

# Decentral Turismeservice Tilfredshedsundersøgelse

## Fakta fra sæsonen 2009

Det statistiske materiale baserer sig på svar fra 230 gæster

- **75,8% af vores gæster finder udbuddet af turistinformation tilfredsstillende eller meget tilfredsstillende, 21,4% er neutrale og 2,8% er utilfredse.**
- **81,8% fik den ønskede information på turistinformationerne rundt i kommunen, 15,9% er neutrale og 2,3% siger nej .**
- **78,6% fandt deres besøg på turistinformationerne tilfredsstillende, 20,5% er neutrale og 1% var utilfredse.**
- **94,1% af gæsterne finder deres besøg i Assens Kommune tilfredsstillende, 4,1% er neutrale i spørgsmålet og 1,8% var utilfredse.**
- **89,7% har lyst til at besøge Assens Kommune igen. 6,3% er neutrale. 4% siger nej.**

## **Vi tror på at kvaliteten ligger i den oplevelse vi giver gæsten Det gode værtskab!**

- **oplevelsen på campingpladsen, på attraktionen, på havnen, i butikkerne – og den ekstra dimension det giver, ikke at blive betragtet som turist – men som en gæst der bydes velkommen, en der får mulighed for at mødes med det liv, der er her.**

Herfra udspringer ideen om den decentrale turismeservice. Kommunens gæster har i 2009 modtaget turismeservice på de 5 autoriserede turistinformationer – Vissenbjerg Storkro, Assens City Camping, Sandager Næs Camping, Marcussens Hotel og Meeting Place (Tobaksgaarden). Herudover kan gæsterne modtage turismeservice på Assens, Glamsbjerg og Aarup biblioteker.

*"I Assens oplever turister – i den første sæson med den nye decentrale turistinformation – at der tages hånd om dem, dér hvor de står.*

*- Hvor vores gæster tidligere var nødt til at tage turen til Assens eller Odense for at komme til et rigtigt turistbureau, så kan de i dag nøjes med at slå et smut forbi receptionen, mens de alligevel er gæster her på stedet, siger Peter Madsen direktør på Vissenbjerg Storkro, der er blevet autoriseret som grønt turistbureau."*

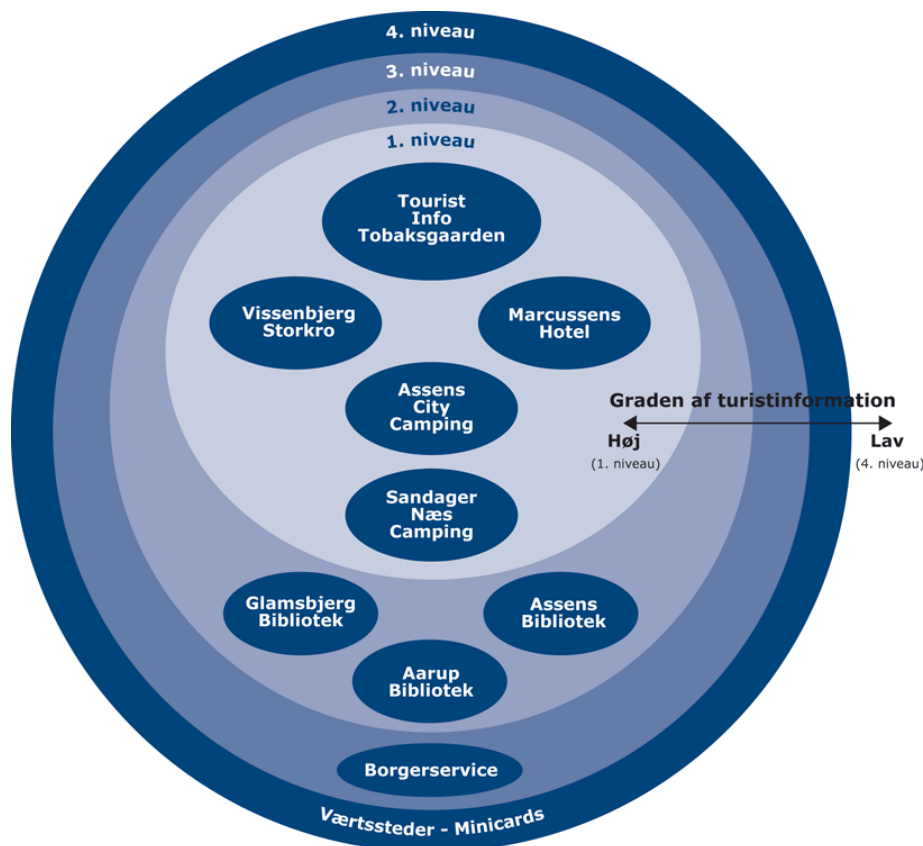
## Decentral turismeservice

### Udbygning af den decentrale turismeservice 2009:

Udbygning af den decentrale turismeservice – antallet af Meeting Places - turistinfo øges, skiltes bedre og kompetenceudvikles yderligere.

Turistinfo udbygges på hotel Vissenbjerg Storkro, de store campingpladser: Assens City Camping, Sandager Næs Camping og Marcussens Hotel, samt på udvalgte biblioteker: Industrien i Aarup, Glamsbjerg og Assens. Meeting Place – turist info på Tobaksgården i Assens indgår i denne udbygning.

Udviklingsrådet understøtter det enkelte turistinfosted i en individuelt tilpasset indsats.



#### Fakta:

Der er blevet dannet et fagligt turismenetværk. Netværket består af de autoriserede turistinformationer, AssensBibliotekerne samt kommunens borgerservice.

Ideen med det faglige netværk er:

- Kompetenceudvikling af turistinformationerne
- Sparring
- Vidensdeling

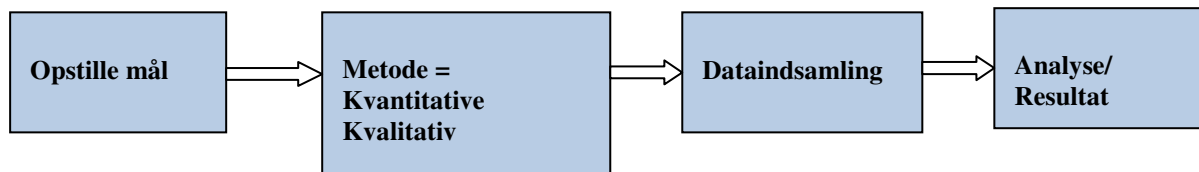
Netværket mødtes 5 gange i år 2009.

#### Niveauerne:

Niveauerne indikerer graden af turistinformation/turistinformationstype.

1. Niveau:  
Autoriserede turistinformationer med personlig betjening hele året eller i højsæsonen.
2. Niveau:  
Turistinformationer med udvalgte hovedbrochurer fra Fyn/lokalområdet, Minicards, computere, aviser og personlig betjening af bibliotekspersonalet.  
Kommunal turistinformations-skiltning.
3. Niveau:  
Minicards + brochurer fra lokalområdet
4. Niveau:  
Værtsteder for minicards.

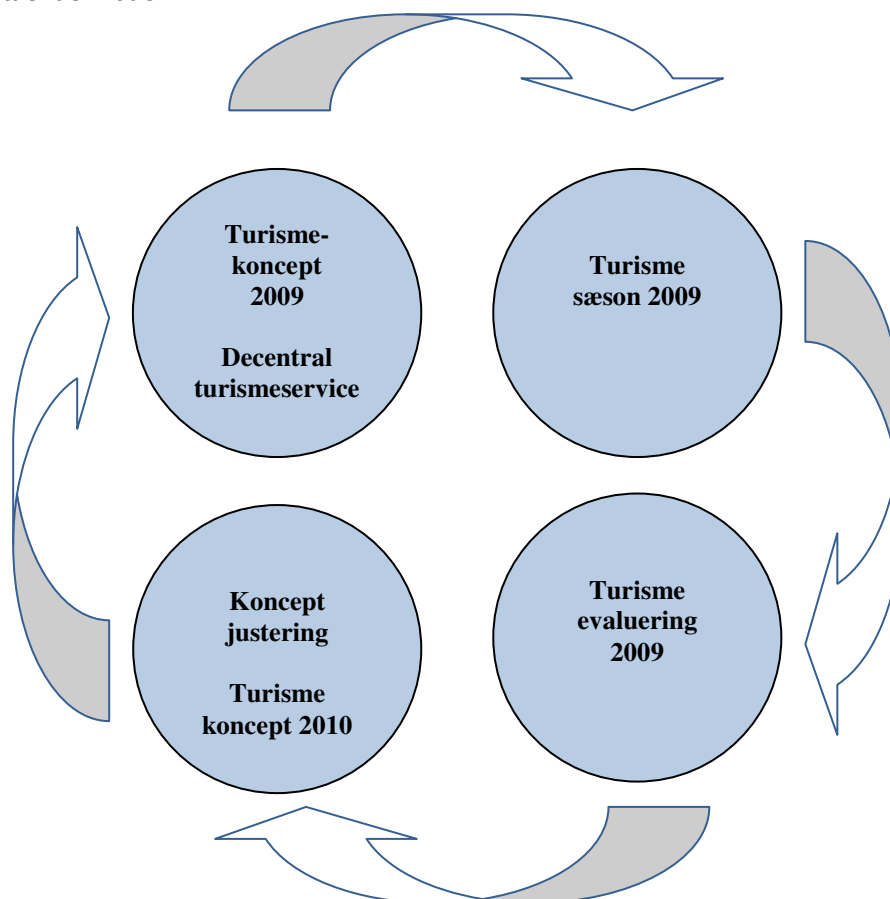
## Evaluering 2009



*Decentral turismeservice – evalueringsprocessen*

### Mål

Det overordnede mål for den decentrale turismestrategi var at imødekomme den kritik, der har været omkring den manglende personlige betjening på turistinformationen 2008 (se bilag 1-konceptudvikling/handlingsplan 2009). Konceptudvikling er en løbende proces og følger nedenstående model.



*Konceptudvikling en løbende fremadrettet proces*

Målet for den decentrale turismeservice er, at ydelsen leverer et **højt serviceniveau** overfor såvel gæster som turisterhvervet. Der skal være harmoni mellem de forventede og faktiske oplevelser, herved undgås et negativt kvalitetsgab.

**Overordnede resultatmål:**

**Målet er, at 75 % af respondenterne er tilfredse.**

**Der udarbejdes herudover resultatmål ved markedsføringsaktiviteten**

**[www.visitassens.dk](http://www.visitassens.dk) – øget besøgstal – øget tilfredshed.**

## Metode

Der benyttes primære datakilder. Kvantitative analyser skal belyse gæsternes og turistserviceerhvervets tilfredshed.

De kvantitative analyser frembringer bred og mere repræsentative data. Under paraplyen kvantitative analyser – anvendes deskriptiv analyse - **spørgeskema interviews** samt **interaktive internet interviews** – pop up spørgeskema.

**Evaluerings punkter:**

- **[www.visitassens-dk](http://www.visitassens-dk)** – belyses via elektronisk spørgeskema
- **Gæsternes tilfredshed** med serviceniveauet – belyses via spørgeskema (se bilag 2)
- **Fagligt turismenetværks tilfredshed** - belyses via spørgeskema før/efter sæson

Der bliver gennemført benchmarking, hvor vi sammenligner tilfredsheden år 2008 med år 2009.

## Dataindsamling - metode

### **Gæsternes tilfredshed med [www.visitassens.dk](http://www.visitassens.dk) – elektronisk spørgeskema**

Niveauet på [visitassens.dk](http://www.visitassens.dk) anskueliggøres ved hjælp af et elektronisk spørgeskema.

Spørgeskemaet belyser gæsternes demografiske forhold. Om gæsten kan finde den ønskede information, og om gæsten har lyst til at benytte hjemmesiden igen.

Den elektroniske evaluering af turisthjemmesiden fandt sted i perioden medio april til primo oktober. Validiteten på undersøgelsen er desværre ikke høj, da spørgeskemaet kun kan distribueres til et lille udsnit af hjemmesidens brugere. Teknisk kan spørgeskemaet ikke virke bedre, da spørgeskemaet ikke kan implementeres optimalt på en asp hjemmeside.

### **Gæsternes tilfredshed med serviceniveauet - spørgeskema**

Der har været distribueret spørgeskemaer til de autoriserede turistinformationer (Assens City Camping, Sandager Næs Camping, Vissenbjerg Storkro, Marcussens Hotel og Meeting Place).

Spørgeskemaet belyser: hvilken type gæst der kommer til Assens Kommune, hvilken turistinformation de har besøgt, serviceniveauet, skiltningen, og om gæsterne har lyst til at besøge Assens Kommune igen.

### **Evaluering via PDA**

Meeting Place har desuden fungeret som testbureau af gæsteevaluering via PDA`er for Syddansk Turisme. Vi har haft det samme spørgeskema lagt ind, som vi også har anvendt i papir format.

### **Fagligt turismenetværks tilfredshed – før sæson**

Tilfredsheden med den decentrale turismeservice belyses, og de forventningerne turistinformationerne har til at indgå i løsningen af turistinformationsopgaven.

Spørgeskemaerne blev udsendt til det faglige turismenetværk, som udover Udviklingsrådet består af:

- Assens City Camping
- Sandager Næs Camping
- Vissenbjerg Storkro
- AssensBibliotekerne
- Marcussens Hotel
- Borgerservice

### **Fagligt turismenetværks tilfredshed – efter sæson**

Der bliver belyst, hvordan turistinformationerne har oplevet at indgå i løsningen af turistinformationsopgaven. Hvad har været positivt? Hvad har været negativt?

## Undersøgelsernes resultater

Undersøgelsernes resultater bliver fremvist via tabeller/grafar for at lette overblikket. Resultaterne bliver til sidst samlet i en SWOT – analyse for at tydeliggøre konceptets stærke – svage sider samt muligheder – trusler.

Fokus i opgørelserne er gæsterne – altså kunderne.

### Gæsternes tilfredshed

230 respondenter har besvaret spørgeskemaet. Spørgeskemaet har været tilgængeligt på de autoriserede turistinformationer på dansk, engelsk og tysk.

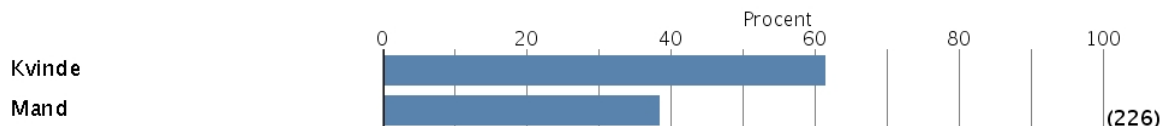
På nogle af turistinformationerne er der desværre ikke blevet udfyldt spørgeskemaer.

Respondentantallet vil være varierende, da ikke alle respondenter har besvaret alle spørgsmål.

Gæsternes tilfredshed blev også målt via PDA´er på Tobaksgaarden. Firmaet som lagde spørgeskemaerne ind på PDA´erne var desværre kommet til at tilføje "ved ikke" kategorien ved spørgsmål 11 og 12. Kun respondenter, som har anvendt PDA´erne, har haft mulighed for at vælge "ved ikke" kategorien.

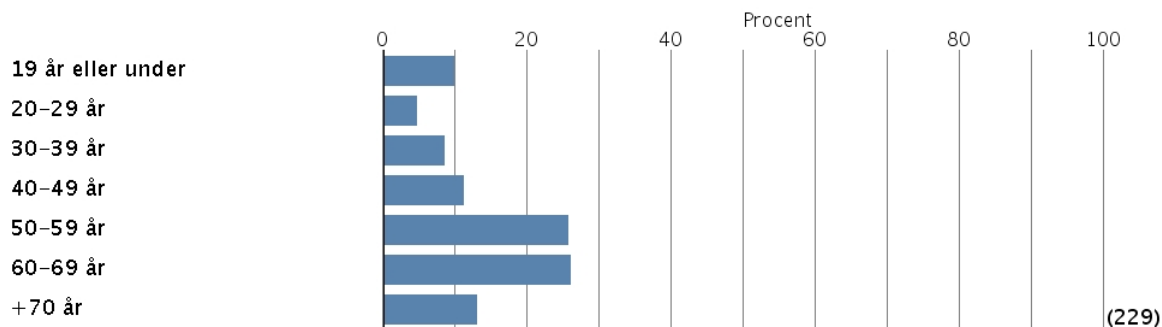
#### Spørgsmål 1: Hvilket køn er De?

	Respondenter	Procent
Kvinde	139	61,5%
Mand	87	38,5%
I alt	226	100,0%



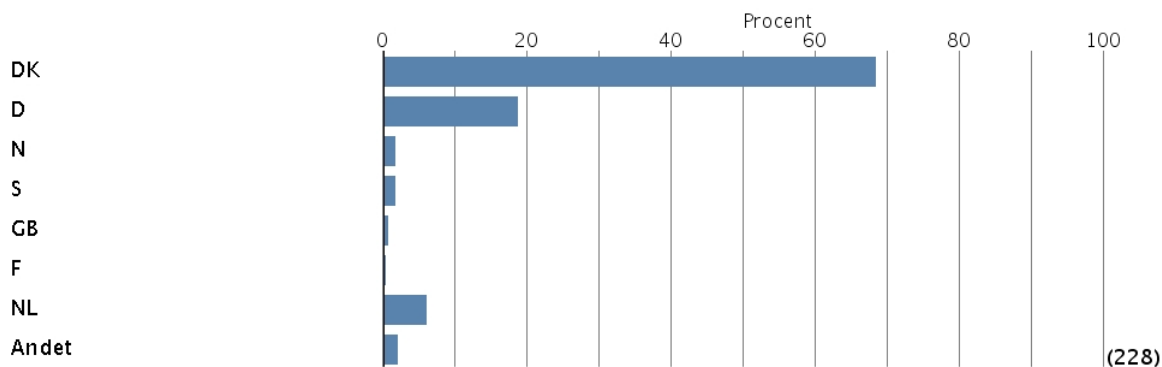
#### Spørgsmål 2: Hvilken alder har De?

	Respondenter	Procent
19 år eller under	23	10,0%
20-29 år	11	4,8%
30-39 år	20	8,7%
40-49 år	26	11,4%
50-59 år	59	25,8%
60-69 år	60	26,2%
+70 år	30	13,1%
I alt	229	100,0%



### Spørgsmål 3: Hvilken nationalitet har De?

Nationalitet	Respondenter	Procent
DK	156	68,4%
D	43	18,9%
N	4	1,8%
S	4	1,8%
GB	2	0,9%
F	1	0,4%
NL	14	6,1%
Andet	5	2,2%
I alt	228	100,0%

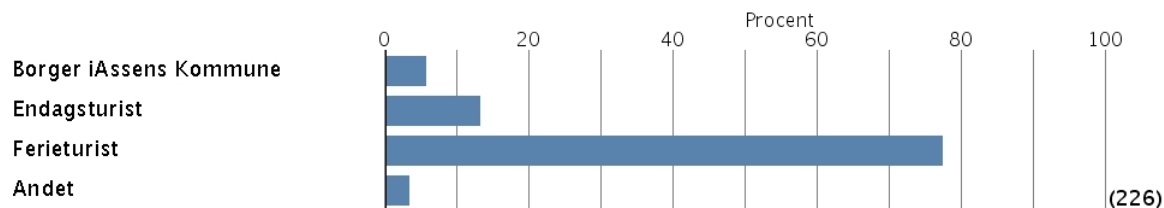


#### Andet:

Spanien  
Spanien  
Indian  
Spanien

### Spørgsmål 4: Er De?

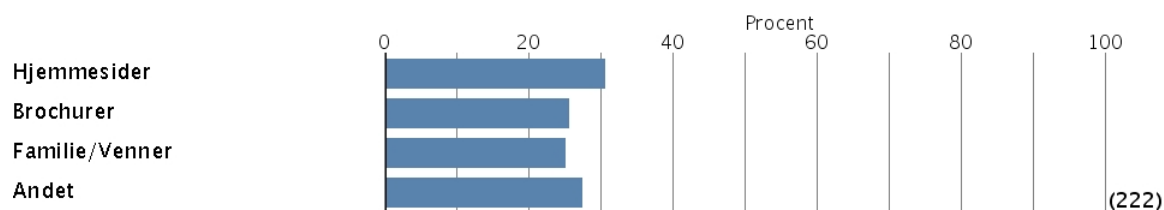
Er De?	Respondenter	Procent
Borger i Assens Kommune	13	5,8%
Endagsturist	30	13,3%
Ferieturist	175	77,4%
Andet	8	3,5%
I alt	226	100,0%



Andet:
Sejler
Arbejde
Arbejde
Arbejde
Forretnings rejsende
Kursus

### Spørgsmål 5: Hvor fandt De inspiration til ferien?

	Respondenter	Procent
Hjemmesider	68	30,6%
Brochurer	57	25,7%
Familie/Venner	56	25,2%
Andet	61	27,5%
I alt	222	100,0%



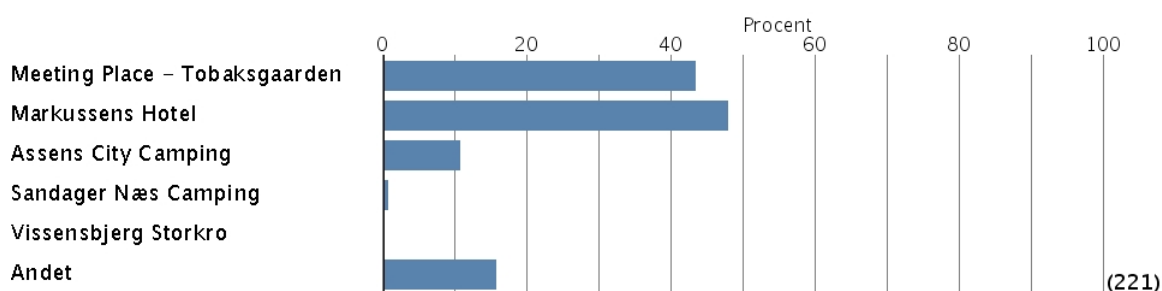
Hvilke hjemmesider?
Kroferie
Lokalavisen
Danske kroferier
Daydreams-katalog
Fagbladet 3F
Annonce i avisen
krohotel.dk
Annonce i Kristeligt dagblad
DTF Travel
DTF-travel
GTF
På google
Ønsker at se de steder min familie kommer fra.
DTF
DTF Travel
DFT
DTF
Annonce i norsk magasin
Dansk kroferie
Krohotel.dk
Daydreams-katalog

www.dtf-travel.dk
Fyn cykelferie
Kirke
Sol og strand 2006
visitfyn.dk
Fødselsdagsgave
DTF Travel
dAnske kroer og hoteller
Ældresagen
DTF-Travel
Tilbud i vores ugeavis
DTF-Rejser
På anbefaling i fagbladet.
Fagbladet 3F
Daydreams
Daydreams
DTF
Lokalavisen

<b>Andet:</b>
Kender byen
Turistbureau
Thylands avisen
Annonce i avis
Fået gavekort
DTF Travel
Har været her før. Brors 70års fødselsdag.
Bryllupsdag
egne planer - båd
Vi kender nogen som har været her før og som var glade for det.
Camping.dk
Eget initiativ, ud i det blå.
Hae været her før.
Kroophold på Marcussens Hotel
Har været i Assens for 4-5år siden som turist.
Tilbud fra DFTL via lokal avisen.
bl.a. venner og avisen
Annonce i avis
Østersøruten - cykelrute
ANWB camping book
Visitdenmark
Avisen
DTF
Medlemsblad D.H.F

**Spørgsmål 6:  
Hvor har De modtaget turistinfo under opholdet?**

	Respondenter	Procent
Meeting Place - Tobaksgaarden	96	43,4%
Markussens Hotel	106	48,0%
Assens City Camping	24	10,9%
Sandager Næs Camping	2	0,9%
Vissensbjerg Storkro	0	0,0%
Andet	35	15,8%
I alt	221	100,0%

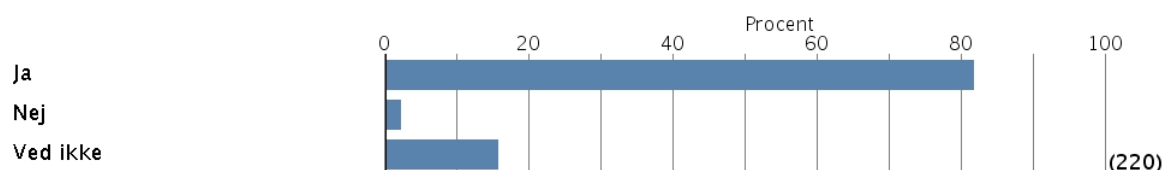


**Andet:**

Marinakontoret
Ikke benyttet
nej
Venner
Marinaen
Internet
Været her før.
Turistkontoret Esbjerg.
Spurgt i en forretning
ved ikke
Alle informationer i landet.
brochurer, internettet
Fåborg turistkontor
Kirche
Ikke benyttet
hjemme
På alle de store informationer i byerne.
Ingen steder
Kirche
Vi havde printet siden ud fra visitassens.dk
Hjemmefra

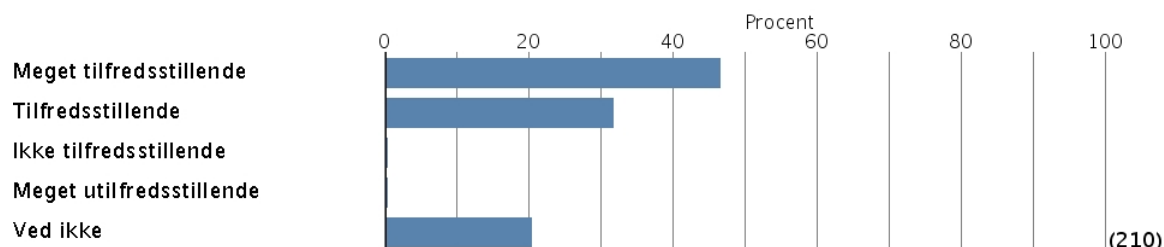
**Spørgsmål 7:  
Kunne Personalet give Dem den ønskede information?**

	Respondenter	Procent
Ja	180	81,8%
Nej	5	2,3%
Ved ikke	35	15,9%
I alt	220	100,0%



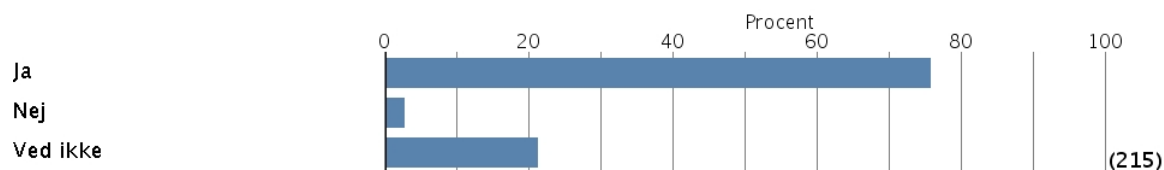
**Spørgsmål 8:  
Hvor tilfredsstillende finder De deres besøg på turistinformationen?**

	Respondenter	Procent
Meget tilfredsstillende	98	46,7%
Tilfredsstillende	67	31,9%
Ikke tilfredsstillende	1	0,5%
Meget utilfredsstillende	1	0,5%
Ved ikke	43	20,5%
I alt	210	100,0%



**Spørgsmål 9:  
Finder De udbuddet af turistinformation i kommunen tilfredsstillende?**

	Respondenter	Procent
Ja	163	75,8%
Nej	6	2,8%
Ved ikke	46	21,4%
I alt	215	100,0%



**Hvis nej, har De forslag til forbedringer:**

Fuglezoo er svær at finde. Flere skilte ville hjælpe.

OBS: Mangler sankthans bål

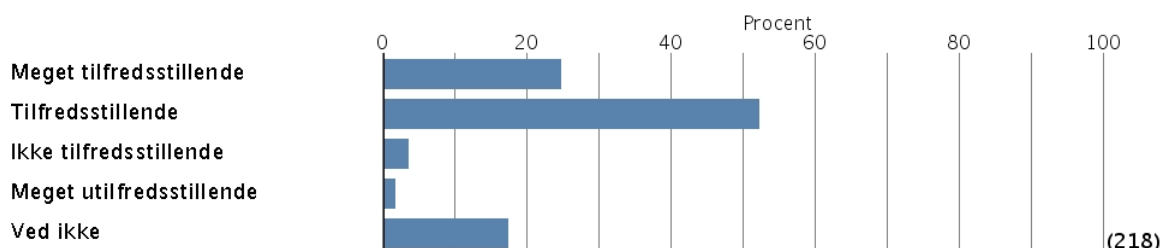
nej

Der mangler skiltning til Assens miniby ved p-pladsen

Fandt aldrig minibyen.

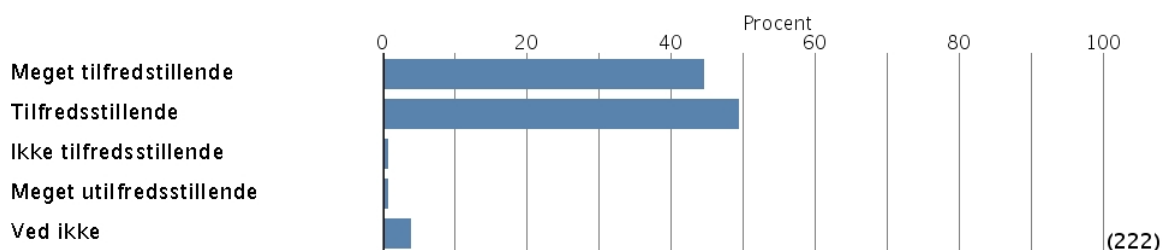
### Spørgsmål 10: Finder De turistinfo skiltningen i Assens Kommune?

	Respondenter	Procent
Meget tilfredsstillende	54	24,8%
Tilfredsstillende	114	52,3%
Ikke tilfredsstillende	8	3,7%
Meget utilfredsstillende	4	1,8%
Ved ikke	38	17,4%
I alt	218	100,0%



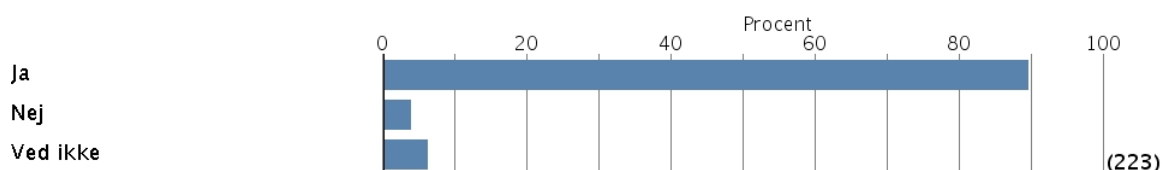
### Spørgsmål 11: Finder De deres besøg i Assens Kommune?

	Respondenter	Procent
Meget tilfredsstillende	99	44,6%
Tilfredsstillende	110	49,5%
Ikke tilfredsstillende	2	0,9%
Meget utilfredsstillende	2	0,9%
Ved ikke	9	4,1%
I alt	222	100,0%



### Spørgsmål 12: Har De lyst til at besøge Assens Kommune igen?

	Respondenter	Procent
Ja	200	89,7%
Nej	9	4,0%
Ved ikke	14	6,3%
I alt	223	100,0%

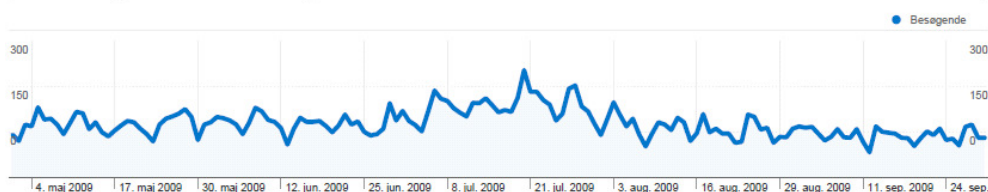


## Tilfredsheden med [www.visitassens.dk](http://www.visitassens.dk)

### Besøgsstatistik

#### Besøgsstatistik 2009 – udtræk maj – september


www.visitassens.dk 01/05/2009 - 30/09/2009  
**Oversigt over besøgende** Sammenligner med: Websted



**15.595 personer besøgte dette websted**

 **23.870** Besøg

 **15.595** Absolut entydige besøgende

 **85.558** Sidevisninger

 **3,58** Gennemsnit af sidevisninger

 **00:02:47** Tidsforbrug på webstedet

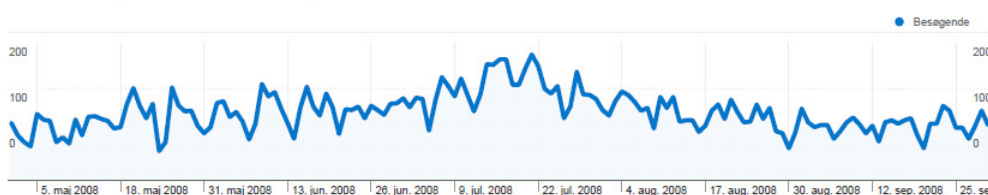
#### Fakta om hjemmesiden visitassens.dk:

År 2008: 18.904 besøg (maj-september)  
 År 2009: 23.870 besøg (maj-september)

Der har været en stigning på 4.966 besøg.

#### Besøgsstatistik 2008 – udtræk maj – september

www.visitassens.dk 01/05/2008 - 30/09/2008  
**Oversigt over besøgende** Sammenligner med: Websted



**12.899 personer besøgte dette websted**

 **18.904** Besøg

 **12.899** Absolut entydige besøgende

 **82.459** Sidevisninger

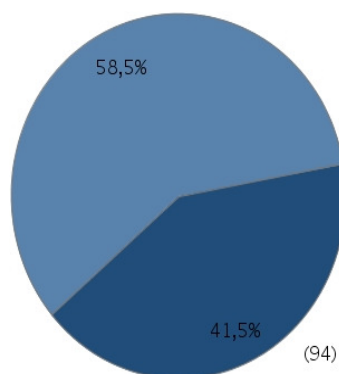
 **4,36** Gennemsnit af sidevisninger

 **00:02:57** Tidsforbrug på webstedet

## Elektronisk spørgeskema

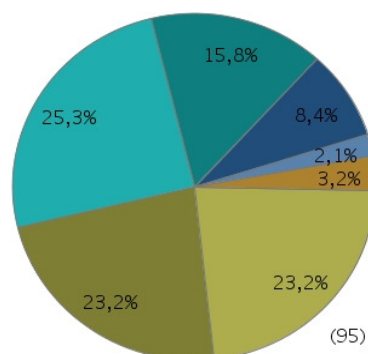
### Spørgsmål 1: Hvilket køn er De?

■ Kvinde ■ Mand



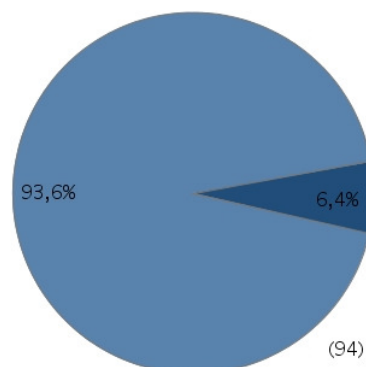
### Spørgsmål 2: Hvilken alder har De?

■ 19 år eller under ■ 20-29 år ■ 30-39 år ■ 40-49 år ■ 50-59 år ■ 60-69 år ■ 70 år eller over

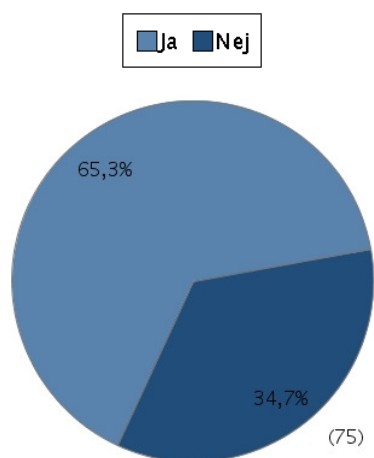


### Spørgsmål 3: Benytter De [www.visitassens.dk](http://www.visitassens.dk):

■ Før ferien? ■ Under ferien?



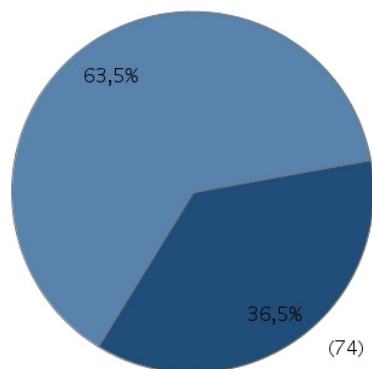
#### Spørgsmål 4: Fandt De det, De søgte?



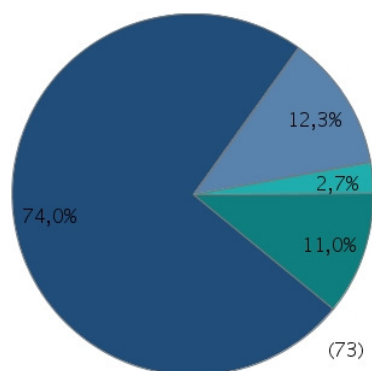
#### Hvis nej, hvad søgte De efter?

- Seværdigheder
- Oversigt over muligheder i Assens by
- Brochurebestilling
- Mere info om skibe i Assens
- Restauranter
- Voldtoftebopladsen
- Kort over byen og butikker
- Mødested for byvandring i Assens
- Brochure request
- Bed & breakfast
- Kort over fiskepladser
- Afgrunden
- Kort til at printe ud
- En ansat
- Sejlskibe i havnen
- Kalender med kulturelle arrangementer
- Sommerhuse til leje
- Baagø
- Noget specielt til børn under 5-6 år.

### Spørgsmål 6: Var informationerne nemme at finde?



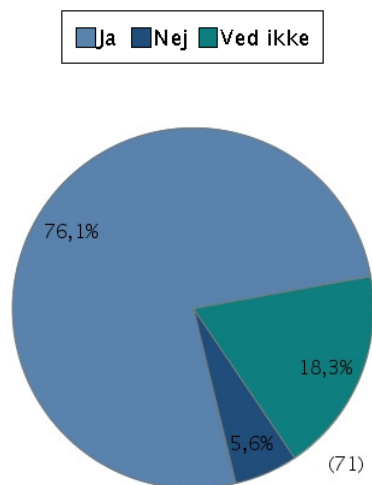
### Spørgsmål 7: Hvordan er Deres helhedsindtryk af [www.visitassens.dk](http://www.visitassens.dk)?



### Har De idéer til forbedringer på [www.visitassens.dk](http://www.visitassens.dk)?

- Forenkling
- Præsentation af Assens og omegn
- Link til spisesteder
- Mere teknologi på hjemmesiden
- 3 klik modellen
- Forenkle sitet
- Mere om søhelten
- Flere fakta om skibe
- Kort over alle butikker
- Cykelruter, vandreruter
- Spørgeskemaet skal komme senere
- GPS koordinater

**Spørgsmål 9: Har De lyst til at benytte [www.visitassens.dk](http://www.visitassens.dk) igen?**



**Delkonklusion – [www.visitassens.dk](http://www.visitassens.dk)**

Ud fra evalueringen kan vi se, at 86,3 % af respondenternes helhedsindtryk af hjemmesiden er godt. Der skal dog arbejdes på at få struktureret hjemmesiden, så gæsterne har nemmere ved at finde informationerne. 76,1 % af respondenterne har lyst til at benytte hjemmesiden igen ved informationssøgning.

Respondenternes helhedsindtryk af hjemmesiden er steget fra år 2008 til år 2009. I 2008 synes 81,3 % godt om hjemmesiden. Dette er i 2009 steget til 86,3 %.

***Fagligt turismenetværks tilfredshed ”før sæson”***

Spørgeskemaet blev udsendt til deltagerne i det faglige turismenetværk (Assens City Camping, Sandager Næs Camping, Vissenbjerg Storkro, AssensBibliotekerne, Marcussens Hotel og borgerservice). Der blev udfyldt 4 spørgeskemaer, hvilket giver en svarprocent på 66,67 %.

**Spørgsmål 1:**

**Hvor tilfreds er du/I med justeringerne af det nye turismekoncept som helhed, dvs. decentral turismeservice - 8 turistinformationer med personlig betjening, Minicards, kompetenceudvikling, turismenetværk, hjemmeside [www.visitassens.dk](http://www.visitassens.dk) m.m.?**

	Respondenter	Procent
Meget tilfreds	1	25,0%
Tilfreds	3	75,0%
Ved ikke	0	0,0%
Utilfreds	0	0,0%
Meget utilfreds	0	0,0%
I alt	4	100,0%

### Spørgsmål 2:

**Hvor tilfreds er du/I med, at der nu er 8 turistinformationer i Assens Kommune?**

	Respondenter	Procent
Meget tilfreds	2	50,0%
Tilfreds	2	50,0%
Ved ikke	0	0,0%
Utilfreds	0	0,0%
Meget utilfreds	0	0,0%
I alt	4	100,0%

### Spørgsmål 3:

**Hvor tilfreds er du/I med Minicards som markedsføring/turistinfo?**

	Respondenter	Procent
Meget tilfreds	2	50,0%
Tilfreds	1	25,0%
Ved ikke	1	25,0%
Utilfreds	0	0,0%
Meget utilfreds	0	0,0%
I alt	4	100,0%

### Spørgsmål 4:

**Hvilke forventninger har du/I til at indgå i løsningen af turist informationsopgaven?**

- Vi er alle en aktiv del af modtagerapparatet
- Jeg har da store forventninger og er sikker på, at det bliver en god oplevelse at få turistinfo
- Store forventninger om, at vi i fællesskab løfter opgaven så vores gæster tilbydes den optimale betjening

### Spørgsmål 5:

**Hvad synes du/I, Udviklingsrådet kan bakke jer yderligere op med for at fremme turismeudviklingen i Assens kommune?**

- Synes vi får den opbakning der skal til. I fællesskab udvider vi hele tiden behovet for hjælp, - og Udviklingsrådet følger med
- Jeg synes absolut de gør alt, så at vi skal komme godt fra start
- Gå i dialog med Fynske medier om udvikling af en turistbrochure i Assens. Ønske: Helårsåbent turistkontor i Assens. Ønske: Længe åbent i turistperioden eks. marts - september

### Del konklusion fagligt turismenetværk "før sæson"

Det faglige turismenetværk er "meget tilfreds/tilfreds" med justeringerne af det nye turismekoncept, og med at der nu er 8 turistinformationer i Assens Kommune.

## **Fagligt turismenetværks tilfredshed ”efter sæson”**

Spørgeskemaet blev udsendt til deltagerne i det faglige turismenetværk (Assens City Camping, Sandager Næs Camping, Vissenbjerg Storkro, AssensBibliotekerne, Marcussens Hotel og borgerservice). Der blev udfyldt 3 spørgeskemaer, hvilket giver en svarprocent på 50 %.

### **Spørgsmål 1:**

**Hvor tilfreds er du/I med justeringerne af det nye turismekoncept som helhed, dvs. decentral turismeservice- 8 turistinformationer med personlig betjening, Minicards, kompetenceudvikling, turismenetværk, hjemmeside [www.visitassens.dk](http://www.visitassens.dk) m.m.?**

	Respondenter	Procent
Meget tilfreds	1	33,3%
Tilfreds	2	66,7%
Ved ikke	0	0,0%
Utilfreds	0	0,0%
Meget utilfreds	0	0,0%
I alt	3	100,0%

**Hvis du/I har svaret utilfreds/meget utilfreds, hvad kan forbedres:**

### **Spørgsmål 2:**

**Hvor tilfreds er du/I med, at der nu er 8 turistinformationer i Assens Kommune?**

	Respondenter	Procent
Meget tilfreds	1	33,3%
Tilfreds	2	66,7%
Ved ikke	0	0,0%
Utilfreds	0	0,0%
Meget utilfreds	0	0,0%
I alt	3	100,0%

**Hvis du/I har svaret utilfreds/meget utilfreds, hvad kan forbedres:**

### **Spørgsmål 3:**

**Hvor tilfreds er du/I med Minicards som markedsføring/turistinfo?**

	Respondenter	Procent
Meget tilfreds	1	33,3%
Tilfreds	2	66,7%
Ved ikke	0	0,0%
Utilfreds	0	0,0%
Meget utilfreds	0	0,0%
I alt	3	100,0%

**Hvis du/I har svaret utilfreds/meget utilfreds, hvad kan forbedres:**

**Spørgsmål 4:**

**Hvordan har du/I oplevet at indgå i turistinformationsopgaven 2009?**

Meget positivt. Fik det grønne "I". Kunne godt bruge flere "kunder".

Vi har udleveret flere brochurer specielt vores gratis internet har været en stor hjælp, blev brugt rigtig meget.

**Spørgsmål 5:**

**Hvad har været godt?**

Internet, samt vores mapper

**Spørgsmål 6:**

**Hvad har været skidt?**

**Spørgsmål 7:**

**Hvor tilfreds er du/I med det faglige turismenetværk?**

	Respondenter	Procent
Meget tilfreds	1	33,3%
Tilfreds	2	66,7%
Ved ikke	0	0,0%
Utilfreds	0	0,0%
Meget utilfreds	0	0,0%
I alt	3	100,0%

**Hvis du/I har svaret utilfreds/meget utilfreds, hvad kan forbedres:**

**Spørgsmål 8:**

**Hvad synes du/I, Udviklingsrådet kan bakke jer yderligere op med for at fremme turismeudviklingen i Assens Kommune?**

**Del konklusion – faglige turismenetværks tilfredshed ”efter sæson”**

Respondenterne af det faglige turismenetværk, som har besvaret spørgeskemaet, er ”meget tilfreds/tilfreds” med justeringerne af det nye turismekoncept. Alle respondenterne er ”meget tilfreds/tilfreds” med, at der nu er 8 turistinformationer. Respondenterne er ”meget tilfreds/tilfreds” med det faglige turismenetværk.

## Resultat/Konklusion

75,8% af vores gæster finder udbuddet af turistinformation tilfredsstillende eller meget tilfredsstillende, 21,4% er neutrale og 2,8% er utilfredse. 81,8% fik den ønskede information på turistinformationerne rundt i kommunen, 15,9% er neutrale og 2,3% siger nej. 78,6% fandt deres besøg på turistinformationerne tilfredsstillende, 20,5 % er neutrale og 1% var utilfredse. 94,1% af respondenterne finder deres besøg i Assens Kommune tilfredsstillende, 4,1% er neutrale i spørgsmålet og 1,8 % var utilfredse. 89,7% har lyst til at besøge Assens Kommune igen. 6,3% er neutrale. 4% siger nej.

Elementerne i den decentrale turismeservice fungerer rigtig godt, bl.a. det faglige turismenetværk – 8 turistinformationer med personlig betjening, hjemmesiden [www.visitassens.dk](http://www.visitassens.dk) samt markedsføring af vores område via minicards.

Der skal vurderes, hvordan hjemmesiden [www.visitassens.dk](http://www.visitassens.dk) kan optimeres yderligere. Gode idéer fra hjemmesidens brugere skal implementeres, bl.a. mere om Peter Willemoes.

### **www.visitassens.dk:**

86,3 % af respondenterne synes at helhedsindtrykket af [www.visitassens.dk](http://www.visitassens.dk) er godt. 76,1 % af respondenterne har lyst til at benytte [www.visitassens.dk](http://www.visitassens.dk) igen.

### **Turisterhervets tilfredshed:**

73,7 % af respondenterne fra turisterhervet er tilfreds med justeringerne af det nye turismekoncept. 26,3% er neutrale. Ingen af respondenterne er utilfredse.

### **Fagligt turismenetværks tilfredshed:**

100 % af respondenterne er tilfredse med justeringerne af det nye turismekoncept og med, at der nu er 8 turistinformationer i Assens Kommune. Respondenterne er desuden tilfredse med Minicards som markedsførings værktøj.

### **Handelsstandsforeningernes tilfredshed:**

Respondenterne er 100 % tilfreds med justeringerne af det nye turismekoncept og med, at der nu er 8 turistinformationer i Assens Kommune. 2 handelsstandsforeninger har svaret.

### **Markedsføring**

Markedsføringen via [www.visitassens.dk](http://www.visitassens.dk) og minicards har fungeret godt. Besøgstallet på hjemmesiden er øget yderligere.

Ved sammenligning med andre "visit" løsninger i tilsvarende kommunestørrelse har hjemmesiden haft et pænt besøgstal. Minicards har givet den ønskede ROI, da kortene er med til at gøre perlerækken af oplevelsesmuligheder tilgængelige for gæsten. På nuværende tidspunkt er der 26 værtssteder for minicards. Produktet giver nogle uhåndgribelige værdier som: glidere gæster, motivation til at besøge attraktioner, image m.m. Assens er det eneste sted udenfor København, der har minicards.

Det overordnede billede af tilfredsheden med den decentrale turismeservice er positivt.

Den decentrale turismeservice har opnået en god værdi i forhold til det investerede, da aktiviteterne og kompetenceudviklingen har resulteret i ny viden for turisterhvervet/faglige turismenetværk. Markedsføringen - minicards, [www.visitassens.dk](http://www.visitassens.dk) og 8 turistinformationer har resulteret i en bedre servicering af kommunens gæster = større tilfredshed, da gæsterne havde mulighed for at få turistinformation på de 8 turistinformationer, samt på de 26 værtssteder for minicards.

## SWOT – analyse – Indsatsområder

Styrker	Svagheder
<p><b>Decentral turismestrategi</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fem certificerede turistinformationer</li> <li>• Turistinfo på AssensBibliotekerne skiltet (Assens, Glamsbjerg og Aarup bibliotek)</li> <li>• Det faglige turismenetværk</li> <li>• Det gode værtskab</li> <li>• Turisterhvervets tilfredshed</li> <li>• Fagligt turismenetværks tilfredshed</li> <li>• 2 positive handelsstandsforeninger</li> <li>• Gæsterne kan modtage turistinformation, hvor de befinder sig</li> <li>• Gæsternes tilfredshed</li> <li>• Fælles fodslag</li> <li>• Kompetenceudvikling af turistinformationerne</li> <li>• Hjemmeside <a href="http://www.visitassens.dk">www.visitassens.dk</a></li> <li>- Stigende besøgstal fra 2008 til 2009</li> <li>- Helhedsindtrykket af visitassens.dk er godt mener 86,3 % af respondenterne</li> <li>- 76,1 % af respondenterne vil benytte hjemmesiden igen.</li> <li>• Minicards - 26 Værtssteder</li> <li>• Meetingplace</li> <li>Udenlandske aviser</li> <li>Trådløst internet</li> <li>Computere/printer</li> <li>Brochurer</li> <li>• Servicering af Turisterhvervet – kurser + 2 gange genopfyldning af minicards på attraktionerne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Skiltningen kan forbedres yderligere</li> <li>• Manglende viden om de 8 turistinformationer med personlig betjening</li> <li>• Synlighed af turistinformation ved indfaldsvejene til Assens Kommune</li> </ul>

Muligheder	Trusler
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortsat inddragelse af turisterhvervet</li> <li>• Minicards – flere værtssteder</li> <li>• Udbygning af visitassens.dk</li> <li>• Turisterhvervet – kompetenceudvikling</li> <li>• Yderligere værtskabskurser</li> <li>• Forbrugertrends – IT anvendes yderligere/mobilteknologi</li> <li>• Forbedring af skiltningen</li> <li>• Markedsføring af den decentrale turismeservice</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Skiltningen i Assens Kommune</li> <li>• Forandringsparathed</li> </ul>

## ***Bilag 1- Turismestrategi og handlingsplan for Assens Kommune 2008/2009***

### **Baggrund**

Den samlede turismestrategi som blev vedtaget af Udviklingsrådet i november 2007, er et resultat af, at ildsjæle blandt turisterhvervets mange aktører med stort engagement har involveret sig i et samarbejde med Udviklingsrådet omkring udviklingen af strategien. Se bilag 2.

Idet turistens samlede oplevelse netop udgøres af turismens mange aktører har det været afgørende for strategien, at den udspringer af mennesker, samarbejde og samspil og baseres på disses involvering, engagement, ejerskab.

Udviklingsrådet ser det som sin rolle at være initiativtager og inspirator i turismeerhvervet, koordinator mellem turismens aktører og bindeled mellem private og offentlige aktører samt ikke mindst at sikre samspil mellem den lokale og den regionale turismestrategi.

### **Mission**

Målet med én samlet turismestrategi for Assens Kommune er, at have et fælles pejlepunkt for turismeudviklingen, der sikrer, at vi ved samling af ressourcerne i fælles indsats opbygger unikke og længerevarende konkurrencemæssige fordele for turismeerhvervet.

Udviklingsrådet skal være katalysator for og tovholder på en stærk strategi for turismen. Strategien skal være forankret i konkrete projekter, der på én gang er visionære og samtidig kan skabe målbare værdier for de virksomheder, der investerer i strategien.

### **Kort sagt:**

**Målet er vækst i turismeerhvervet – midlet er samarbejde.**

**Sammendrag af evalueringen - samlet i en SWOT – analyse (styrker, svagheder, muligheder, trusler)**

Styrker	Svagheder
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konceptet</li> <li>• Kompetenceudvikling Værtskabskursus - tilfredshed Bustur - tilfredshed</li> <li>• Hjemmeside <a href="http://www.visitassens.dk">www.visitassens.dk</a> Antal besøgende Tilfredshed</li> <li>• Minicards 25 Værtssteder – en stigning på 17 i perioden</li> <li>• Arrangementer Åbning af Meeting Place- turistinfo i Tobaksgården – 125 deltagere Kick Off</li> <li>• Meetingplace Udenlandske aviser Trådløst internet Computere/printer Brochurer</li> <li>• Servicering af Turisterhvervet – kurser + 3 gange genopfyldning af minicards på attraktionerne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minus personlig betjening</li> </ul>

Muligheder	Trusler
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortsat inddragelse af turisterhvervet</li> <li>• Minicards – flere værtssteder</li> <li>• Turisterhvervet – kompetenceudvikling</li> <li>• Flere busture</li> <li>• Yderligere værtskabskurser</li> <li>• Forbrugertrends – IT anvendes yderligere</li> <li>• Forbedring af skiltningen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Skiltningen i Assens Kommune</li> <li>• Forandringsparathed</li> </ul>

## **Ud fra SWOT analysen, anbefales følgende handlingsplan for perioden 2008/2009:**

**Handlingsplanen er endelig godkendt af Udviklingsrådets bestyrelse den 24. november 2008. Handlingsplanen har været udsendt til turisterhvervet og fremlagt for Assens byråd (28. oktober 2008).**

### **Konceptudvikling**

- Udbygning af den decentrale turismeservice – antallet af Meeting Places - turistinfo øges, skiltes bedre og kompetenceudvikles yderligere
- Turistinfo udbygges på hotellerne (Marcussens og Vissenbjerg Storkro, de store campingpladser (City camping og Sandager Næs camping) og på udvalgte biblioteker (Industrien i Aarup, Glamsbjerg og Assens). Meeting Place – turist info på Tobaksgården i Assens indgår i denne udbygning. Udviklingsrådet understøtter det enkelte turistinfosted i en individuelt tilpasset indsats.
- Meeting Place- turistinfo i Tobaksgården tilbyder personlig betjening nogle timer dagligt i højsæsonen
- Der samarbejdes om en klar skiltning til de 8 turistinfosteder i hele Assens kommune
- Der samarbejdes om en klar skiltning til attraktionerne i hele Assens kommune
- På kort sigt - fortsat samarbejde om kompetenceudvikling af borgerservice
- På lang sigt – samarbejde om konceptudvikling for turismeservice i borgerservice/biblioteker i de nye biblioteker

### **Aktiviteter**

- Der etableres et fagligt turismeservicenetværk blandt Meeting Place – turistinfostederne
- Turismebrochuresamarbejde er igangsat (oktober 08) for hele turisterhvervet og handelen. Formål: Tiltrække turister og gæster til Assens. Der udsendes en imagebrochure i 50.000 ex. via Danmarksdistributionen i februar 2009 til hele landet. Brochuren kan medtages på de danske og internationale turistmesser.

Der udarbejdes en imagebrochure. Der er nedsat en bredt sammensat brochurearbejdsgruppe som opfølgning på evalueringen af turismestrategien.

- Udbygning af minicards. Gensalg og mersalg indenfor og udenfor kommunen
- Skiltning af både turistinfosteder og attraktioner
- Der gennemføres bustur til kommunens "perlerække" i april/maj 2009 for alle aktører
- Der gennemføres "kick-off" for alle frontmedarbejdere i turisterhvervet i april/maj inkl. muséer, biblioteker og medarbejdere i borgerservice

- Der gennemføres "kick-off" for handelsstandsforeningernes medlemmer i løbet af vinteren, hvor den nye turismeservice drøftes indgående. Hvor kan de handlende henvise de kunder der har brug for turistinformation. Der orienteres om indholdet på hjemmesiden [www.visitassens.dk](http://www.visitassens.dk)
  - Der gennemføres undervisning for turisterhvervet bredt set i koncept og indhold.
  - Kompetenceudvikling tilbydes bibliotekerne og medarbejderne i borgerservice.
  - Faglig sparring tilbydes attraktionerne i forhold til udvælgelse af skriftligt materiale (brochureudbud).
  - Hjemmesiden [www.visitassens.dk](http://www.visitassens.dk) udbygges yderligere med grønne og blå oplevelser, cykelruter, vandreruter og viden om andre aktiviteter. De fynske styrkepositioner understøttes (havørred, cykling, det maritime, det kulinariske, slotte og herregårde).
  - Margueritrute udbygges (er igangsat)
  - Understøtte den digitale udvikling – f.eks. information via mobilteknologi.
  - Undersøge økonomien (igen) i elektroniske informationsstandere
  - Cykling/vandreruter/ MBT – evt. i samarbejde med LAG
  - Fælles fynske turismeprojekter – fælles imagebrochure – er igangsat
  - Syddansk/fynsk samarbejde om messer og markedsføring af de fynske styrkepositioner – er igangsat. Profilbrochure for Fyn på 36 sider udkommer i 200.000 eksemplarer på dansk, engelsk og tysk. Formålet er at tiltrække gæster til Fyn. Omdrejningspunktet bliver de 5 fynske styrkepositioner: Cykel, havørred/fisk, det maritime, slotte og herregårde og det kulinariske.
- Distribueres til alle turistbureauer i Danmark, samt til markederne i Norge, Sverige, Tyskland, Holland og UK. På messer i Danmark, Tyskland, Sverige og Holland.
- Udviklingsrådet er i det syddanske/fynske samarbejde repræsenteret på messerne i Holland, Bella Center, Hamborg og Herning
  - Der etableres i det fynske samarbejde en "cykelfyn" og "vandringfyn" hjemmeside.
  - I samarbejdet udvikles der digitaliserede ruter og alternative ruteforløb, så de er konvertible med de gængse GPS'er på markedet.
  - I samarbejdet udarbejdes et nyt cykelkort Fyn med tilhørende guidebog.
  - Udviklingsrådet er repræsenteret i styregruppen for Havørred Fyn.
  - Der er i det fynske samarbejde afsat midler til et udviklingsprojekt, hvor Syddansk Universitet inddrages i forhold til udvikling af effektmålingsværktøjer. Effektmåling af brochurer, annoncering, kampagnetiltag m.v.
  - Syddansk turismestrategi – fremlægges af Syddansk Turisme den 14. november 2008.

## Bilag 2 – gæsternes tilfredshed

Kære gæst

I Assens Kommune vil vi gerne yde en god turismeservice, derfor håber vi at De vil være os behjælpelig med Deres vurdering.

### 1. Hvilket køn er De? (sæt kryds)

- Kvinde  
 Mand

### 2. Hvilken alder har De? (sæt kryds)

- 19 år eller under  
 20-29 år  
 30-39 år  
 40-49 år  
 50-59 år  
 60-69 år  
 +70 år

### 3. Hvilken nationalitet har De? (sæt kryds)

- DK       GB  
 D         F  
 N         NL  
 S

Andet: \_\_\_\_\_

### 4. Er De? (sæt kryds)

- Borger i Assens Kommune  
 Endagsturist  
 Ferieturist

Andet: \_\_\_\_\_

### 5. Hvor fandt De inspiration til ferien? (sæt kryds)

- Hjemmesider

Hvilke? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

- Brochurer  
 Familie/venner

Andet: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

### 6. Hvor har De modtaget turistinfo under opholdet?

- Meeting Place - Tobaksgaarden  
 Marcussens Hotel  
 Assens City Camping  
 Sandager Næs Camping  
 Vissenbjerg Storkro

Andet: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

### 7. Kunne personalet give Dem den ønskede information? (sæt kryds)

- Ja  
 Nej  
 Ved ikke

### 8. Hvor tilfredsstillende finder De deres besøg på turistinformationen? (sæt kryds)

- Meget tilfredsstillende  
 Tilfredsstillende  
 Ikke tilfredsstillende  
 Meget utilfredsstillende  
 Ved ikke

### 9. Finder De udbudet af turistinformation i kommunen tilfredsstillende? (sæt kryds)

- Ja  
 Nej  
 Ved ikke

Hvis nej, har de forslag til forbedringer:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

### 10. Finder De turistinfo skiltningen i Assens Kommune? (sæt kryds)

- Meget tilfredsstillende  
 Tilfredsstillende  
 Ikke tilfredsstillende  
 Meget utilfredsstillende  
 Ved ikke

### 11. Finder De deres besøg i Assens Kommune? (sæt kryds)

- Meget tilfredsstillende  
 Tilfredsstillende  
 Ikke tilfredsstillende  
 Meget utilfredsstillende

### 12. Har De lyst til at besøge Assens Kommune igen? (Sæt kryds)

- Ja  
 Nej

**Tak for Deres besvarelse – Spørgeskemaet bedes afleveret ved personalet.**

## **PRESSEMEDDELELSE – DECENTRAL TURISMESERVICE 2009**

11. august 2009

### **Assens er blevet den gode vært**

**Som et af de første steder i landet har Assens på Vestfyn opbygget en ny decentral turistinformation. Kommunens gæster hilses velkommen fra alle indfaldsveje - og der skæves til modellen i turistbranchen**

De fleste har oplevet den pludselige frustration eller ligefrem rådvildhed, der kan melde sig, når man under fremmede himmelstrøg ikke kan få lige nøjagtig den information, man har brug for. Hotel- eller campingværtten forstår ikke dit sprog og kender slet ikke den seværdighed, du leder efter.

I Assens oplever turister – i den første sæson med en ny decentral turistinformation – at der tages hånd om dem, dér hvor de står. Fem certificerede turistinformationer på udvalgte nøglepunkter er i dag i stand til at yde vestfynske turister noget nær optimal service.

- Vi er meget begejstrede for, at vi i dag kan hjælpe og guide vores gæster, når de kommer til os. Om det er en cykelrute, en turistattraktion på den anden side af øen eller et kunstmuseum, så kan vi give kompetente svar, fortæller Lone Knudsen, der sammen med sin mand driver Assens City Camping. Samme oplevelse står man med i den nordlige del af kommunen, få meter fra motorvejen.

- På Vissenbjerg Storkro er vi hoveddøren for et utal af bilister, som hopper af motorvejen mod Vestfyn. For os er det en stor glæde, at vi med vores bemandede turistbureau kan give vores gæster et kompetent overblik over de mange muligheder i området, siger Peter Madsen direktør på Vissenbjerg Storkro, der for kort tid siden blev autoriseret som turistbureau.

- Hvor vores turister tidligere var nødt til at tage turen til Assens eller Odense for at komme til et rigtigt turistbureau, så kan de i dag nøjes med at slå et smut forbi receptionen, mens de alligevel er gæster her på stedet, fortæller han.

### **Fælles fodslag**

I alt har fem turistinformationer i Assens Kommune, som nogle af de første i landet, gennemført Visit Danmarks kursus om det gode værtskab. Et kursus, der har til formål at sikre et professionelt serviceniveau i de decentrale turistinformationer.

- Vi føler os i dag rigtig godt klædt på til at levere den service, som turisterne i byen efterspørger. Vi har lært en masse om, hvordan vi bedst muligt opfylder turistens aktuelle behov, siger Mona Andersen/Daniel Juul, hotelchef på Marcussens Hotel i Assens. Hun tilføjer:

- Derudover har det været en stor styrke for Assens kommune som helhed, at flere aktører indenfor turist-området i dag har fælles fodslag og en fælles bevidsthed om, hvordan vi fremstår som gode værter.

Helt på linje med det synspunkt er Erik Uglvig, indehaver af Sandager Næs Camping. Han betoner dog, at det ikke har været gratis at opnå autorisation som turistinfo.

- Vi har selv investeret både tid og penge i at få et skilt med et rødt "I" ved vores indgang, siger campingchefen, som dog er helt sikker på, at pengene er givet godt ud.

- Vi har jo altid været vant til at betjene turister. Men nu er det blevet sat ind i nogle gode rammer. Vi råder over alverdens tænkelige materialer. Sammen med de øvrige turistaktører i

Assens ved vi, hvordan vi yder den bedst mulige service, og derudover kan vores gæster kvit og frit selv hente oplysninger på de opstillede computere, fortæller Erik Uglvig.

### **Turisterne med på ideen**

I Udviklingsrådet, der har været tovholdere i hele processen, er man tilfredse med, at den nye lokalt forankrede turistmodel, har fået vind i sejlene.

- Vi er i gang med at gøre os de første spæde erfaringer med den nye turismestrategi. Set i det lys er det meget positivt, at turisterne har taget så godt imod den nye decentrale struktur, siger Inge Dahl, direktør i Udviklingsrådet. Hun mener ganske enkelt, at det er lykkedes Assens at komme den moderne turist i møde.

- Vi oplever, at der i turistbranchen i Danmark skæves til den model, som vi har opbygget i Assens. Vi tror på, at vi har skabt en struktur, der er tidssvarende, fordi folk i dag er vant til at kunne indhente informationer dér, hvor de befinder sig – det er selve grundtanken med vores turismeindsats, fremhæver Inge Dahl.

*For yderligere oplysninger kontakt:*

*Inge Dahl, direktør i Udviklingsrådet, [id@udviklingsraadet.dk](mailto:id@udviklingsraadet.dk), tlf.20271760,*

*Tobaksgården 7, 5610 Assens.*

*Hovedtlf.nr. 64712031.*