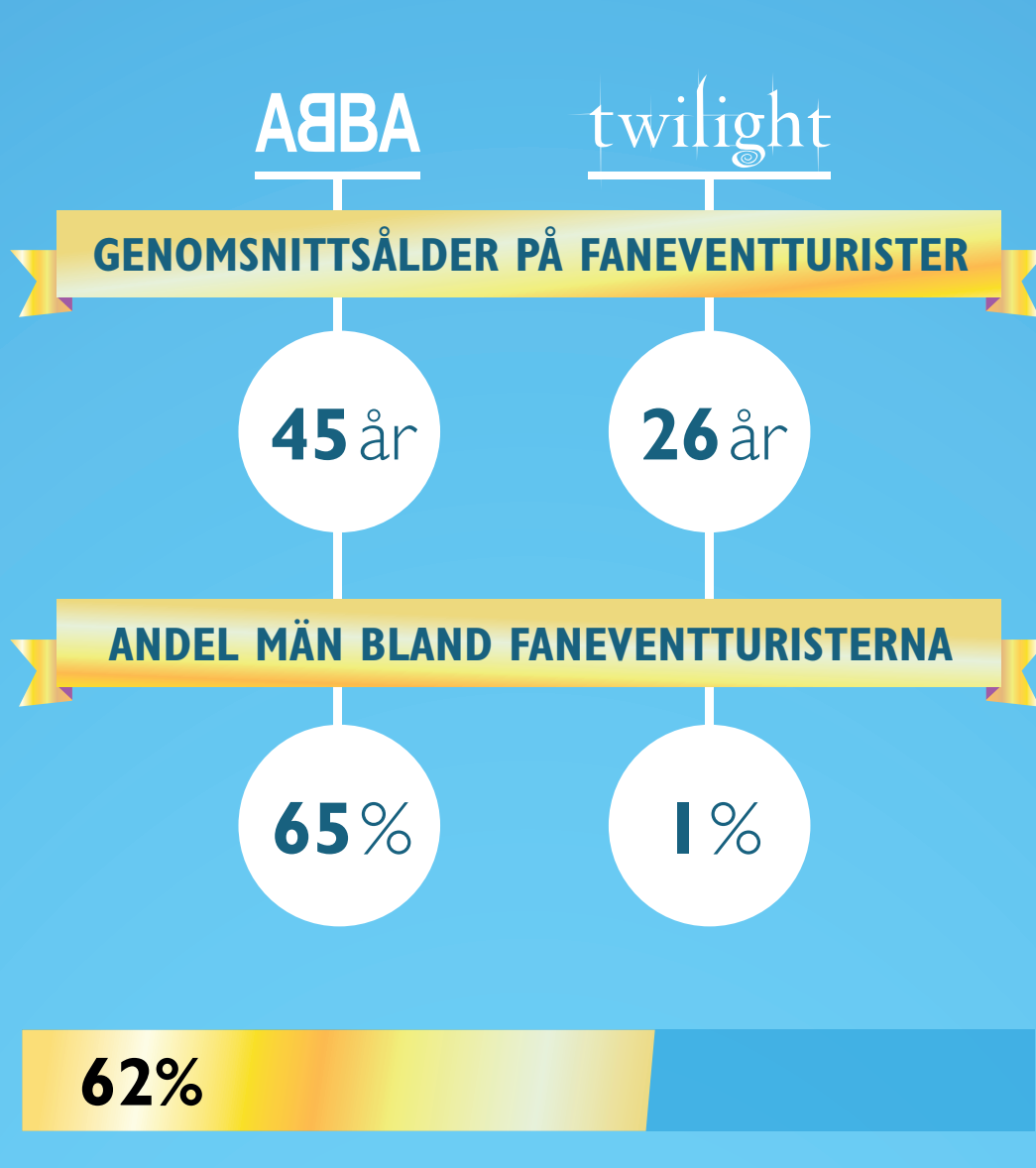


# twilight MÖTER ABBA

## "FANEVENTTURISTER" – FANSEN SOM GENOM SITT RESANDE ODÖDLIGGÖR FENOMEN INOM POPULÄRKULTUREN

Nedan ser du en del av resultatet kring den banbrytande forskning som ETOUR vid Mittuniversitetet bedrivit inom området **populärkulturturism**. Denna infograf fokuserar på turismen runt musikgruppen **ABBA** och de omåttligt populära fantasyböckerna/filmerna i **The Twilight Saga**.



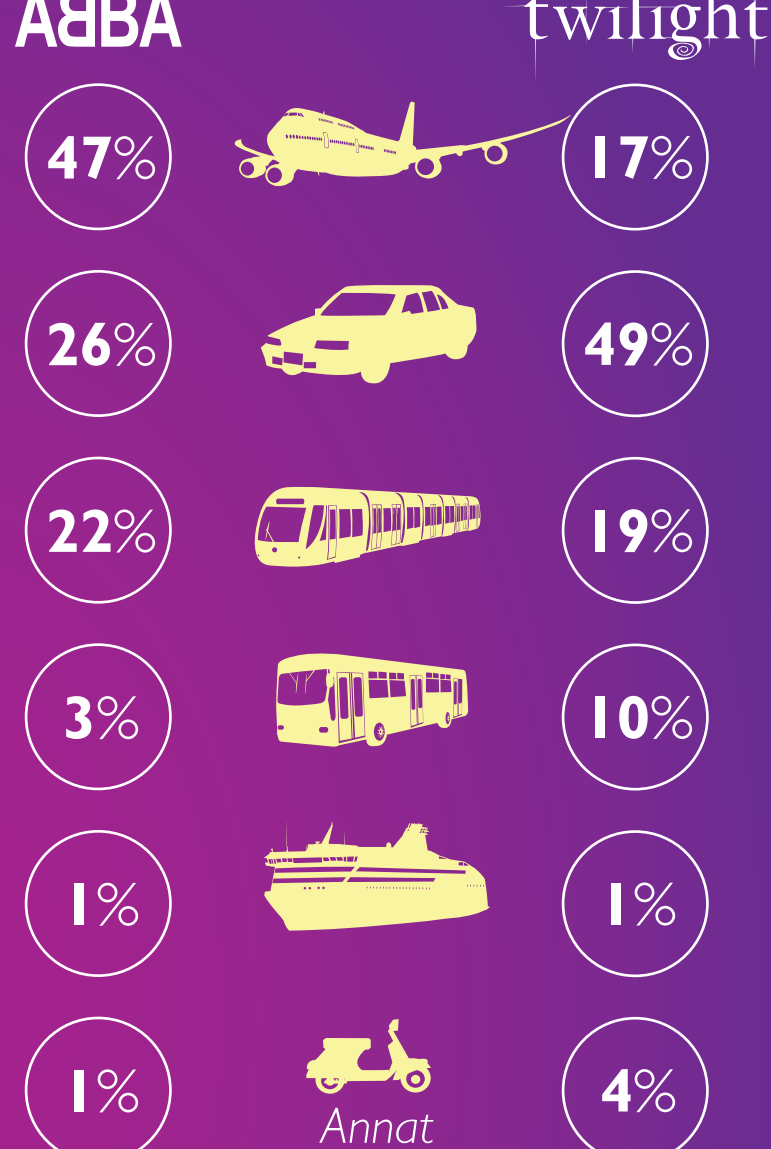
Av 1569 tillfrågade ABBA-/Twilight-turister som deltagit i någon form av ABBA/Twilight-event, uppger 62% att de deltagit i någon typ av event.

### VEM ORGANISERADE EVENTET?

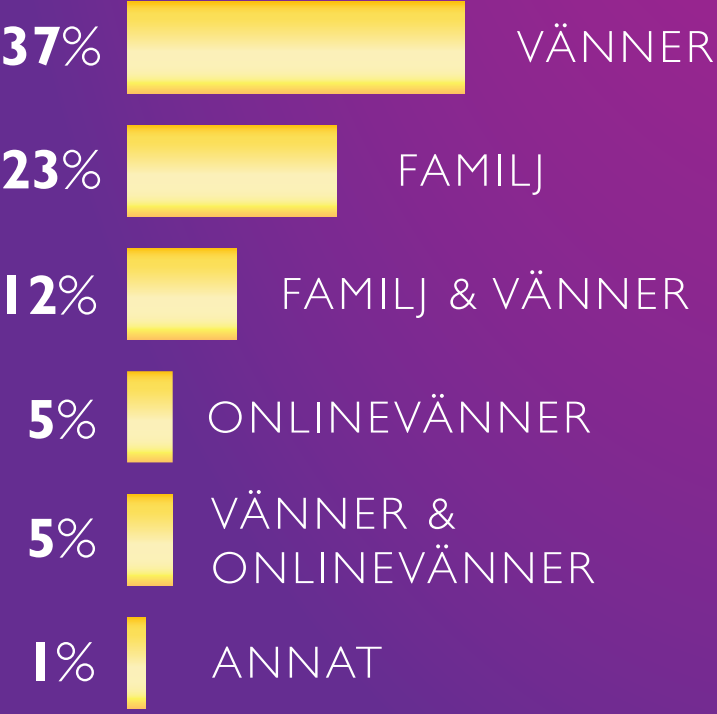


**2,8 dagar** är den genomsnittliga restiden för en ABBA-/Twilight-faneventturist

### VAL AV TRANSPORTMEDEL



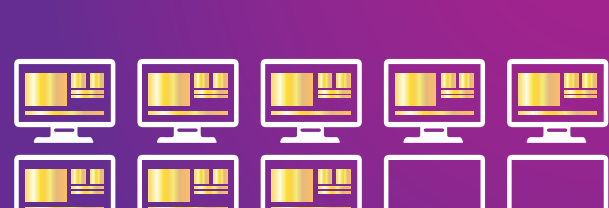
### FRÄMSTA RESESÄLLSKAPET



### RESER ENSAM (UTAN SÄLLSKAP)



**7 av 10** faneventturister i undersökningen besöker en ABBA-/Twilight-relaterad blogg, webbsida eller community en till flera gånger per dag.



**8 av 10** gånger används internet som den främsta källan för information.

**71%**

**71% av faneventturisterna hade inte besökt resmålet om det inte vore för deras ABBA/Twilight-intresse!**

[WWW.MIUN.SE/ETOUR](http://WWW.MIUN.SE/ETOUR)

### FORSKNING OM FANEVENTTURISM UTFÖRD AV

Docent Christine Lundberg

Dr Maria Lexhagen

Turismforskningsinstitutet ETOUR utvecklar och kommunicerar kunskap om turism och resande. Verksamheten innefattar forskning, utbildning, samt dialog och samverkan med turistnäringens aktörer.



DESIGNED BY HENRIK FORSBERG

"THE TWILIGHT SAGA", "TWILIGHT", "ABBA", OCH TILLHÖRANDE LOGOTYPER ÄR © ® ™ REGISTRERADE VARUMÄRKEN UNDER SINA RESPEKTIVE ÄGARE UTAN NÅGON SOM HELST KOPPLING TILL VARE SIG ETOUR ELLER MITTUNIVERSITETET. ETOUR OCH MITTUNIVERSITETET GÖR INTE ANSPRÅK PÅ NÅGON ÄGANDERÄTT GÄLLANDE DESSA VARUMÄRKEN ELLER BILDOBJEKT/ILLUSTRATIONER, OCH ANVÄNDER DEM ENDAST I ETT RENT ILLUSTRATIVT OCH ICKE-KOMMERSIELLT SYFTE.