

남해, '독일맥주축제' 로컬 콘텐츠로 빛났다

김영신 기자 | 승인 2024.10.20 22:23

재단, 관광객 100명 설문조사
방문만족도·재방문 의사 높아
빅텐트·퍼레이드 등 좋은 평가



남해독일마을의 장소성이 '독일마을 맥주축제' 로컬 콘텐츠와 결합 축제 만족도와 재방문 의사가 높은 로컬 콘텐츠 중심의 축제로 발전하고 있다. 사진은 길거리 퍼레이드 모습.

남해 독일마을의 장소성이 '독일마을 맥주축제' 로컬 콘텐츠와 결합, 축제 만족도와 재방문 의사가 높은 로컬 콘텐츠 중심의 축제로 발전하고 있다.

20일 남해관광문화재단(이하 재단)에 따르면 축제장 방문 관광객 100명을 대상으로 독일마을과 맥주축제 만족도 조사 결과, 독일마을 방문 만족도는 87.9점, 독일마을 재방문 의사는 86.9점으로 조사됐다.

맥주축제는 축제 만족도 87.3점, 축제 재방문 의사 86.6점으로 방문 만족도와 재방문 의사에 우수한 평가를 받았다.

재단이 문화체육관광부 계획공모형 지역관광개발사업의 하나로 맥주축제와 함께 추진한 사업에서 빅텐트 89.5점, 퍼레이드 89.1점, 플라워 카페트 87.9점, 독일마을 여행라운지 87점 순으로 좋은 평가를 받았다.

특히 빅텐트 총매출액은 지난해보다 24.2%가 증가해 빅텐트를 통한 경제성 있는 축제임을 확인했다.

독일마을을 방문한 횟수에는 재방문 경험이 2회 20%, 3회 14%, 5회 이상 4%로 재방문이 전체 41%를 차지했다. 처음 방문한 사람은 59%로 집계됐다.

방문지역으로는 경상권 49%, 서울과 경기권 33%, 전라권 10%, 충청권 4% 순으로 경상권 서울·경기권, 전라권 등 4개 지역에서 가장 많이 방문했다.

방문객 성별로는 여성 57%로 43%를 차지한 남성보다 높았다. 연령별로는 30대 40%, 20대와 40대가 각각 22%, 50대 이상 16%로 독일마을과 맥주축제가 젊은 여성이 선호하는 관광축제로 확인됐다.

재단 관계자는 "남해독일마을의 장소성과 맥주축제 다양한 콘텐츠가 관광객을 모으는 흡입 효과로 이어져 경제성 있는 축제, 여성과 젊은 층이 선호하는 축제, 재방문율이 높은 축제라는 긍정적 결과를 가져왔다"고 밝혔다.

저작권자 © 경남매일 무단전재 및 재배포 금지



김영신 기자