

Turistekonomisk mätning

Malmöfestivalen

Resultat av 607 intervjuer på plats

Innehåll

Om undersökningen	3-4
Sammanfattning av resultatet	5
Geografisk hemvist	6-7
Åldersfördelning	8
Sällskapsstorlek och antal barn	9-10
Besöksanledning	11-12
Antal dagar på Malmöfestivalen	13
Informationskanaler, färd sätt och aktiviteter	14-16
Vistelselängd och boendeform	17-18
Turistekonomisk omsättning	19-23
Bedömningar/betyg	24-25
Besökarens övriga kommentarer	26-27
Kontaktinformation Research One och Malmö stad	28

Om undersökningen

Sammanhang och syfte

Research One har genomfört en turistekonomisk mätning på Malmöfestivalen 2022. Parametrar som kartlagts i denna undersökning inkluderar bland annat:

- Enkla demografiska faktorer såsom ålder och geografisk hemvist
- Sällskapssammansättning inklusive andel barnfamiljer
- Anledning till att man besöker Malmöfestivalen samt hur man informerat sig inför besöket
- Besökarens spendering under besöket i Malmö
- Vistelselängd i Malmö, samt antal dagar besökaren vistas på Malmöfestivalen
- Besökarens helhetsintryck av Malmöfestivalen

Intervjuerna är genomförda på följande festivalområden; Stortorget/Mälarbron/Hamngatan, Gustaf Adolfs torg och Barnlandet/Lördagsplan

Research One genomförde även en mätning under 2019 års festival. Jämförelser med denna undersökningen görs genomgående i rapporten.

Antal fullständiga intervjuer

- 607 st
- Totalt tillfrågades 1 446 personer, av dessa var 839 malmöbor, vilket ger oss en turistandel om 42 %

Urval och turistdefinition

- Ett slumpmässigt urval av turister som befann sig vid insamlingsplatserna
- En turist har definierats som en person som är över 18 år, bor utanför Malmö kommun och inte befinner sig i sin vardagliga omgivning

Insamlingsperiod

- 2022-08-12 – 2022-08-19

Metod

- Face to face-intervjuer utifrån fast enkät

Om undersökningen

Metod

Den övergripande metoden för datainsamlingen har varit fältintervjuer (face to face) på plats utifrån fastställd enkät. Enkätfrågorna har varit digitalt inprogrammerade i enkätprogram.

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

Målgruppen har varit samtliga tillresta besökare. En tillrest besökare har definierats som en person som bor utanför Malmö kommun, samt befinner sig utanför sitt vardagliga vistelseområde. Urvalet har gjorts genom på plats-rekrytering av förbipasserande respondenter vid respektive undersökningsplats. Intervjuerna är genomförda vardag som helg, dag som kväll, dock inte senare än kl. 22:00.

Spendering

Gällande frågorna kring turistens dygnsutlägg har dessa främst avsett sådant som inte är direkt kopplat till Malmöfestivalen. Detta har gjorts för att hitta en mininivå för den turistekonomiska omsättningen för Malmö.

Bortfall

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

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

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

Sammanfattning / Nyckeltal

Bas: 607 respondenter



- Genomsnittlig sällskapsstorlek: 2,6 personer
- Andel sällskap med barn: 30 %
- Snittålder: 39 år



- Vanligaste informationskanalen: Malmofestivalen.se (36,9 %)
- Näst vanligaste informationskanalen: Släkt och vänner (18,0 %)



- Andel dagsbesökare: 62,4 %
- Vanligaste boendeform: Hotell (42,2 %), följt av Hos släkt och vänner (34,4 %).



- Andel besökare som har ett mycket positivt helhetsintryck av Malmöfestivalen: 65,4 %
- Andel besökare som i hög grad betraktar Malmöfestivalen som stärkare av Malmö attraktionskraft: 48,2 %



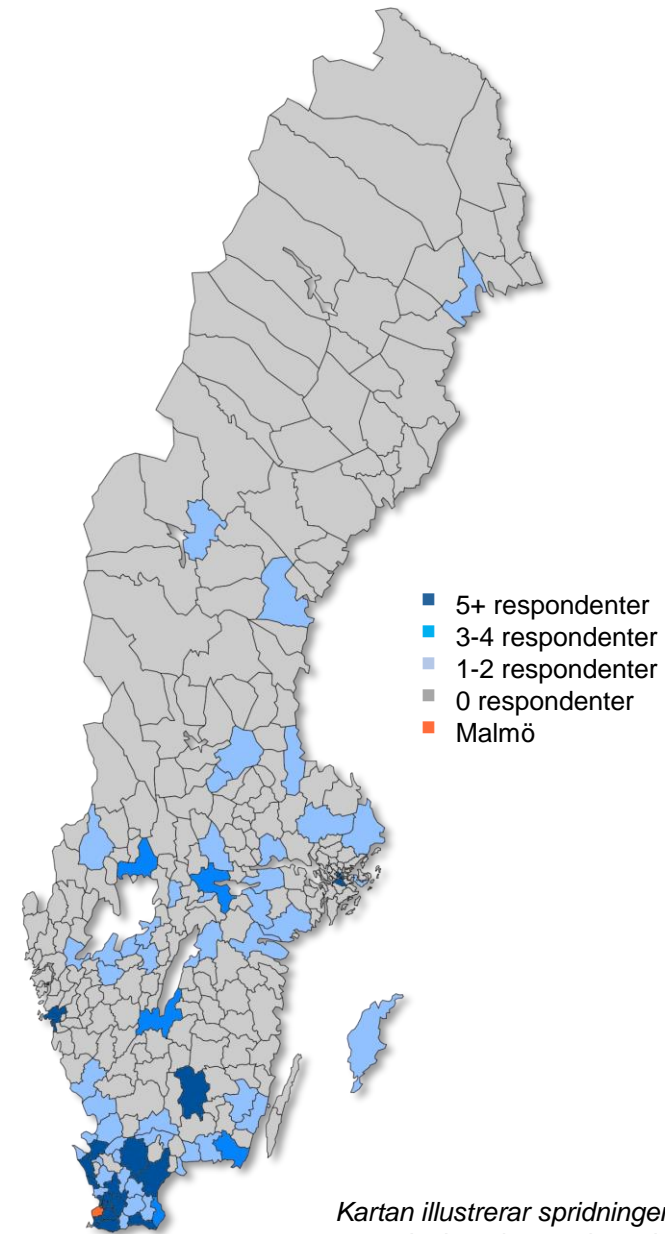
- Genomsnittlig spendering i Malmö per besökare och dygn: 892 kr
- Genomsnittlig spendering per dygn i Malmö för dagsbesökare: 555 kr
- Genomsnittlig spendering i Malmö per dygn för övernattande besökare: 1 450 kr
- Turistekonomisk omsättning: 285 000 000 kr

I vilken kommun bor du?

Topplista, kommuner

343 respondenter från 70 kommuner	Antal
Lund	74
Helsingborg	28
Svedala	19
Stockholm	18
Göteborg, Vellinge	15
Trelleborg	14
Eslöv	12
Landskrona	11
Hässleholm, Staffanstorp	10
Lomma	9
Kristianstad	8
Växjö	6
Burlöv, Ystad	5

Övriga kommuner: Arvika, Borlänge, Båstad, Degerfors, Eskilstuna, Falkenberg, Falun, Gotland, Gävle, Götene, Halmstad, Höganäs, Hörby, Höör, Jönköping, Kalmar, Karlshamn, Karlskrona, Karlstad, Katrineholm, Kumla, Kävlinge, Laholm, Lidköping, Lindsberg, Luleå, Mariestad, Motala, Norrköping, Norrtälje, Nybro, Nyköping, Osby, Perstorp, Ronneby, Simrishamn, Sjöbo, Skurup, Skövde, Sundsvall, Svalöv, Sölvesborg, Tomelilla, Uppsala, Vadstena, Vara, Vänersborg, Värmdö, Västerås, Åstorp, Älmhult, Örebro, Örkelljunga, Östersund



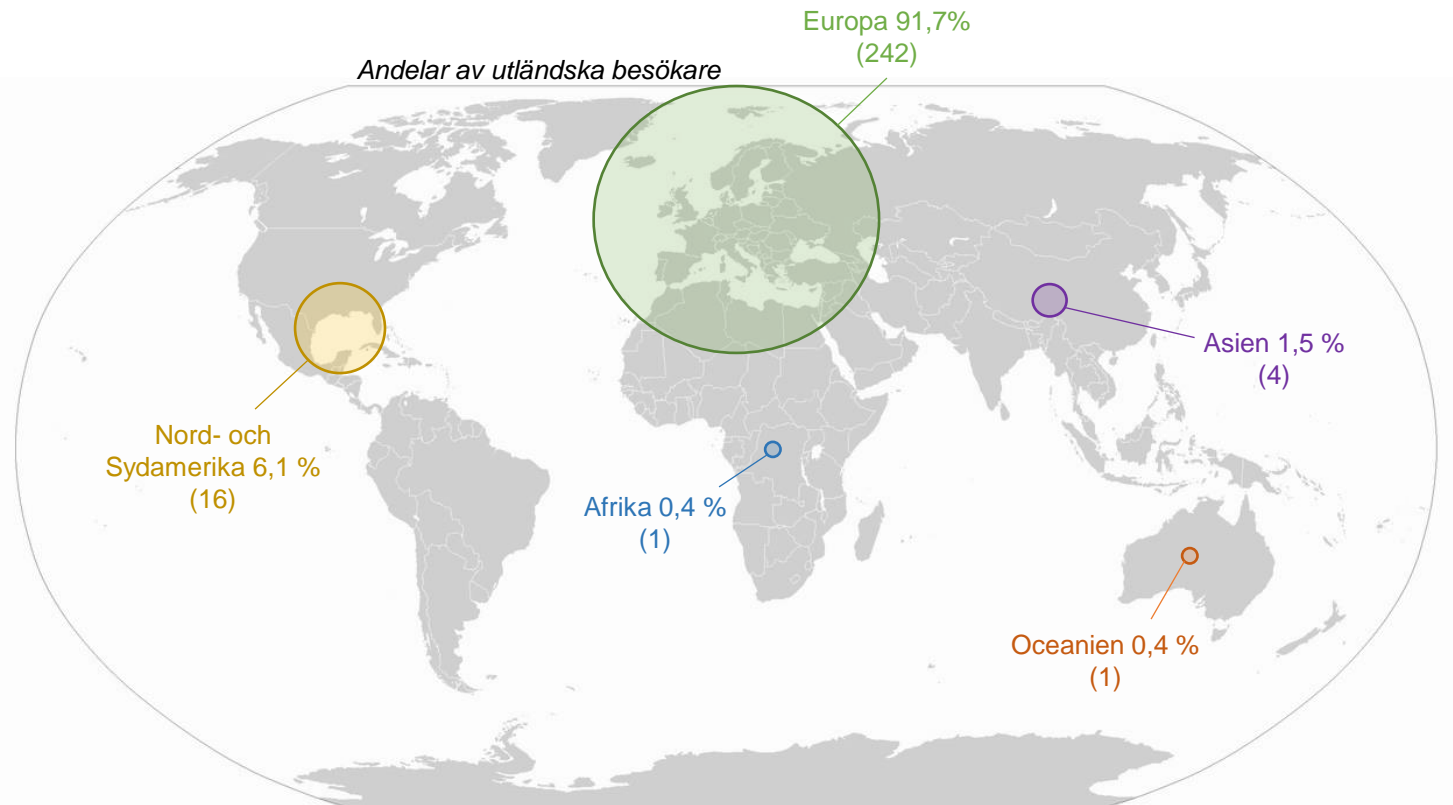
Kartan illustrerar spridningen av de svenska besökarnas hemvist

I vilket land bor du?

Topplista, länder

264 respondenter från 32 länder	Antal
Danmark	82
Tyskland	43
Nederländerna	22
Italien	19
Frankrike	17
Spanien	15
Storbritannien, USA	11
Norge, Schweiz	5
Polen	4
Tjeckien, Turkiet	3

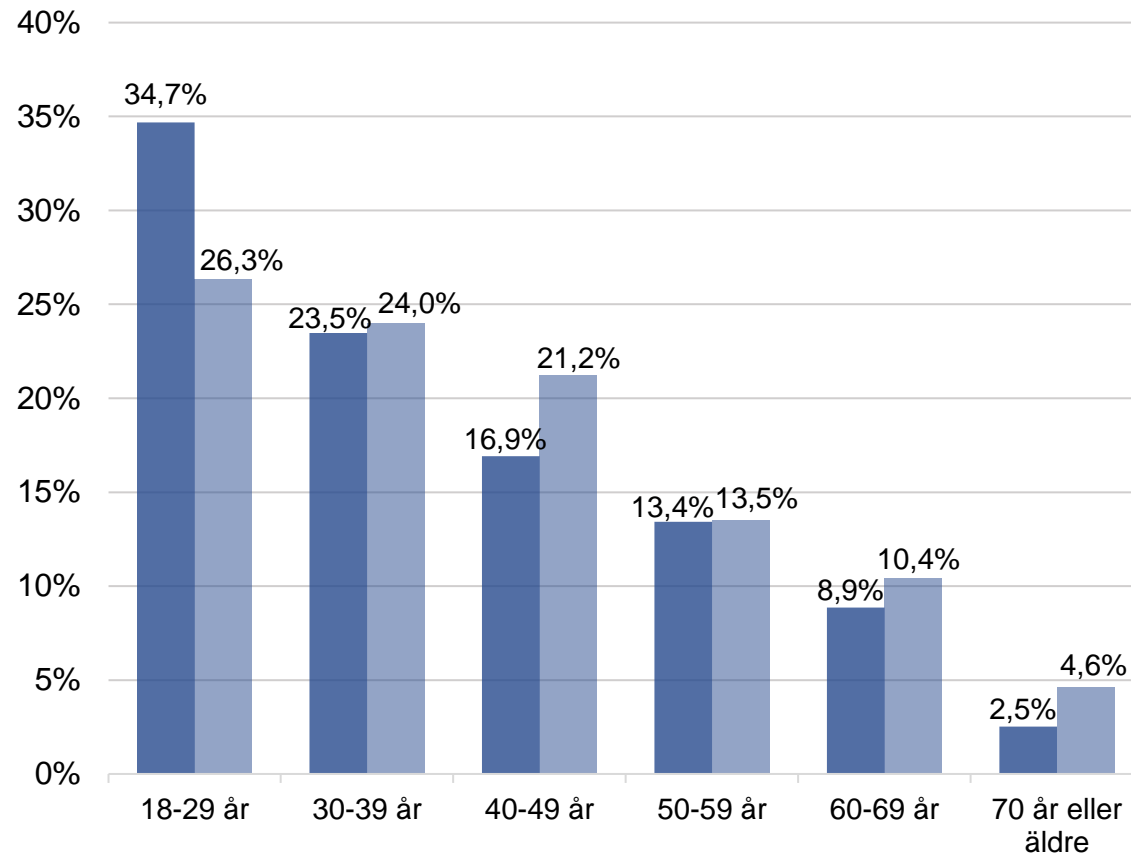
Övriga länder: Australien, Belgien, Bosnien, Brasilien, Cypern, Filippinerna, Grekland, Irland, Kanada, Kina, Mocambique, Peru, Portugal, Rumänien, Skottland, Slovakien, Slovenien, Thailand, Uruguay, Österrike



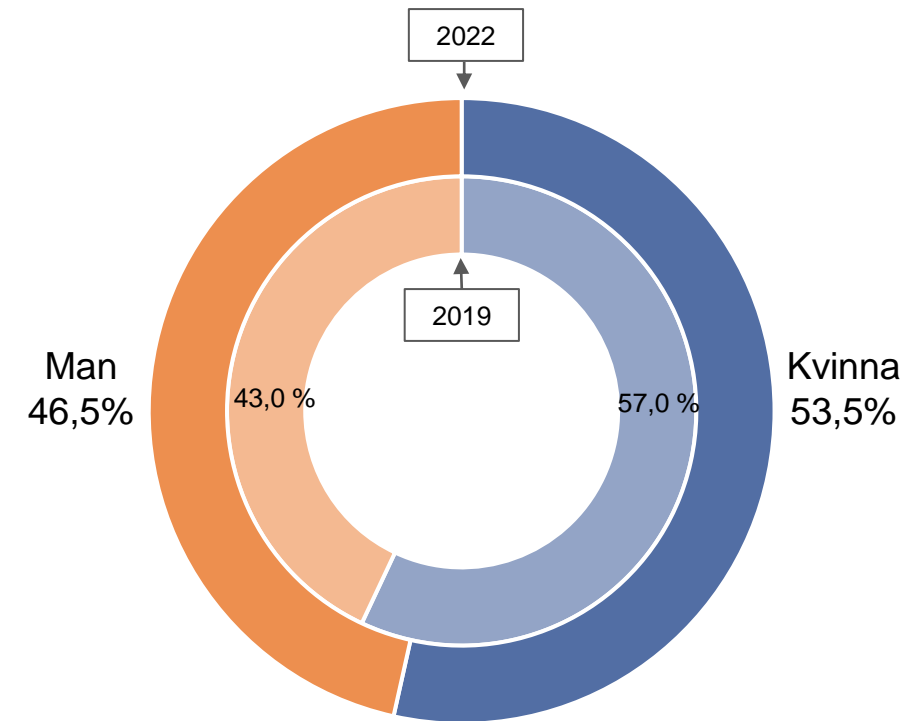
Åldersfördelning / Könsfördelning

Åldersfördelning

■ 2022 ■ 2019



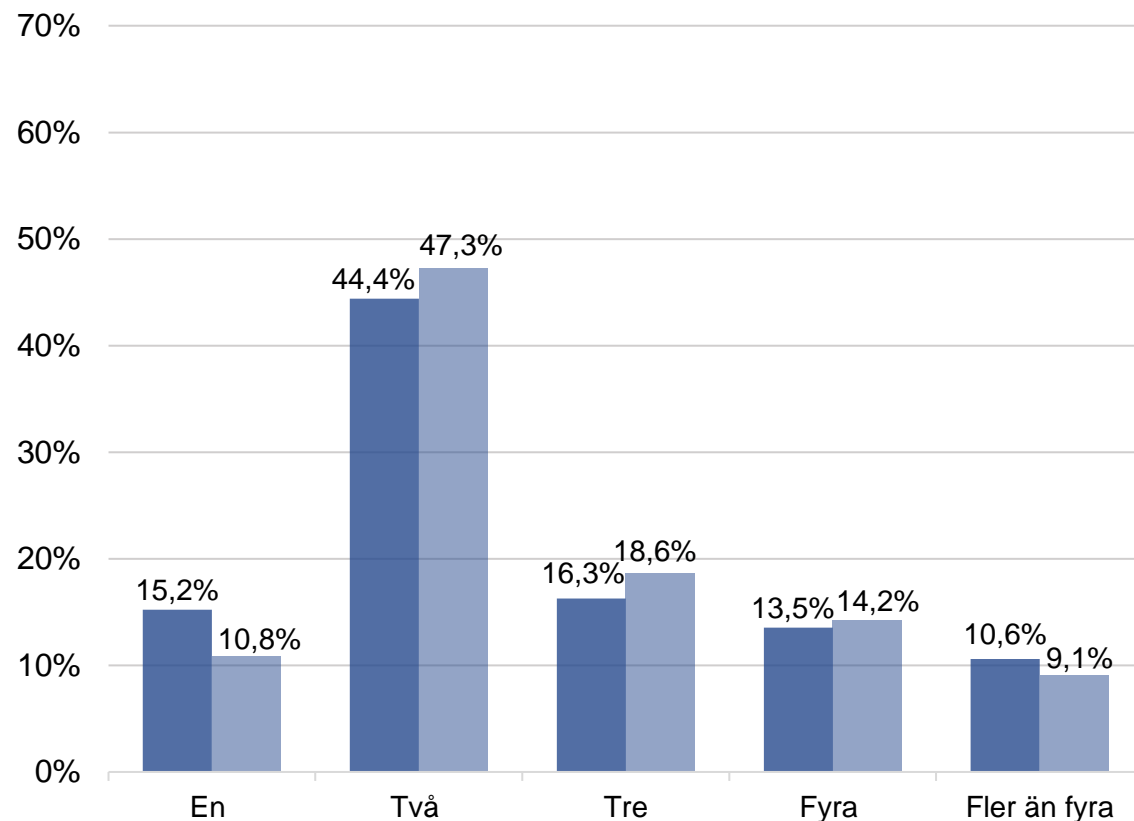
Könfördelning



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

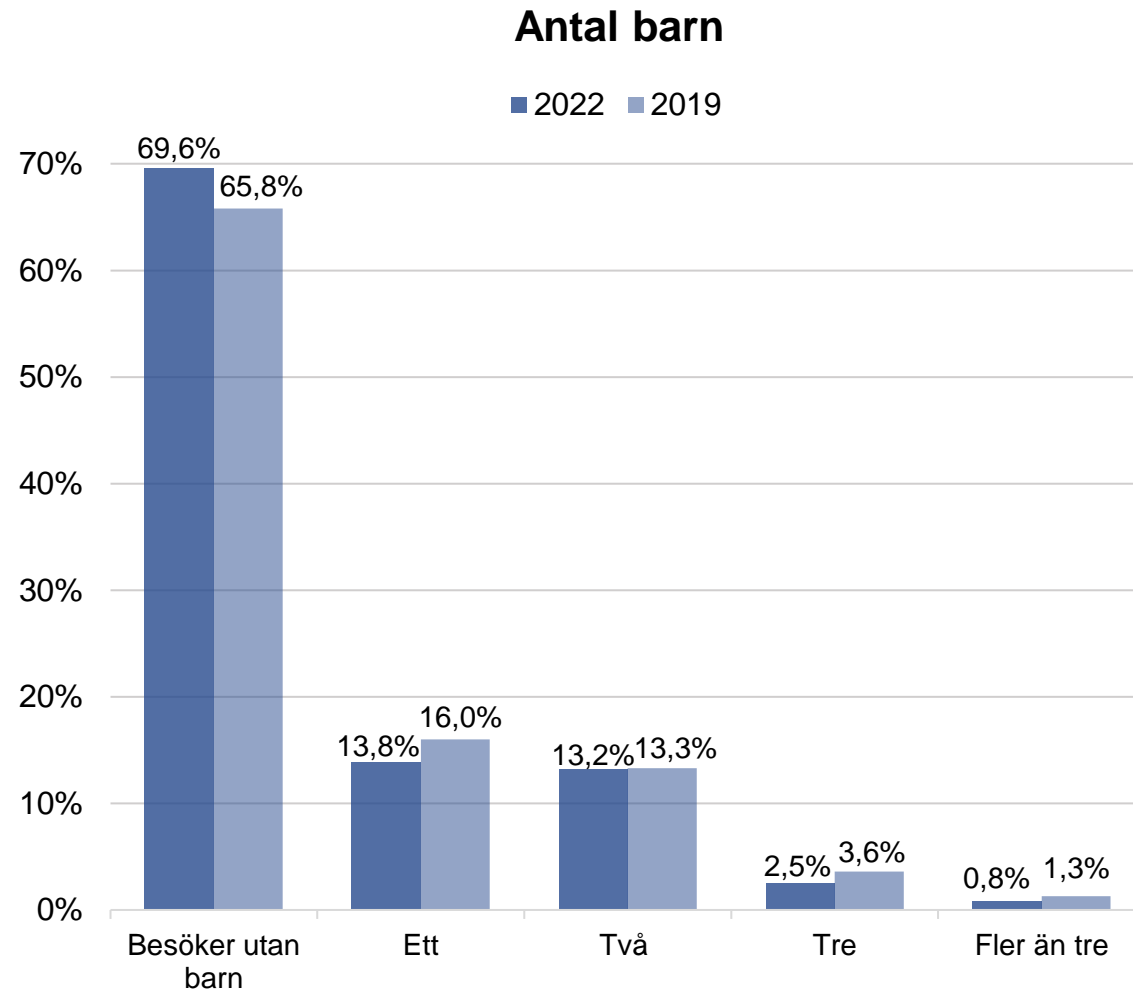
Resesällskap

■ 2022 ■ 2019



- Observera att siffrorna gäller det totala antalet personer i respondentens sällskap, det vill säga vuxna och barn
- Den absolut vanligaste sällskapssammansättningen bland respondenterna på Malmöfestivalen är par (två personer)
- Omkring 1 av 10 respondenter besöker festivalen i sällskap om fler än fyra personer
- Inga signifikanta skillnader från 2019 års mätning har identifierats

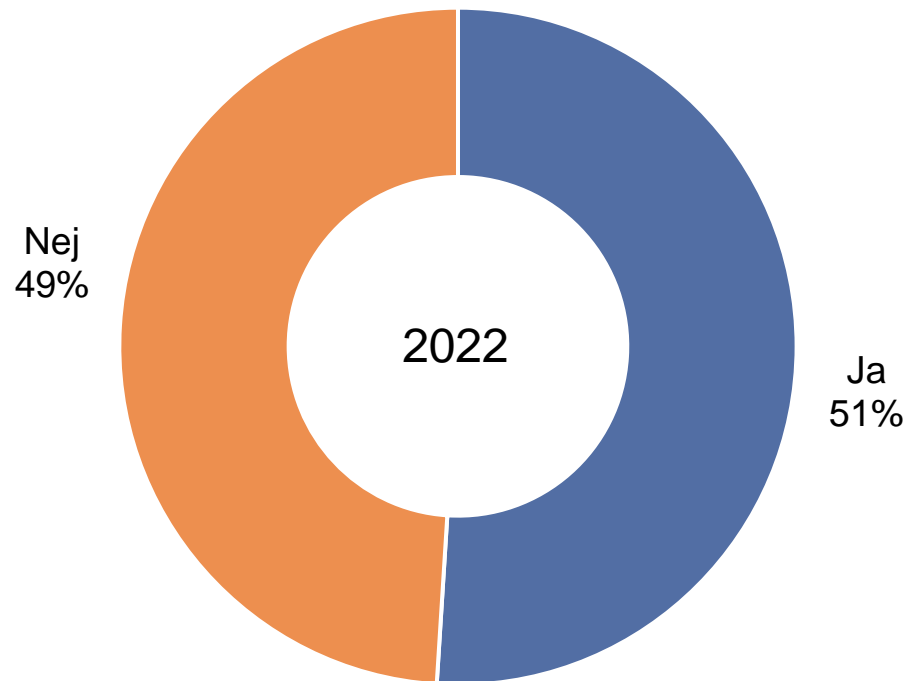
Hur många barn ingår i ditt resesällskap?



- 30 % av respondenterna besöker Malmöfestivalen i sällskap av barn
- Notera att resultatet på denna fråga i hög grad påverkas av intervjuplats och intervjutid

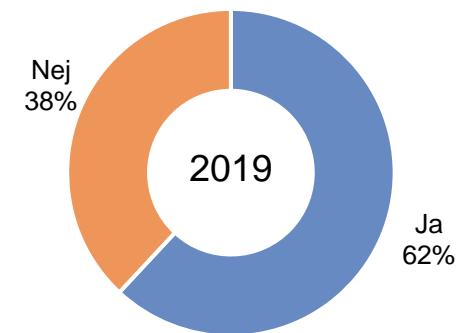
Är Malmöfestivalen den huvudsakliga anledningen till att du besöker Malmö?

Malmöfestivalen som huvudsaklig besöksanledning

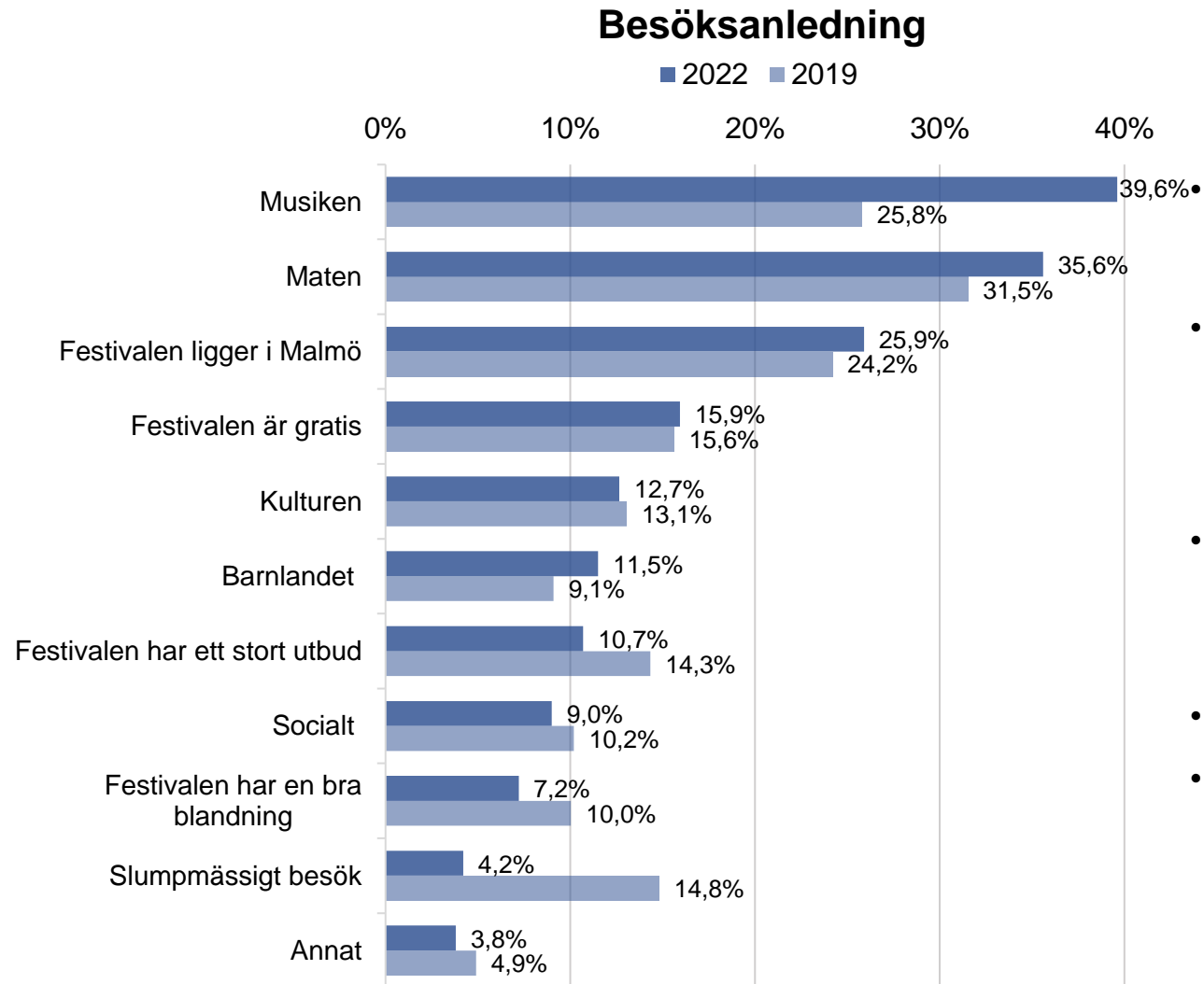


- 51 % av respondenterna anger att Malmöfestivalen är den huvudsakliga anledningen till att de besöker Malmö
- Detta är en minskning från föregående mätning, då 62 % av respondenterna svarade att Malmöfestivalen är den huvudsakliga anledningen till besöket

Malmöfestivalen som huvudsaklig besöksanledning

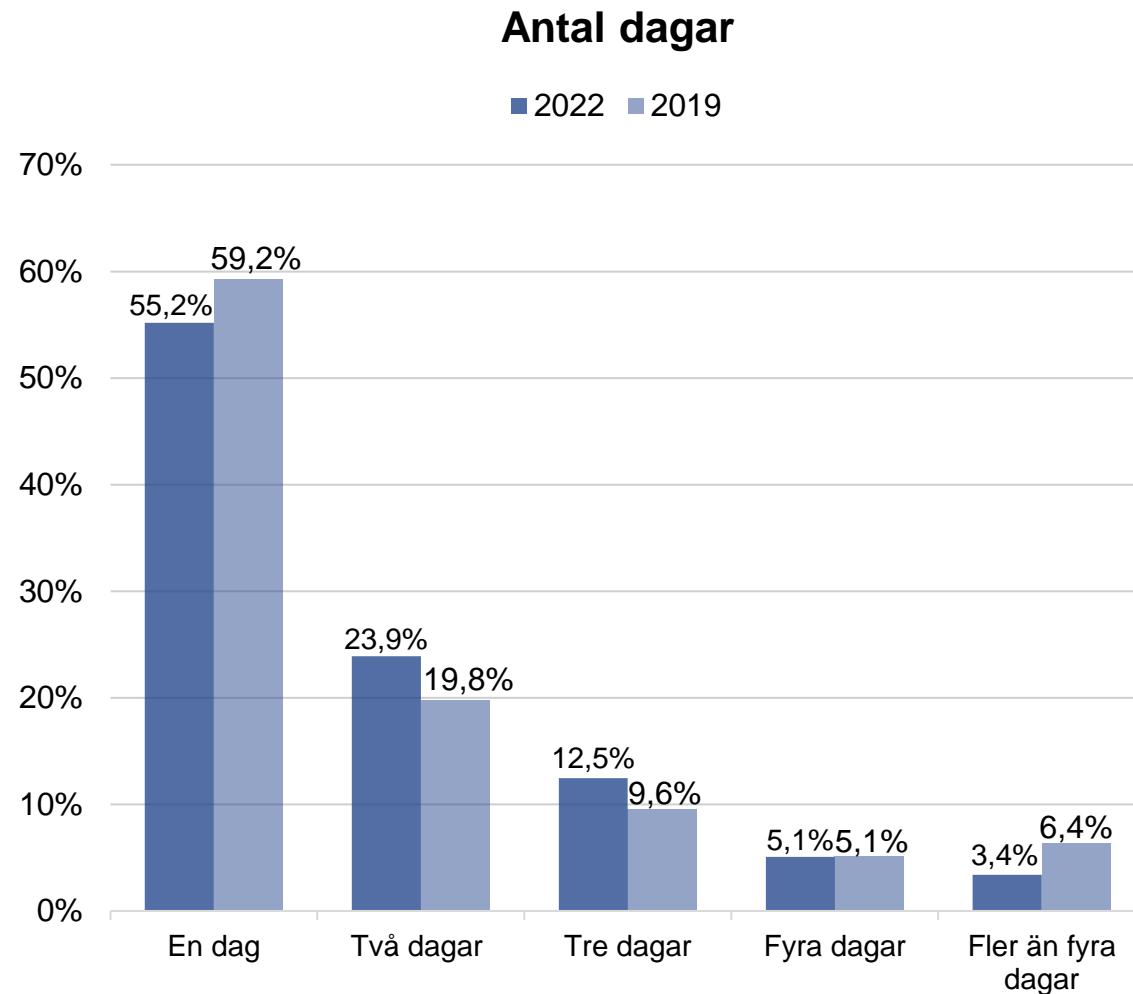


Vad är det som får dig att besöka Malmöfestivalen?



- Människor besöker Malmöfestivalen av en rad olika anledningar. Den anledning som flest respondenter anger är musiken, följt av maten
- Omkring 1 av 4 besökare svarar att det som fått dem att besöka festivalen är att den ligger i Malmö. Detta svar kan tolkas som att respondenten besöker festivalen eftersom den är tillgänglig, snarare än att det är någon annan konkret aspekt av evenemanget som lockar
- En tydlig skillnad från 2019 är att musiken är en starkare besöksanledning. Omkring 40 % av respondenterna svarade att det är musiken som får dem att besöka Malmöfestivalen, jämfört med 26 % 2019
- I stora drag är svarsmönstret mellan 2022 och 2019 lika
- Respondenten har fått frågan som en öppen fråga, Research Ones intervjuare har sedan fyllt i det svarsalternativ som överensstämmer bäst med respondentens svar. I vissa fall har respondenten angett mer än ett svar, varpå den totala summan för svarsalternativen överstiger 100 %

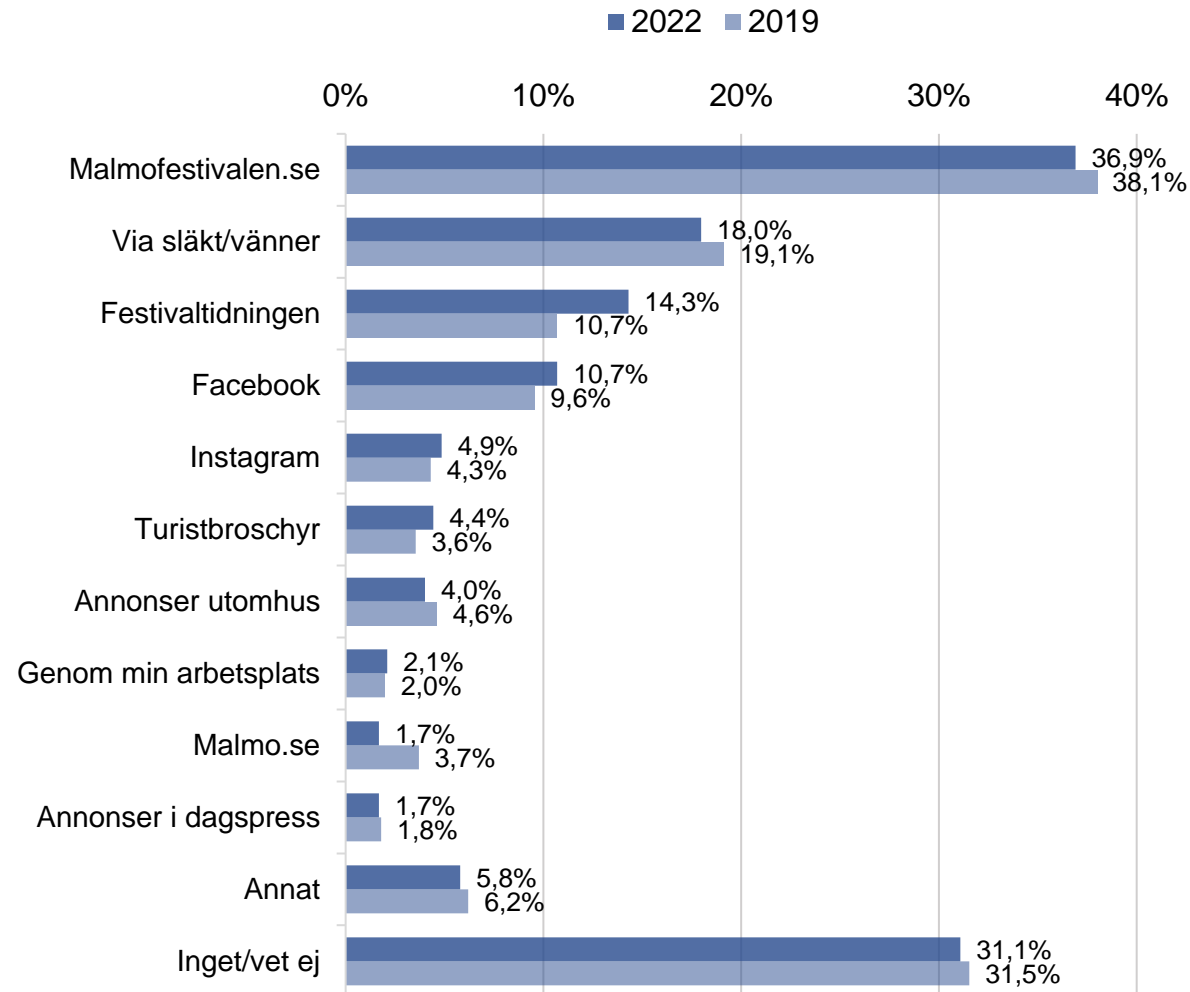
Hur många dagar besöker du Malmöfestivalen?



- Drygt hälften av respondenterna besöker Malmöfestivalen under en dag, en knapp fjärdedel besöker festivalen under två dagar
- Endast ett fåtal, 3,4 %, besöker festivalen under fler än fyra dagar
- Inga signifikanta skillnader mellan den undersökning som genomfördes 2019 och den som genomfördes 2022
- Respondenterna besöker Malmöfestivalen i snitt 1,8 dagar

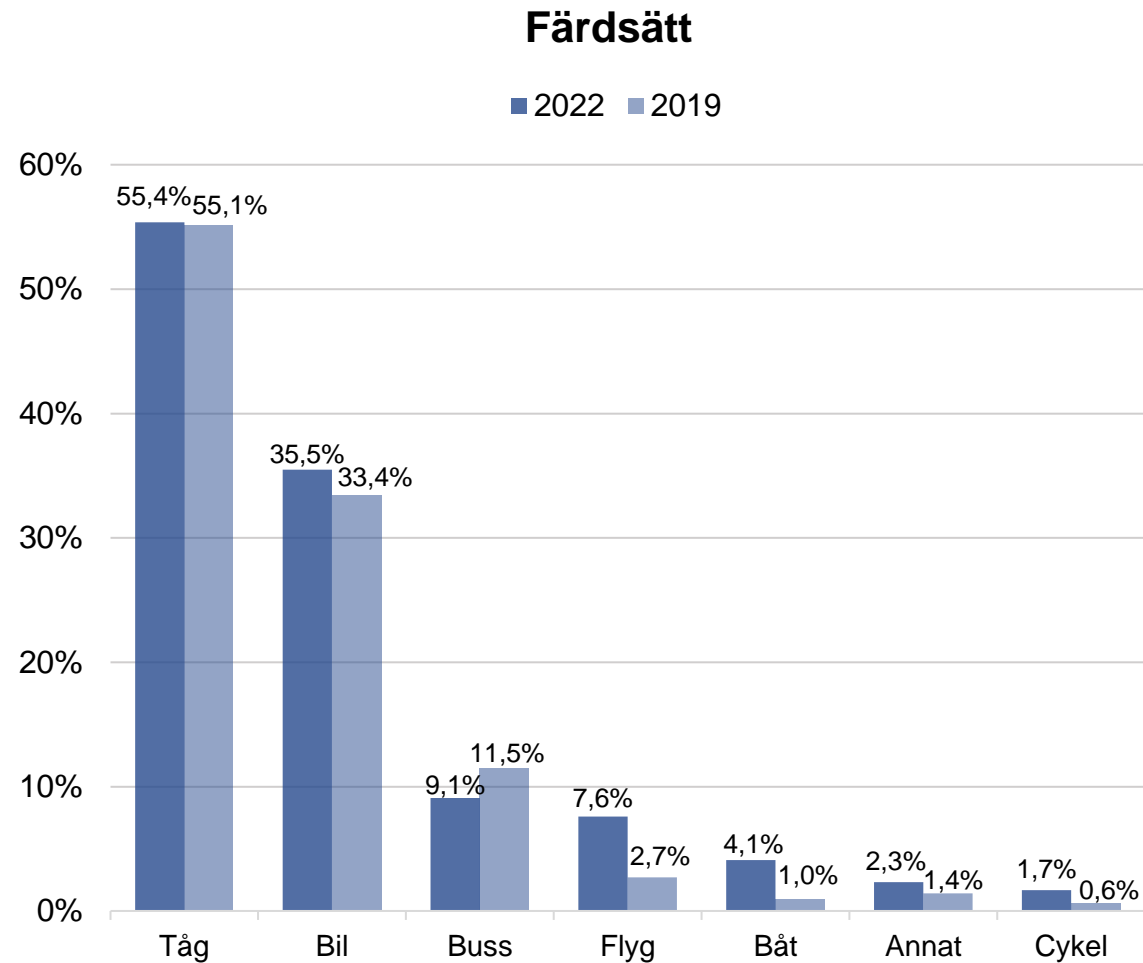
Hur har du informerat dig inför ditt besök?

Informationskanaler



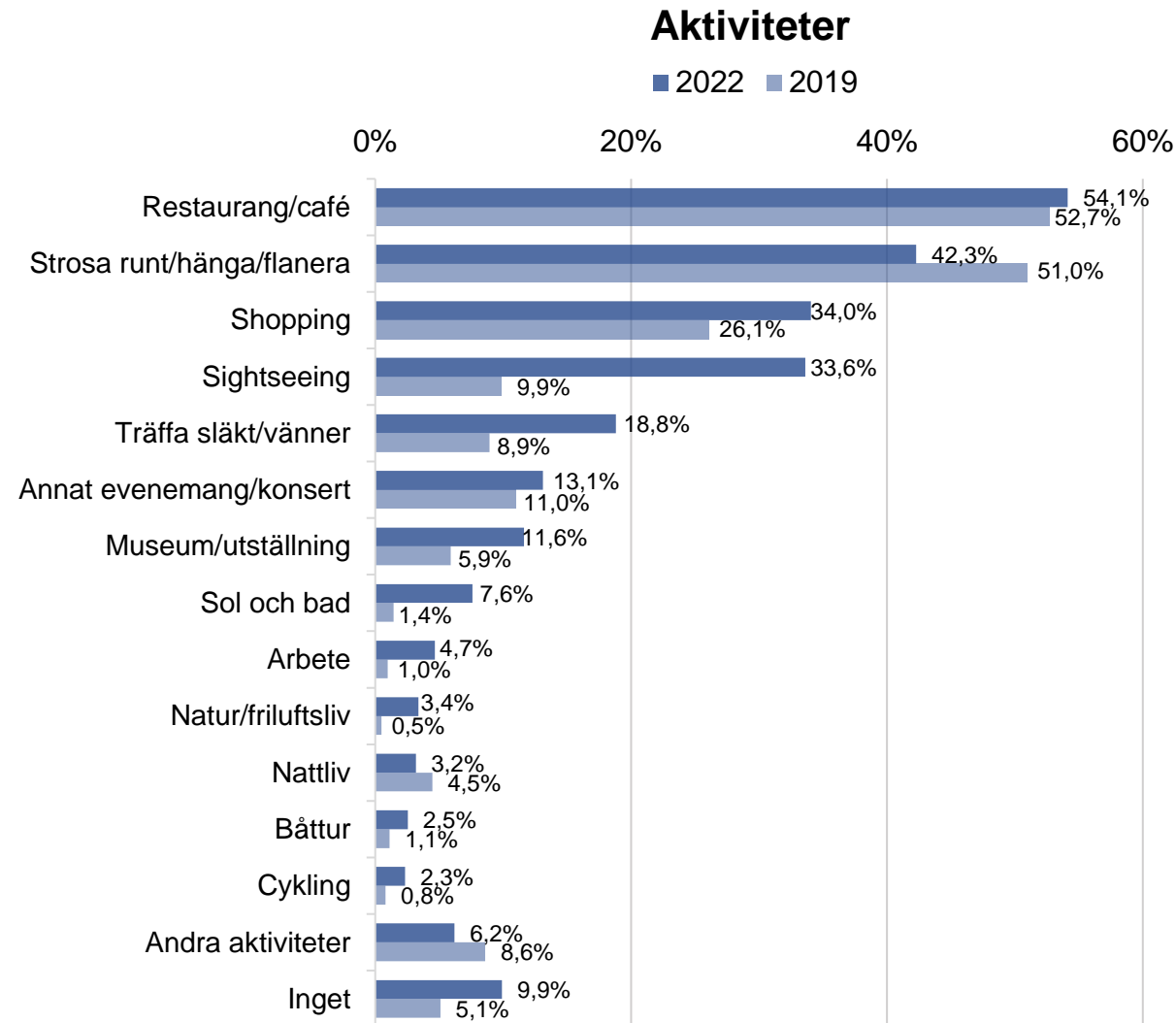
- Malmofestivalen.se är den klart vanligaste informationskanalen bland besökarna. 37 % av respondenterna har informerat sig via den kanalen
- Via släkt och vänner är den näst vanligaste informationskanalen
- Festivaltidningen ökar något som informationskanal, från 10,7 % till 14,3 %
- Omkring 1 av 3 respondenter har svarat inget/vet ej

Hur har du tagit dig till Malmöfestivalen?



- Fler än hälften av besökarna har tagit sig till Malmö med tåg
- En tredjedel av besökarna har tagit sig till Malmö med bil
- Frågan avser respondentens huvudsakliga färdmedel till Malmöfestivalen
- Likartat svarsmönster mellan 2022 och 2019 års undersökningar, särskilt gällande alternativen Tåg och Bil

Vilka aktiviteter ägnar du dig åt under denna vistelse i Malmö?

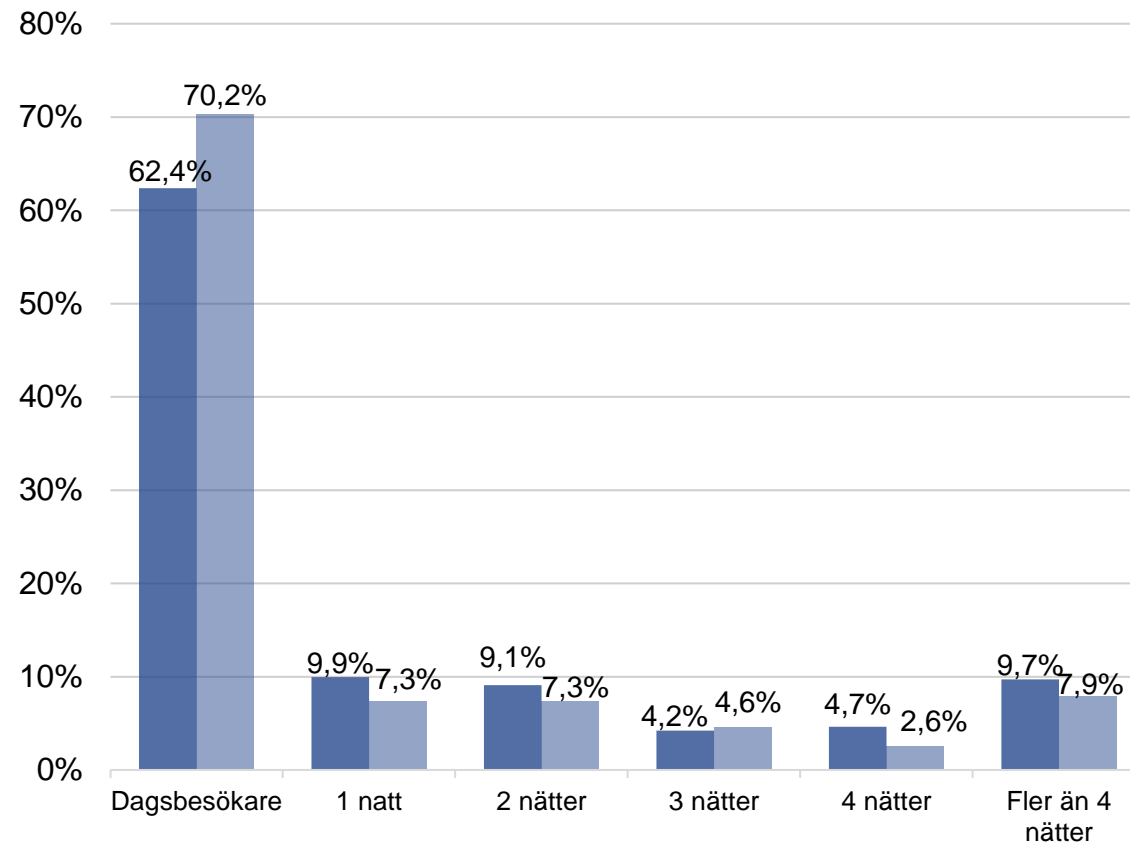


- Respondenten har varit fri att välja flera alternativ
- Frågan syftar på de aktiviteter som respondenten ägnat sig åt *utöver* Malmöfestivalen
- Över hälften av besökarna besöker någon restaurang eller något café i samband med sitt besök
- Omkring 1 av 3 besökare shoppar i Malmö i samband med sitt besök på Malmöfestivalen

Hur lång tid tillbringar du i Malmö vid detta besök?

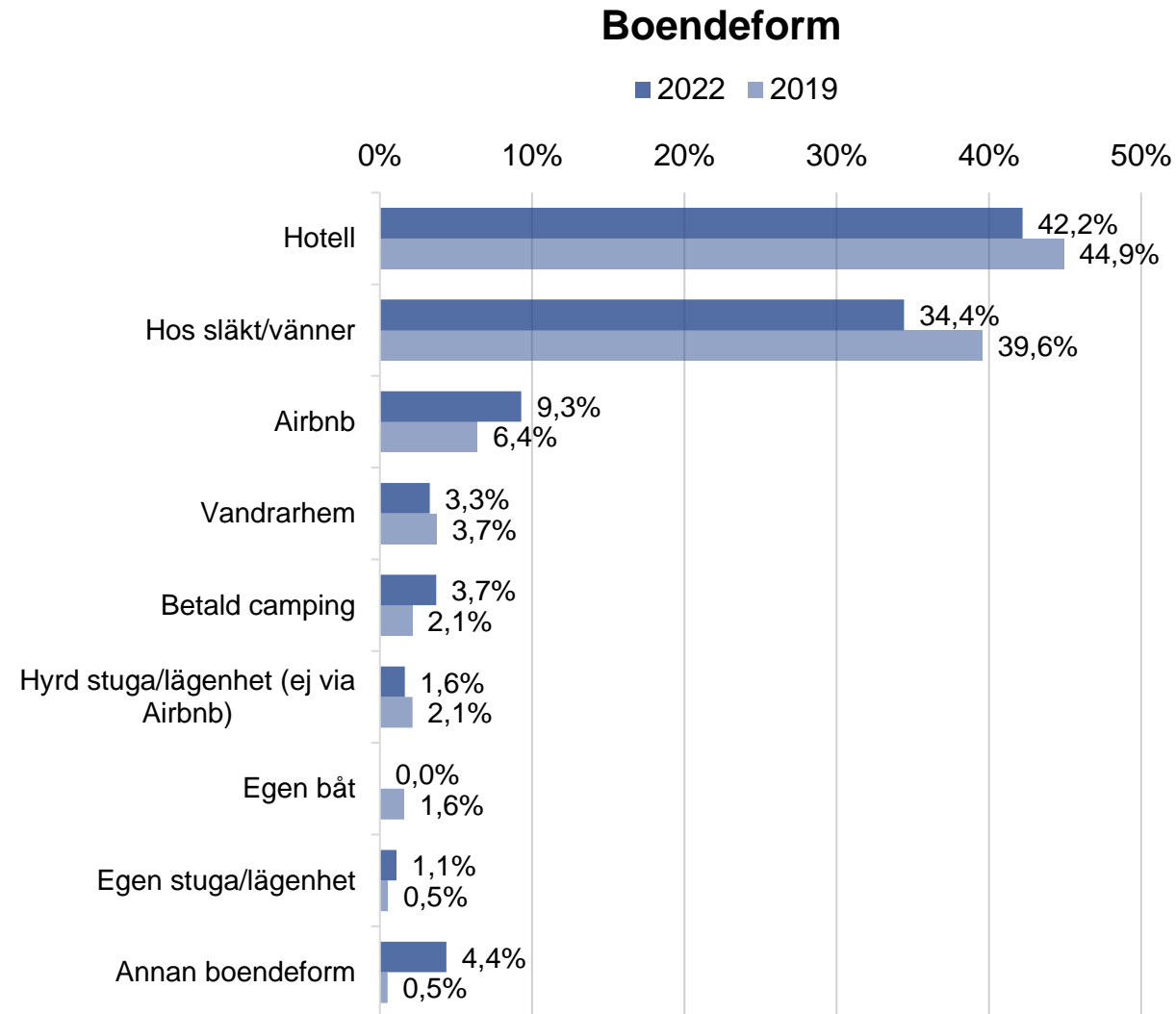
Vistelselängd

■ 2022 ■ 2019



- 62,4 % av respondenterna stannar i Malmö över dagen, vilket är en något lägre andel än vid föregående mätning, då 70 % svarade att de besökte Malmö över dagen
- 70 % av de intervjuade besökarna är i Malmö över dagen
- I snitt stannar de övernattande besökarna i Malmö i 3,1 nätter

Hur bor du under din vistelse i Malmö?



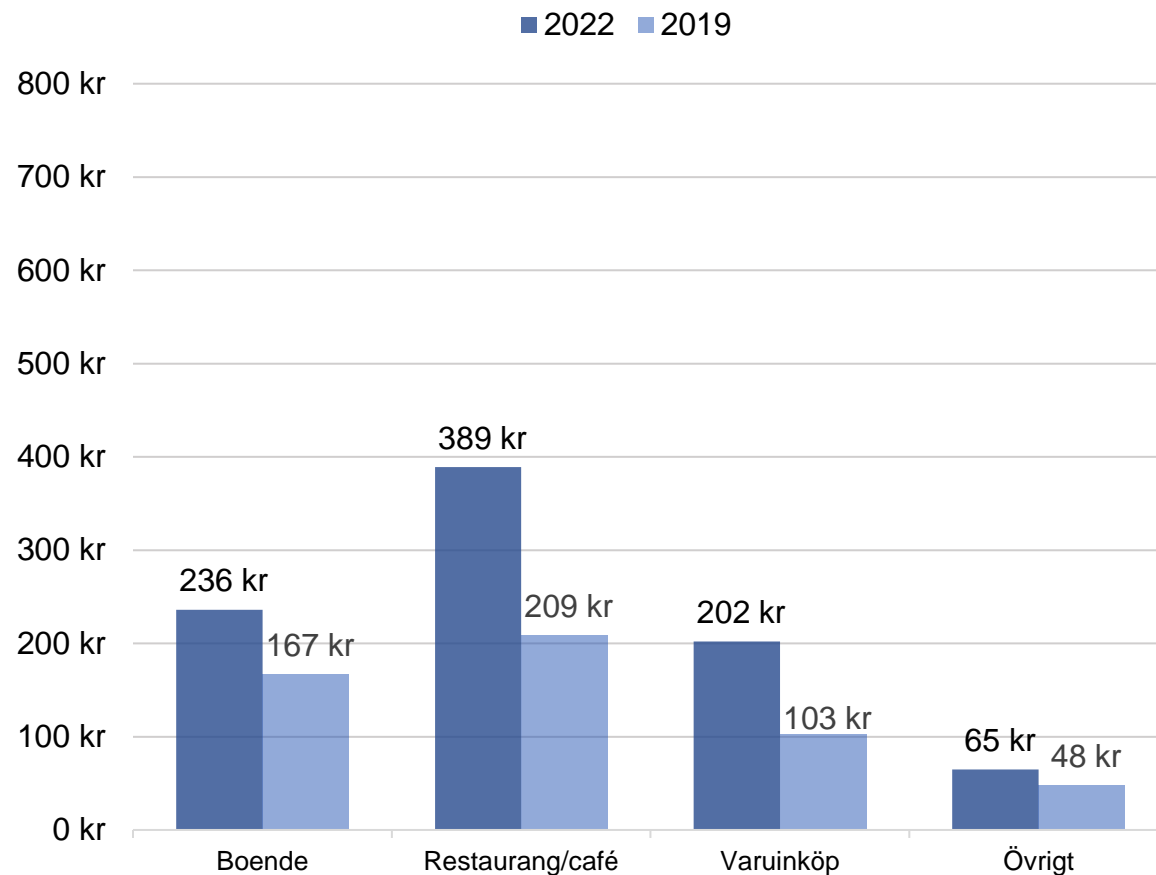
- Diagrammet visar boendeformen bland de övernattande besökarna
- Hotell är den vanligaste boendeformen, följt av hos släkt och vänner. Denna boendeform var något mindre vanlig 2022 jämfört med 2019
- En skillnad från föregående mätning är att andelen besökare som bodde på Airbnb ökade från 6,4 % till 9,3 %
- Övriga boendeformer förekommer i mindre utsträckning

Turistekonomisk omsättning – sammanfattning

- Turistekonomisk omsättning avser omsättningen för de besökare som faktiskt rest till Malmö för att besöka Malmöfestivalen. Denna summa är det som Malmöfestivalen direkt genererat i form av intäkter till staden
- Turistekonomisk omsättning Malmöfestivalen 2022: **285 000 000 kr**
- Den turistekonomiska omsättningen har räknats ut utifrån ett uppskattat besöksantal om 1,5 miljoner (arrangörssiffror). Till detta har följande parametrar vägts in: dygnsutlägg, om Malmöfestivalen är turistens besöksanledning till Malmö, vistelselängd och antal dagar som turisten besöker Malmöfestivalen. Den fullständiga uträkningen visas på sidan 23
- Gällande frågorna kring turistens dygnsutlägg har dessa avsett sådant som inte är kopplat till Malmöfestivalen

Vänligen uppskatta hur mycket du har spenderat på följande i Malmö under de senaste 24 timmarna:

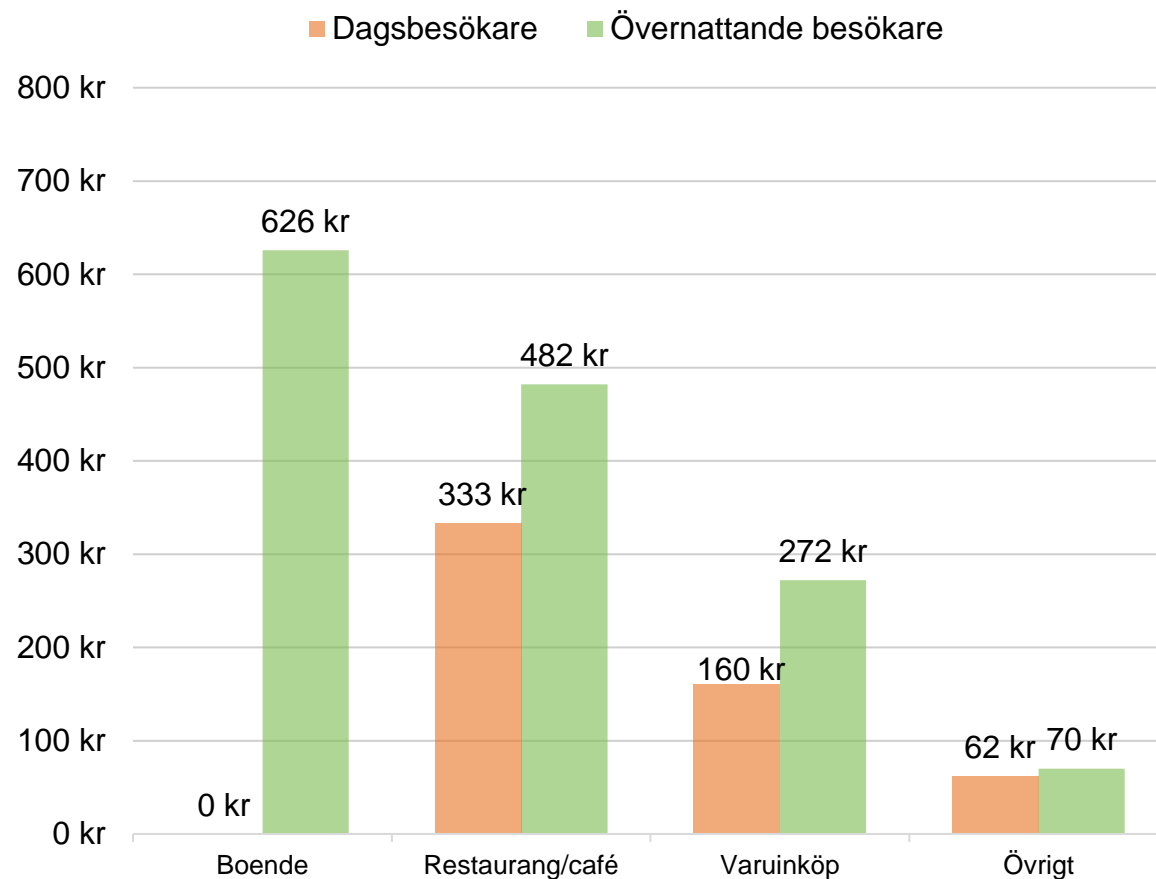
Snittutlägg, samtliga



- Respondenten har besvarat frågan genom att uppskatta sina egna faktiska utlägg i Malmö under de senaste 24 timmarna
- Frågan avser de utlägg som respondenten gjort *utöver* sina utlägg kopplat till Malmöfestivalen
- På totalnivå har besökaren spenderat i snitt **892 kr** i Malmö under de senaste 24 timmarna. I den mätningen som gjordes 2019 låg snittutlägget per dygn på **527 kr**
- På nästföljande sidor visas snittutlägg fördelat på olika respondentgrupper så som dagsbesökare och övernattande besökare

Vänligen uppskatta hur mycket du har spenderat på följande i Malmö under de senaste 24 timmarna:

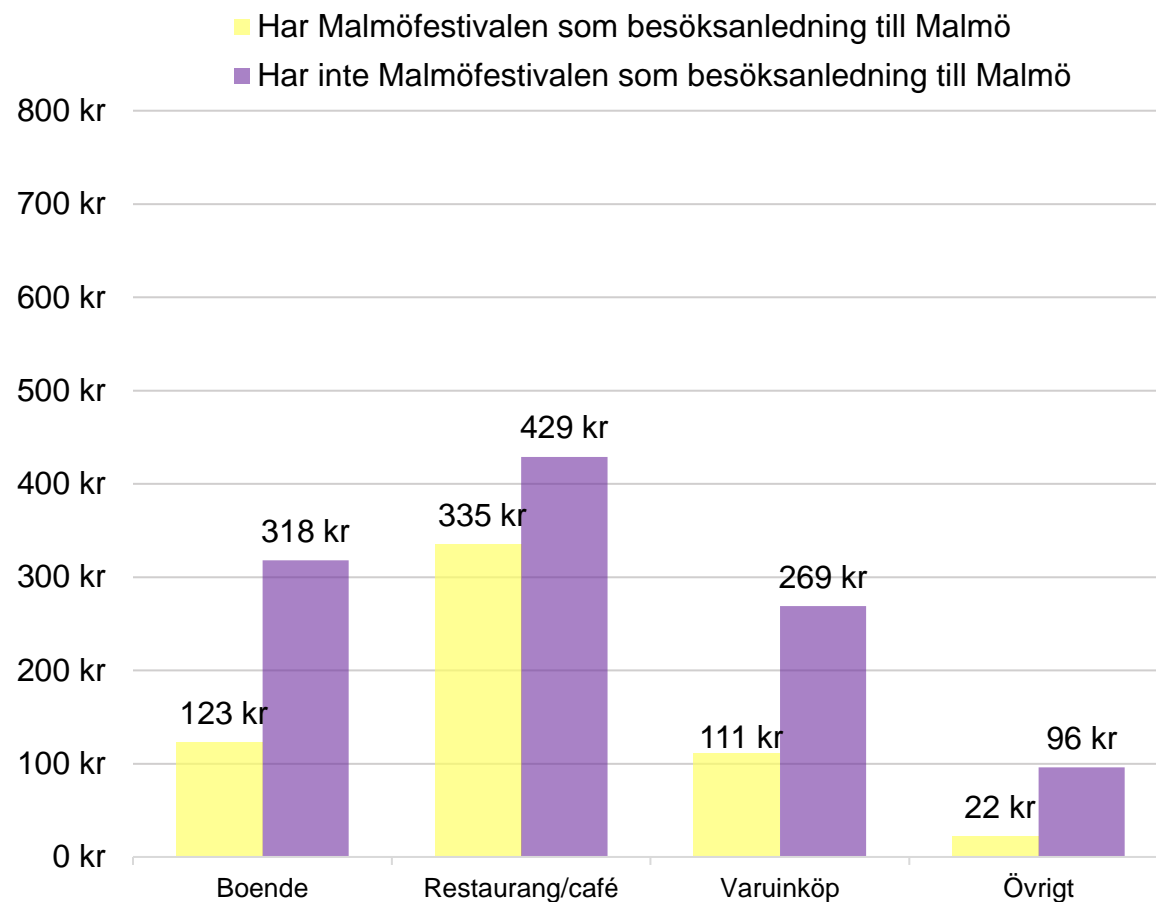
Snittutlägg



- Som diagrammet till vänster visar så är det stora skillnader i snittutlägg mellan de besökare som stannar över dagen och de besökare som övernattar
- En dagsbesökare har spenderat i snitt **555 kr** i Malmö under de senaste 24 timmarna
- En övernattande besökare har spenderat i snitt **1 450 kr** i Malmö under de senaste 24 timmarna

Vänligen uppskatta hur mycket du har spenderat på följande i Malmö under de senaste 24 timmarna:

Snittutlägg



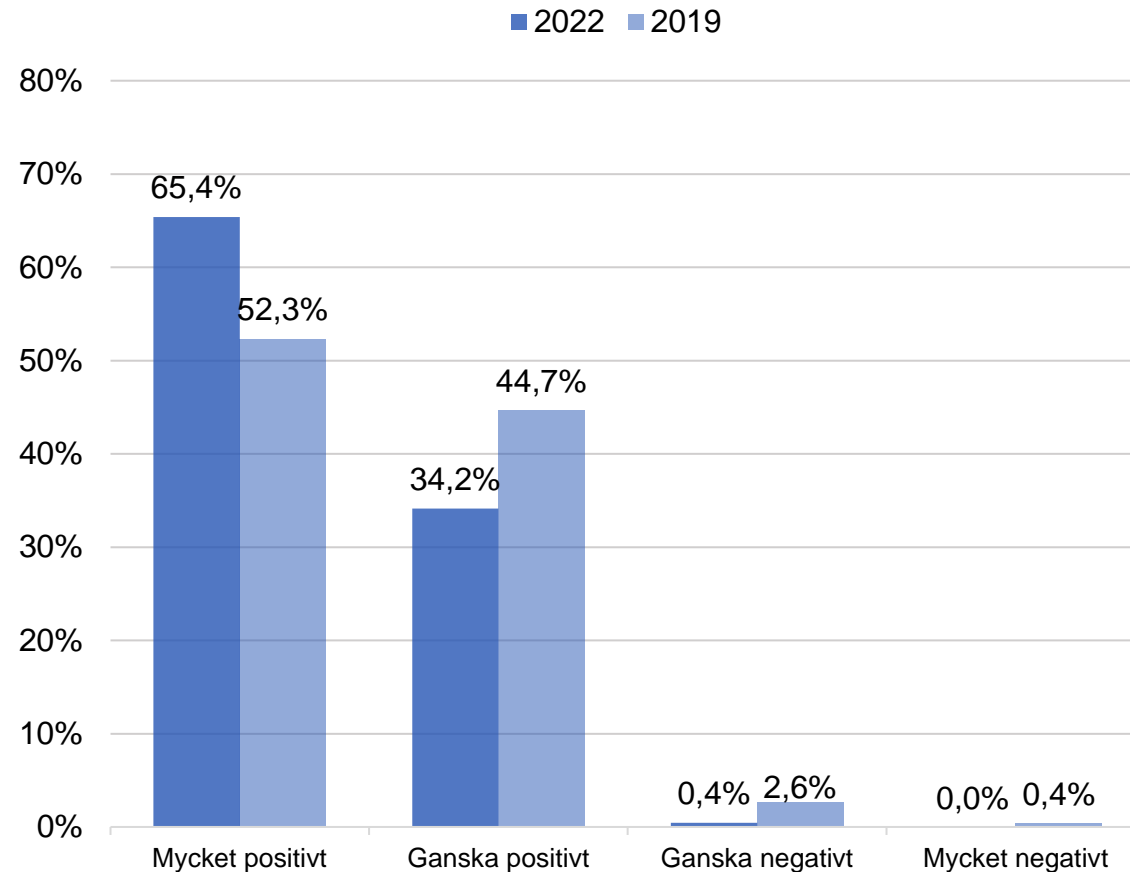
- Den turistekonomiska omsättningen är **285 000 000 kr**
- De besökare som har Malmöfestivalen som huvudsaklig besöksanledning ligger till grund för den specifika turistekonomiska omsättningen. Denna grupp spenderar i snitt **591 kr** i Malmö under de senaste 24 timmarna
- De besökare som har Malmöfestivalen som huvudsaklig besöksanledning spenderar i snitt mindre än de som besöker Malmö av någon annan anledning

Turistekonomisk omsättning, uträkning

- Den turistekonomiska omsättningen räknas ut enligt följande:
 - Research One har utgått från en uppskattad total besökssiffra för Malmöfestivalen om 1,5 miljoner. Bland de respondenter som intervjuats är 42 % tillresta besökare, vilket ger ett turistantal på 630 000. I snitt besöker de tillresta besökarna Malmöfestivalen under 1,8 dagar. 630 000 dividerat med 1,8 ger siffran för antalet unika besökare, vilket blir 350 000. För en specifik turistekonomisk omsättning bryter vi ut de som har Malmöfestivalen som huvudsaklig anledning till besöket till Malmö. Denna andel var 51 %, vilket ger oss 178 500 unika besökare, som dessutom har Malmöfestivalen som huvudsaklig anledning till sitt besök, denna siffra rundas sedan av till 178 000
 - Dagsbesökare som haft Malmöfestivalen som besöksanledning besöker Malmöfestivalen under 1,7 dagar i snitt
 - Snittutlägg för övernattande besökare är 1 450 kr per dygn, och för dagsbesökare, 555 kr per dygn
 - Övernattande besökare stannar i snitt 3,1 nätter vilket, multiplicerat med snittutlägg, ger oss en summa om 4 495 kr. Detta anger den spenderade summan för övernattande besökare i snitt under hela vistelsen
 - Gällande dagsbesökare har hänsyn tagits till att dessa kan besöka Malmöfestivalen vid flertalet dagar. Multiplicerar vi snittutlägg för dagsbesökare med antal dagar som dagsbesökarna vistas på Malmöfestivalen i snitt ger det oss en summa om 944 kr som spenderas i Malmö under festivalen
 - I nästa steg multipliceras andelen övernattande besökare och dagsbesökare med summorna i de två punkterna ovan enligt följande: $4\,495 * 0,19 + 944 * 0,81 = 1\,619 \rightarrow 1\,600$. Detta är den totalsumma som varje tillrest besökare genererar i genomsnitt. Denna siffra multiplicerar vi med den uppskattade siffran för unika, tillresta besökare: 178 000
 - Den specifika turistekonomiska omsättningen blir **284 800 000 kr**. Denna siffra avrundas uppåt till **285 000 000 kr**.

Vilket är ditt helhetsintryck av Malmöfestivalen hittills?

Bedömning

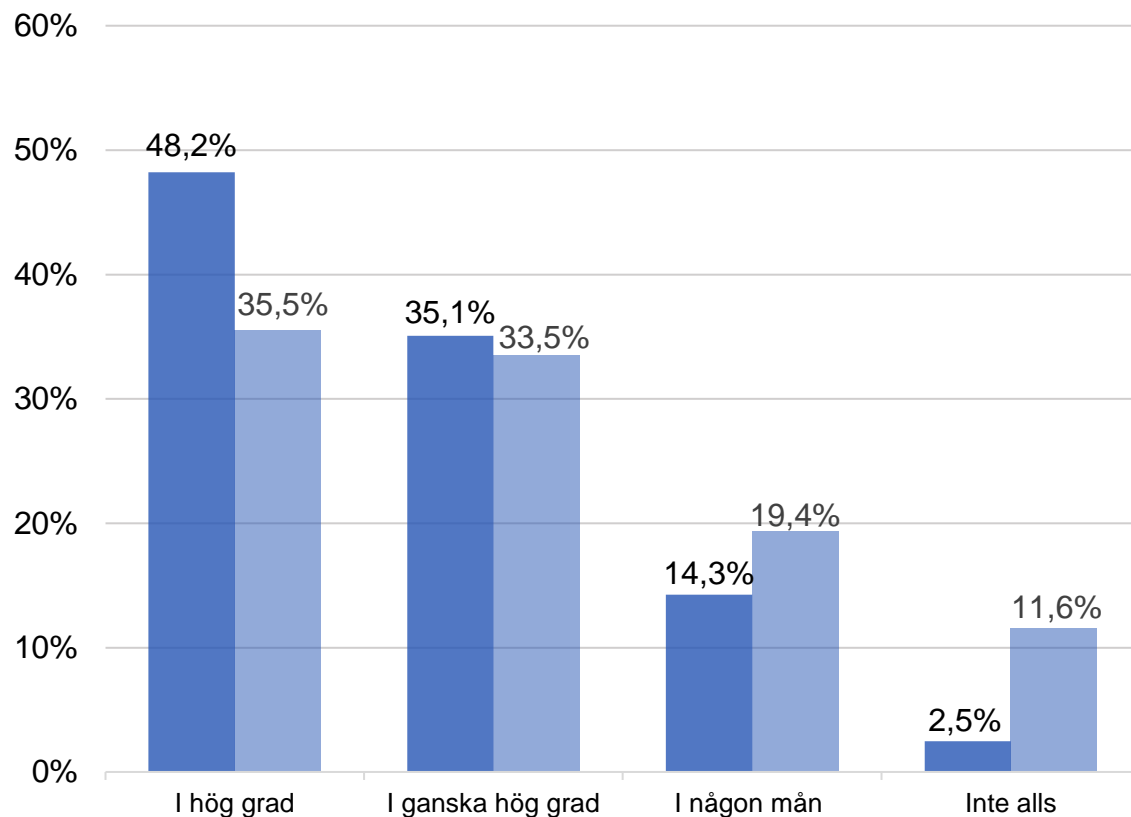


- 65,4 % av respondenterna har ett mycket positivt helhetsintryck av Malmöfestivalen vid intervjutillfället. Detta är en klar ökning från 2019, då 52,3 % svarade att de hade ett mycket positivt intryck
- Endast ett mycket litet antal, 0,4 %, svarar att de har ett negativt intryck av Malmöfestivalen
- 4,6 % av respondenterna svarade att de inte hade hunnit bilda sig någon uppfattning vid intervjutillfället, dessa respondenter har räknats bort från resultatet

I vilken utsträckning ökar Malmöfestivalen Malmös attraktionskraft som besöksdestination för dig?

Bedömning

■ 2022 ■ 2019



- Knappt hälften av respondenterna anser att Malmöfestivalen ökar Malmös attraktionskraft som besöksdestination i hög grad. Detta är en klar ökning från föregående mätning, då 35,5 % ansåg att Malmöfestivalen ökar Malmös attraktionskraft
- Sammanräknat svarar 83,3 % av respondenterna att de anser att Malmöfestivalen ökar Malmös attraktionskraft i hög eller i ganska hög grad
- 11,3 % av respondenterna svarade att de inte hade hunnit bilda sig någon uppfattning vid intervju tillfället, dessa respondenter har räknats bort från resultatet

Har du några övriga kommentarer, synpunkter eller förslag på förbättringar?



- Frågan har ställts öppet och respondenten har fått svara fritt. 245 respondenter lämnade en kommentarer
 - Nedan följer ett representativt utdrag av kommentarerna, men det rekommenderas att läsa samtliga kommentarer i sin helhet
 - Samtliga fria kommentarer på denna fråga återfinns i bilagan "Kommentarer - Malmöfestivalen"
-
- *Googlar på Malmö och inget kommer upp om festivalen (senaste två dygnet)*
 - *Fantastiskt med så många musikstilar. Bra med toaletter. Det är rent, folk som städar ex matbordet. Välorganiserat och säkert.*
 - *Aldrig hört om festivalen - bott i Köpenhamn hela livet. Väldigt gott intryck.*
 - *Mer reklam utanför Malmö!*
 - *Känns välorganiserat. Sökte info om vad man kan göra i Malmö innan (på spanska) och det stod inget om festivalen.*
 - *Fanns inte många budgetalternativ för boende, därför bara dagsbesök. Hade jag vetat att festivalen var så stor och bra hade jag försökt stanna längre*
 - *Översättningen av webbsidan var otydlig, ex namn på scener. Mer info om hur de olika scenerna fungerar. Bra att toaletter är gratis. Mer reklam, PR.*
 - *Malmöfestivalens hemsida är svår att hitta på. Malmö kommuns hemsida var lättare.*
 - *Mer reklam om festivalen i Köpenhamn*
 - *Helt otroligt att det är gratis, på Gotland kostar allt. Åkkort eller hel summa för attraktioner.*
 - *Mycket bra musik. Men smutsigt på gatan efteråt. Alla har roligt. Musiken är bra. Överbelastad el i bluestältet. Bra mat. Ut med mycket reklam. Flygblad med info tex om nästa år.*
 - *Skön stämning. Härlig blandning. Koppla stadens hemsida med festivalens. Trevligt att det är en hel vecka.*
 - *För lite aktiviteter och uppträdanden. För få sittplatser. Man stannar längre om man kunde vila. Tänk på de äldre.*
 - *Barnen har haft jättekul. Men det är trångt i stan om man har barnvagn*
 - *Visste inte om festivalen. Mer reklam? Mer i tidningen på fler språk. Mer internationell info.*
 - *Visste inte att man kan fylla vattenflaska men det är jättebra. Renare toaletter än vanligt. För mycket puttande och otryggt på kvällarna. Men vi har också sett väktare som hjälpt folk. Lite för svårt att ta sig till hjälp om man mår dåligt under konsert (Timbuktu). För kortare människor syns inte skärmen. Den borde varit högre upp. kunde inte se nåt*
 - *Man kan komma hit varje dag, alltid något att se eller göra*
 - *Visste inget om festivalen. Bra mat. Bra utbud.*

Har du några övriga kommentarer, synpunkter eller förslag på förbättringar?



- Frågan har ställts öppet och respondenten har fått svara fritt. 245 respondenter lämnade en kommentar
 - Nedan följer ett representativt utdrag av kommentarerna, men det rekommenderas att läsa samtliga kommentarer i sin helhet
 - Samtliga fria kommentarer på denna fråga återfinns i bilagan "Kommentarer - Malmöfestivalen"
-
- *It's nice that the festival is spread out so you get a chance to see the city at the same time. It was nice with the tables by the food stand so you could sit together with others and talk to people, everybody is very nice.*
 - *Lite trångt på kvällarna. Långa köer kanske kunde åtgärdas*
 - *Det är fantastiskt att det är gratis trots att det är ganska stora artister som spelar.*
 - *Många har inte hört talas om festivalen utanför Malmö*
 - *Välordnat, känner mig trygg. Positiv stämning. Tillmötesgående människor. För dyr parkering även nattetid.*
 - *Jag tycker det är skönt att det känns lite luftigare nu än tidigare år. Jag hade gärna fått hem en festivalbroschyr fast jag bor i Dalby.*
 - *Det tog lång tid för oss att hitta information. Det borde finnas fler skyltar och kartor på stan där det står vad som händer.*
 - *Jättebra artister, varierad mat, men svårt att komma ut från matområdet då det är avstängt mellan vagnarna*
 - *Det är svårt att hitta information på engelska, vi har behövt översätta allt med Google translate. Det skulle också vara bra med fler skyltar och kartor ute på stan som visar var man är och var alla aktiviteter finns.*
 - *Många är flexibla med semester. Kanske man kunde ha mer info om festivalen på tex camping sida.*
 - *Vad bra att det finns kranvatten*
 - *Köpenhamnare vet inte om festivalen. Ingen skugga vid blå blocken. Annars så fint att erbjuda detta gratis till folket. Inte många gör det.*
 - *Det är familjevänligt, det finns nåt för alla. Det är bra att det ligger så nära tågstationen så man inte behöver ta buss eller gå långt.*
 - *Vi är imponerade över hur rent det är och hur lite bråk och stökigheter det är även sent på kvällen. Festivalen var en jättepositiv överraskning för oss och vi tror att den skulle attrahera fler människor om det marknadsfördes mer.*
 - *Jag uppskattar vattenstationerna och att det är så rent. Det var svårt att hitta information på engelska och vi hittade ingen karta på hemsidan.*
 - *Hemsidan är lite buggig. När man söker på evenemang en viss tid får man bara upp de som börjar exakt den tiden, inte de evenemang som pågår.*
 - *There could be more advertisement. We came from Copenhagen and didn't know about it.*

Kontaktpersoner Research One och Malmö stad

Research One AB

Rickard Holmberg

0734-35 49 36

rickard.holmberg@researchone.se

Malmö stad

David Östberg

0708-90 85 18

David.ostberg@malmo.se



Research One AB
Org 559079-8376
www.researchone.se