

Hiiumaa külastajate tagasiside küsitlus 2025

Lühikokkuvõte

- Külastajate üldine **rahulolu Hiiumaaga on hea**, suhtumine valdavalt positiivne. Vastustest tuleb välja, et Hiiumaa on koht, kus on mõnus ja rahulik puhata, kus leidub küll väikseid eripärasid või puudujääke, kuid üldiselt on kõik hästi.
- Teavitus- ja mainekujundustöö, et luua Hiiumaale kuvand kui **rahu ja vaikuse** (molutamise) kohast, **unikaalse loodusega, iseloomuliku kogukonnaga, merelisest ja hea huumoriga** kohast, on vilja kandnud. See paistab välja vaba tekstiga vastuste analüüsist.
- Küsitlusele **vastajate hulk suurenes eelmise aastaga võrreldes 30 % võrra**, kuigi vastamise periood oli lühem. Vastajate kasvanud huvi põhjuseks võib olla Hiiumaa parem nähtavus ja suurenenud tuntus, aga ka külastajate digiharjumuste muutumine – inimesed on internetis järjest aktiivsemad ning täidavad ka küsimustikke meelsamini.
- **Suurenes vastajate hulk, kes külastasid Hiiumaad vaid ühel korral.** Võib olla seotud üldise hindade tõusu ja elukalliduse kasvuga, mistõttu inimestel ei ole võimalik ka oma lemmiksihtkohas nii palju puhata, kui nad sooviksid.
- Samas on kasvanud nende vastajate arv, kes **ööbisid Hiiumaal rohkem kui ühe öö**, see tähendab, et puhkuse pikkus on kasvanud – kui juba tullakse, jäädakse kauemaks.
- Ööbimiskoha valikul on vastustest näha vaid **autoelamutes/haagissuvilates ööbijate ning puhkemajade külastajate osakaalu kasvu**, samas kui hotellides ööbijate osakaal on vähenenud.
- **Huviväärsuste ja tegevuste juurde tekkimist on märgatud**, seda mainis koguni 25.1 % vastanutest.
- Põhjused, **miks Hiiumaa jääb reisiplaanidest välja**, on peamiselt **eelarvamuslikud**: arvatakse, et see on **kauge, raskesti ligipääsetav ja et kui eelmüügi parvlaevapiletid on välja müüdnud, siis laevale ei saagi**.
- Samas, **parvlaevapiletite hind** on probleemina tähtsust kaotanud, samuti ka reise sagedus. Siiski, praamid.ee leheküljel „välja müüdnud“ väljumisajad panevad inimesi reisiotsustest loobuma.
- Probleemiks on **Hiiumaal liikumine**. Ühistranspordi võimalused on napid, rendiautode saadavust peetakse ebapiisavaks.
- Vaatamisväärsuste populaarsuse tipus on jätkuvalt **tuletornid, väikesadamad, Sääre Tirp, (RMK) matkarajad, Tuuletorn, Ristimägi, Viscosa kultuuritehas ja Suuremõisa loss**.
- Hiiumaa külastusotsuse tegemise aluseks olevate infokanalite puhul ei ole muutunud peamine ehk **sõprade-pereliikmete soovitus**. Kuid meediakanalite mõju on muutumas: **tõusuteel on sotsiaalmeedia, Youtube ja teised alternatiivse meedia kanalid**, languses on traditsioonilise meedia osatähtsus. Ära märgiti ka tehisintellekti roll.

Küsitluse läbi viimise aeg ja meetodika

Küsitlus viidi läbi veebiküsitlusena 19. augustist 28. septembrini 2025.

Küsitluse kutse saadeti Hiiumaa turismiklastrile oma nõusoleku e-kirjade saamiseks andnud eraisikutest adressaatidele, üleskutset vastamiseks jagati Hiiumaa sotsiaalmeedialehekülgedel ning seda jagasid edasi Hiiumaa turismiasjalised ning nende koostööpartnerid.

Küsitlusel osalemise eelduseks oli, et vastaja on Hiiumaad hiljuti (eelistatavalt viimase aasta jooksul) külastanud ning selline valim võimaldab selgitada välja Hiiumaad külastanud inimeste külastuskogemuse.

Sellisena ei ole küsitlustulemused üldistatavad kogu Eesti siseturistide sihtgrupile, vaid need kajastavad vaid Hiiumaad külastanud inimeste seisukohti.

Kokku vastas küsitlusele **1329** inimest ning vastanute hulga võib lugeda esinduslikuks ning saadud tulemused adekvaatseteks.

Küsitlusele vastajatel oli võimalus anda infot oma soo, vanuse ja reisieelistuste kohta, mis võimaldab teha kokkuvõtte ka sellest, missugune on Hiiumaal käinud turistide külastajaprofiil. Selle järeltule juures tuleb olla ettevaatlik, kuna küsimusele vastamine oli vabatahtlik. Võib olla, et teatud isikuomadustega inimesed, kes küll külastasid Hiiumaad, ei soovinud aga oma vastuseid anda.

Küsitluse vastajate vahel loositi välja auhind, puhkus Hiiumaal väärtusega 400 eurot. Auhinna saamiseks pidi vastaja jätma korraldajale oma e-maili aadressi ning andma nõusoleku oma isikuandmete ehk e-maili aadressi salvestamiseks ja töötlemiseks.

Küsitluses oli ka vaba vastusevariandiga küsimusi, millele vastajad võisid anda vastuseid oma valitud sõnastuses. Sellised vastused on analüüsitud eraldi, vastused on vastavalt sisule grupeeritud tüüpvastusteks ning populaarsematest vastustest koostatud eraldi pingerida.

Küsitluse korraldamise eesmärk

Küsitluse läbi viimise eesmärk oli saada Hiiumaad külastanud turistidelt vahetut tagasisidet Hiiumaa külastuskogemuse kohta, selgitada välja vaatamisväärsused, teenused, sihtkohad ja tegevused, millega külastaja jäi rahule, tuvastada, mis meeldis ning saada teada, mida oleks soovitud rohkem näha, tarbida ja kogeda.

Samuti soovisid küsitluse korraldajad teada, millega külastajad seoses Hiiumaa-reisiga rahule ei jäänud, mis vajaks nende arvates parandamist.

Vastavalt võimalustele on küsitluse tulemusi võrreldud koostöös Saaremaa vallavalitsusega 2023. aasta detsembris ning Hiiumaa turismiklastri poolt 2024. aasta septembris-oktoobris läbi viidud küsitlustega, vastavad võrdlusandmed on välja toodud konkreetsete vastuste juures.

Vaba tekstiga vastuste juures on analüüsitud välja toodud teemade ja märksõnade esinemissagedust. Kasutatud on vastuste sisulist võrdlemist, mis võimaldab grupeerida sama teema alla ka sellised vastused, mis on sõnastatud erinevalt, kuid tähistavad siiski sama mõistet, kohta või tegevust.

Graafikute lugemisest

Kuna enamuse küsimuste puhul sai vastaja valida mitu vastusevarianti, on küsitlustulemuste graafikutel välja toodud kõik esitatud vastused protsendina vastanute koguarvust. Seega ei ole need

arvud nullsumma mäng ega 100% kokku liitmine. Vastuste kogusumma on seepärast enamasti suurem kui 100 %.

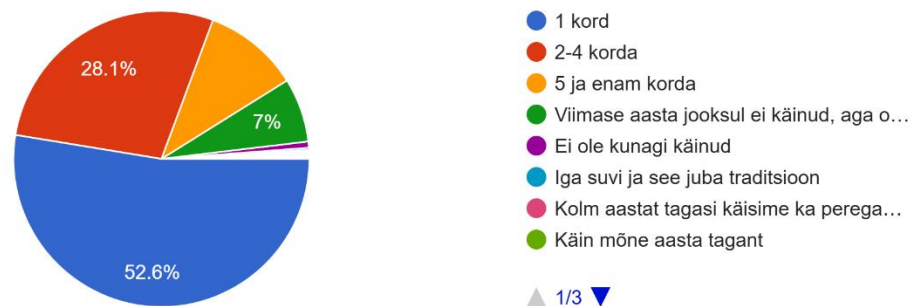
Kui vastuseid on vaadeldud mõne konkreetse sihtgrupi lõikes, näiteks perepuhkajad, on teiste sihtgruppide vastused analüüsitavast andmekogumist eraldatud ning tulemused esitatud vaid selle konkreetse sihtgrupi vastuste kohta. Sellisel juhul on seda ka vastuse juures mainitud.

Küsitluse vastuste analüüs

1. Hiiumaa külastuste arv

1. Mitu korda oled viimase aasta jooksul Hiiumaad külastanud?

1,329 responses



Üle poole vastanutest oli Hiiumaad viimase aasta jooksul külastanud ühel korral. 2024. aasta küsitlusele vastanute hulgas oli vaid ühe korra Hiiumaad külastanud inimeste osakaal 12 % võrra väiksem, 41,5 %. 2 - 4 korda Hiiumaal käinute arv oli samas suurusjärgus (2024. aastal oli see 26, 6 %). 5 ja enam korda külastanud vastajate arv vähenes 2024. aasta 13 %-lt 10 %-ni.

Vaba tekstiga vastusevariandi all pakuti veel välja: 2 korda kuus, 12 korda, „lapsepõlves iga suvi ja muidu pea iga aasta“ ja 25 korda.

2. Reisi kestus on pikenenud.

Mitu päeva kestis sinu viimane Hiiumaa reis?

1 päev (ööbimiseta)	6.8 %
2 päeva, 1 ööbimine	23.4 %
2 – 3 ööbimist	56.7 %

1 % piirimaile jäid veel vastusevariandid 4 ööbimist, 5 ööbimist ja nädal.

Võrreldes 2024. aasta küsitlusega (oli 51.4 %) on **kasvanud inimeste arv, kes ööbisid Hiiumaal 2 – 3 ööd**. Langenud on ühe ööbimisega külastuste arv 2024 (30.2 %). Ühepäevaste ilma ööbimiseta külastuste osakaal on jäänud samaks.

Huumoriauhinna võiks välja anda vastajatele, kellest üks kinnitas: „Jäingi siia elama“ ning teine teatas: „Ilmselt olen viimane inimene Eestimaal, kes pole Hiiumaal käinud, aga olen samas pool maailma läbi rännanud“:

3. Ööbimiskoht

Hiiumaa majutuskohdade populaarsuse pingerida oli vägagi sarnane 2024. aasta küsitlustulemustest selgunud jaotusega (sulgudes):

	2025	2024
1. Sugulaste – tuttavate juures	32.6 %	(36.7 %)
2. Puhkemajas	27.3 %	(25,1%)
3. Hostelis või kämpingus	12,1 %	(13,5%)
4. Telgis	11.9 %	(13,5%)
5. Külaliskorteris	9.1 %	(9,5%)
6. Autoelamus / haagissuvilas	8.2 %	(6%)
7. Hotellis	7 %	(11,5%)

Vähenenud on sugulaste-tuttavate juures ööbimise, telkimise ja hotellis majutumise osakaal. Suurenenud on autoelamus ja puhkemajas ööbimine.

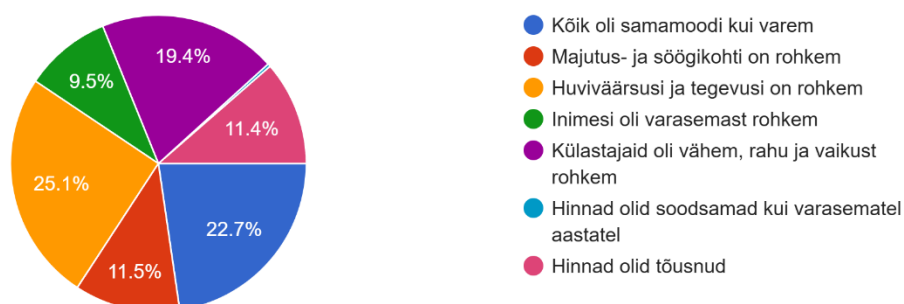
Hotellides ööbimiste osakaalu languse kohta käesoleva küsitluse andmestikust usaldusväärset vastust ei ole võimalik saada.

Kuna suurenes nende vastajate hulk, kes pakkusid välja mingi oma vastusevariandi, on võimalik püstitada hüpotees, et ööbimisvõimaluste valik on suurenenud ning on tekkinud majutuskohhti, mis ei kvalifitseeru eelpool nimetatud variantide alla. Näiteid ebatüüpilistest vastustest: kogudusemajas, katusetelgis, klaasmajas, jahimajas, kaitseliidu malevas, kutsekoolis, laevas, koolimajas, autos, paadis, RMK aladel, sõbra saunas, uneaidas.

4. Kas tänavu oli Hiiumaal midagi oluliselt teisiti kui varasematel kordadel?

Kas tänavusel Hiiumaa külastusel oli midagi oluliselt teisiti, kui varasematel kordadel?

1,265 responses



Tänavuses küsitluses oli esmakordselt sees küsimus tajutavate muutuste kohta Hiiumaa külastamisel. Kõige rohkem vastajaid ehk **25.1 % leidsid, et huviväärsusi ja tegevusi oli rohkem.**

11.5 % ütlesid, et majutus- ja söögikohti oli rohkem.

19.5 % arvasid, et inimesi oli vähem ja rahu ning vaikust rohkem.

22.7 % leidsid, et midagi pole muutunud.

11.4 % vastasid, et hinnad on tõusnud.

Vaid 4 vastajat (0.3 %) leidsid, et hinnad olid tänavu soodsamad.

5. Põhjused, miks Hiiumaa jäi reisiplaanidest välja

Peamisteks takistusteks Hiiumaa külastusotsuse langetamisel on eelarvamusliku iseloomuga põhjused: Hiiumaad peetakse **raskesti ligipääsetavaks** ning kardetakse, **et parvlaevapiletid on välja müüdud ning ei saa laevale**.

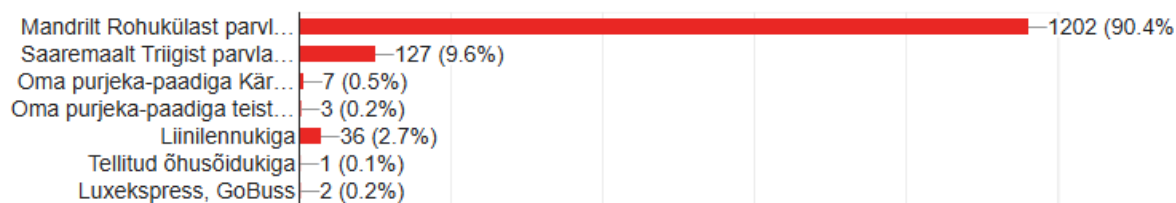
Sellele küsimusele vastas 696 inimest ning vastuste pingerida oli järgmine:

- | | |
|--|--------|
| 1. Hiiumaa näib raskesti ligipääsetav, kaugel | 25.9 % |
| 2. Parvlaevapiletid paistavad praamid.ee lehel eelmüügist välja müüdud | 15.5 % |
| 3. Ei ole üldse kursis, mis seal teha ja näha on | 11.8 % |
| 4. Näib liiga kallis | 7.2 % |
| 5. Tundub, et Hiiumaal pole mulle huvipakkuvaid paiku, tegevusi | 3.7 % |

6 . Transpordiviisid Hiiumaale jõudmiseks

Hiiumaale jõudmise viisid olid samuti ettearvatult üsna sarnased varasemate aastatega.

1,329 responses



Rohuküla-Heltermaa parvlaevaliini kasutajate hulk on suurenenud 88.8 %-lt eelmisel aastal 90.4 %-ni. Triigi-Sõru liini kasutajate osakaal on vähenenud 12.9 %-lt eelmisel aastal 9.6 %-ni sel aastal. Vähenenud on liinilennuki kasutamine - 2024. aastal märkis liinilennuki oma transpordiviisiks 5% vastanutest.

7. Kohapealse liikumisviisi eelistused

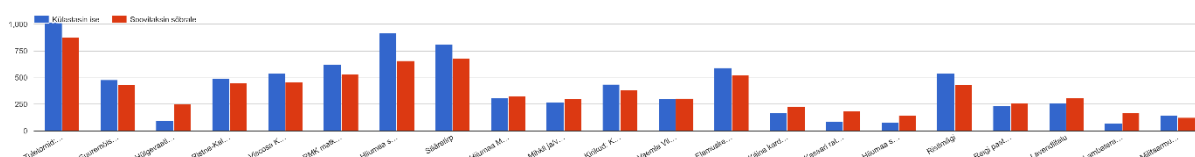
	2025	2024
1. Peamine eelistus oli oma auto	86.8 %	(82,4 %)
2. Kuhu võimalik, lähen oma jalgrattaga	8.7 %	(7,7 %)
3. Ühistransport ja kohapeal jalgsi	7 %	(12,6 %)
4. Rendiauto või renditud jalgratas	2.5 %	(3,2 %)
5. Seitsmel korral mainiti mootorratast	0.4 %	(0,3 %)

Isikliku auto kasutamine on jätkuvalt populaarne ning kasvav, aga suurenenud on ka oma jalgratta kasutajate osakaal. Ühistranspordi populaarsus on langenud, ka vaba tekstiga vastustest tuli välja, et

ühistranspordisüsteem on külastaja jaoks olematu. Mainiti ka, et rendiauto võimalus sadamas oleks teretulnud.

8. Eelistatud sihtkohad ja vaatamisväärsused Hiiumaal

7. Mis atraktsioone ja vaatamisväärsusi Hiiumaal külastasid?



- Tuletornid (1019 vastanut külastas)
- Hiiumaa väikesadamad (920 vastanut külastas)
- Sääretirp (810 vastanut külastas)
- RMK matkarajad (625 vastanut külastas)
- Elamuskeskus Tuuletorn (592 vastanut külastas)
- Ristimägi (541 vastanut külastas)
- Viscosa kultuuritehas (541 vastanut külastas)
- Suuremõisa loss (481 vastanut külastas)

Populaarsed sihtkohad olid ka Ristna-Kalana surfirannad ja Hiiumaa kirikud: Kärddla, Reigi, Pühalepa, Kassari.

9. Vaba tekstiga vastustest välja joonistunud *Top Of Mind* sihtkohtade loetelu

Mis koht või tegevus Hiiumaal kõige sügavama mulje jättis?

Ilma etteantud valikuteta küsimusele sai vastata vaba tekstiga. Allpool on toodud sagedustabel, milles on tuvastatud märksõnad (sorteeritud mainimiste järgi, seotud ridade mainimiskordadega originaalloetelus pärast puhastust ja sarnaste variantide liitmist).

Mõned märksõnad kordavad eelmise küsimuse vastusevariante. Kuid et tegemist oli vaba tekstiga vastustega, saab järeldada, et tegemist on vastajate *top of mind* ehk esimesena meelde tuleva objektiga, mis näitab külastuskoha spontaanset tuntuust.

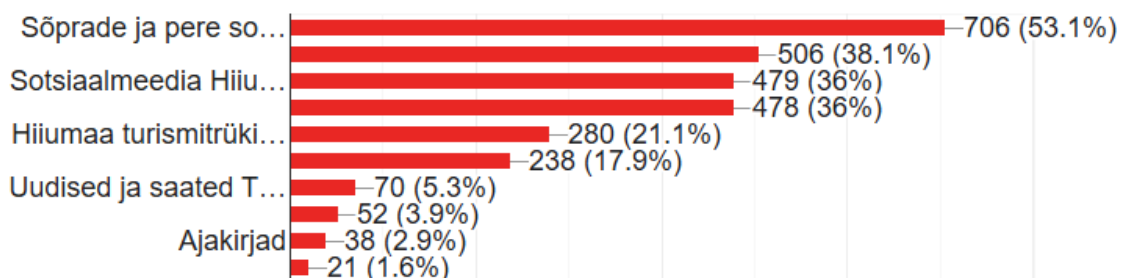
1. Viscosa (Viscosa kultuuritehas, Viskoosa jne) — 60
2. (OTHER) Üksikud / mitte mallilised märksõnad kokku — 54 (loetelu eraldi)
3. Rannad / rand / liivarannad / paradiisirand — 35
4. Tuletornid / tuletorn / Tuuletorn / Kõpu tuletorn (eraldi ka nr 6) — 29
5. Sääretirp / Sääre tirp (Sääre tirb jne) — 28

6. Kõpu (sh Kõpu tuletorn, Kõpu poolsaar) — 17
7. Muuseumid / näitused / püsieksponaadid (Mihkli, Mereprügi, Pikk maja jpt) — 17
8. Ristna (Ristna-Kalana, Ristna rand, Ristna neem) — 15
9. Nuudi Hobitalu / hobitalu — 20 (liidetud mõned variandid kokku)
10. Suuremõisa / Suuremõisa loss — 12
11. Kassari (Kassari kabel, Kassari poolsaar) — 11
12. Kärkla — 6
13. Kalana — 9
14. Kohvik / kohvikutepäev / kodukohvikud — 8
15. Lavendlitalu — 7
16. Tõrvanina (rand, telkimisala) — 6
17. Militaarmuuseum / militaarobjektid / kaitserajatised — 6
18. RMK matkarajad / RMK telkimisala — 5
19. Hiiu "Eiffeli" / Eiffeli torn (kohalik teemapark/objekt) — 5
20. Surf / surfiparadiis / surfilained — 4
21. Orjaku sadam — 4
22. Luidja — 3
23. Kaleste — 3
24. Kaibaldi liivik — 2

Tabeli tipus domineerivad Viscosa, tuletornid, rannad ja Säätetirp — need on korduvate vastuste selged tipurühmad.

10. Infokanalid, mille põhjal tehti Hiiumaa külastusotsus

1,329 responses



Populaarsuse järjekorras on välja toodud järgmised infokanalid.

	2025	2024
1. Sõprade ja pere soovitused	53.1%	(55.7 %)
2. Google ja teised otsimootorid	38.1 %	(38.5 %)
3. Sotsiaalmeedia Hiiumaa lehed	36 %	(33.7 %)
4. Koduleht Hiiumaa.ee	36 %	(39 %)
5. Hiiumaa turismitrükis GO Hiiumaa	21.1 %	(20.9 %)
6. Sotsiaalmeediast teiste inimeste lehtedelt	17.9 %	(15.9 %)
7. TV ja raadio	5.3 %	(5.6 %)
8. Uudised ajalehtedes ja portaalides	3.9 %	(4.8 %)
9. Ajakirjad	2.9 %	(3 %)
10. Youtube Hiiumaa kanal	1.6 %	(0 %)

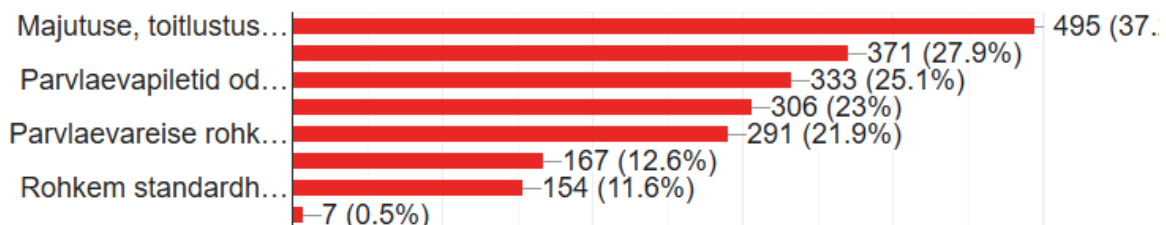
Olulisim on jätkuvalt **personaalne soovitus**: sõprade, sugulaste, tuttavate positiivne kogemus.

Väärib ära märkimist, et tugeval positsioonil on **Hiiumaa sotsiaalmeedia, aga jätkuvalt ka Hiiumaa.ee** koduleht ning tabelisse on jõudnud ka Hiiumaa Youtube kanal, kuigi selle sisuloo on alles väga algjärgus.

TV, raadio, ajalehed ja ajakirjad on tähtsust kaotamas. Samas on sisu tootmine väga oluline, sest seda oma kanalites jagades leiavad selle üles ka otsimootorid Google jt, aga järjest enam ka erinevad AI rakendused. Kusjuures – vaba tekstiga vastustes oli ühel korral ka välja toodud, et üks inimene sai soovitusel Hiiumaad külastada just Chat GPT-lt.

11. Mis võiks Hiiumaal olla teisiti?

1,329 responses



Pingerida ette antud vastusevariantidest oli järgnev:

	2025	2024
1. Majutuse toitlustuse ja turismiteenuste hinnad soodsamad	37 %	(39,9 %)
2. Rohkem üritusi, kontserte, näitusi	27.9 %	(29,1 %)
3. Parvlaevapiletid odavamad	25.1 %	(37,2 %)
4. Rohkem söögikohti	23 %	(27,5 %)
5. Parvlaevareise rohkem	21.9 %	(23,3 %)
6. Rohkem aktiivse tegevuse, sportimise, osalemise võimalusi	12.6 %	(13,8 %)
7. Rohkem standardhotellitube, wc ja dušš toas	11.6 %	(14,3 %)
8. Kõik on hästi	0.5 %	(3)

Vaba tekstiga vastusevariantidest tulid esile ühistranspordi parandamise vajadus, söögikohtade hooaja lühidus, randade heakorrastamine. Leiti, et Kõpus matkajatel puudub pesemisvõimalus,

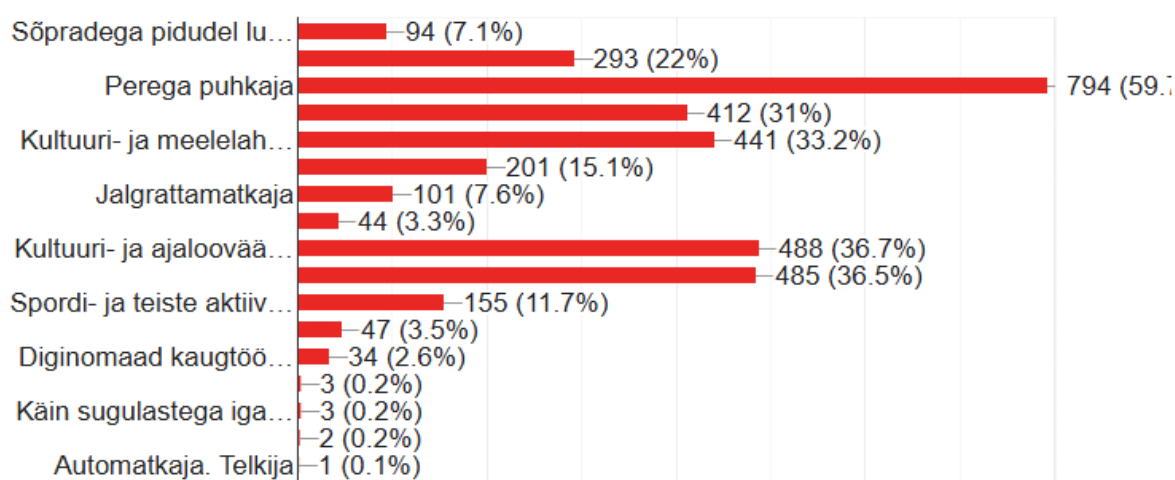
- ## 12. Teiste saarte külastamise kogemus

14. Viirelaid
15. Naissaar
16. Aegna
17. Bornholm
18. Öland
19. Piirissaar
20. Keri

Muudest kohtadest nimetati vaba tekstiga vastustes ära 76 erinevat, eelpool mainimata sihtkohta.

13. Külastajate profiil nende endi hinnangul

1,329 responses



Hiiumaa külastajate profiil nende endi hinnangul oli 2025. aastal järgmine.

	2025	2024
- Perega puhkajaid	59.1 %	(61,9 %)
- Kultuuri- ja ajalooäärtuste nautijad	36.7 %	(38,6 %)
- Kohalike maitsete gurmaan	36.5 %	(34,8 %)
- Kultuuri- ja meelelahutuse nautijad	33.2 %	(32,5 %)
- Partneriga romantika otsijad	31 %	(32,5 %)
- Suvehiidlane	22 %	(21,7 %)
- Seljakotimatkaja, loodusesõber	15.1 %	(17,8 %)
- Spordi- ja aktiivsete tegevuste harrastaja	11.7 %	(12,1 %)
- Jalgrattamatkaja	7.6 %	(8,6 %)
- Sõpradega pidudel lustija	7.1 %	(9,5 %)
- Äri- või tööreisija	3.5 %	(5,4 %)
- Diginomaad kaugtöökoha otsingul	2.6 %	(-)

Enamus etteantud vastusevariante näitavad kas sama suurusjärku või kahanemist, kuid lisandunud on vaba tekstiga vastuseid. Nende analüüs lubab järeldada, et kasvab nende Hiiumaa külastajate hulk, kes saavad saarele mingi täiesti oma *agenda*'ga. Näiteks olid ära mainitud marja- ja

seenekorjamine, kunstilised otsingud, kalmistu külastamine, kalastamine, rahu ja vaikuse otsingud ja teised „sügavamad“ eesmärgid.

14. Mis teeb Hiiumaa eriliseks ja unikaalseks?

Vaba tekstiga küsimustele anti väga erinevaid vastuseid. Järgnevalt on AI abiga tehtud analüüsis toodud välja tüüpilisemad valdkonnad koos mainimiskordade arvuga.

HIIUMAA MAINIMISTE ANALÜÜS (sagedus ja teemad)

Analüüsis tuvastati ligikaudu **1200 vastust**, millest sõnade ja fraaside sageduse põhjal eristus selgelt viis põhiteemat.

◆ 1. Loodus (loodus, meri, mets, rand, kadakad, puhtus, rohelus)

Mainimised: ~710 korda

- Kõige sagedamini kasutatud sõna: „**loodus**“ (üle **400 korra**)
- Seotud sõnad: meri (180), mets (90), rand / rannad (75), kadakad (35), puhtus (30)

Iseloomulikud väljendid:

„Hiiumaa loodus“, „puhas loodus“, „metsad ja meri“, „kadakad ja rannad“, „puutumatu loodus“

Tõlgendus: Loodus on Hiiumaa kuvandi tuum. Seda nähakse puhtuse, metsikuse ja autentsuse sümbolina.

◆ 2. Rahu, vaikus ja aegluse tunne

Mainimised: ~640 korda

- „rahu“ – 320
- „vaikus“ – 280
- „aeg seisab / aeglaselt kulgemine“ – 80

Iseloomulikud väljendid:

„Aeg seisab“, „rahu ja vaikus“, „aeg liigub omasoodu“, „Hiiumaal on aeg teistsugune“

Tõlgendus: See on Hiiumaa peamine emotsionaalne väärtus – aeglustumine ja meelerahu.

◆ 3. Inimesed, hiidlased, kogukond

Mainimised: ~350 korda

- „inimesed“ (210)
- „hiidlased“ (70)
- „sõbralikud / lahked / muhedad / huumor“ (70+)

Iseloomulikud väljendid:

„Sõbralikud inimesed”, „hiidlaste huumor”, „kogukond ja oma olemine”

Tõlgendus: Hiiumaa inimesed ja nende eripärane huumor ning sõbralikkus on püsiv väärtus.

◆ 4. Eraldatus ja saarelisus

Mainimised: ~280 korda

- „saar” – 140
- „meretagune maa” – 40
- „praamisõit” – 25
- „kaugus / isoleeritus / eraldatus” – 75

Iseloomulikud väljendid:

„Mandrist eraldatud”, „praamisõit on sissejuhatus”, „meretagune maa”, „saare võlu”

Tõlgendus: Saare geograafiline eraldatus on positiivne väärtus – loob rahu ja eripära tunde.

◆ 5. Ilu, võlu, aura ja maagia

Mainimised: ~150 korda

- „ilus” – 90
- „aura / võlu / maagia / vibe / hing / energia” – 60

Iseloomulikud väljendid:

„Hiiumaa aura”, „see eriline energia”, „lummas loodus”, „maagiline saar”

Tõlgendus: Loodus ja atmosfäär seotakse emotsionaalse ja vaimse puhastumisega.

◆ 6. Mälestused, lapsepõlv ja juured

Mainimised: ~110 korda

- „lapsepõlv / sünnikoht / juured” – 110

Iseloomulikud väljendid:

„Minu lapsepõlvemaa”, „ema on sealt pärit”, „Juured Hiiumaal”

Tõlgendus: Hiiumaaga seotakse isiklike ja perekondlike mälestusi – tugev identiteeditunne.

◆ 7. Rannad ja tuleornid

Mainimised: ~90 korda

- „rannad” – 60
- „tuleornid” – 30

Iseloomulikud väljendid:

„Imeilusad rannad”, „Kõpu ja Tahkuna tuletornid”, „Rannad igas nurgas oma näoga”

Tõlgendus: Need on visuaalsed ja sümboolsed kohad, mis kehastavad Hiiumaa eripära.

◆ 8. Hiiumaa ise / tervikuna / kõik on eriline

Mainimised: ~70 korda

- „Hiiumaa ise” – 45
- „kõik” / „tervikuna” – 25

Tõlgendus: Paljud vastajad väljendasid tundeid sõnadega “lihtsalt Hiiumaa ise” — sõnulseletamatu terviklik kogemus.

◆ 9. Kultuur ja huumor

Mainimised: ~60 korda

- „hiiu huumor”, „kogukond”, „traditsioonid”, „tavad”, „kultuur”

Tõlgendus: Hiiumaad väärtustatakse mitte ainult looduse, vaid ka kohaliku kultuurilise identiteedi kaudu.

TOP 15 sagedasema sõna / mõiste pingerida

Koht	Sõna / fraas	Mainimiskordi
1	Loodus	412
2	Rahu	320
3	Vaikus	280
4	Inimesed	210
5	Meri	180
6	Saar	140
7	Hiiumaa ise / tervikuna	70
8	Hiidlased	70
9	Eraldatus / kaugus	75
10	Ilus / ilu	90
11	Aeg seisab / aeglus	80
12	Rannad	60
13	Puhtus	30
14	Kadakad	35
15	Huumor / hiiu huumor	25

Kokkuvõte (kvalitatiivne järeldus)

Hiiumaad kirjeldatakse kui **rahuliku tempo ja tugeva identiteediga saart**, mille **looduslik ilu ja inimlik soojus** moodustavad eristuva terviku.

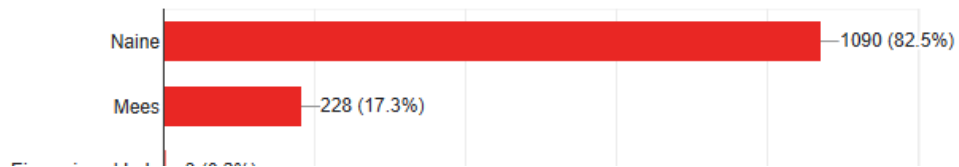
Kõige sagedamini korduvad märksõnad **loodus, rahu, vaikus, inimesed ja aeg**, mis koos loovad tunde **ajatusest ja puhtusest**.

Hiiumaa on paljude jaoks **emotsionaalne “puhastumise koht”** – koht, kuhu tullakse end taastama ja olema “päriselt kohal”.

Vastajate profiil

Vastajatest 4 ei olnud nõus oma sugu avaldama, 82.5 % olid naised.

1,321 responses



Earühmadest oli ülekaalukaim täiskasvanu, 17.5 identifitseeris end eakama inimesena, 1.8 % oli üliõpilasi ning muud vastajagrupid olid väiksemad kui 1 %.

1,309 responses

