



ABBA-turismen – viktig kraft för utveckling av turismnäringen.



ABBA, ett av världens största pop-band genom tiderna kan nu även beskrivas som turism - fenomenet ABBA-turism. Det visar en kartläggning av besökare till ABBA The museum som genomförts av turismforskningsinstitutet ETOUR vid Mittuniversitetet. Den genomsnittlige besökaren spenderar cirka 2 000 kronor per dag och vistelsen på destinationen Stockholm varar i genomsnitt i tre dagar.

"ABBA-turismen visar hur betydelsefulla fans av popkultur är för turismen generellt och för destinationer specifikt. Destinationer blir intressanta för nya besökargrupper tack vare sin koppling till ett populärkulturellt fenomen", säger Christine Lundberg, forskare vid ETOUR.

Sedan öppningen i maj 2013 har museet räknat omkring en kvarts miljon besökare varav drygt hälften är från utlandet. Många ABBA fans har varit fans länge, sedan de var unga – nästan sju av tio var 12 år eller yngre när de blev ABBA fans och har varit fans sedan 1970-talet visar undersökningen.

"ABBA har många trogna fans och är en stark reseanledning. Tidigare forskning visar att nästan åtta av tio uppger att de inte skulle ha rest till just den destination som man besökte under sin senaste ABBA-resa om det inte vore för deras intresse för bandet", säger Maria Lexhagen, forskare vid ETOUR.

ABBA[®] THE MUSEUM



Photo by Michael Ochs Archives/Getty Images

Hela 5 av 10 ABBA-fans i undersökningen har besökt Sverige på grund av ABBA. 8 av 10 uppger att ABBA var huvudsaklig reseanledning för deras senaste ABBA-relaterade resa medan motsvarande siffra för besökarna vid ABBA The Museum var 9 av 10.

75 procent av besökarna vid ABBA The Museum besökte också andra attraktioner i Stockholm. De mest besökta var: andra museer, exempelvis Vasa och Fotografiska, Skansen, Gamla sta'n och ABBA-relaterade upplevelser såsom platser, konserter, musikaler.

"Det visar att "ABBA-turisterna" är turister som kan ses som kulturturister och som gärna deltar i andra ABBA-relaterade upplevelser under sitt besök", säger Christine Lundberg.

Drygt 8 av 10 av besökarna räknar också med att återkomma till ABBA The Museum och majoriteten av dessa uppger att det sker inom ett par år. Hela 96 procent har eller kommer att rekommendera ABBA The Museum till andra vilket ger en indikation om hur nöjda de är med sitt besök. Nästan 9 av 10 av alla undersökta ABBA-fans i den internationella undersökningen uppger att det är troligt att de kommer att besöka Stockholm i framtiden.

"ABBA The Museum följer med stor nyfikenhet den forskning ETOUR gör för att kartlägga ABBA-turismen som nu växer sig starkare och starkare över hela världen, inte minst med hjälp av olika Mamma Mia!-uppsättningar, samt givetvis just hos oss på ABBA The Museum på Djurgården i Stockholm. Det är häftigt att se hur pop-kulturen nu äntligen tar sin givna och rättmätiga plats som en del av vår viktiga historia", säger Mattias Hansson, vd, ABBA The Museum.

På museet kan besökaren följa bandets fantastiska karriär från det att ABBA bildades i slutet på 1960-talet, genombrottet med Waterloo, de stora världsturnéerna, fram till pausen 1982. Besökaren kan sjunga i Polarstudion, virtuellt prova scenkläderna och känna hur det känns att gå upp på scen tillsammans med bandet via en hologramliknande scenlösning.

ABBA The Museum är nominerad som bästa svenska upplevelse i priset Trip Global Award som delas ut under Svenska Turistgalan 4 december i Stockholm och där också ETOUR deltar.

Kontakt:

Mittuniversitetet - ETOUR

Christine Lundberg, +46-70-336 89 59, e-post: christine.lundberg@miun.se

Maria Lexhagen, +46-70-606 58 39, e-post: maria.lexhagen@miun.se

ABBA The Museum

Catarina Falkenhav, +46-73-934 35 05

Fakta ETOUR

ABBATHEMUSEUM.COM

MAIN SPONSORS



SPONSORS



SUPPLIERS



SUPPLIERS



MEDIAPARTNERS



Aller media



JCDecaux

A PART OF



ABBA[®] THE MUSEUM



Photo by Michael Ochs Archives/Getty Images

ETOUR driver ett forskningsprojekt, PopCultour, som skapar kunskap om hur exempelvis film, TV och litteratur motiverar människor att resa. Popkulturturism kan ses som ett system av tjänster där turismnäring och andra kreativa näringar som film, TV och förlag tillsammans skapar värde för turister.

Se tre korta presentationer av PopCultour här:

Jorden runt i popkulturens fotspår - del 1

Jorden runt i popkulturens spår – del 2

Jorden runt i popkulturens spår – del 3

Undersökningen genomfördes under månaderna augusti till oktober 2013 och hade mellan 213 till 1239 deltagare beroende på fråga.

Fakta ABBA The Museum

ABBA The Museum slog upp portarna för allmänheten den 7 maj 2013 och ligger på Djurgården. ABBA är Sveriges mest framgångsrika musikgrupp med över 378 miljoner sålda skivor världen över. ABBA The Museum presenterar en samlad bild av gruppens historia fram till pausen 1982. ABBA har levt vidare sedan dess genom Björn och Bennys fortsatta musikaliska arbete både vid sidan av gruppnamnet och genom musikalen Mamma Mia! som återigen skapade ett stort intresse kring musiken. Och intresset bara ökar; under 2013 stod det klart att ABBA GOLD är den mest sålda CD:n i England genom tiderna.

Besöket på ABBA The Museum börjar med en film av Jonas Åkerlund som visas i ett 180 graders biorum. Besökaren fortsätter sedan till Gamleby Folkets Park som symboliserar starten på bandmedlemmarnas karriärer på 60-talet. Utställningen går sedan vidare via Brighton 1974, skivastugan på Viggsö, Stikkans kontor, Owe Sandströms syateljé, arenor runt om i världen, Björn och Agnethas kök och legendariska Polarstudion. Och besökaren gör det tillsammans med Björn, Agnetha, Frida, och Benny som i museets audioguide berättar om tiden i ABBA.

ABBATHEMUSEUM.COM

MAIN SPONSORS



SPONSORS



SUPPLIERS



SUPPLIERS



MEDIAPARTNERS



Aller media



JCDecaux

A PART OF

