



**BIRKEN**

**Ingalåmi**

2015

# Resultater

Denne rapporten er utarbeidet av Birken AS på bakgrunn av en markedsundersøkelse gjennomført i Questback. Undersøkelsen ble sendt pr. e-post til alle deltakere som startet i Ingalåmi 2015 i etterkant av arrangementet.

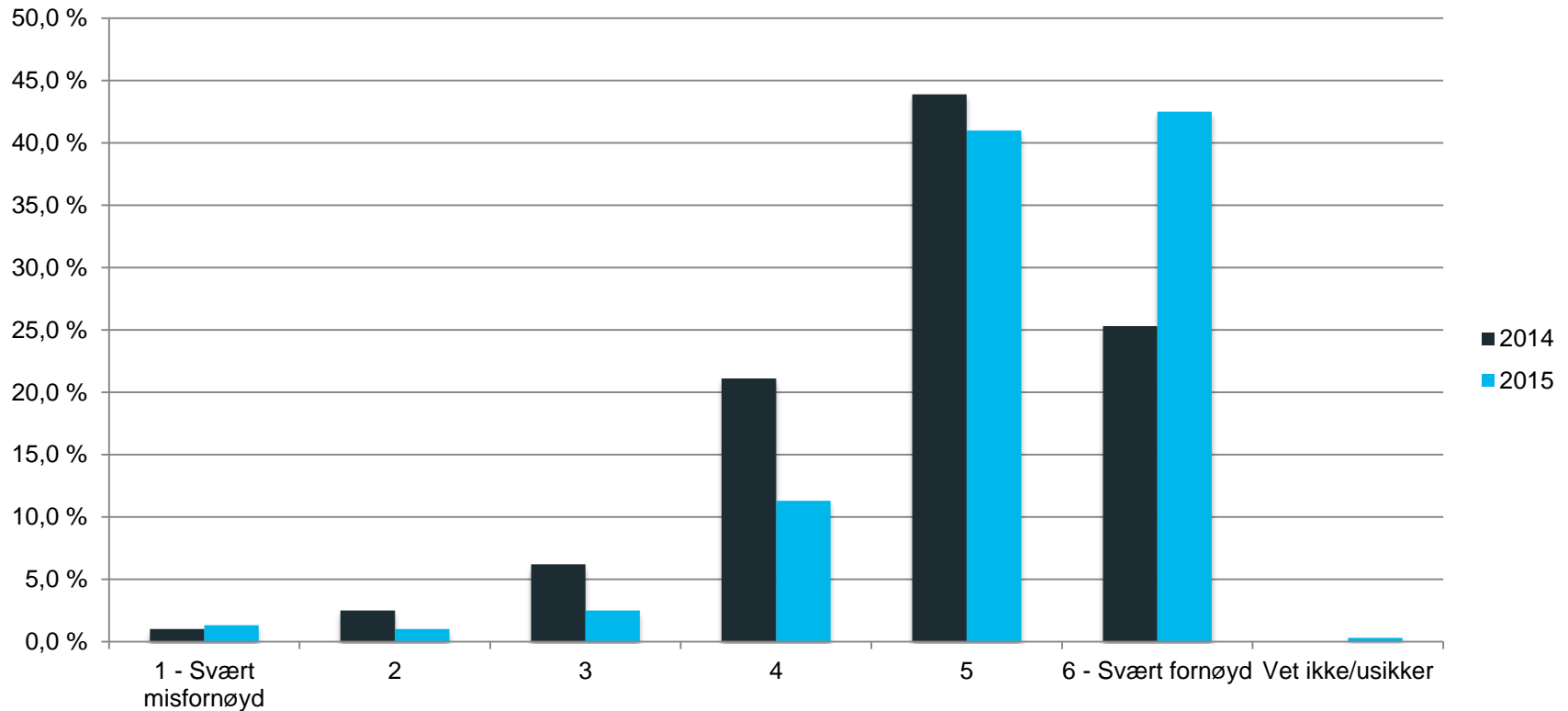
Totalt svarte 599 av 1531 respondenter, dette tilsvarer en svarprosent på 39.

Lillehammer, juni 2015

Kjersti Isaksen  
Markeds- og sponsorkoordinator  
Birken AS

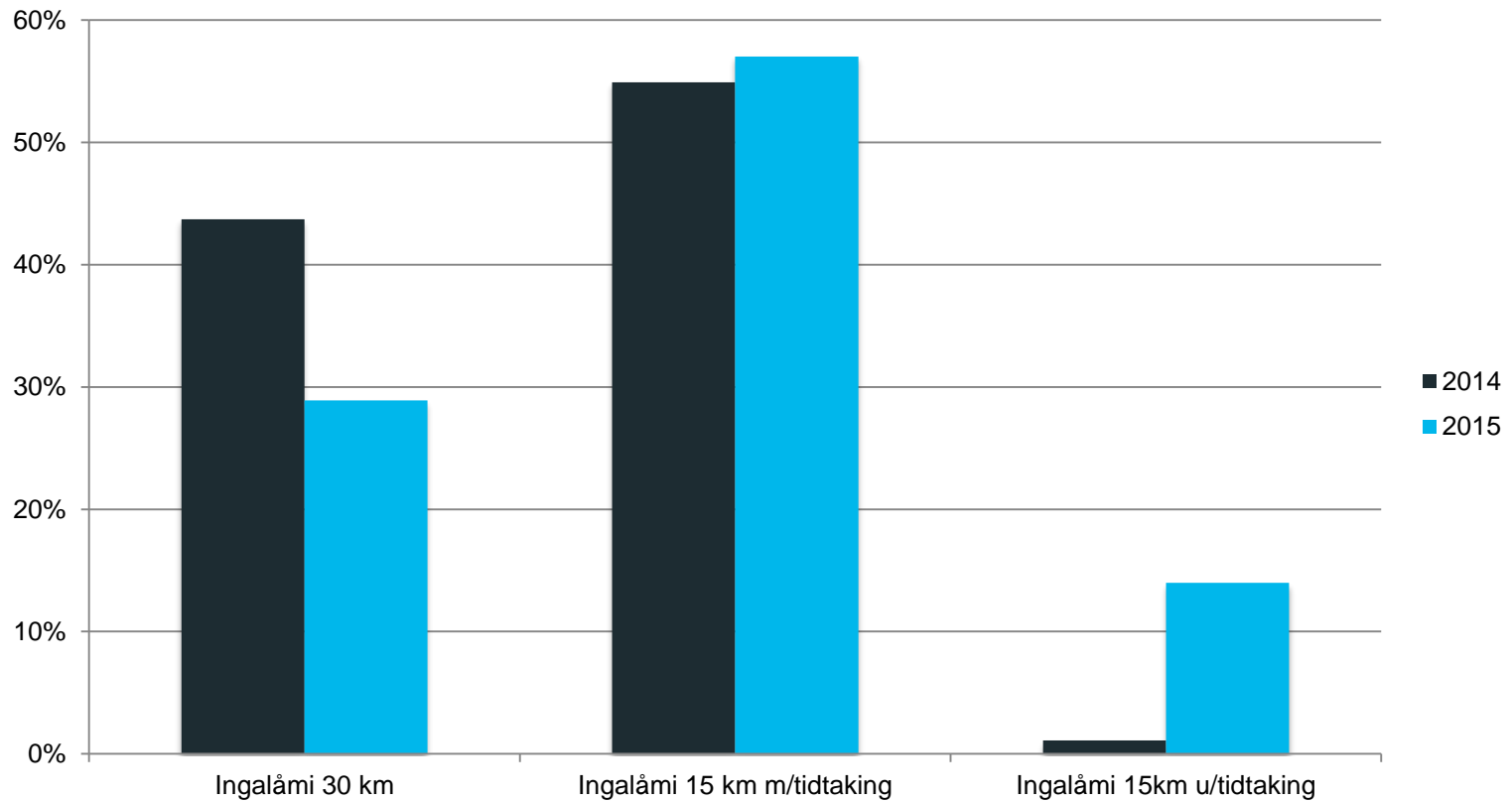
# Alt i alt

- Grafen viser den totale tilfredsheten ved Ingalåmi 2015. 94,8 % har gitt karakter 4 eller bedre på en skala fra 1 til 6.
- Fra 2014 til 2015 er det markant økning blant de som sier de er svært fornøyd med arrangementet – alt i alt!



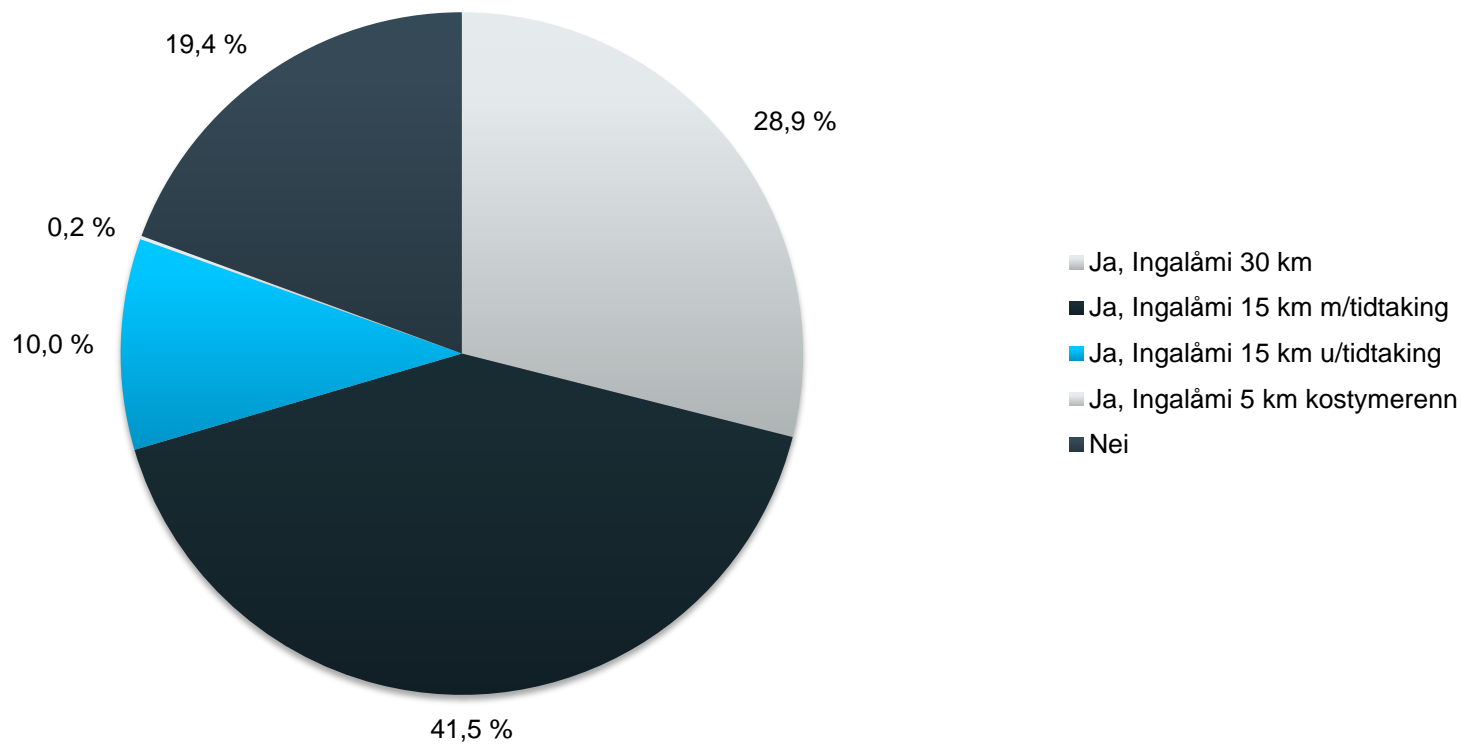
# Arrangement

- Hvilket arrangement deltok du i under Ingalåmi?

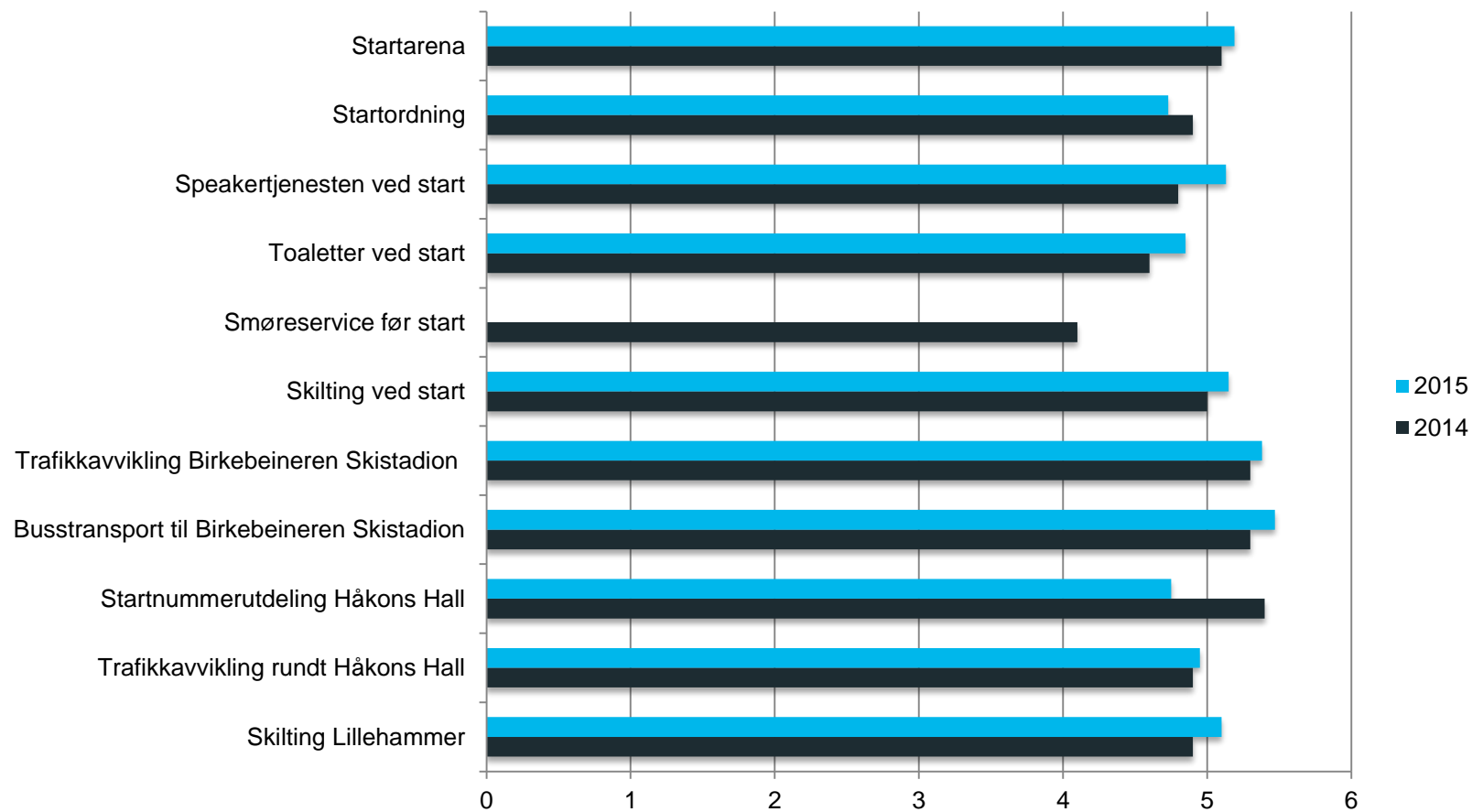


# Deltatt tidligere

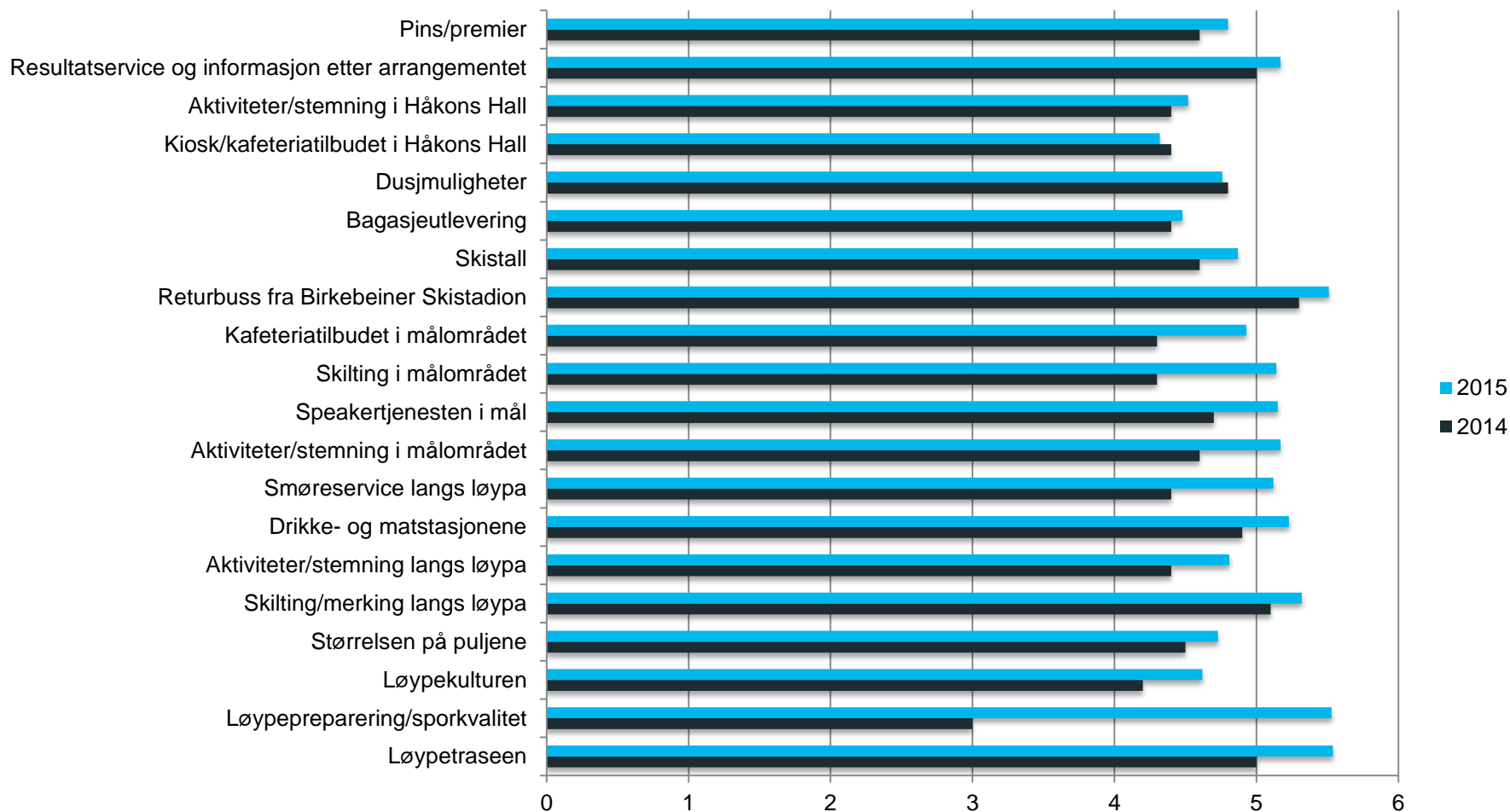
- 19,4 % svarte at de var førstegangsdeltakere i 2015



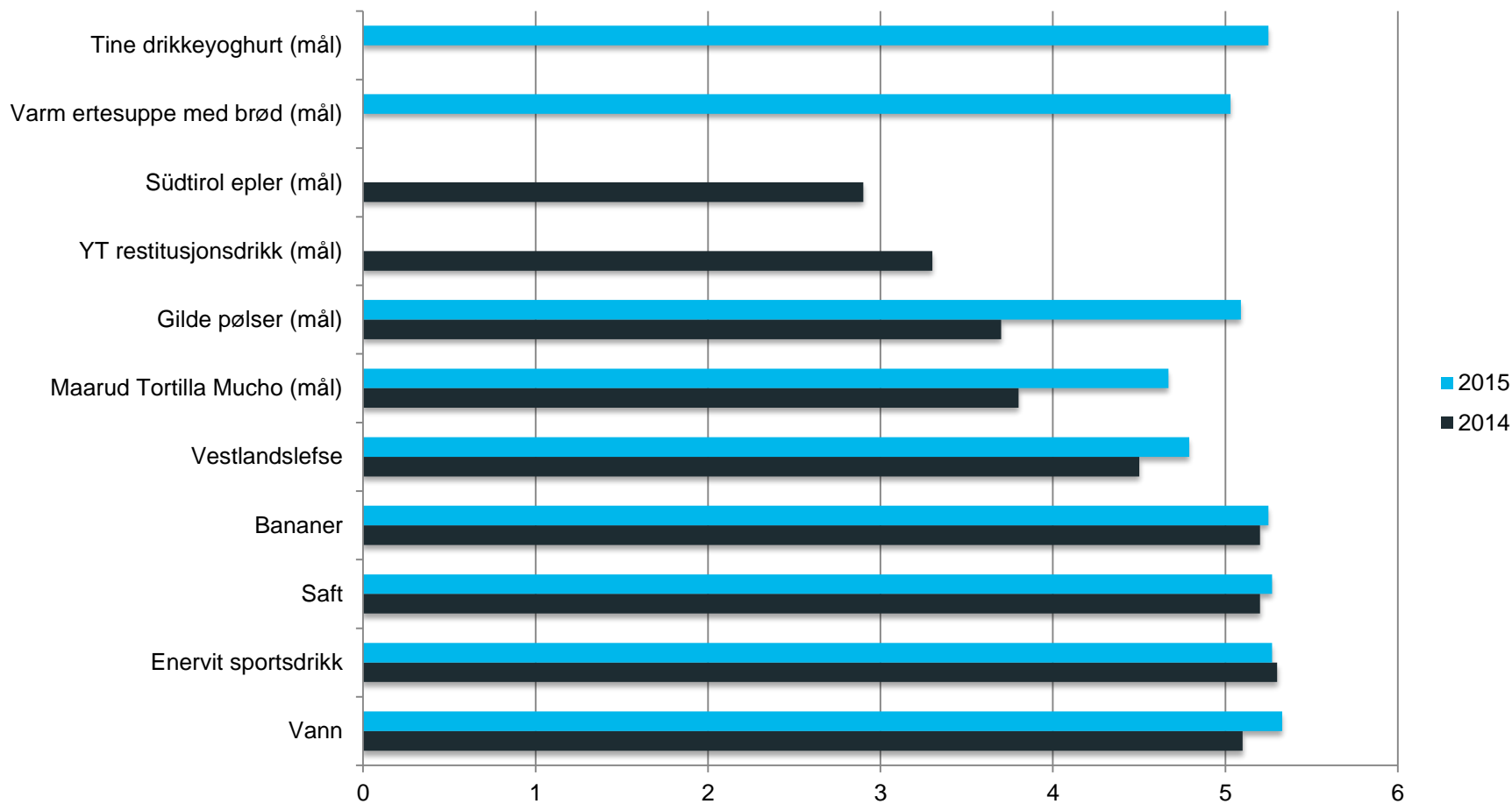
# Tilfredshet før start



# Tilfredshet under og etter

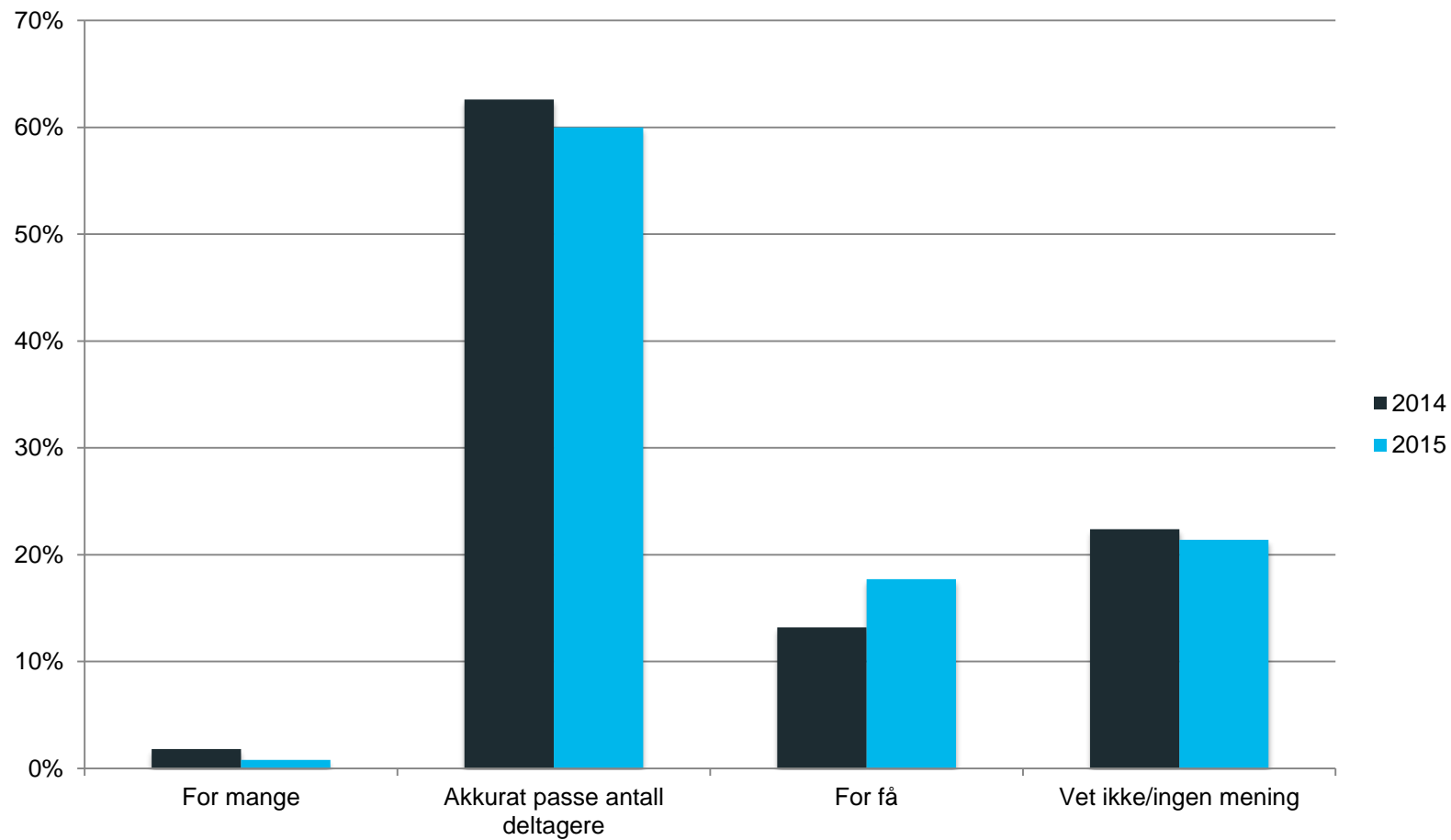


# Produkter drikke- og matstasjonene

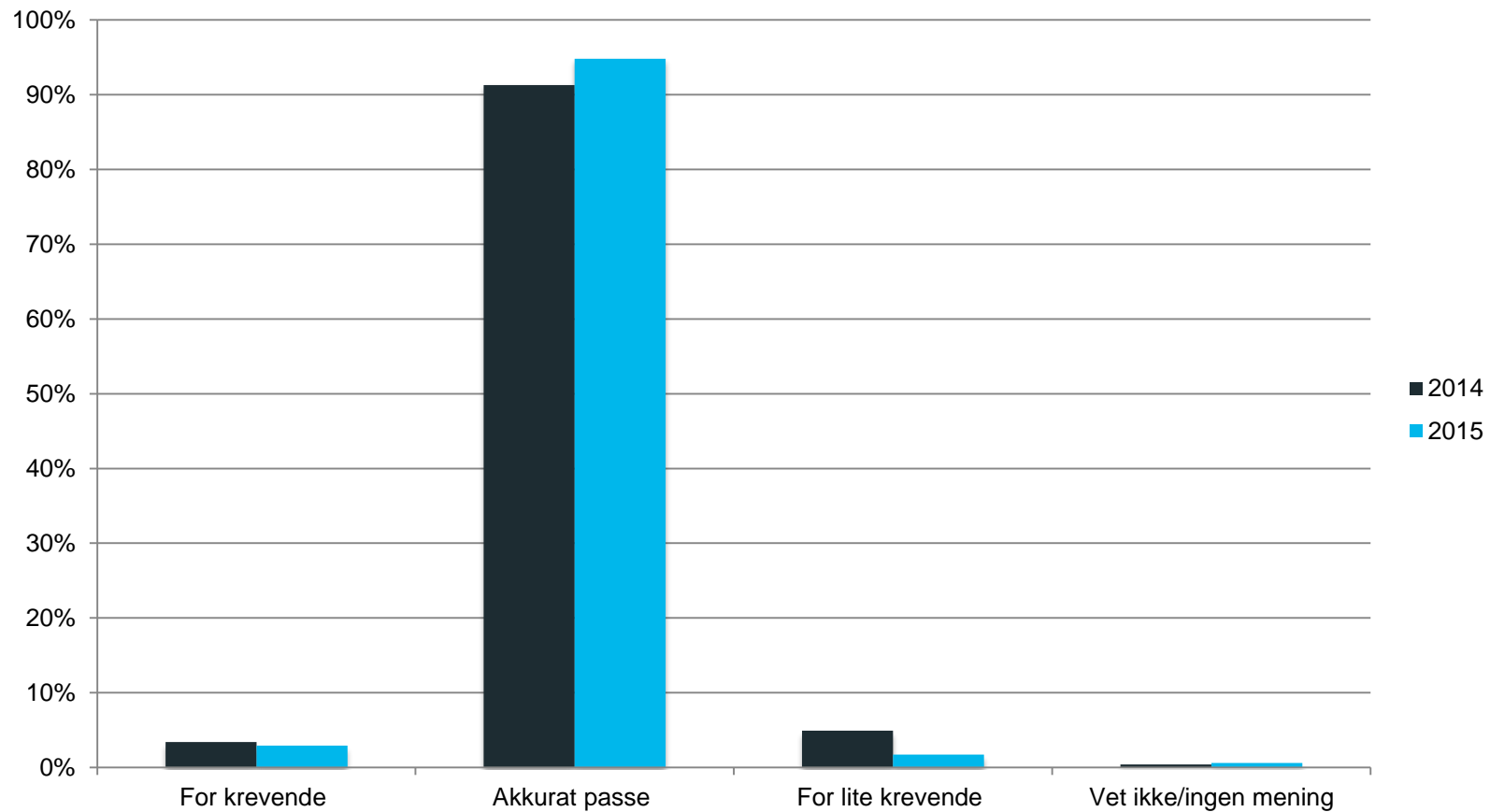




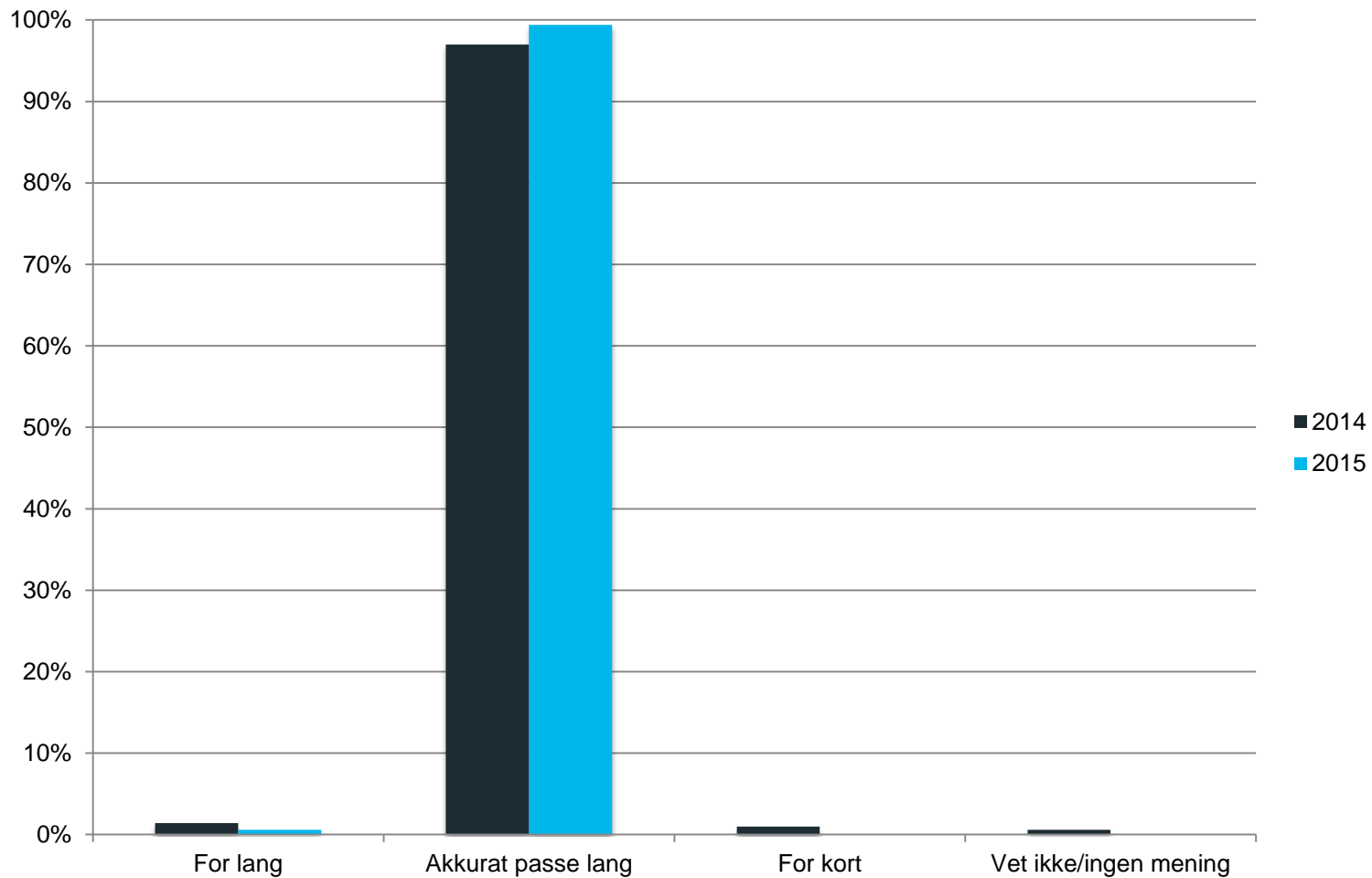
# Antall deltakere



# Traseen

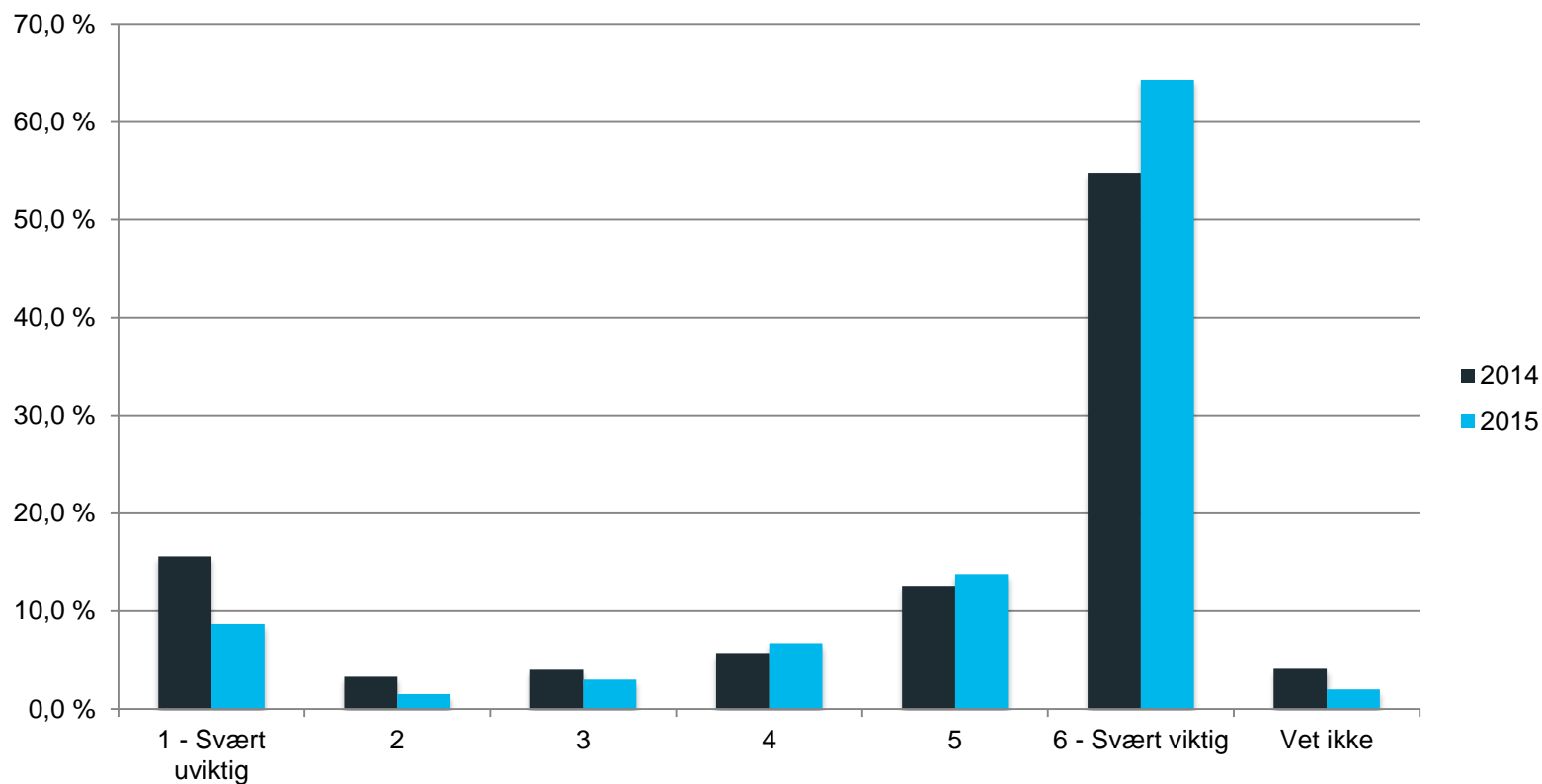


- Hva synes du om lengden på traseen?



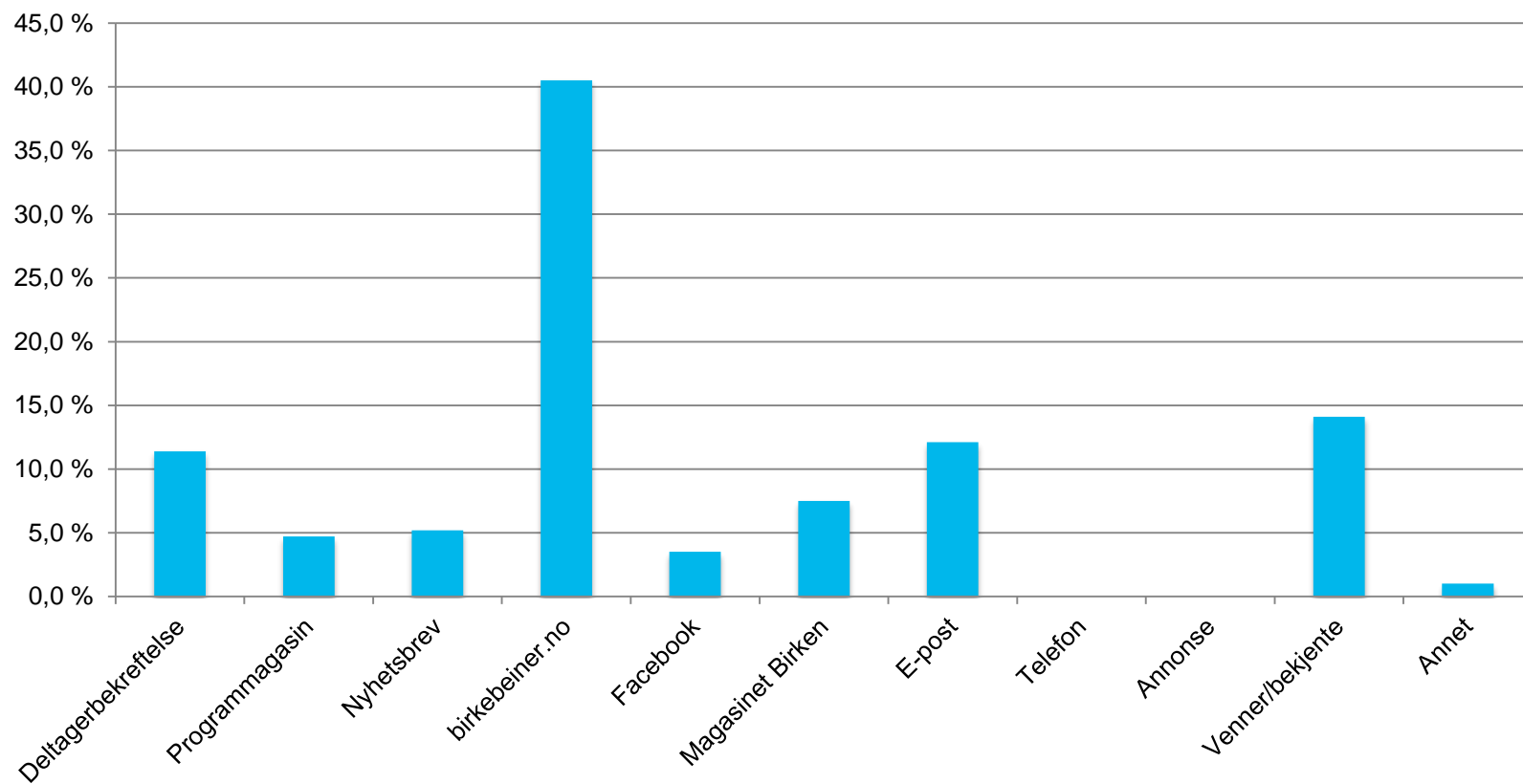
# Egen jentedag

- Hvor viktig er det å beholde Ingalåmi som en egen jentedag (ikke i kombinasjon med andre Birkenarrangement)?



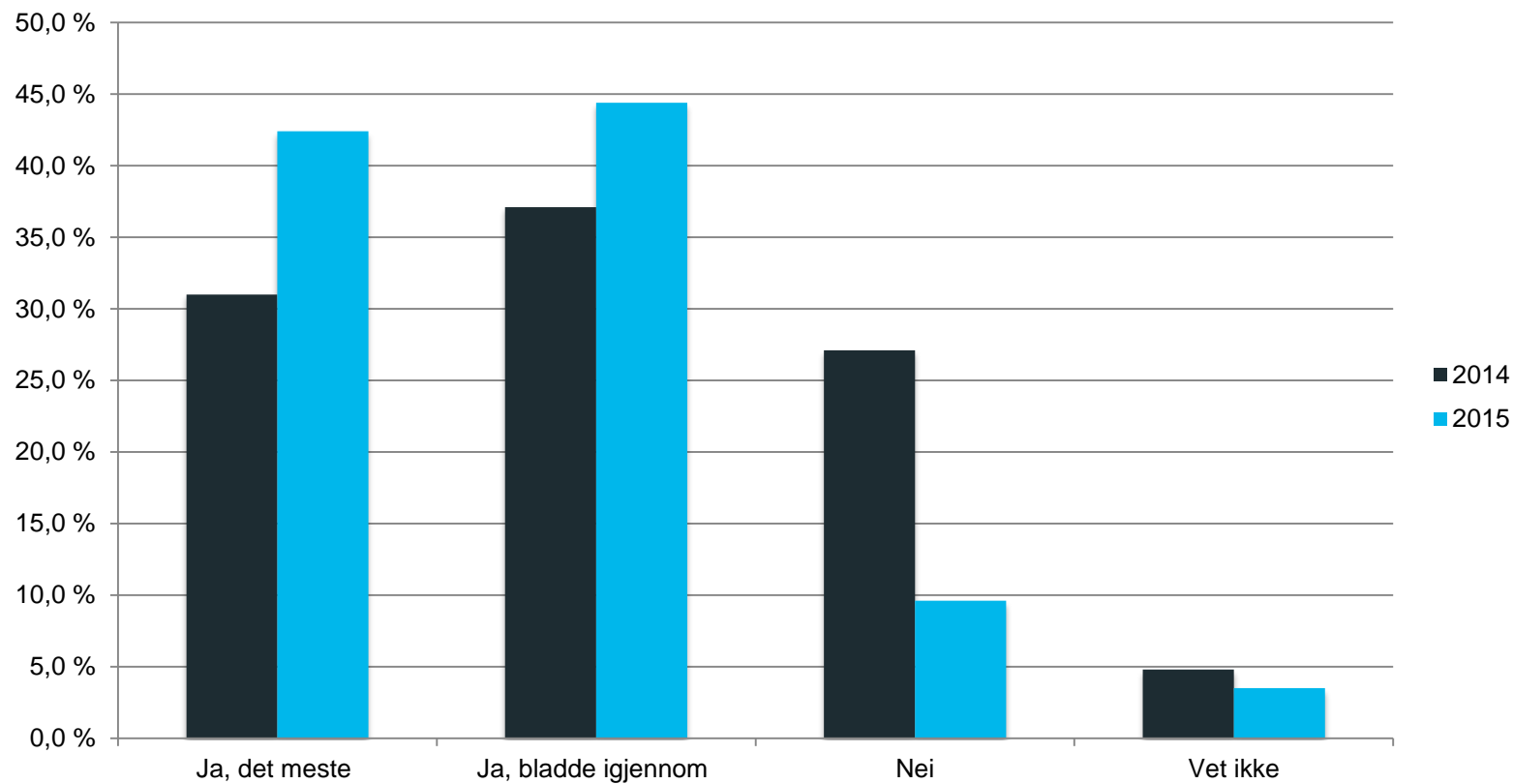
# Informasjonskanaler

- Hvilke av følgende informasjonskanaler har du benyttet for å få informasjon om Ingalåmi?

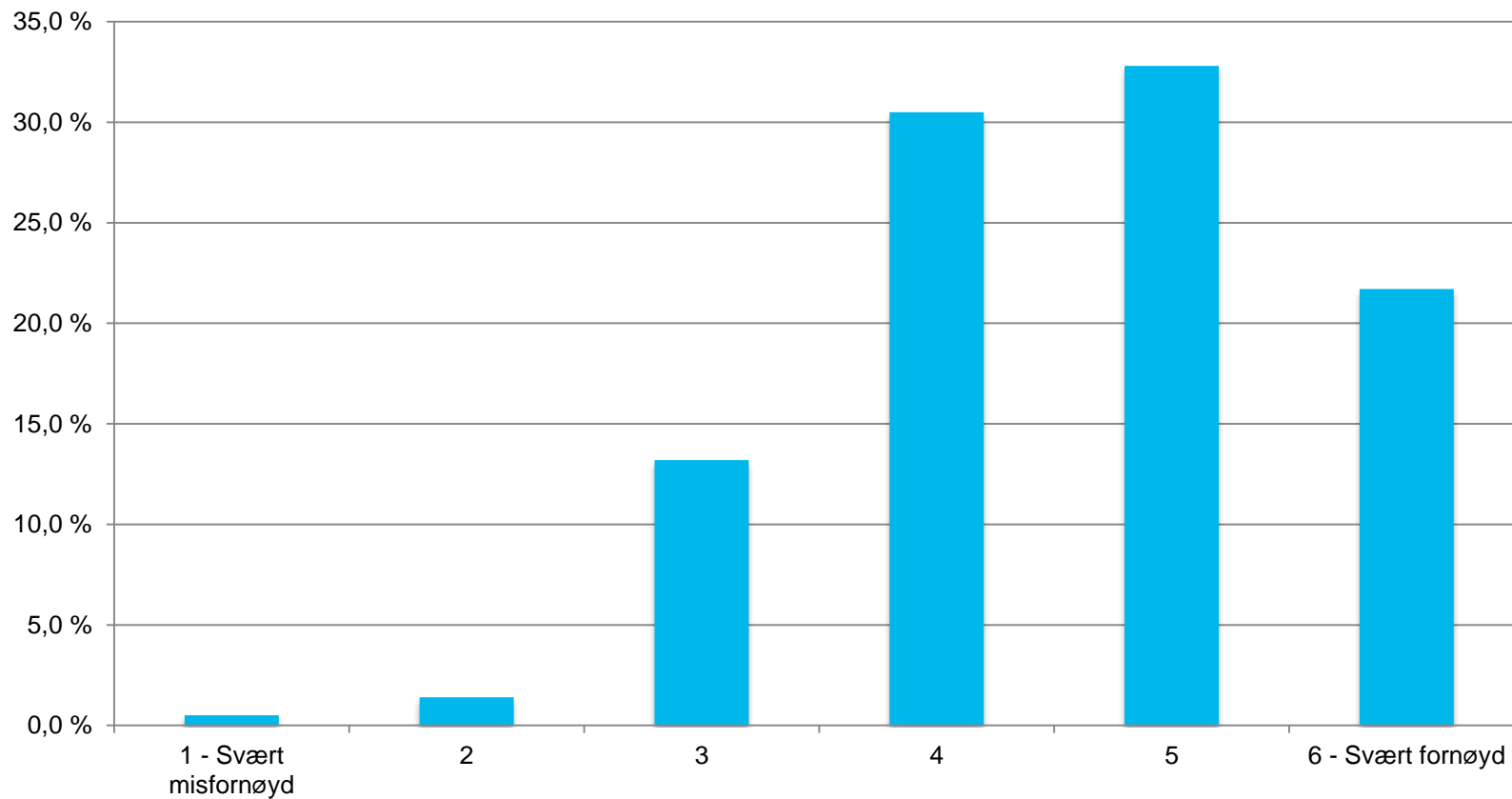


# Programmagasin

- Leste du programmagasinet som kom i forbindelse med Ingalåmi?



# Sport 1-markedet



# Hva kunne vært bedre med Sport 1 markedet?

Kommentarer som går igjen blant de som kommenterer Sport 1 markedet:

- Bedre rabatt (mange av produktene får du billigere på nett og til dels i butikk) / før var det virkelig billig, nå er det nesten samme pris som i butikken (23)
- Trangt om plassen, for få prøverom (7)
- Mye morsommere hvis det hadde vært dameklær, gjerne sportsklær også, men da for damer, litt interiør, smykker, ting og tang jenter er opptatt av (5).
- Det ser ut at de selge kun utgående varer.
- Dårlig utvalg i størrelser / utplukket allerede fredag kveld (7)

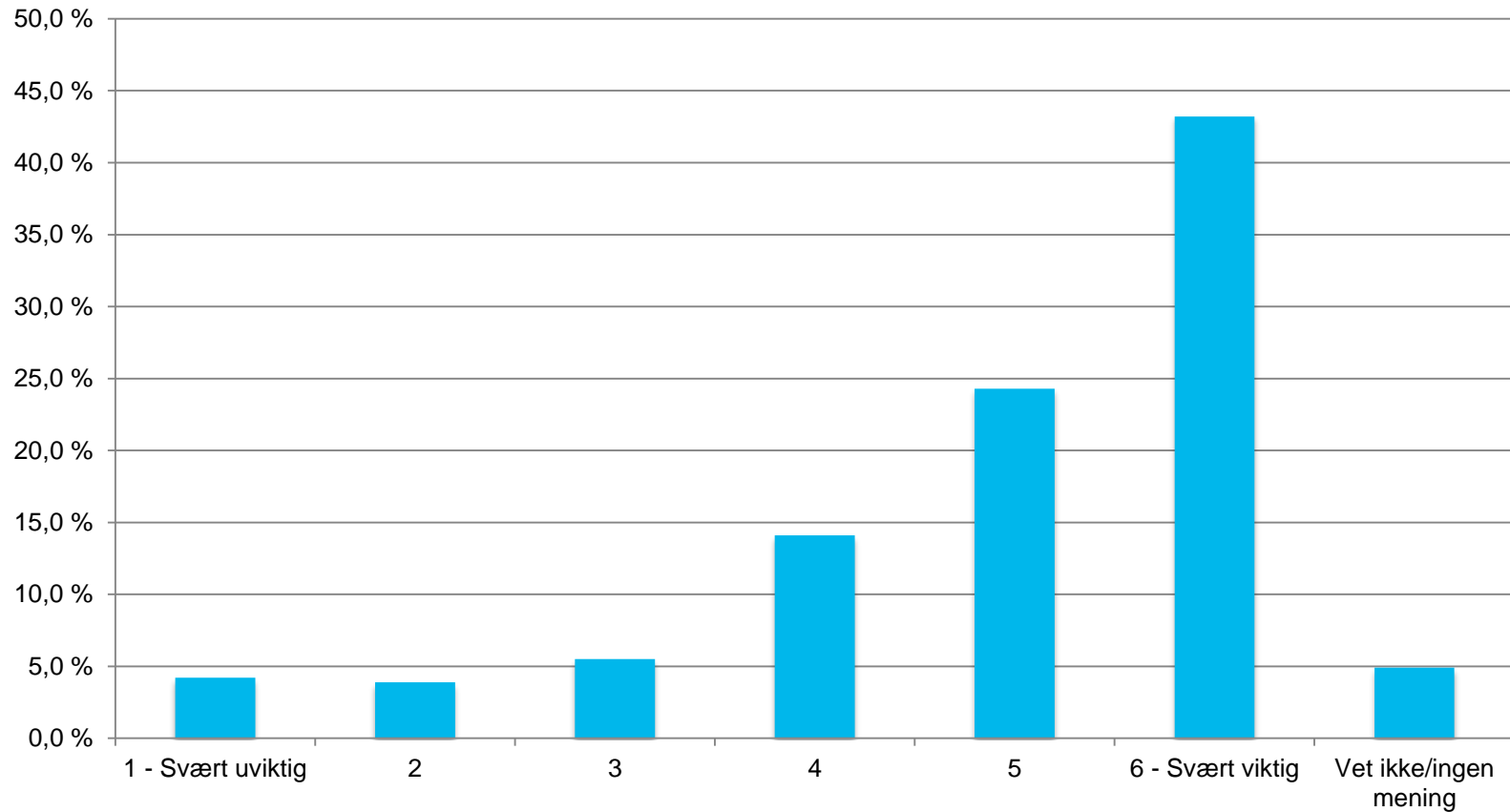
Tips fra deltagerne til arrangøren i fremtiden:

- Jeg syns også de kunne hatt et bedre utvalg, det er veldig ofte de samme produktene vært år.
- Mer barneklær
- Savnet Ingalåmistannd



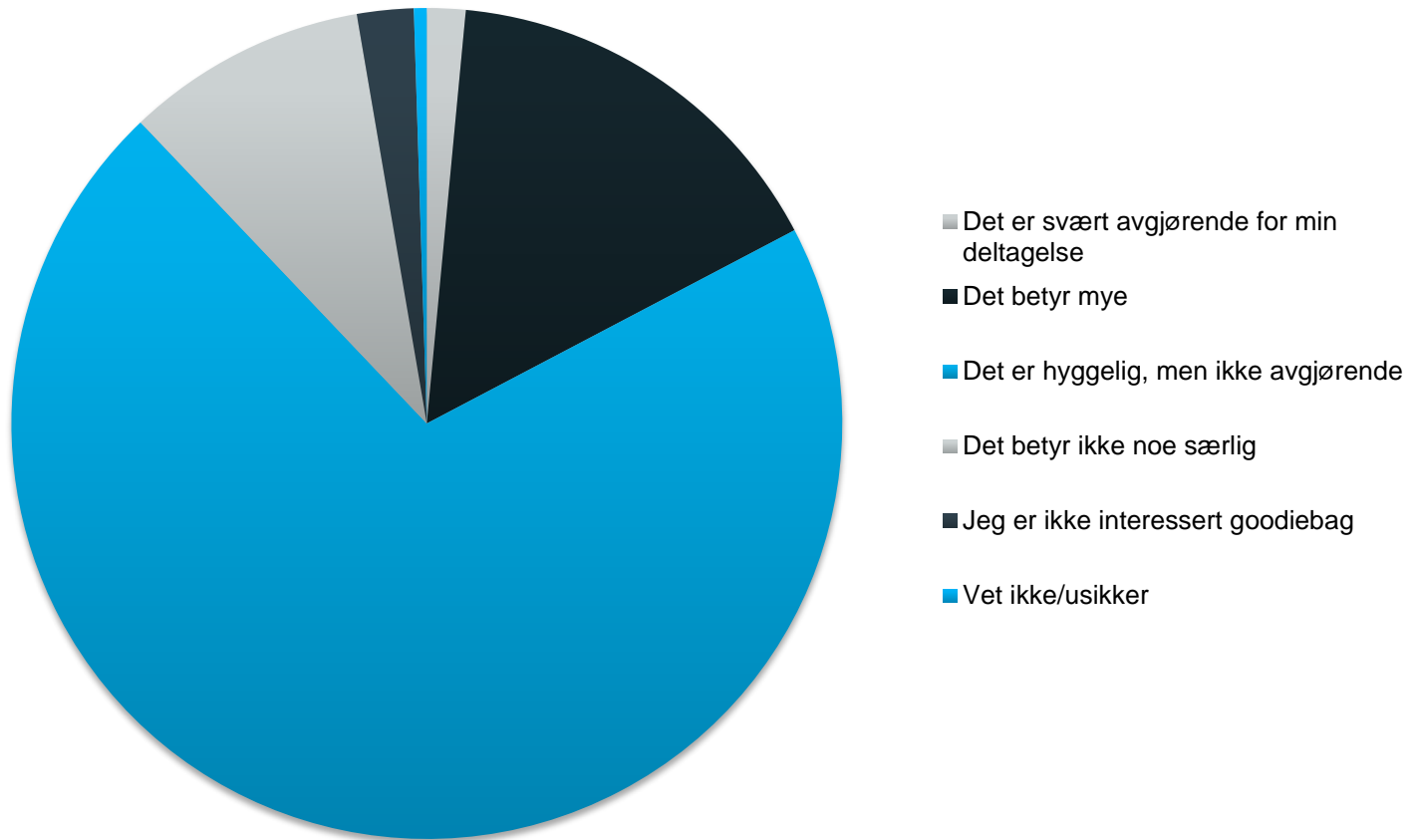


# Viktigheten av det sosiale rundt



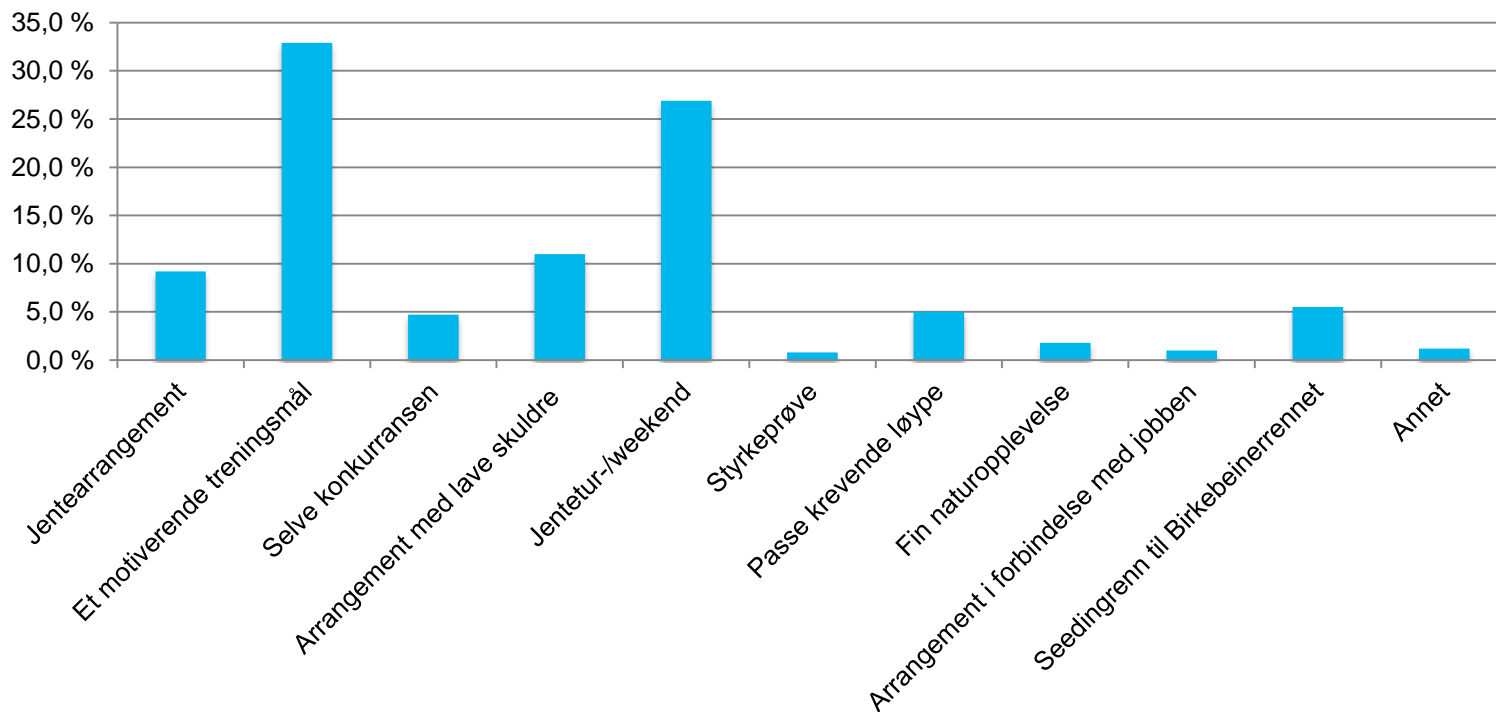
# Goodiebag

Hvor mye betyr det å motta en goodiebag eller lignende produkter for din deltagelse i Ingalåmi?

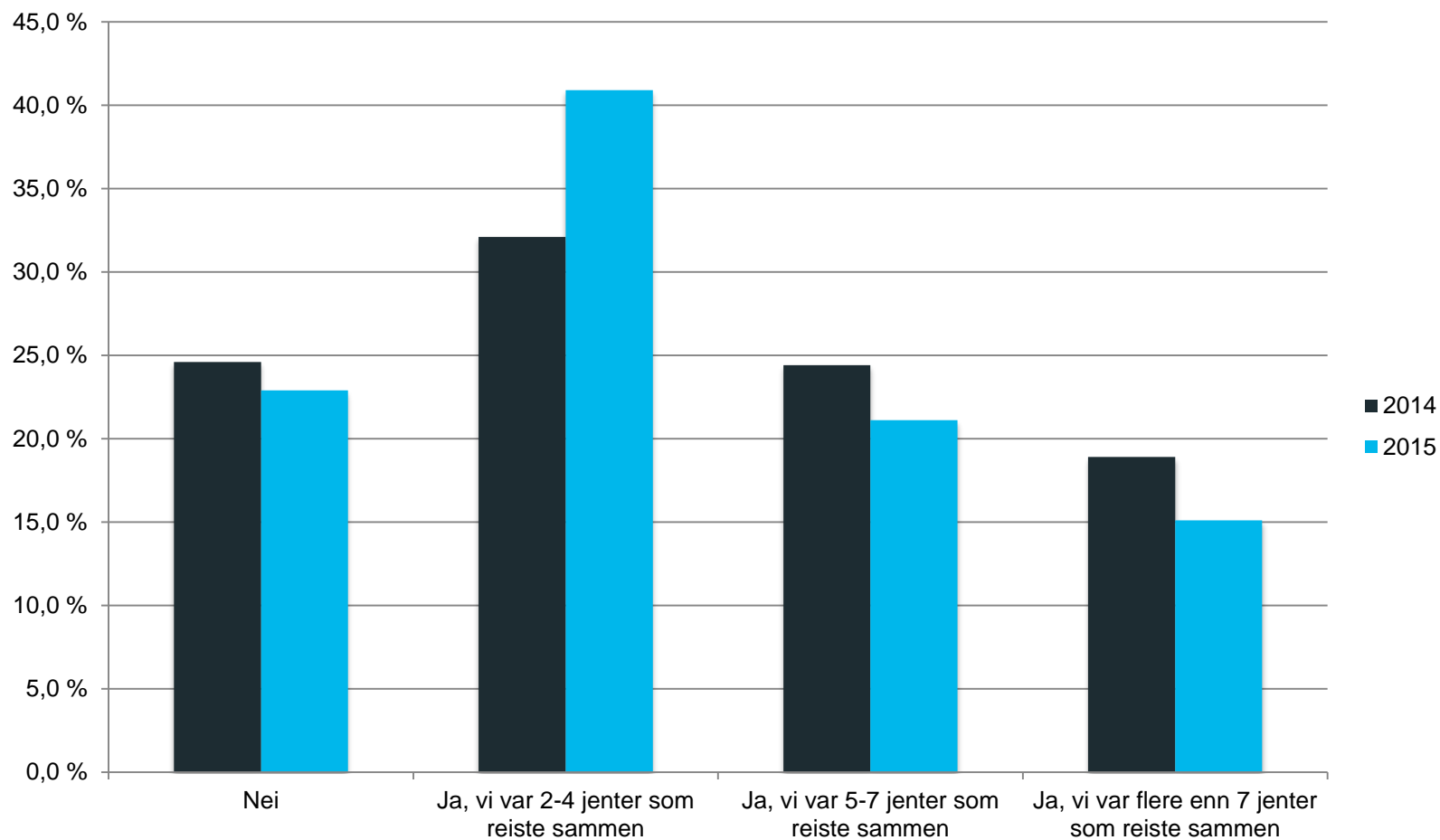


# Hvorfor deltok du?

- Hvilke av følgende forhold var vesentlig da du valgte å delta i Ingalåmi?
- Ingalåmi er først og fremst et motiverende treningsmål, mange er også med fordi de benytter det som en jentetur-/weekend

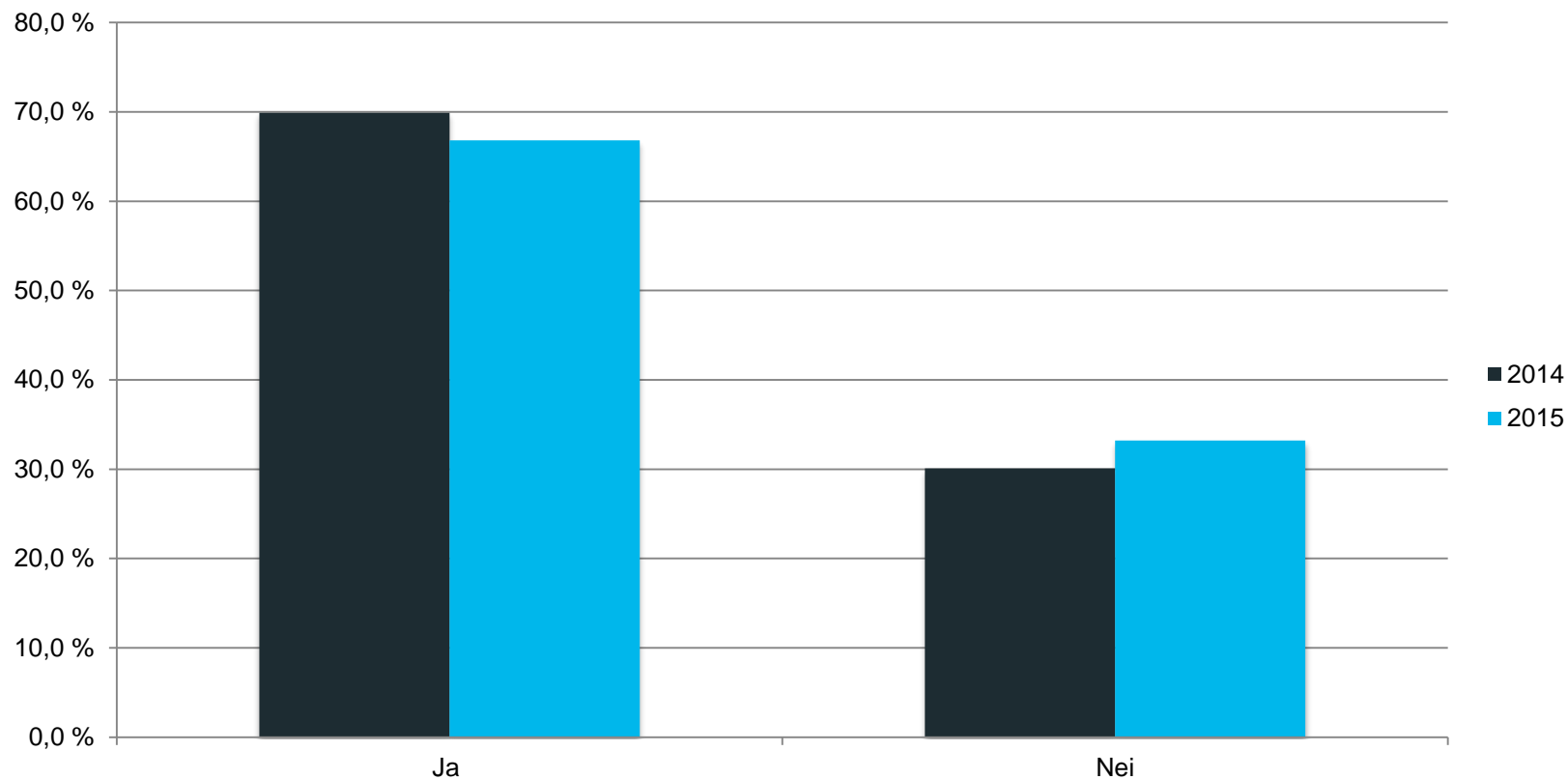


- Reiste du sammen med en jentegjeng for å delta i Ingalåmi?

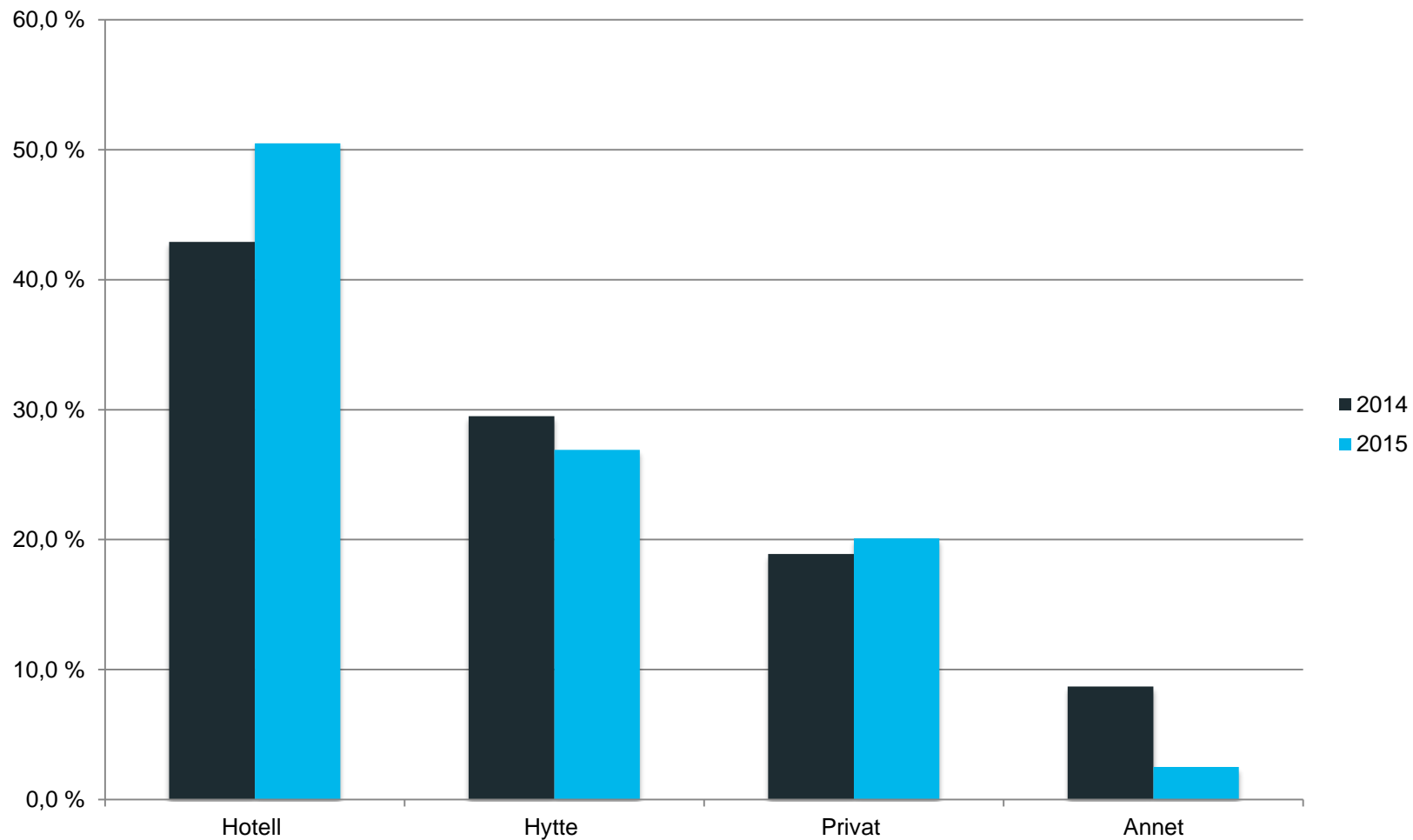


# Overnatting

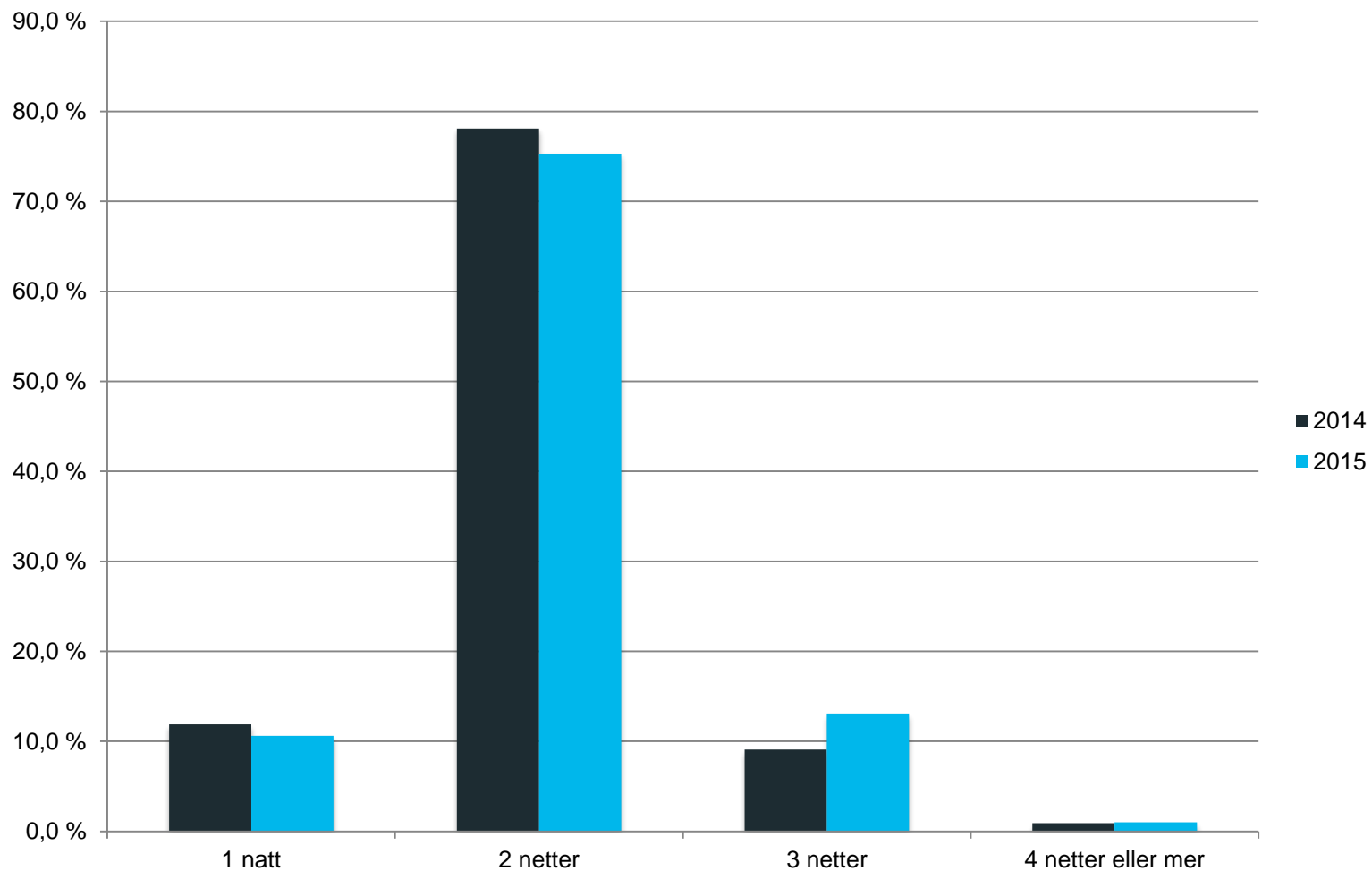
- Overnattet du som tilreisende på Lillehammer og omegn i forbindelse med Ingalåmi?



- Hvor overnattet du?

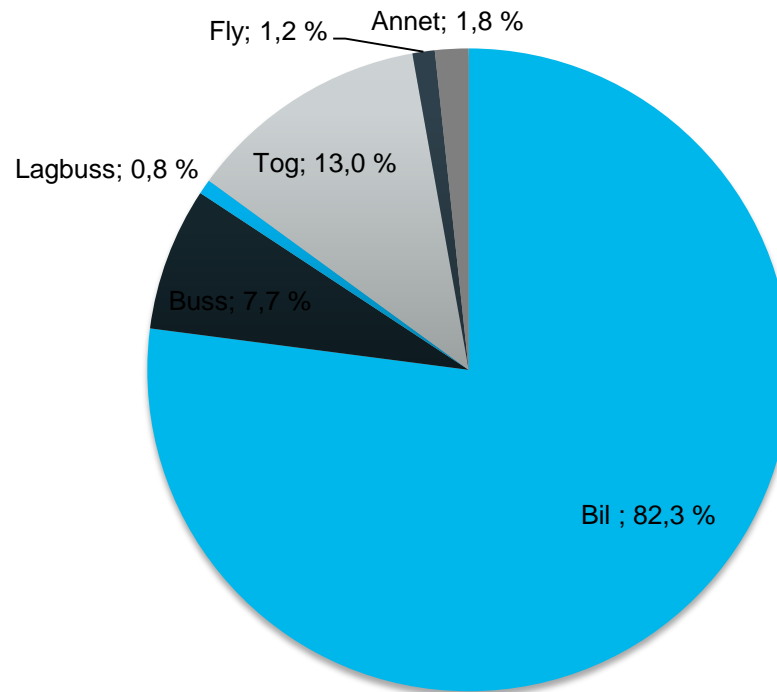


- Hvor mange netter overnattet du i forbindelse med Ingalåmi?



# Transport

- Hvilket transportmiddel brukte du til/fra Ingalåmi?

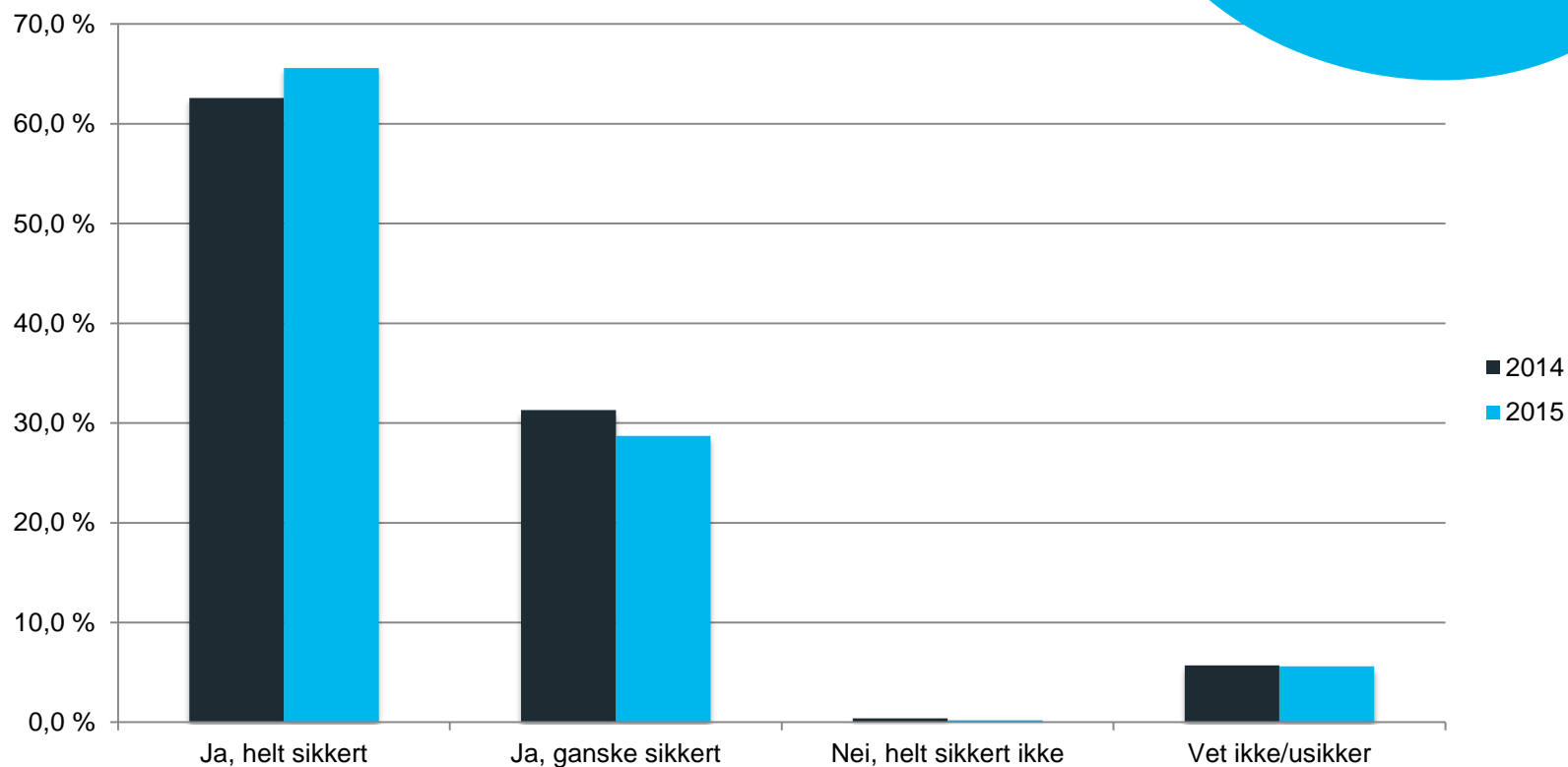




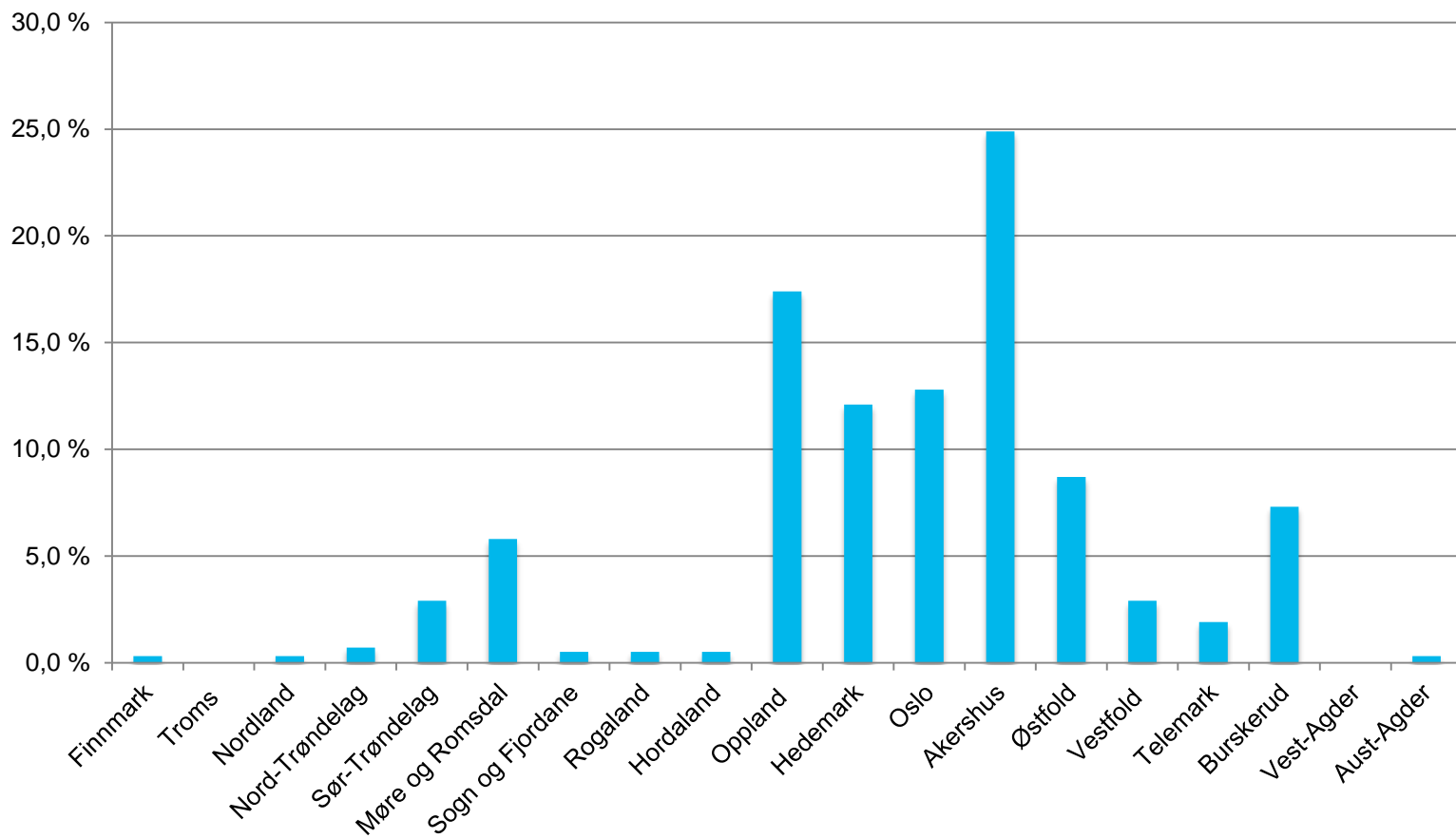
# Delta igjen

- Har du lyst til å delta i Ingalåmi igjen?

Over 90 % er ganske eller helt sikre på at de vil delta igjen



# Fylke



# Alder

