

# Naturum Höga Kusten 2008

En turistekonomisk analys  
enligt TEM-metoden



© White Arkitekter

# Innehåll

Metod	3
TEM	
Vilka besökare är turister?	
Turister med Naturum HK som reseanledning	
Definitioner och förklaringar	4
Turistekonomisk analys	
Besök och vistelsetid	5
Vad betyder Naturum HK för den lokala ekonomin?	6
Samtliga turister	7
Lokalbefolkning	7
Bilagor	
Bilaga 1. Besökare med Naturum HK som reseanledning	
Bilaga 2. Samtliga turister	
Bilaga 3. Varifrån kom besökarna?	
Hur fick besökarna information om Naturum HK?	
Bilaga 4. Tidigare besök	
Hur länge stannade besökarna?	
Bilaga 5. Gäst kategorier	
Hemortsundersökning	
Bilaga 6. Frågeformulär	

## Metod

### TEM

TEM, eller TuristEkonomiska Modellen, är en allmänt vedertagen metod för att analysera turismens effekter på lokal ekonomi och sysselsättning. Den bygger på stickprovsurval, varför redovisade siffror inte är exakta utan ska ses som mått på storleksordningen av de beskrivna variablerna.

De besökare som är bosatta i den kommun i vilken en undersökt anläggning är belägen tillför inga nya pengar till kommunen, utan omdisponerar i princip bara sina utgifter. Endast den över kommungränsen inresande turismen har en positiv nettoeffekt på den lokala ekonomin. Dessa besökare utgör därför basen vid en turistekonomisk analys.

Två olika enkätundersökningar ligger till grund för denna rapport:

För att få en uppfattning om hur mycket pengar besökarna spenderade och på vad, genomfördes en intervjuundersökning. Formulär delades ut och samlades in i receptionen. 373 slumpmässigt utvalda besökare, representerande 890 personer, fick svara på frågor om hemort, boende och utlägg. Intervjuerna skedde under vecka 26-33 2008. Se bilaga 6.

Under 6 dagar, fördelade över mätperioden, gjordes dessutom en hemortsundersökning i syfte att klarlägga hur stor andel av besökarna som var bosatta i Kramfors kommun. Under mät dagarna ställde personalen frågan "Är du bosatt i Kramfors kommun eller är du här på besök?" till ett strikt slumpmässigt urval på 10% av samtliga besökare. Resultatet noterades som "pinnar" på ett enkelt formulär.

### Vilka besökare är turister?

När det gäller lokalbefolkningens besök så ligger större delen av Kramforsbornas konsumtion med största sannolikhet i den egna kommunen. Örnköldsviksborna reser de facto över kommungränsen, och har utlägg som kommer Kramfors till godo men det förekommer rimligen också utlägg i hemkommunen, tex för transport och livsmedel (matsäck).

I enkätformuläret frågas efter utlägggen "på den här orten/i det här området". Genom Naturum Höga Kustens läge nära gränsen mellan Örnköldsviks och Kramfors kommuner får båda kommunerna del av naturumbesökarnas omsättning. Det är också svårt för turistande besökare att veta i vilken kommun varje utlägg gjorts.

Av dessa skäl behandlas därför de båda kommunerna här tillsammans som "hemkommun". Det innebär att Kramfors- och Örnköldsviksborna ej ingår i analysunderlaget och att framräknad omsättning och sysselsättning kommer båda kommunerna till godo.

Hemortsundersökningen borde av denna orsak rätteligen ha avsett bosatta även i Örnköldsviks kommun, men genom analys av andelen Örnköldsviksbor i intervjumaterialet har ändå en turistandel kunnat räknas fram.

### Turister med Naturum Höga Kusten som reseanledning

Besökare med Naturum som främsta resmål stannar ofta några dagar extra i området. Det är rimligt att även ta hänsyn till dessa vid en analys av vad anläggningen genererar. Analyser redovisas för dels naturumdagen och dels hela vistelsen. I det senare fallet har utlägg och turistkrona antagits vara desamma som vid dagen för naturumbesöket.

## Definitioner och förklaringar

**En turist** definieras som

*en person som besöker ett område utanför ordinarie bostadsort, för övernattning eller dagbesök. Besöket kan avse såväl fritid som arbete.*

I rapporten redovisas effekterna av de dagbesökare och övernattare, som inte är bosatta i Kramfors eller Örnsköldsviks kommuner. Se även metodavsnittet.

**Besökare, besök**

Turist som besökt Naturum Höga Kusten. En och samma besökare kan generera flera besök.

**Kommersiella gästnätter**

Övernattningar på hotell, vandrarhem, stugby, camping och stuga/rum som hyrts genom förmedling.

**Icke kommersiella gästnätter**

Övernattningar hos släkt och vänner och i eget fritidshus samt fri camping.

**Turismomsättningen**

utgörs av de totala konsumtionsutläggerna för besökarnas resa till och uppehålle på destinationen.

**Några av kostnadsposterna**

Restaurang omfattar de utlägg besökarna haft för mat på Naturum samt övriga restaurang-, café- och gatukökbesök i Kramfors/Örnsköldsviks kommun.

Transport: Utlägg för bensin, biltillbehör, buss, taxi etc.

Shopping utgörs av sällanköpshandel, tex konsthantverk, kläder och möbler.

I Aktiviteter ingår tex klätterlederna, Labyrinten, Paradisbadet, fiskekort, ridning etc.

**Genererad sysselsättning**

Det antal årsanställda som besökarna genom sin konsumtion skapar underlag för i branscherna logi, restaurang, livsmedel, shopping, transport och aktiviteter.

**mnkr, tkkr**

Förkortningar enligt svensk standard för miljoner kronor respektive tusental kronor.

## Turistekonomisk analys

### Besök

Naturum Höga Kusten har ungefär **36 000 besök per år**. Siffran bygger på data från automatisk besöksräknare, som kalibrerats genom jämförelse med manuell räkning.

Vid sommarens undersökning var andelen Kramforsbor ca 10% och besökarna från Örnsköldsviks kommun ungefär 7%. Kalkylen baseras på en turistandel av 80% eller ca **29 000 turistbesök**. För drygt 8 000 besökare var Naturum HK resans huvudmål.

### Vistelseid

Boende på kommersiell logi gjorde genomsnittligt 3,2 övernattningar i området. Också besökare med huvudsyftet att besöka Naturum stannade 3,2 nätter.

Icke kommersiell logi utgörs främst av besök hos släkt och vänner samt i eget fritidshus. Båda kategorierna och i synnerhet fritidshusboende, har ofta långa vistelsetider och genomsnittet är närmare 7 övernattningar. För de turister som kommit till trakten speciellt för att besöka Naturum, men inte vill betala för sitt boende, är det fri camping som gäller. Vistelseiden ligger här på ca 2 nätter.

Oavsett boendeform så passar uppenbarligen de besökare som haft Naturum som främsta resmål på att stanna några dagar och se sig om i trakten. Naturum Höga Kusten genererar alltså besök även på andra platser i Kramfors och Örnsköldsviks kommuner. Se bilaga även 4.

## Vad betyder Naturum Höga Kusten för den lokala ekonomin?

Turister med Naturum som reseanledning

### Besök

Besökarna med Naturum HK som resans huvudsyfte är särskilt viktiga eftersom den omsättning och den sysselsättning de genererar är en direkt följd av anläggningens existens. Utan Naturum HK skulle de ha valt andra resmål, och orten och de båda kommunerna kanske hade gått miste om deras bidrag till den lokala ekonomin.

För en dryg fjärdedel av turisterna, eller ca **7 600**, var huvudsyftet att besöka Naturum HK. De fördelar sig på **2 000 dagbesökare** och **5 600 övernattare**.

Men de besökare som lockades av Naturum stannar som sagt ofta några dagar extra i området. Den genomsnittliga vistelsetiden för boende på kommersiell logi var drygt 3 dagar, kortast på hotell och längst i hyrd privatstuga. Det är rimligt att även ta hänsyn till dessa extra dagar vid en analys av vad anläggningen genererar. Med detta synsätt alstrade Naturum Höga Kusten totalt närmare **17 000 gästnätter**, dvs sammanlagt ca **19 000 besök**:

### Omsättning

Turister med Naturum som besöksanledning hade en något högre (330 kr/dygn) genomsnittlig utläggsnivå än övriga (315 kr/dygn).

Räknat på den dag besökarna vistades på Naturum Höga Kusten genererades en årlig turismomsättning av 2,5 mnkr inom branscherna logi, livsmedel, restaurang, transport, shopping och aktiviteter. Under besökarnas totala vistelsetid i området alstrade de en omsättning av närmare **7 mnkr**.

Genomsnittligt gick mest pengar till logi, följt av restaurangbesök. Se bilaga 1 .

### Sysselsättning

Naturum har en mätbar sysselsättningseffekt i området. Den konsumtion som besökarna med Naturum som huvudresmål hade bidrog med underlag för ca 2,6 årsanställda inom logi och handel. Räknat på besökarnas hela vistelse skapades underlag för drygt **7 årsanställda**. Därtill kommer ca 3 årsanställda på Naturum.

### Sammanfattning besökare med Naturum HK som reseanledning

	Dagen på Naturum	Hela vistelsen
Icke lokalbefolkning, antal besök	7 600	<b>18 700</b>
Gästnätter	5 600	<b>16 600</b>
Varav Kommersiell logi	4 750	<b>15 100</b>
Icke kommersiell logi	850	<b>1 500</b>
Dagbesök	2 000	<b>2 000</b>
Genererad omsättning, mnkr	2,5	<b>6,9</b>
Genererad sysselsättning, årsanställda	ca 2,6	<b>ca 7,4</b>
Personal på Naturum HK, årsanställda	3	<b>3</b>

Den högra kolumnen beskriver bäst vilken betydelse Naturum Höga Kusten har för Kramfors och Örnsköldsviks kommuner.

## Samtliga turister

Tre fjärdedelar av gästerna tittade in på Naturum när de ändå var i trakten, på genomresa eller på väg till andra besöksmål i området. Nedanstående siffror beskriver inte vilken omsättning och sysselsättning Naturum i sig ger upphov till. Tabellen visar vad som genererades i området av alla turister som besökt Naturum HK, oavsett om detta var deras primära resmål eller ej. Se även bilaga 2.

Icke lokalbefolkning, antal besök	29 000
Gästnätter	23 600
Varav Kommersiell logi	14 200
Icke kommersiell logi	9 400
Dagbesök	5 400
Genererad omsättning, mnkr	9
Genererad sysselsättning, årsanställda	9

## Lokalbefolkning

Kommunbor tillför inga nya pengar till den egna kommunen och ingår därför vanligen inte i turistekonomiska analyser. Av denna anledning är boende i Kramfors och Örnsköldsviks kommuner ej medräknade i analysen.

Under ett år besöks Naturum HK av ungefär 4 300 Kramfors- och 2 700 Örnsköldsviksbor.

## **Bilagor**

Bilaga 1. Besökare med Naturum HK som reseanledning

Bilaga 2. Samtliga turister

Bilaga 3. Varifrån kom besökarna?

Hur fick besökarna information om Naturum HK?

Bilaga 4. Tidigare besök

Hur länge stannade besökarna?

Bilaga 5. Gäst kategorier

Hemortsundersökning

Bilaga 6. Frågeformulär

## Turister med besöket på Naturum HK som reseanledning

Tabellerna baseras på gästernas hela vistelse i området, dvs genomsnittligt 3,2 nätter för övernattande besökare. Detta beskriver bäst Naturum Höga Kustens faktiska ekonomiska och sysselsättningsmässiga effekter.

### Besök och omsättning

Besökarkategori	Besök gn, dagbesök	Dygnsutlägg kr	Omsättning mnkr
Övernattare på kommersiell logi	15 100	425	6,4
Övernattare i icke kommersiell logi*	1 500	140	0,2
Dagbesökare	2 100	145	0,3
<b>Totalt</b>	<b>18 700</b>	<b>370</b>	<b>6,9</b>

\* Främst vildcampare

### Omsättning per utgiftspost

Bransch	Omsättning mnkr
Logi	2,2
Livsmedel, dagligvaror mm	0,8
Restaurang & café	1,3
Transporter	1,1
Shopping	0,7
Aktiviteter	0,8
<b>Totalt</b>	<b>6,9</b>

### Sysselsättning och skatteintäkter

Observera att beräkningen av genererade skatter är mycket ungefärlig.

Man måste också hålla i minnet att båda kommunerna ligger under medelskattkraften, vilket innebär att förändringar i skatteintäkterna balanseras av motsvarande justeringar av det statliga skatteutjämningsbidraget.

Siffrorna ger en total uppskattning av direkta och indirekta skatter.

Besökare med Naturum HK som reseanledning skapar genom sin konsumtion underlag för 7 årsanställda, jämnt fördelade på logi och handel. Dessa genererar ca 0,4 mnkr i direkt och indirekt kommunal skatt och ca 0,18 mnkr till landstinget.

Till detta kommer direkta och indirekta skatter genererade av personalen på Naturum.

### Sammanfattande tabell turister med Naturum som reseanledning

Kategori	Besök	Utlägg kr	Oms tkr	Omsättning per utgiftspost, tkr							Årsanställda		
				Logi	Rest	Livsm	Shop	Transp	Aktiv	Totalt	Drift	Handel	Totalt
Kommersiell logi	15 110	423	6 393	2 190	1 134	742	671	933	722	6 392	3,8	3,2	7
Icke komm logi	1 490	138	205	2	28	58	13	70	35	205	0	0,1	0,1
Dagbesök	2 050	145	297	0	128	18	42	80	30	297	0	0,2	0,2
<b>Summa</b>	<b>18 650</b>	<b>370</b>	<b>6 895</b>	<b>2 191</b>	<b>1 289</b>	<b>818</b>	<b>725</b>	<b>1 084</b>	<b>787</b>	<b>6 895</b>	<b>3,8</b>	<b>3,6</b>	<b>7,4</b>
<b>Fördelning</b>				0,32	0,19	0,12	0,11	0,16	0,11	1,00			

## Samtliga turister

Nedanstående siffror beskriver inte vilken omsättning och sysselsättning Naturum i sig ger upphov till. Tabellen visar vad som genereras i området av alla turister som besökt Naturum HK, oavsett om detta var deras primära resmål eller ej.

### Besökare

	Besök	Andel av samtliga	av turister
Redovisningen baseras på antal besök/år:	<b>36 000</b>		
Ej bosatta i Kramfors/Öviks kommun, "turister"	29 000	80%	
Turistbesök med Naturum som huvudsyfte	7 600	21%	26%

### Turister

#### Besök och omsättning

Besökarkategori	Besök gn, dagbesök	Dygnsutlägg kr	Omsättning mnkr
Övernattare på kommersiell logi	14 200	470	6,7
Övernattare i icke kommersiell logi*	9 400	190	1,8
Dagbesökare	5 400	120	0,6
<b>Totalt</b>	<b>29 000</b>	<b>290</b>	<b>9,1</b>

\* Främst boende i eget fritidshus, besökare hos släkt och vänner och vildcampare

#### Omsättning per utgiftspost

Bransch	Omsättning mnkr
Logi	2,4
Livsmedel, dagligvaror mm	1,1
Restaurang & café	2,1
Transporter	1,3
Shopping	1,1
Aktiviteter	1,1
<b>Totalt</b>	<b>9,1</b>

#### Sysselsättning och skatteintäkter

Observera att beräkningen av genererade skatter är mycket ungefärlig. Man måste också hålla i minnet att båda kommunerna ligger under medelskattekraften, vilket innebär att förändringar i skatteintäkterna balanseras av motsvarande justeringar av det statliga skatteutjämningsbidraget. Siffrorna ger en total uppskattning av de direkta och indirekta skatter som besökarna gav upphov till, oavsett om huvudsyftet var att besöka Naturum eller inte.

Besökarna skapar genom sin konsumtion underlag för 9 årsanställda, varav 3,5 inom logi och 5,5 inom handel. Dessa genererar ca 0,5 mnkr i direkt och indirekt kommunal skatt och ca 0,24 mnkr till landstinget.

Till detta kommer direkta och indirekta skatter genererade av personalen på Naturum.

## Sammanfattande tabell samtliga turister

Kategori	Besök	Utlägg kr	Oms tkr	Omsättning per utgiftspost, tkr							Årsanställda		
				Logi	Rest	Livsm	Shop	Transp	Aktiv	Totalt	Drift	Handel	Totalt
Kommersiell logi	14 220	468	6 653	2 307	1 353	686	686	819	802	6 653	3,6	3,6	7,1
Icke komm logi	9 400	189	1 781	71	469	347	221	402	274	1 781	0	1,3	1,3
Dagbesök	5 360	120	643	0	244	77	161	96	64	643	0	0,5	0,5
<b>Summa</b>	<b>28 980</b>	<b>313</b>	<b>9 077</b>	<b>2 378</b>	<b>2 065</b>	<b>1 109</b>	<b>1 066</b>	<b>1 318</b>	<b>1 141</b>	<b>9 077</b>	<b>3,5</b>	<b>5,4</b>	<b>8,9</b>
<b>Fördelning</b>				0,26	0,23	0,12	0,12	0,15	0,13	1,00			

## Varifrån kom besökarna?

Fördelning på hemregioner

Region	Samtliga turister	Turister med huvudsyfte
Antal intervjuer	373	98
Västernorrland utom Kramfors/Öviks kn	9%	17%
Norra Norrland (AC, BD)	15%	11%
Jämtland (X)	2%	2%
Gävleborg och Dalarna (Z, W)	3%	3%
Stockholm och Uppsala län (AB, C)	19%	11%
Övriga Svealand (D, S, T, U)	6%	6%
Götaland	21%	31%
Norden utom Sverige	4%	0%
Europa utom Norden	15%	13%
Utom Europa	3%	2%
Ej angivet	3%	4%

## Hur fick besökarna information om Naturum HK?

”Vilka två informationskällor hade störst betydelse inför den här resan/det här besöket?”

Region	Samtliga turister	Turister med huvudsyfte
Antal svar	580	151
Broschyr	8%	9%
Turistbyrå	2%	4%
Annons i media	2%	1%
Tidningsartikel	3%	3%
Internet	15%	15%
Vägs skylt	5%	2%
Bekanta som varit här	18%	20%
Bekanta i trakten	8%	5%
Egen erfarenhet	20%	19%
Direktkontakt med anläggning i omr	2%	3%
Reseguide/ bok/karta	12%	13%
Annat	3%	3%
Sökte ej information	2%	2%

## Tidigare besök

”Har du besökt den här orten tidigare?”

Region	Samtliga turister	Turister med huvudsyfte
Antal intervjuer	373	98
<b>Därav tidigare besök</b>	<b>60%</b>	<b>53%</b>

Observera att formuleringen av denna fråga för Naturum HK och Rock Art skiljer sig från övriga mätplatser i TEM-undersökningen, där frågan lyder ”Hur många gånger under den senaste treårsperioden har du besökt den här anläggningen?”

## Hur länge stannade besökarna?

Genomsnittlig vistelsetid i Kramfors/Örnsköldsvik

Turister med besöket på Naturum HK som reseanledning

Besökarkategori	Vistelsetid (Nätter)	Antal intervjuer
Övernattare kommersiell logi	3,2	51
Övernattare icke kommersiell logi	2,2	6
Samtliga	3,1	57

Samtliga turister

Besökarkategori	Vistelsetid (Nätter)	Antal intervjuer
Övernattare kommersiell logi	3,2	138
Övernattare icke kommersiell logi	6,9	71
Samtliga övernattare	4,5	209

Den stora skillnaden i icke kommersiell logi med och utan reseanledning ligger till större delen på besök hos släkt och vänner. Denna kategori har en genomsnittlig vistelsetid på närmare tre veckor. Den saknas naturligt nog helt bland besökare med naturumbesöket som resans huvudsyfte, där det icke kommersiella boendet utgörs av fri camping.

## Gästkategorier

Besökarkategori	Turister	Turister med huvudsyfte
Antal intervjuer	338	84
Dagbesök	27%	33%
Övernattare i Kramfors eller Öviks kn:		
Kommersiell logi	44%	60%
Därav Hotell	7%	} 50%
Vandrarhem	7%	
Camping	16%	
Stugby	11%	
Hyrd privatstuga	3%	
Icke kommersiell logi	29%*	7%**

\* Besökare hos släkt och vänner, boende i eget fritidshus och fricampare.

\*\* Fricampare

## Hemortsundersökning

”Är du bosatt i Kramfors kommun eller är du här på besök?”

Datum	Andel turister
Antal intervjuer	3 314
5 juli	90%
10 juli	88%
11 juli	89%
27 juli	88%
28 juli	91%
29 juli	91%
<b>Totalt</b>	<b>90%</b>

Vid analysen har Kramfors och Örnsköldsvik tillsammans betraktats som ”hemkommun”, se metodavsnittet. Andelen besökare från Örnsköldsvik var i enkätaterialet ca 7%.

# Frågeformulär

Naturum Höga Kusten och Rock Art deltog även i Mitt Sverige Turisms Gästundersökning 2008. För att underlätta för personalen vid dessa anläggningar togs därför nedanstående kombinerade formulär fram.

Endast vissa av frågorna har bearbetats i denna rapport. Övriga resultat finns hos NordAnalys AB, och redovisas i en separat rapport till Naturum HK.

ETT KRYSSVAR PER FRÅGA, DÄR EJ ANNAT ANGES

**Ange ditt hemland och postnummer:**

Hemland: ..... Postnr: .....

Ditt födelseår: .....  Man  Kvinna Dagens datum: .....

**1. Ange åldern på övriga personer från ditt eget hushåll som är med på resan:**

Person 1: ..... Person 2: ..... Person 3: ..... Person 4: .....

Person 5: ..... Person 6: .....  Jag reser ensam från mitt hushåll

**2. Vilken är den främsta anledningen till att du besöker den här orten/det här området?**

- |   |   |   |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Nöje/evenemang         | <input type="checkbox"/> Göra/delta i aktiviteter   | <input type="checkbox"/> Besöka Naturum Höga Kusten |
| <input type="checkbox"/> Besöka annan sevärdhet | <input type="checkbox"/> Shopping                   | <input type="checkbox"/> Sol och bad                |
| <input type="checkbox"/> Besöka släkt/vänner    | <input type="checkbox"/> Vistelse i eget fritidshus | <input type="checkbox"/> Arbete                     |
| <input type="checkbox"/> Annat: .....           |   |   |

**3. Har du besökt den här orten/området tidigare?**

Ja, sommar 2006-2007  Ja, sommar före 2006  Ja, men annan årstid  Nej, aldrig

**4. Har du något huvudresmål för den här resan?**

Ja, ange ort/område: .....  Nej, rundtursresa

**5. Hur många övernattningar gör du**

- totalt under hela den här resan: .....nätter  Dagsresa

- därav på just den här orten/i det här området: .....nätter  Dagsbesök

**6. Hur övernattar du i huvudsak under besöket på den här orten/i det här området?**

- |   |  |   |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Genomresa/dagsbesök                            | <input type="checkbox"/> Stugby/Campingplats (Stuga) | <input type="checkbox"/> Campingplats (Husvagn, tält) |
| <input type="checkbox"/> Hyrd privatstuga/lägenhet (Ej på campingplats) | <input type="checkbox"/> Hotell                      | <input type="checkbox"/> Vandrarhem                   |
| <input type="checkbox"/> Eget fritidshus                                | <input type="checkbox"/> Släkt & vänner              | <input type="checkbox"/> Annat: .....                 |

**7. Vilka två informationskällor hade störst betydelse inför den här resan/besöket?**

Broschyr, ange vilken: .....

Turistbyrå, ange var: .....  Annonser i media, var: .....

Tidningsartikel  Internet  Vägskyltning

Bekanta som varit här  Bekanta i området  Egen tidigare erfarenhet

Direktkontakt med anläggning  Sökte ingen information innan besöket

Reseguide/bok/karta  Annat: .....

**8. Är det något särskilt du saknar och/eller som vi kan förbättra för dig som gäst på den här orten/i det här området, tex när det gäller aktiviteter?**

Nej  Ja – ange vad: .....

.....

**9. Sätt betyg på följande, som du kommit i kontakt med under besöket på den här orten/i det här området:**

	Mycket dåligt				Mycket bra		Vet ej
	1	2	3	4	5	6	
Utbudet på turistinformation <u>före</u> resan/besöket	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Utbudet på turistinformation på orten/i området	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Skyltning till sevärdheter och besöksmål	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Boendeanläggningar - utbud och standard	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mat-/restaurangupplevelser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Utbudet av aktiviteter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Utbudet av sevärdheter/besöksmål	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Shoppingutbud	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Attraktionskraft för barn 0-7 år	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Attraktionskraft för barn/ungdomar 8-15 år	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bemötande från lokalbefolkning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Service/bemötande från personal totalt sett	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prisvärdheten totalt sett på orten/i området	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Helhetsbetyget för orten/området	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**10. Tror du att du kommer att återvända till den här orten/det här området på sommaren någon gång under de 3 kommande åren?**

Nej, säkert inte     Nej, troligen inte     Osäker     Ja, troligen     Ja, säkert

**11. Tror du att du kommer att rekommendera vänner och bekanta att besöka den här orten/det här området?**

Nej, säkert inte     Nej, troligen inte     Osäker     Ja, troligen     Ja, säkert

**12. Försök att uppskatta hur mycket de personer som är med från ditt hushåll tillsammans kommer att spendera under vistelsen på den här orten/i det här området, uppdelat på:**

*Ta bara med utlägg i området, inte t ex tåg- eller flygresa som betalats hemma.*

Om **paketresa**: Paketets pris: ..... kr    Omfattning:  Resa     Logi     Måltider

Boende: ..... kr    Transport i området (Bensin, buss, taxi)..... kr

Aktiviteter: ..... kr    Restaurang, café: ..... kr

Livsmedel, kiosk, alkohol: ..... kr    Shopping (ej livsmedel): ..... kr

Annat, ange vad samt kostnad: ..... kr

Hur många dagar totalt avser ovanstående utlägg? ..... dagar

Hur många personer totalt avser ovanstående utlägg? ..... pers

Formuläret fortsätter →

Vinn en bok eller en biobiljett! → →

Y 2008

NordAnalys AB  
 SVARSPOST  
 830173300  
 831 20 Östersund

Frankeras ej  
 Mottagaren  
 betalar portot

**13. Sätt betyg på följande, som du kommit i kontakt med på Naturum Höga Kusten:**

	Mycket dåligt						Mycket bra		Vet ej
	1	2	3	4	5	6			
Personalens service och bemötande	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Besöksanläggningens innehåll och attraktionskraft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Besöksanläggningens attraktionskraft för barn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Trivsel och atmosfär på besöksanläggningen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Utbud och kvalitet på ev. servering/mat/café	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Städning/skötsel/underhåll	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Prisvärdhet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Helhetsbetyg för besöksanläggningen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

**14. Är det något särskilt du saknar och/eller som vi kan förbättra för dig som gäst på Naturum Höga Kusten?**

.....  
 .....

## Vinn på Ditt formulär!

Är formuläret **fullständigt** ifyllt?

I så fall är du berättigad att delta i utlottningen av 5 böcker "Höga Kusten – ett världsarv" och 10 biobiljetter!

V.g. ange adress och telefon om Du vill vara med i utlottningen:

Namn: .....

Adress: .....

Postadress: .....

Land: .....

e-post: .....

Vinnarna publiceras tidigast den 15 september på <http://abm.vlm.se> och tidigast den 1 oktober på [www.mittsverigeturism.se](http://www.mittsverigeturism.se), och meddelas också personligen.