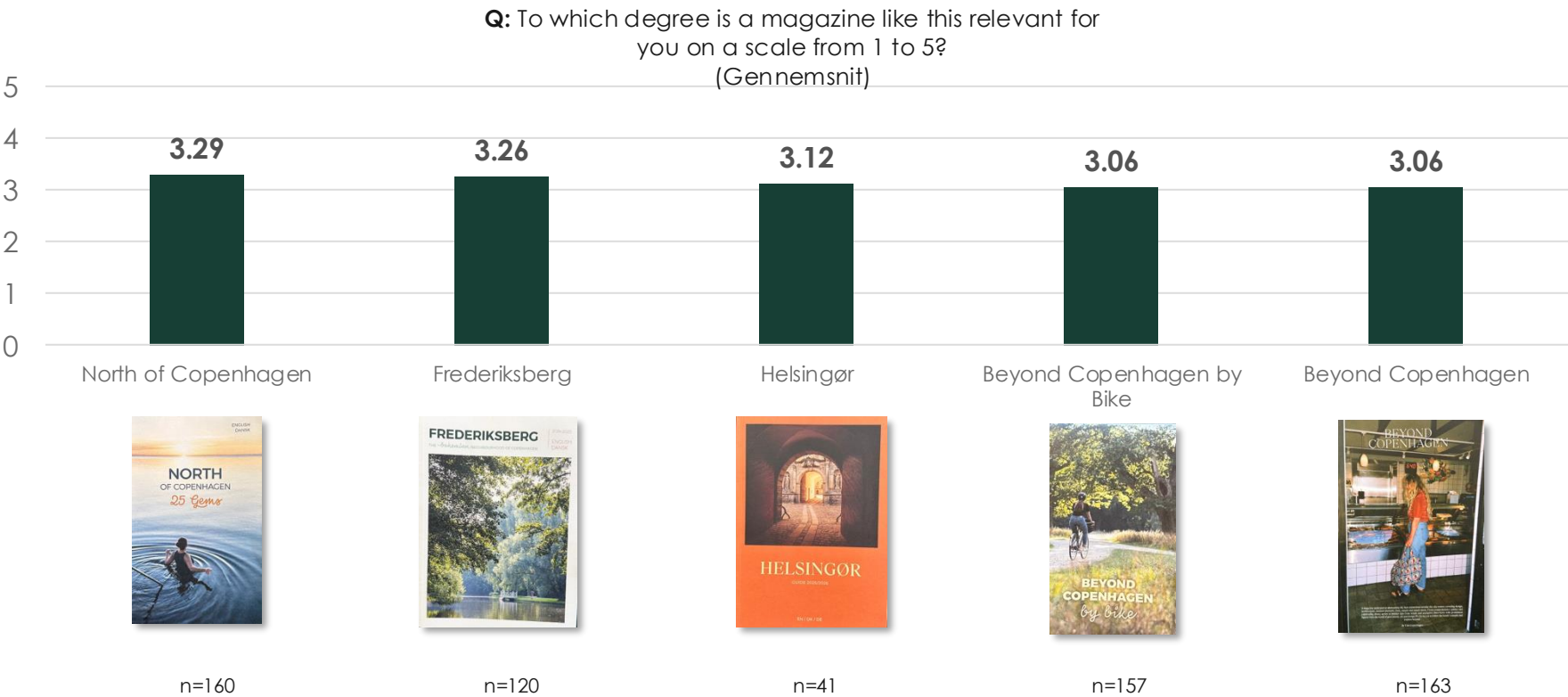
- Turisterne bruger trykte materialer til dybdegående research, fordybelse og tilbageblik, når de er i ro – når de er på farten, har de brug for trykte materialer til navigation og hurtig research.
- Turisternes brug af trykte materialer starter før ankomsten til København, fortsætter mens de er her og ender, når de er hjemme igen.
- Når turisterne er i ro dominerer Google search, guidebøger og foldere mens de især bruger Google Maps og bykort, når de er på farten.

4.

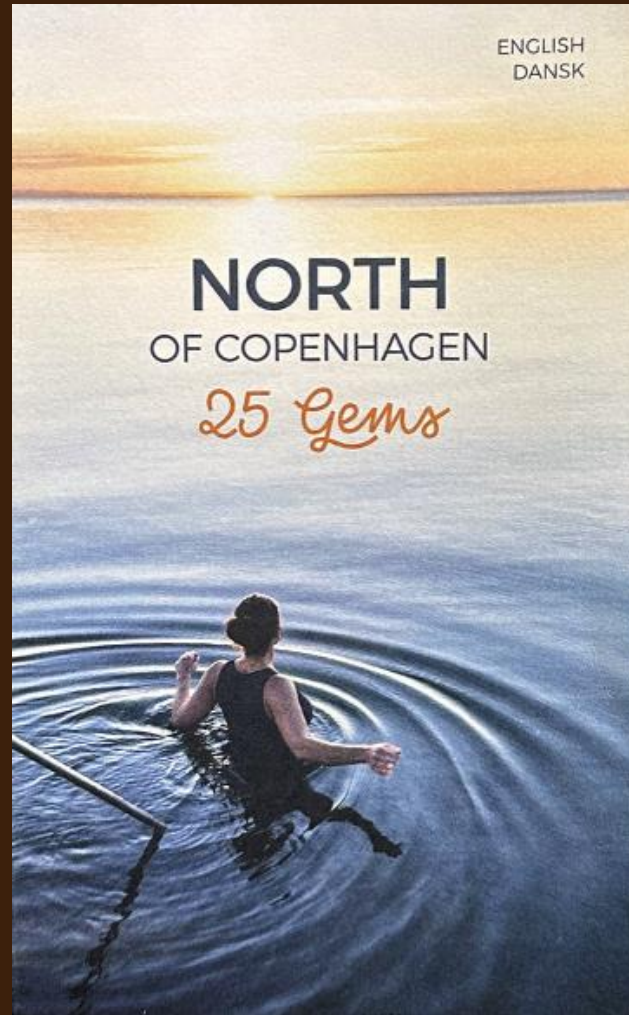
Overordnet set synes turisterne, at materialerne er gode, fordi de giver inspiration og virker gennemarbejdede – North of Copenhagen scorer højest, fordi den er lille og nem at orientere sig i

Indsigt 4

Turisterne vurderer North of Copenhagen som det trykte materiale, der er mest relevant - men alle de fem forskellige trykte materialer har en gennemsnitlig score på over middel

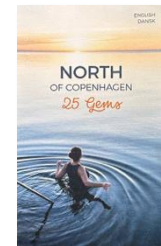


North of Copenhagen



Indsigt 4

North of Copenhagen har en god størrelse og praktiske QR-koder, men indholdet er kun relevant hvis man skal udenfor København



Fungerer godt

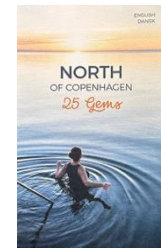
- ✓ God størrelse, kan være i lommen
- ✓ 'Gems' er godt
- ✓ Nem at folde ud og sammen igen, mere praktisk og åbenlys end den anden (bike)
- ✓ QR koder
- ✓ God opbygning med lidt tekst, et billede og en QR kode til mere info
- ✓ Spændende indhold
- ✓ Kort med celleinddeling og offentlig transport

Fungerer mindre godt

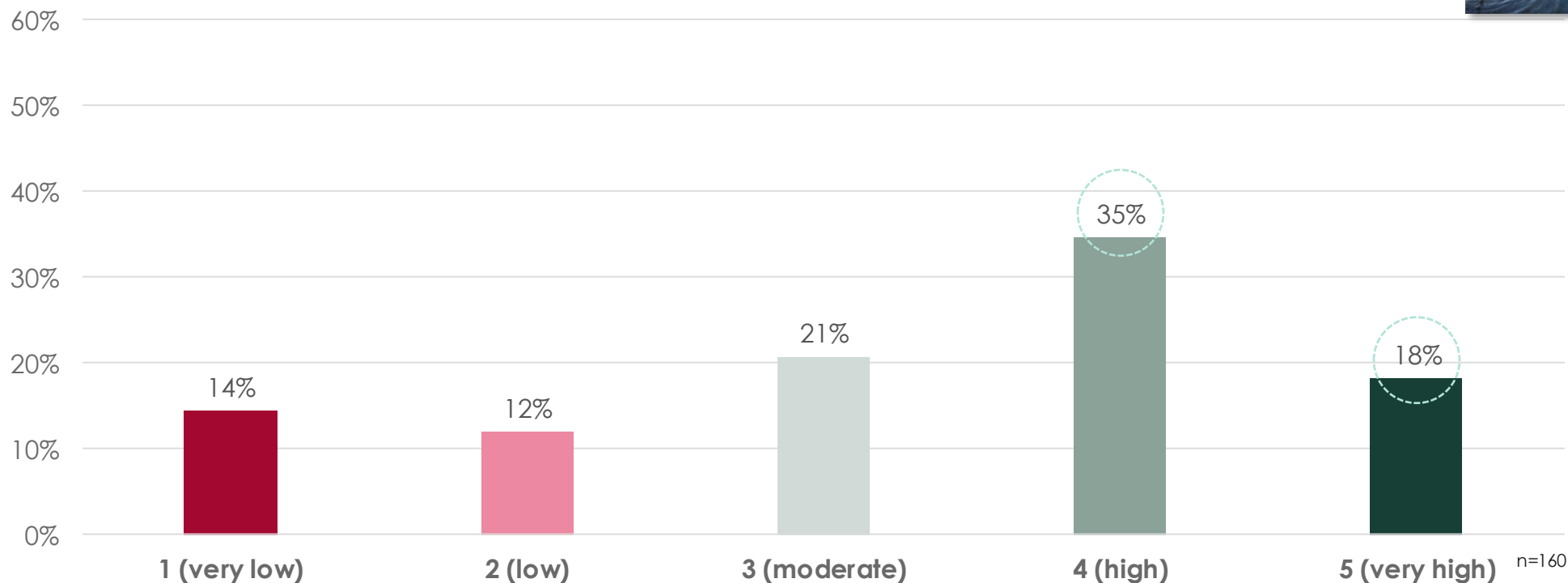
- ✗ Dobbeltsidet – svært at læse bagpå og så finde lokation på kort foran
- ✗ Nogle foretrækker sider som i en bog fremfor fold-ud
- ✗ Irrelevant indhold (uden for København)

Indsigt 4

53% af turisterne finder i meget høj eller høj grad North of Copenhagen relevant for dem



Q: To which degree is a magazine like this relevant for you on a scale from 1 to 5?



“

It has a good size. So, a magazine or book in this size would be good. But it has a bad overview, it's difficult to fold, especially if you use it a lot. I prefer a book.

Anna, 29, Sverige

“

The fold-out layout is impractical.

Tim, 70, USA

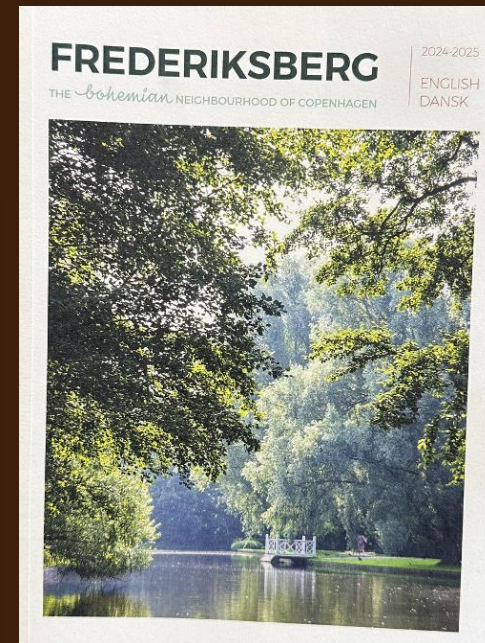
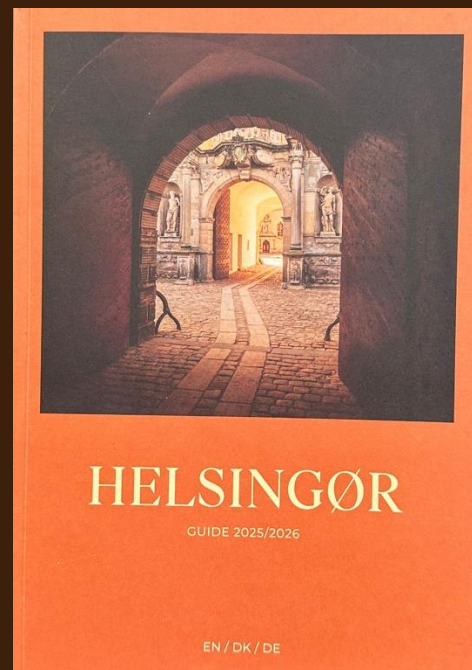
“

I like that it is small and the QR codes are really nice. The layout is good, because it has a few sentences, a picture and a map.

August, 21, Tyskland



Frederiksberg & Helsingør



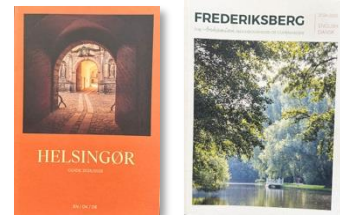
Indsigt 4

Frederiksberg og Helsingør har en fin størrelse og turisterne er glade for kortet og strukturen, men de kender ikke til Frederiksberg som område

Fungerer godt (Frederiksberg og Helsingør)

- ✓ Flot, lækker kvalitet, tykt papir
- ✓ Fin størrelse/vægt, ikke så tung
- ✓ Flotte billeder, godt layout, god balance ml. tekst og billeder
- ✓ Infographics er gode
- ✓ Der er et kort (især godt i Helsingør, da det er i starten)
- ✓ QR koder
- ✓ Lokale steder (less high street)
- ✓ Røde pins der fører til kort
- ✓ Kan bruges til research/afslapning på hotellet eller på en café (hvis den er på cafeen)

maple



Fungerer mindre godt (Frederiksberg)

- ✗ Kender ikke Frederiksberg (er det i Kbh?)
- ✗ Vil gerne vide hvor det ligger i forhold til centrum
- ✗ Kortet kommer først til sidst
- ✗ For stor

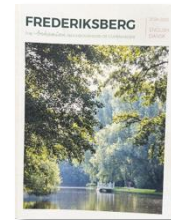
Fungerer mindre godt (Helsingør)

- ✗ For stor
- ✗ For omfattende for endagstur (svenske turister)

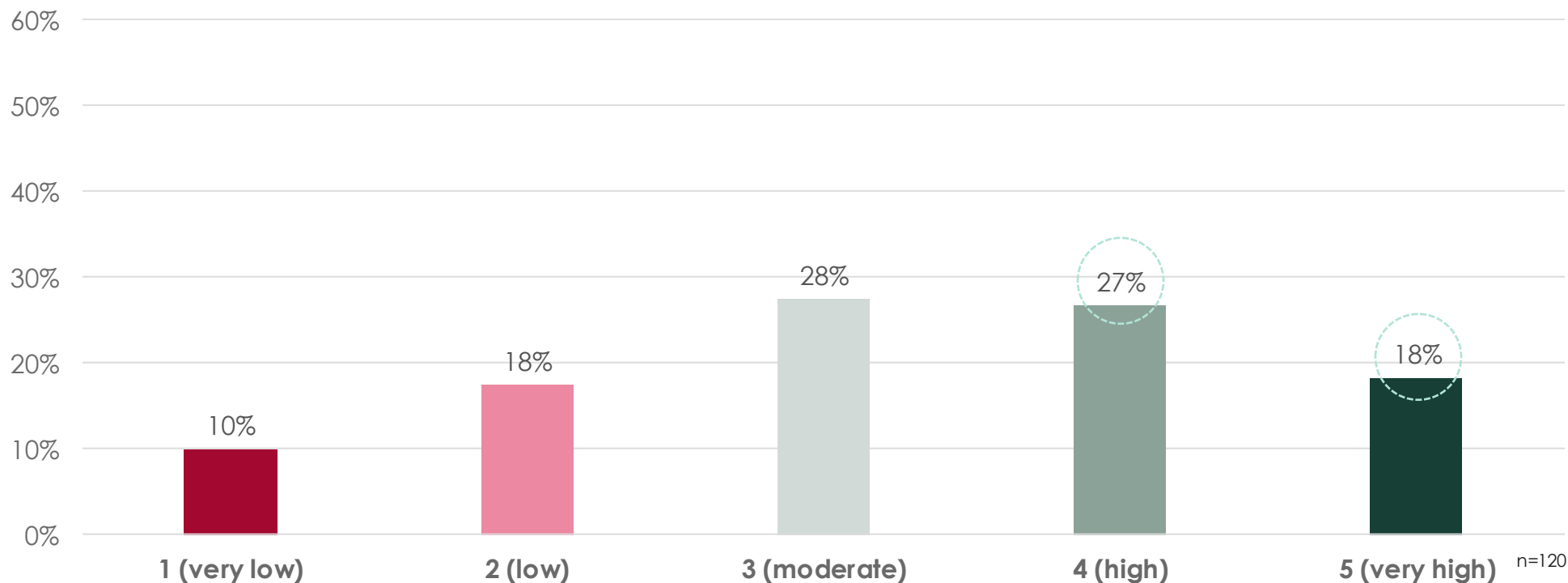
Obs: Helsingør får en bedre vurdering end Frederiksberg. Vores bud er, at det er fordi vi står i Helsingør, når de ser den, mens turisterne i København K bliver forvirrede over hvor Frederiksberg er.

Indsigt 4

45% af turisterne finder i meget høj eller høj grad Frederiksberg relevant for dem

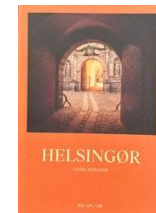


Q: To which degree is a magazine like this relevant for you on a scale from 1 to 5?

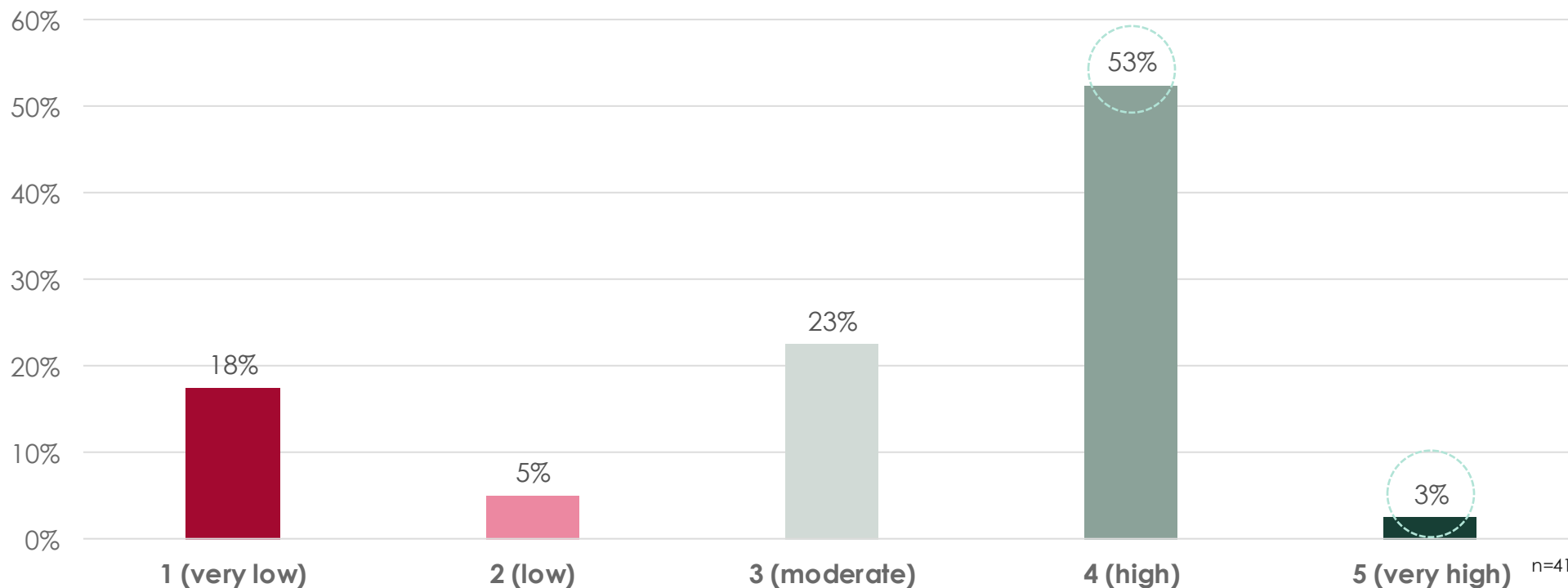


Indsigt 4

56% af turisterne finder i meget høj eller høj grad Helsingør relevant for dem



Q: To which degree is a magazine like this relevant for you on a scale from 1 to 5?



“

(Frederiksberg) I like it. It has a bit of everything. Short descriptions. It's light-weight and handy, and you have the QR codes for more information.

Martha, 32, Luxembourg

“

(Frederiksberg) This is really cool. It's focused on Frederiksberg. There's a lot of pictures. Pictures are important because I prefer looking at pictures instead of reading. The paragraphs are short, and it looks like you can find out a lot without reading 5 pages. It's pretty to look at, simple, and you're not flooded with info.

Olivia, 20, Schweiz

“

(Frederiksberg) It's too big to take with me around the city.

Anette, 60, Tyskland

“

(Helsingør) It's nice. Smaller so you can put it in your backpack. Good idea with the QR codes and a map of the city. Would maybe use it when the battery on the phone was low. You can also take this home to show your friends or give to someone else travelling the same place.

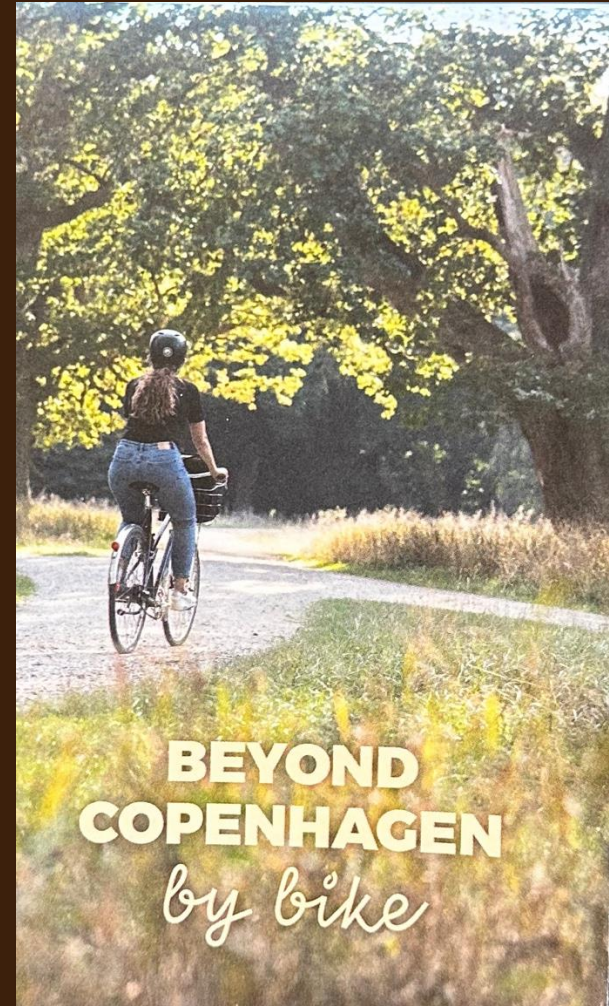
Jakub, 42, Polen

“

(Helsingør) This is a nice book. It's nice that there is a map that shows where things are. It's not too big.

Michele, 71, USA

Beyond Copenhagen by Bike



maple

Indsigt 4

Beyond Copenhagen by Bike har nogle spændende cykelruter, men er svær at folde og kun relevant hvis man skal cykle langt



Fungerer godt

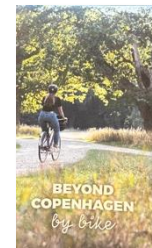
- ✓ God størrelse, kan være i lommen
- ✓ Der er et kort
- ✓ Fedt med hjælp til gode cykelruter
- ✓ Struktur/opbygning (tekst, foto, billede)
- ✓ Farvekoder
- ✓ Gode råd til at cykle i Kbh.
- ✓ Smart med vejtype, distance og varighed på rute

Fungerer mindre godt

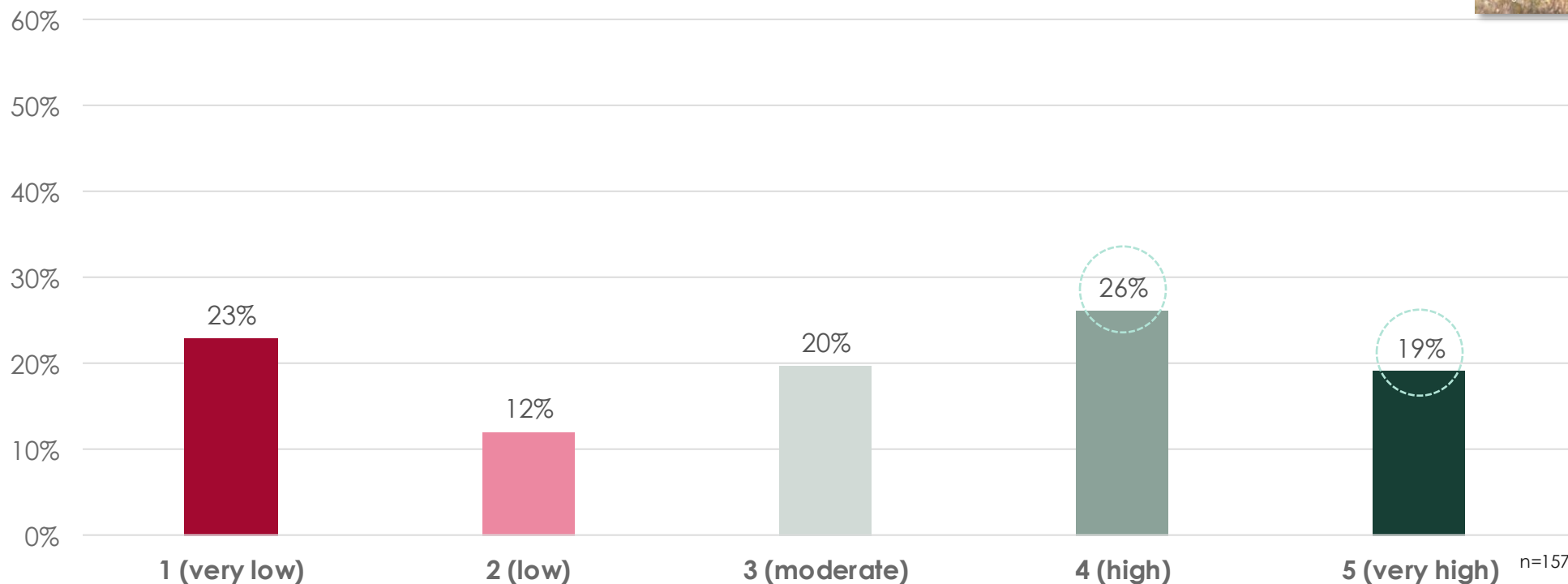
- ✗ Kun relevant hvis man har cykel
- ✗ Stort fold-ud kort (svært at folde sammen og man ligner meget en turist)
- ✗ Cykelruterne er meget lange

Indsigt 4

45% af turisterne finder i meget høj eller høj grad Beyond Copenhagen by Bike relevant for dem



Q: To which degree is a magazine like this relevant for you on a scale from 1 to 5?



“

I don't like that you can never fold this kind of map again.

Moa, 21, Tyskland

“

I like it. It has nice content and offers something that online maps don't. If it had an online version, it would be good. The format is very big though and not too practical, especially when biking.

Nico, 23, Australien

“

This map would be great for us. You can see the bike paths, and you know that these paths are suitable for bikes and that you will see something interesting. Also, it shows you the length of the trip and if the path is gravel or something else.

Jakub, 42, Polen

Beyond Copenhagen



Indsigt 4

Beyond Copenhagen fungerer godt som en 'coffee table' bog, men er stor og upraktisk at have med sig



Fungerer godt

- ✓ Flot, æstetisk, moderne design
- ✓ Coffee table book (souvenir)
- ✓ Flotte billeder
- ✓ Rigtige mennesker/anbefalinger fra lokale (autentisk)
- ✓ God kvalitet, lækkert papir, føles godt
- ✓ God kombination af billeder og tekst
- ✓ God til at læse i dybden
- ✓ Kan bruges til research/afslapning på hotellet eller på en café (hvis den ligger fremme)

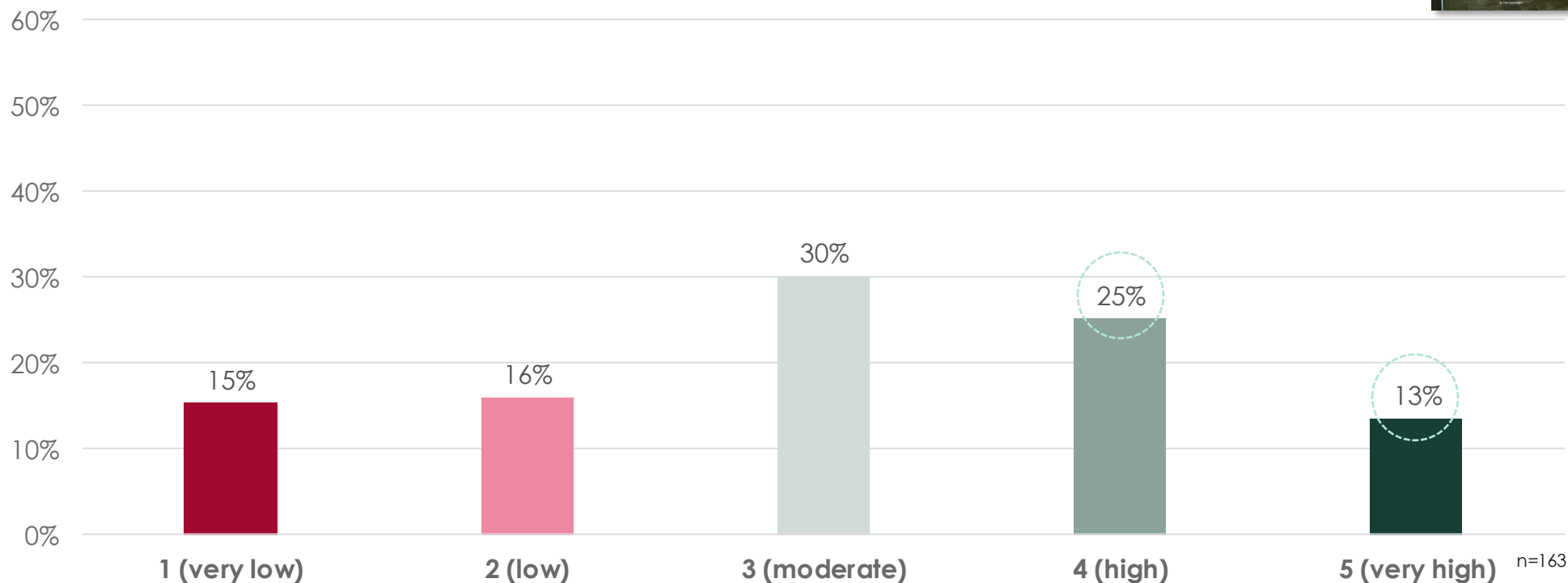
Fungerer mindre godt

- ✗ Tung at have med sig i tasken, upraktisk, stor
- ✗ Fokus uden for KBH – turister (dem vi har talt med) er her kun i få dage og er fokuseret på centrum
- ✗ For meget tekst, for læsetung/krævende

Indsigt 4

38% af turisterne finder i meget høj eller høj grad Beyond Copenhagen magasinet relevant for dem

Q: To which degree is a magazine like this relevant for you on a scale from 1 to 5?



“

It's a very pretty book. Lovely. I would see this and think: 'Oh, let me read this'. I would maybe take it with me back home and use it like a coffee table book.

Grace, 22, USA

“

This is cool. It's about the whole Copenhagen area. It's people suggesting things and saying why they like it. I like that it's so personal. How they explain why they like places or why to go there.

Charlotte, 52, Schweiz

“

It is pretty. Cool pictures. I would read it at home or at the hotel. It is too big to carry around.

Isabel, 29, Spanien

“

I think it's nice at a coffee shop, but the reality when traveling is that you don't have much time. If it was me, I'd look at it and put it back. It looks too nice for only using for 5 minutes.

Pasha, 45, Taiwan

Prinsipper for det gode materiale

Indsigt 4

Principper for det gode materiale

I ro

- Type: Inspiration og fordybelse
- Størrelse: Mellemstor
- Format: magasin / 'bog'
- Indhold: Inspirerende billeder og tekst, QR-koder (læs mere og få praktisk information), oversigtskort til start
- Hvor: Overnatningssteder, caféer

På farten

- Type: Praktisk information, orientering (attraktioner, navigation) og let inspiration
- Størrelse: Lille
- Format: foldekort, gerne harmonika (a la North of Copenhagen)
- Indhold: Oversigtskort inkl. markering af attraktioner, offentlig transport, QR-koder
- Hvor: Stationer og i transportmidler

Indsigt 4

Opsummering

- Turisterne vurderer North of Copenhagen som det trykte materiale der er mest relevant - men alle de fem forskellige trykte materialer har en gennemsnitlig score på over middel
- North of Copenhagen har en god størrelse og praktiske QR-koder, men indholdet er kun relevant hvis man skal udenfor København
- Frederiksberg og Helsingør har en fin størrelse og turisterne er glade for kortet og strukturen, men de kender ikke til Frederiksberg som område
- Beyond Copenhagen by Bike har nogle spændende cykelruter, men er svær at folde og kun relevant hvis man skal cykle langt
- Beyond Copenhagen fungerer godt som en 'coffee table' bog, men er stor og upraktisk at have med sig

Opsummering af indsigter

Opsummering af indsigter

- **Indsigt 1:** 1 ud af 3 af turisterne bruger trykt materiale – de har primært materialerne fra transport eller overnatningssted, og det er primært et kort, de bruger
- **Indsigt 2:** Trykte materialer er et supplement til telefonen, og turisternes primære motivation for at bruge trykte materialer er for at få inspiration og for at danne sig overblik
- **Indsigt 3:** Brug af trykte materialer varierer under rejsen – inden ankomst og i pauser ønsker de inspiration og fordybelse, og når de er på farten, har de brug for praktisk information og navigation
- **Indsigt 4:** Overordnet set synes turisterne, at materialerne er gode, fordi de giver inspiration og virker gennemarbejdede – North of Copenhagen scorer højest, fordi den er lille og nem at orientere sig i

Anbefalinger

Hovedanbefaling

Differentier materialer mellem 'i ro' og 'på farten', fordi turisternes behov varierer i de to situationer. 'I ro-materiale' er mellemstore formater med flot layout og mulighed for fordybelse, mens 'på farten-materiale' er kort, der giver let inspiration, praktisk information og hjælper til orientering

Anbefaling 1: Relevans

Fortsæt med at udvikle og tilbyde trykte materialer til internationale turister

- Ca. 1 ud af 3 af turisterne bruger trykte materialer, og de fungerer som et supplement til telefonen, giver inspiration og overblik.
- Turisternes brug af trykte materialer starter før ankomsten til København (guidebøger), fortsætter mens de er i København og ender, når de er hjemme igen (souvenirs).
- *Undersøgelsen viser dermed, at en væsentlig del af turisterne har et behov for trykte materialer, og Wonderful Copenhagen bør derfor fortsætte med at udvikle og tilbyde trykte materialer til de internationale turister.*

Anbefaling 2: Type og indhold

Skeln mellem 'i ro' og 'på farten' behov i udvikling af materialer

- Turisternes brug af trykte materialer varierer under rejsen, og kan inddeles i to forskellige behov og situationer:
 - Når de er 'i ro' – på overnatningssteder og caféer – ønsker de inspiration og fordybelse.
 - Når de er på farten, har de brug for praktisk information og hjælp til orientering samt let inspiration. Orientering handler både om overblik over byen (eller en bydel) og attraktioner samt hjælp til navigation, herunder overblik over offentlig transport.
- *Undersøgelsen viser dermed, at Wonderful Copenhagen bør udvikle materialer ud fra turisternes behov i ro og på farten - både hvad angår størrelse, format og indhold - og i mindre grad fokusere på materialer som ligger derimellem ift. format og indhold:*
 - *I ro: Mellemstort magasin / 'bog' med inspirerende billeder og tekst, QR-koder og oversigtskort til start.*
 - *På farten: Lille format, f.eks. et foldekort, gerne harmonika, med oversigtskort inkl. markering af attraktioner, offentlig transport, og QR-koder.*

Anbefaling 3: Distribution

Fortsæt med at placere materialer under transport ('på farten') og på overnatningssteder ('i ro')

- Turisterne finder især trykt materiale under transport (33%), dvs. stationer og transportmidler, og på deres overnatningssted (25%).
- 20% har materialer med hjemmefra, mens 11% får trykt materiale fra turistkontorer og 11% på attraktionerne.
- *Undersøgelsen peger dermed på, at Wonderful Copenhagen bør fortsætte med at samarbejde med overnatningssteder og transportselskaber ift. distribution af trykte materialer – og placere 'i ro-materialer' på overnatningssteder og caféer mens 'på farten-materialer' med fordel kan være tilgængelige på stationer og i transportmidler (metro, tog og bus).*

Opsummering

Anbefalinger

Anbefaling 1: Relevans

Fortsæt med at udvikle og tilbyde trykte materialer til internationale turister

Anbefaling 2: Type og indhold

Skeln mellem 'i ro' og 'på farten' behov i udvikling af materialer

Anbefaling 3: Distribution

Fortsæt med at placere materialer under transport ('på farten') og på overnatningssteder ('i ro')

Etik og rettigheder

Etik og rettigheder

Denne rapport er udarbejdet af Maple for Wonderful Copenhagen.

Informanterne er anonyme og resultaterne må gerne deles med Wonderful Copenhagen's samarbejdspartnere.