

Projekt Baltic Stories: badania ankietowe podczas XXII Festiwalu Słowian i Wikingów

08 sie 2016 13:53 Autor:

W dniu **5 sierpnia 2016 roku** podczas **XXII Festiwalu Słowian i Wikingów** przeprowadzone zostały badania ankietowe.

Celem badań ankietowych było zebranie informacji o dotychczas stosowanych działaniach marketingowych przez organizatorów eventów, wystawców, instytucje wspierające i uczestników wydarzeń oraz zidentyfikowanie potrzeb w zakresie jeszcze skuteczniejszej promocji wydarzeń.

XXII Festiwal Słowian i Wikingów zorganizowany został w dniach **5-7 sierpnia 2016 roku** w **Centrum Słowian i Wikingów w Wolinie**. Tegoroczny temat wiodący imprezy to: **"Chrzest Wolina"**. Zwiedzający mieli okazję przeżyć „żywą lekcję historii” i zobaczyć, jakie zawody wykonywano, jakie potrawy spożywano, jak spędzano czas wolny oraz jak wyglądały i ile ważyły zbroje wojowników.

Dla odwiedzających przygotowano atrakcje: pokazy średniowiecznych rzemiosł, m.in.: garncarstwa, bednarstwa, kowalstwa, złotnictwa-jubilerstwa, szewstwa-skórnictwa, bursztyniarstwa, snycerstwa, rogownictwa, wikliniarstwa, mennictwa i innych prezentacje uzbrojenia średniowiecznego wojownika z możliwością przymierzenia niektórych elementów, bardziej wytrwali mogą spróbować swoich sił w walce, stanowiska strzelania z łuku, rzucania oszczepem prezentacja i degustacja średniowiecznych przysmaków plac zabaw dla najmłodszych, gdzie odbywają się gry, zabawy, konkursy i turnieje (przygotowane i przeprowadzane przez Publiczne Gimnazjum w Wolinie) gry i zabawy dla dzieci i dorosłych. Muzyka stanowiła ważny element życia codziennego barwnego świata wczesnego średniowiecza. Podczas festiwalu usłyszymy ją w wykonaniu takich zespołów, jak: Percival (Polska), Gędźba (Polska), Kalabalik (Szwecja), Ężibaba (Polska), Szedinek (Węgry), Dziwoludy (Polska), Idisi (Rosja).

Organizatorzy wydarzenia pytani byli m.in. o: Jaki jest kluczowy czynnik, dzięki któremu wydarzenie odnosi sukces? np. interesujący temat wydarzenia, miejsce odbywania się eventu, bogaty program eventu, różnorodne działania promocyjne), Jak event jest promowany? Jak ocenia Pani/Pan wsparcie, otrzymywane od wskazanych partnerów, w zakresie promocji/organizacji wydarzenia w swoim kraju?

Wystawcy pytani byli m.in. o: Jak ocenia Pani/Pan działania promocyjne na rzecz eventu? Co powinien zrobić organizator eventu, aby polepszyć kwestie organizacyjne lub promocyjne eventu?

Uczestnicy wydarzenia pytani byli m.in. o: Skąd dowiedziała się Pani/Pan o evencie (z prasy, z telewizji, z internetu, od znajomych itp.)? Jeżeli event będzie odbywał się kolejny raz, czy ponownie wzięłaby Pani/Pan w nim udział lub poleciła go rodzinie/znajomym?

Zebrane informacje zostały wykorzystane do opracowania założeń do projektu głównego.

Zadanie było realizowane w ramach projektu: "**Baltic Stories - Turystyka eventowa w regionie Morza Bałtyckiego oparta na historii, tradycji i wspólnej tożsamości kulturowej**" realizowanego w ramach programu Seed Money Facility – EU Strategy for the Baltic Sea Region.

Galeria



[1]

https://turystyka.archiwum-wzp.pl/projekt-baltic-stories-turystyka-eventowa-w-regionie-morza-baltyckiego-oparta-na-historii-tradycji-i/projekt-baltic-stories-badania-ankietowe-podczas-xxii-festiwalu-slowian-i-wikingow?mobile_switch=standard