



DE SEKS SEGMENTER - NEDERLANDENE

MARKEDSPOTENTIALE

DE SAMVITTIGHEDSFULDE FAMILIER

DE SAMVITTIGHEDSFULDE FAMILIER

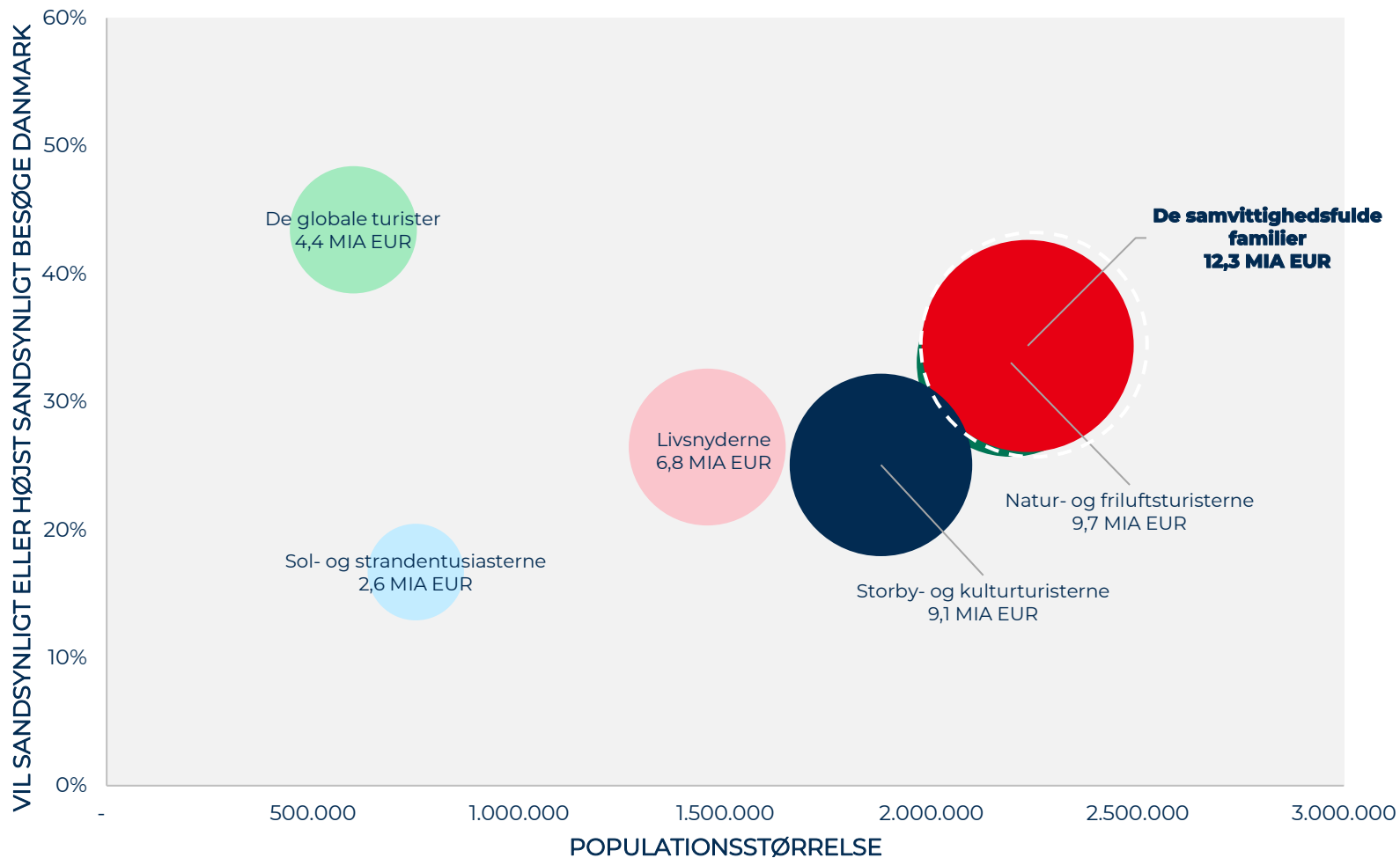
POPULATION : 2.200.000, ANDEL AF MARKED: 22%

- De samvittighedsfulde familier er en gruppe, der ønsker at have en afslappende og samtidig ansvarsbevidst ferieoplevelse. Når de er på ferie i udlandet, søger de også gerne naturoplevelser. De er også meget bevidste omkring miljø og klima. De er ofte forældre til børn under 18 år og ønsker at finde en destination, der er tryk og børnevenlig. Når de planlægger en ferie, er deres foretrukne valg sol- og strandferier eller sommerhusferie.
- På ferien prioriterer De samvittighedsfulde familier at slappe af og forkæle deres familie samtidig med, at de gør deres bedste for at tage hensyn til miljøet i det land, de besøger. De benytter sig ofte af hoteller eller lejede ferieboliger som overnatningsform, da det giver mulighed for at have mere plads og privatliv.
- De samvittighedsfulde familier har en interesse i kyst- og havoplevelser og elsker at bade i havet. De er også interesserede i børnevenlige attraktioner som forlystelsesparker og zoo, da de ønsker at give deres børn sjove og uforglemmelige oplevelser.
- De samvittighedsfulde familier er opmærksomme på, at deres ferieaktiviteter og valg kan have en indvirkning på miljøet og tager derfor ansvar for at træffe miljøvenlige valg. De vælger ofte destinationer, der har et fokus på bæredygtighed og miljøvenlighed, og de gør deres bedste for at reducere deres egen påvirkning af miljøet ved f.eks. at spare på vandet eller undgå unødvendigt affald.
- Alt i alt er De samvittighedsfulde familier et segment, der værdsætter specielt afslapning og naturoplevelser, samtidig med at de tager hensyn til miljøet og ønsker en familievenlig og tryk ferieoplevelse.



SEGMENTSTØRRELSE OG MARKEDSPOTENTIALE I NEDERLANDENE: LÆNGERE FERIE

Boblestørrelse = totale årlige forbrug brugt på ferier i mia. euro



Key take-outs:

1. Der er ca. 2,2 mio. personer i segmentet De samvittighedsfulde familier i Nederlandene, hvormed de er det største segment i Nederlandene.
2. Segmentet har et estimeret samlet årligt forbrug på ca. 12,3 mia. euro ifm. længere ferier på 4 overnatninger eller flere. Det gør segmentet til det segment med det største, årlige rejseforbrug.
3. Segmentet har en relativt høj tilbøjelighed til at ville besøge Danmark. Her overvejer 34% af segmentet at besøge Danmark ifm. en ferie på 4 overnatninger eller flere.

I hvilken grad vil du overveje at besøge følgende feriedestinationer på en ferie i udlandet med 4 eller flere overnatninger inden for de kommende 3 år?

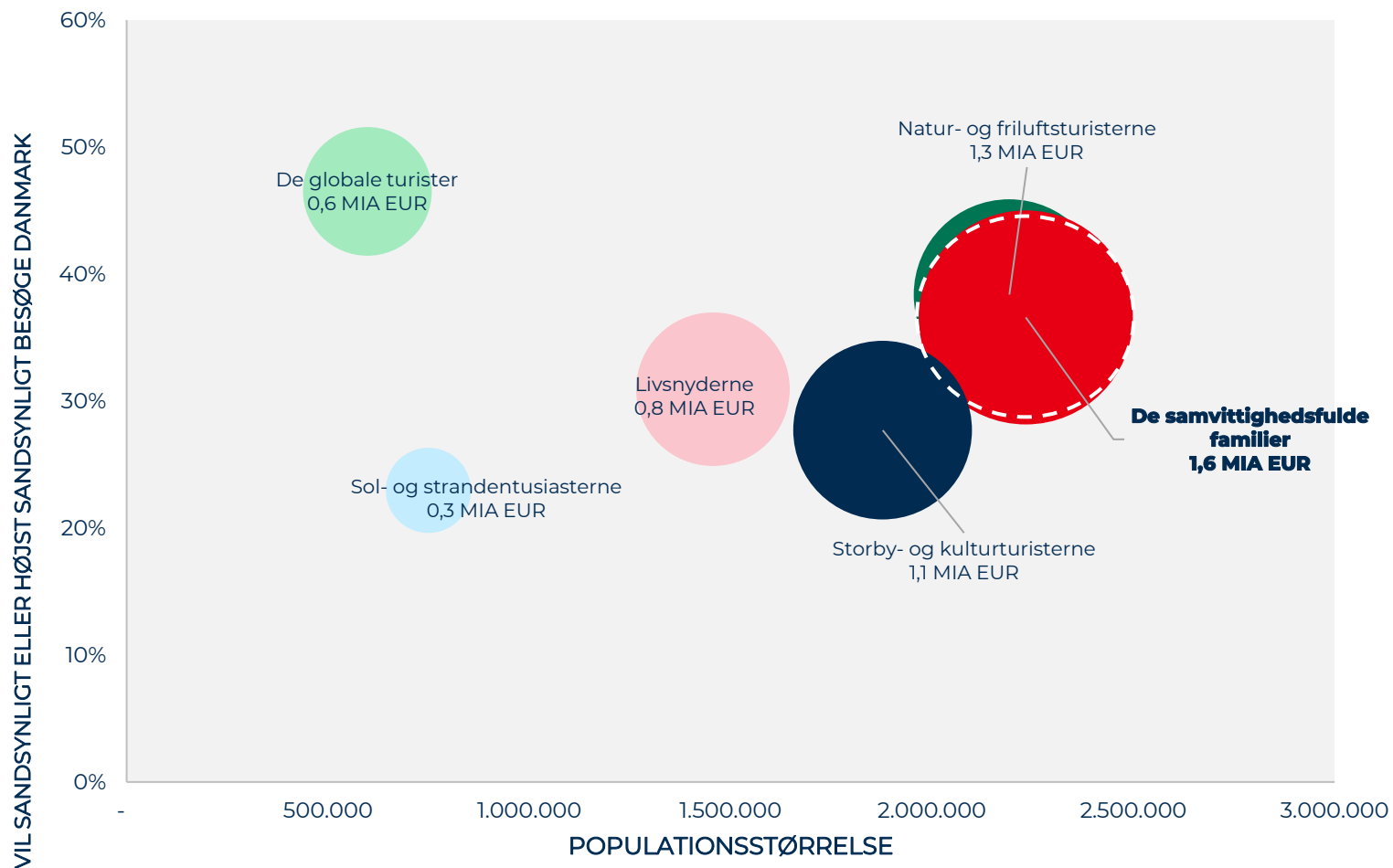
Base: Natur- og friluftsturisterne (473), De samvittighedsfulde familier (432), Sol- og strandentusiasterne (144), Storby- og kulturturisterne (318),

4 Livsnyderne (329), De globale turister(116)



SEGMENTSTØRRELSE OG MARKEDSPOTENTIALE I NEDERLANDENE: KORT FERIE

Boblestørrelse = totale årlige forbrug brugt på ferier i mia. euro



Key take-outs:

1. På korte ferier på 1-3 overnatninger har De samvittighedsfulde familier et estimeret samlet forbrug på 1,6 mia. euro årligt. Segmentet har derfor også ved kortere ferier det største forbrug sammenlignet med de øvrige 5 segmenter i Nederlandene.
2. Ved kortere ferier overvejer 37% af De samvittighedsfulde familier at besøge Danmark, hvilket er en smule over gennemsnittet på 34% blandt alle nederlandske turister.

I hvilken grad vil du overveje at besøge følgende feriedestinationer på en ferie i udlandet med 1-3 overnatninger inden for de kommende 3 år?

Base: Natur- og friluftsturisterne (473), De samvittighedsfulde familier (432), Sol- og strandentusiasterne (144), Storby- og kulturturisterne (318),

5 Livsnyderne (329), De globale turister(116)

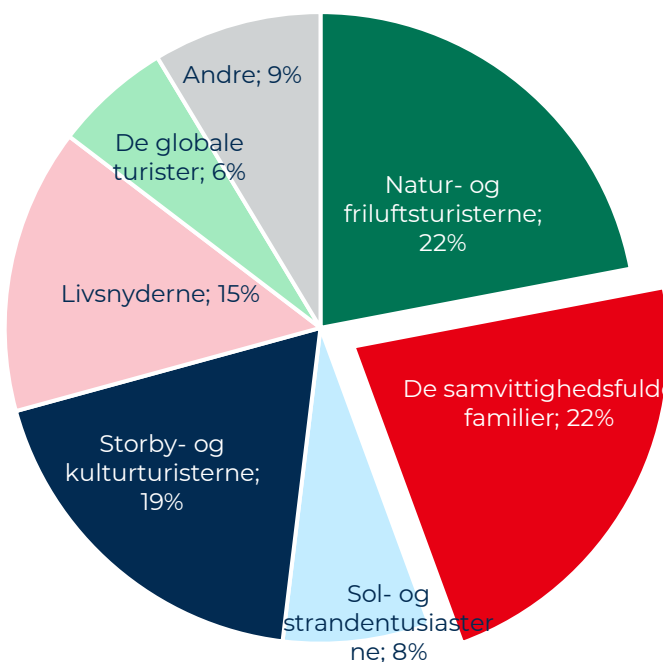


MARKEDSPOTENTIALE

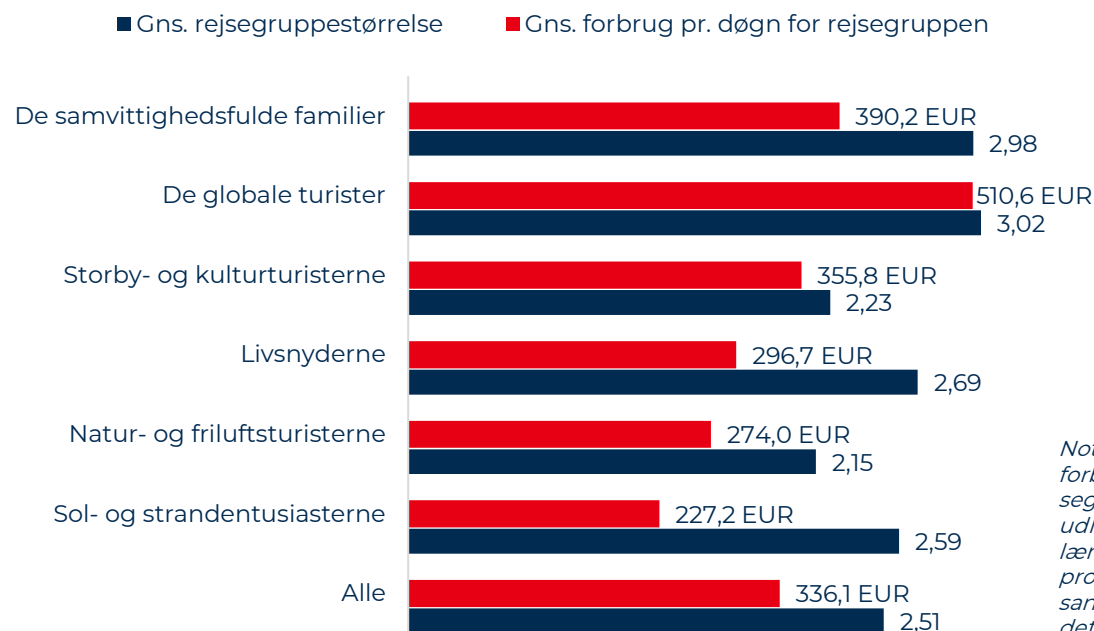
Key take-outs:

1. De samvittighedsfulde familier udgør 22% af de nederlandske turister, hvormed de sammen med 'Natur- og friluftsturisterne' udgør den største andel af det nederlandske marked. Det er blandt De samvittighedsfulde familier, at vi finder det største økonomiske potentiale med et samlet årligt forbrug på ferier med 14,0 mia. euro.
2. De samvittighedsfulde familier bruger relativt mange penge pr. døgn for hele rejsegruppen, når de er på ferie med 390,2 euro. Blandt alle nederlandske turister er dette beløb 336,2 euro for hele rejsegruppen pr. døgn. De samvittighedsfulde familier rejser også i større grupper på gennemsnitligt 3,0 personer, hvor gennemsnittet for alle nederlandske turister er 2,5.
3. Med 37% af de Samvittighedsfulde familier, som overvejer Danmark ifm. kortere ferier svarer det til 0,6 mia. euro af det samlede forbrug ifm. korte ferier. Med en overvejelsergrad for Danmark på 34% ifm. længere ferier svarer det til 4,2 mia. euro af det samlede forbrug på længere ferier. Det samlede potentiale for Danmark i segmentet er derfor 4,8 mia. euro

SEGMENTSTØRRELSE (SHARE OF MARKET)



GNS. DØGNFORBRUG OG REJSEGRUPPESTØRRELSE (I FORBINDELSE MED SENESTE FERIE, IKKE FERIE I DK)



TOTALE ÅRLIGE FORBRUG I SEGMENTET:

14,0 mia. Euro.
BRUGT PÅ FERIE

OVERVEJER DK:

Kort ferie: 37%
(Svarer til 0,6 MIA. Euro)
Lang ferie: 34%
(Svarer til 4,2 MIA. Euro)

Total potentiale DK: 4,8 MIA. Euro

Note: Ovenstående beregning er baseret på segmentets forbrug pr. rejsegruppe pr. overnatning ganget med segmentets størrelse og forventede antal overnatninger i udlandet på et år. Denne beregning er lavet for korte ferier og længere ferier. Beløbet for de to ferietyper er ganget med procentdelen af segmentet, der med høj eller meget høj sandsynlighed vil besøge Danmark. Det giver en indikation af det økonomiske potentiale for Danmark i segmentet.

STORBY- OG KULTURTURISTERNE

STORBY- OG KULTURTURISTERNE

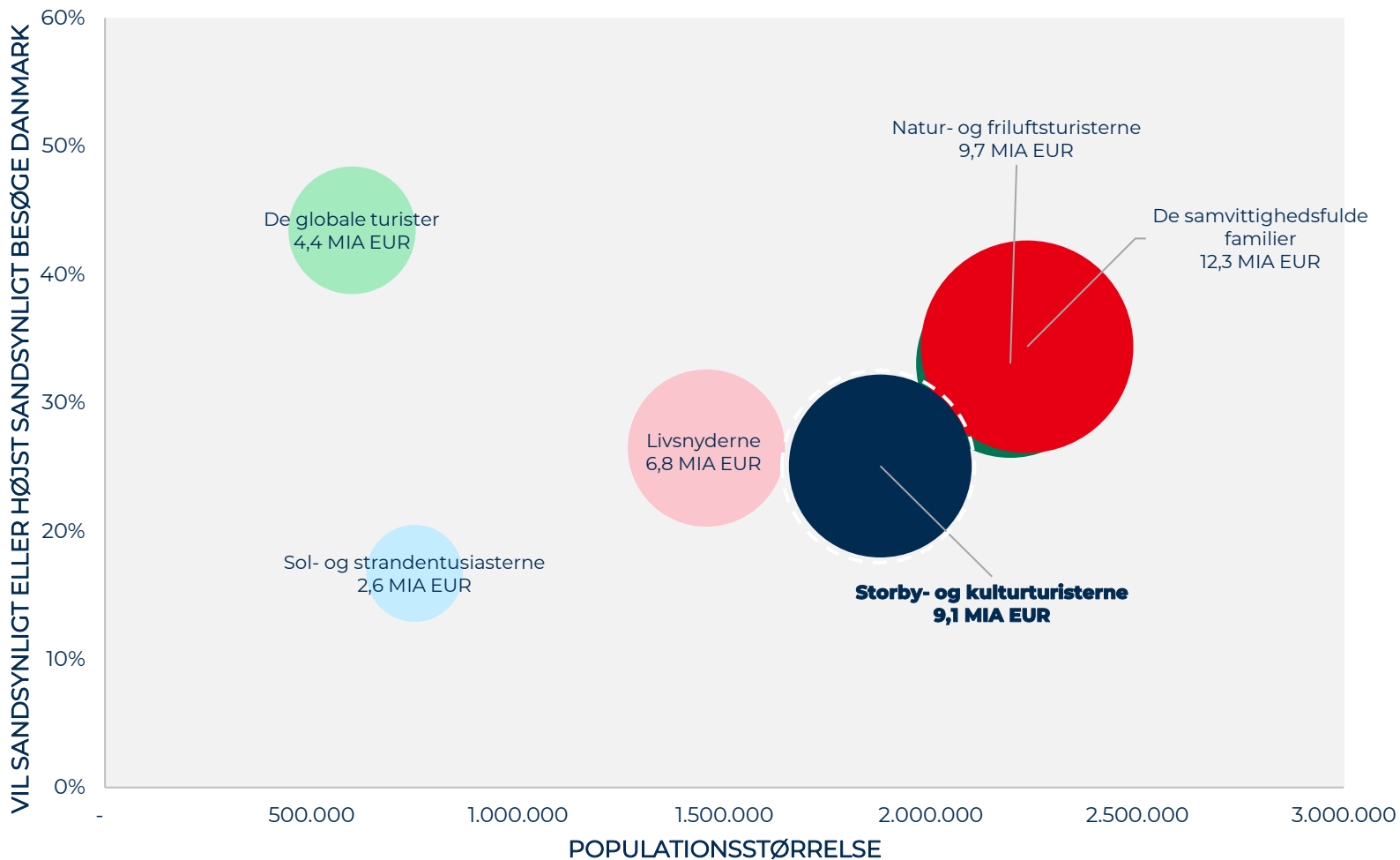
POPULATION : ≈ 1.900.000. ANDEL AF MARKED: 19%

- Storby- og kulturturisterne er et segment, der elsker at tilbringe deres ferie i storbyer og udforske kulturer. De er typisk par uden børn, der nyder at forkæle sig selv og slappe af på deres rejse. Når det kommer til overnatning, vælger de ofte hoteller, hvor de kan nyde bekvemmelighederne og den service, der følger med.
- For dette segment er det vigtigt, at feriedestinationen er tryk og imødekommende, så de kan føle sig godt tilpas og nyde deres ophold fuldt ud. De er også interesserede i historie og kultur, og vil ofte besøge museer, monumenter og andre historiske seværdigheder.
- Madoplevelser er også en vigtig del af deres rejse, og de vil gerne prøve lokale specialiteter og restauranter, der tilbyder autentisk mad fra det pågældende land eller region.
- Storby- og kulturturisterne er også opdateret på politik og nyheder og vil gerne følge med i, hvad der sker i landet, de besøger. På trods af deres interesse for at udforske nye steder og kulturer, går de også op i at slappe af og lade op på deres rejse, så de kan vende tilbage til deres hverdag med fornyet energi.



SEGMENTSTØRRELSE OG MARKEDSPOTENTIALE I NEDERLANDENE: LÆNGERE FERIE

Boblestørrelse = totale årlige forbrug brugt på ferier i mia. euro



Key take-outs:

1. Der er ca. 1.900.000 personer i Nederlandene, der tilhører Storby- og kulturturisterne.
2. Sammenlagt bruger Storby- og kulturturisterne ca. 9,1 mia. euro på længere ferier, hvormed de er segmentet med det tredjestørste økonomiske potentiale i forbindelse med længere ferier med 4 eller flere overnatninger.
3. 25% af Storby- og kulturturisterne vil sandsynligt eller højest sandsynligt besøge Danmark i forbindelse med en længere ferie bestående af 4 eller flere overnatninger, hvilket er en smule under gennemsnittet for nederlandske turister.

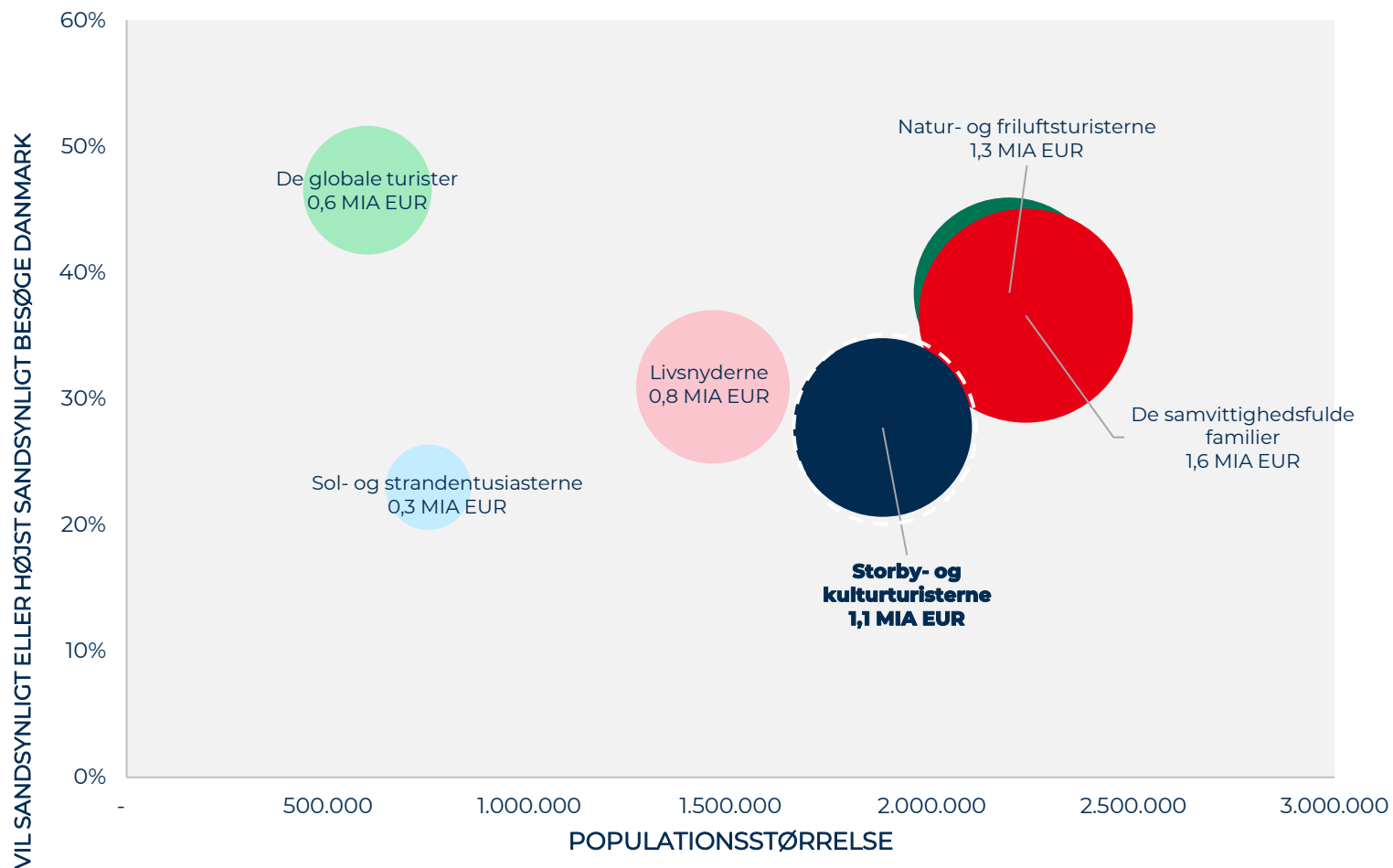
I hvilken grad vil du overveje at besøge følgende feriedestinationer på en ferie i udlandet med 4 eller flere overnatninger inden for de kommende 3 år?

Base: Natur- og friluftsturisterne (473), De Samvittighedsfulde familier (432), Sol- og strandentusiasterne (144), Storby- og kulturturister (318), Livsnyderne (329), De globale turister (116)



SEGMENTSTØRRELSE OG MARKEDSPOTENTIALE I NEDERLANDENE: KORT FERIE

Boblestørrelse = totale årlige forbrug brugt på ferier i mia. euro



Key take-outs:

1. På kortere ferier med 3 eller færre overnatninger bruger Storby- og kulturturisterne i Nederlandene årligt ca. 1,1 mia. euro ifm. ferier til udlandet. Segmentet er derfor også på kortere ferier økonomisk attraktive i forhold til de øvrige segmenter.
2. 28% af Storby- og kulturturisterne vil overveje at besøge Danmark ved en kortere ferie på 3 eller færre overnatninger, hvormed segmentet i lavere grad end gennemsnittet af nederlandske turister er tilbøjelige til at besøge Danmark. Overvejelsesgraden for Danmark hos den gennemsnitlige, nederlandske turist er 34%.

I hvilken grad vil du overveje at besøge følgende feriedestinationer på en ferie i udlandet med 1-3 overnatninger inden for de kommende 3 år?

Base: Natur- og friluftsturisterne (473), De Samvittighedsfulde familier (432), Sol- og strandentusiasterne (144), Storby- og kulturturister (318),

Livsnyderne (329), De globale turister (116)

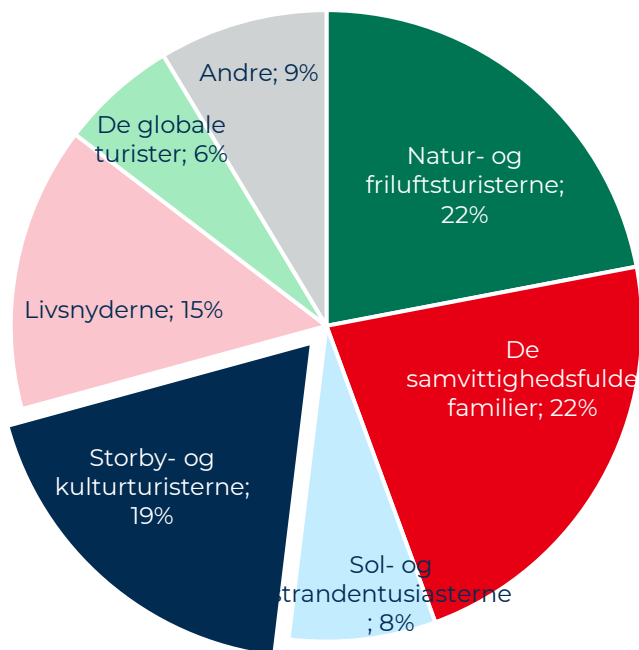


MARKEDSPOTENTIALE

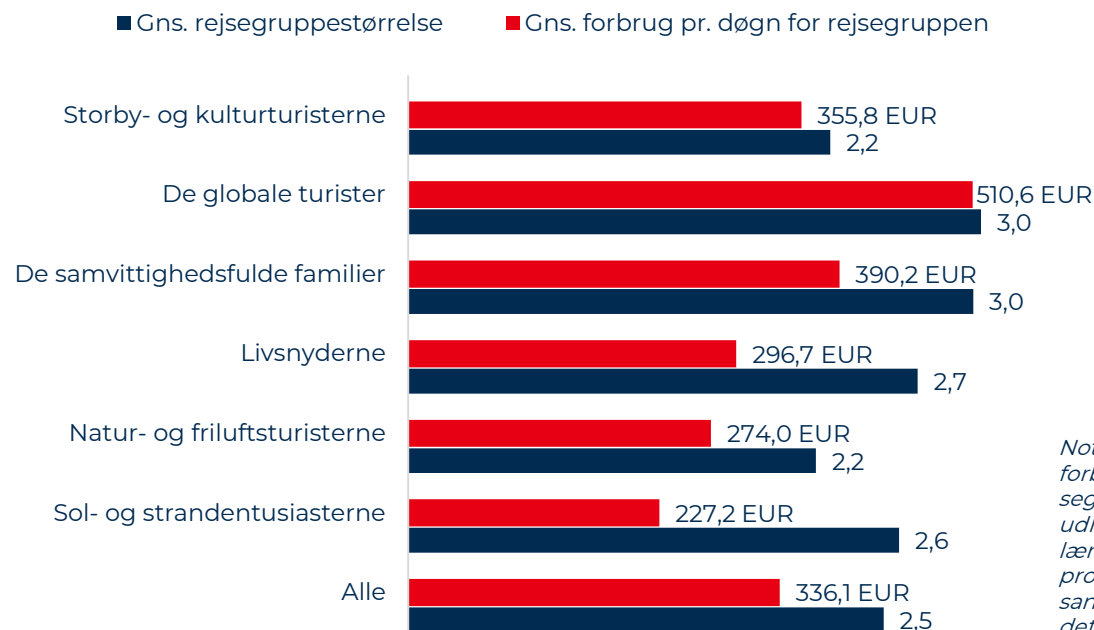
Key take-outs:

1. Storby- og kulturturisterne udgør 19% af det nederlandske marked, hvormed de udgør en af de største andele af markedet. Samlet bruger Storby- og kulturturisterne 10,3 mia. euro årligt på ferier til udlandet, hvilket betyder, at der i dette segment findes et stort økonomisk potentiale.
2. Storby- og kulturturisterne anvender ca. 355,8 euro pr. døgn for hele rejsegruppen, når der er på ferie. Dette er lidt højere end gennemsnittet for alle nederlandske turister på 336,1 euro pr. døgn for hele rejsegruppen.
3. 28% af Storby- og kulturturisterne overvejer Danmark på en kort ferie på 3 eller færre overnatninger, hvilket svarer til 0,3 mia. euro. For længere ferier på 4 eller flere overnatninger er dette beløb 2,3 mia. euro. Således er det samlede økonomiske potentiale for Danmark 2,6 mia. euro blandt Storby- og kulturturisterne.

SEGMENTSTØRRELSE (SHARE OF MARKET)



GNS. DØGNFORBRUG OG REJSEGRUPPESTØRRELSE (I FORBINDELSE MED SENESTE FERIE, IKKE FERIE I DK)



TOTALE ÅRLIGE FORBRUG I SEGMENTET:

10,3 mia. Euro.
BRUGT PÅ FERIE

OVERVEJER DK:

Kort ferie: 28%
(Svarer til 0,3 MIA. Euro)

Lang ferie: 25%
(Svarer til 2,3 MIA. Euro)

Total potentiale DK: 2,6 MIA. Euro

Note: Ovenstående beregning er baseret på segmentets forbrug pr. rejsegruppe pr. overnatning ganget med segmentets størrelse og forventede antal overnatninger i udlandet på et år. Denne beregning er lavet for korte ferier og længere ferier. Beløbet for de to ferietyper er ganget med procentdelen af segmentet, der med høj eller meget høj sandsynlighed vil besøge Danmark. Det giver en indikation af det økonomiske potentiale for Danmark i segmentet.

Obs: Beløbene er det samlede forbrug brugt ifm. ferien og dækker derfor både transport til og fra ferien, ophold og forbrug under ferien.

NATUR- OG FRILUFTSTURISTERNE



NATUR- OG FRILUFTSTURISTERNE

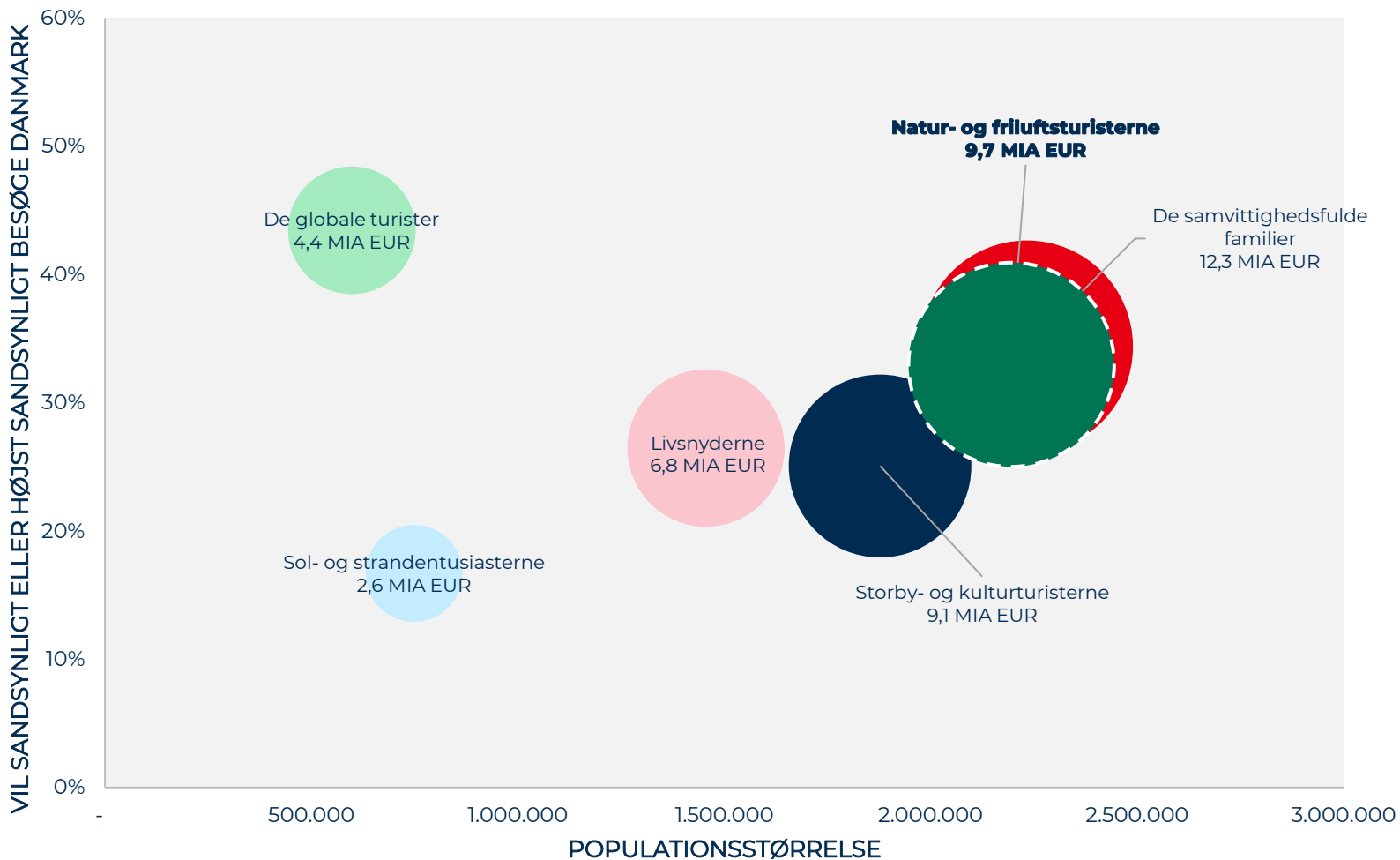
POPULATION : ≈ 2.200.000, ANDEL AF MARKED: 22%

- Natur- og friluftsturisterne foretrækker en aktiv ferie – helst i naturen. Således tager Natur- og friluftsturisterne oftere på campingferie eller friluftsfærd end gennemsnittet af nederlandske turister. Hvis ikke de overnatter på hotel eller i en lejet feriebolig, er Natur- og friluftsturisterne tilbøjelige til at benytte bed and breakfast eller rejse i deres autocamper. Ferierne foregår oftest som par uden børn, da de sætter pris på at have tid til at fordybe sig i oplevelserne og nyde hinandens samvær og den omgivende natur.
- Deres passion for naturen og autentiske oplevelser betyder, at det er vigtigt for dem, at deres feriedestination muliggør dette. Men det er ikke kun naturen, der tiltrækker dem. De er også meget interesserede i kultur, og de følger også med i nyhederne. De elsker at dykke ned i den lokale historie, besøge museer og lære om forskellige kulturer og traditioner.
- Natur- og friluftsturisterne er ikke de største forbrugere, når de rejser, og de bruger generelt færre penge pr. døgn for hele rejsegruppen end gennemsnittet af nederlandske turister. Deres bevidsthed for omverden og miljøet afholder dem fra større luksuriøse udskejelser. I stedet forkæler de sig selv gennem autentiske oplevelser i det fri og ved at opleve unikke kulturelle og historiske attraktioner.



SEGMENTSTØRRELSE OG MARKEDSPOTENTIALE I NEDERLANDENE: LÆNGERE FERIE

Boblestørrelse = totale årlige forbrug brugt på ferier i mia. euro



Key take-outs:

1. Der er ca. 2.200.200 personer i Nederlandene, der tilhører Natur- og friluftsturisterne.
2. Sammenlagt bruger Natur- og friluftsturisterne ca. 10 mia. euro på længere ferier, hvormed de er segmentet med det næststørste økonomiske potentiale i Nederlandene i forbindelse med længere ferier med 4 eller flere overnatninger.
3. 33% af Natur- og friluftsturisterne vil sandsynligt eller højst sandsynligt besøge Danmark i forbindelse med en længere ferie bestående af 4 eller flere overnatninger, hvilket er en smule over gennemsnittet for nederlandske turister, hvor andelen er 30%.

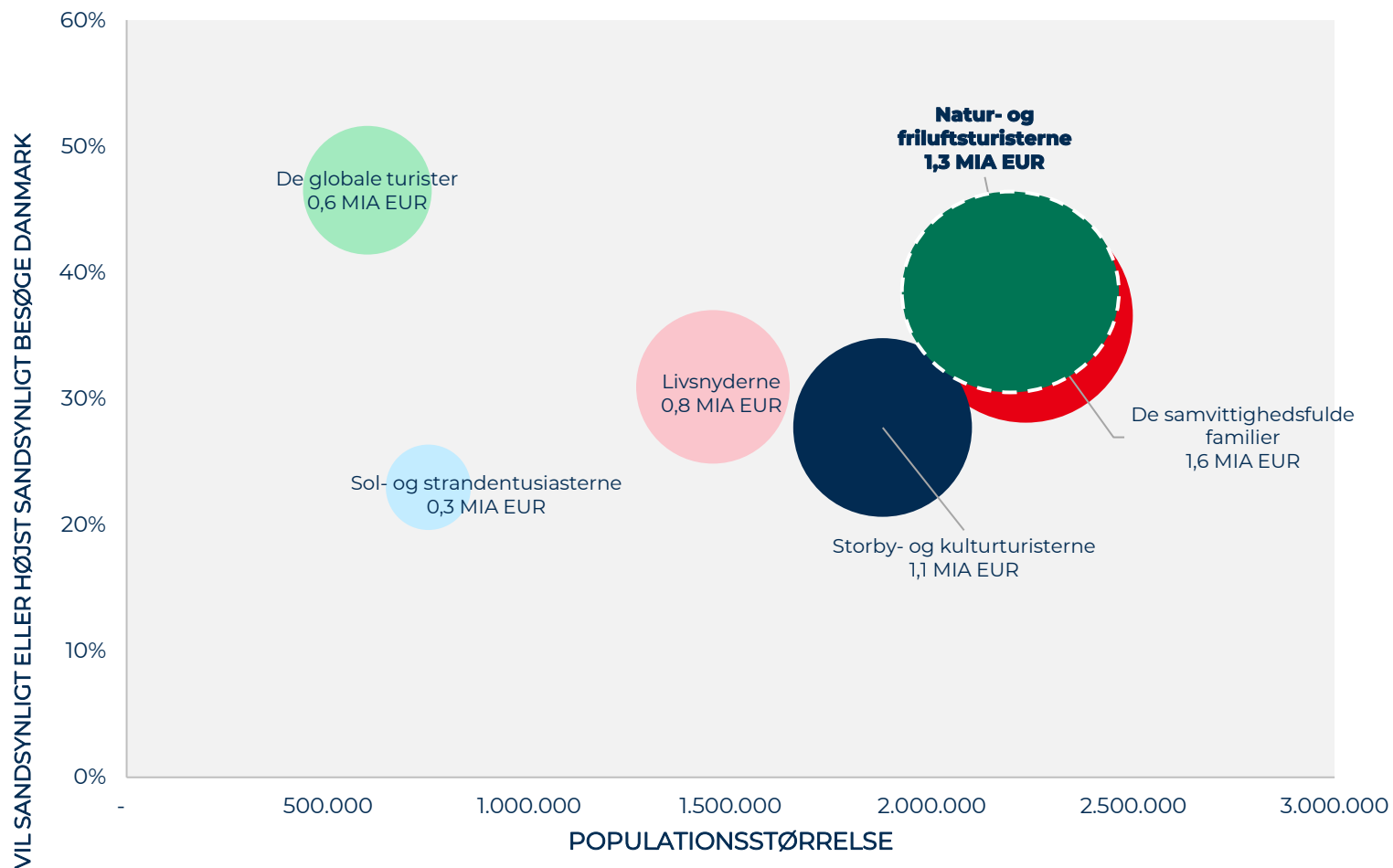
I hvilken grad vil du overveje at besøge følgende feriedestinationer på en ferie i udlandet med 4 eller flere overnatninger inden for de kommende 3 år?

Base: Natur- og friluftsturisterne (473), Samvittighedsfulde familier (432), Sol- og strandentusiasterne (144), Storbyturister (318), Livsnyderne (329), De globale turister (116)



SEGMENTSTØRRELSE OG MARKEDSPOTENTIALE I NEDERLANDENE: KORT FERIE

Boblestørrelse = totale årlige forbrug brugt på ferier i mia. Euro



Key take-outs:

1. På kortere ferier med 3 eller færre overnatninger bruger Natur- og friluftsturisterne i Nederlandene årligt ca. 1,3 mia. euro ifm. ferier til udlandet. Segmentet er dermed også på kortere ferier er økonomisk attraktive i forhold til de øvrige segmenter.
2. 38% af Natur- og friluftsturisterne vil overveje at besøge Danmark ved en kortere ferie på 3 eller færre overnatninger, hvormed segmentet i større grad en gennemsnittet af nederlandske turister er tilbøjelige til at besøge Danmark. Overvejelsesgraden for Danmark hos den gennemsnitlige, nederlandske turister ligger på 34%.

I hvilken grad vil du overveje at besøge følgende feriedestinationer på en ferie i udlandet med 1-3 overnatninger inden for de kommende 3 år?
Base: Natur- og friluftsturisterne (473), Samvittighedsfulde familier (432), Sol- og strandentusiasterne (144), Storbyturister (318), Livsnyderne (329), De globale turister (116)

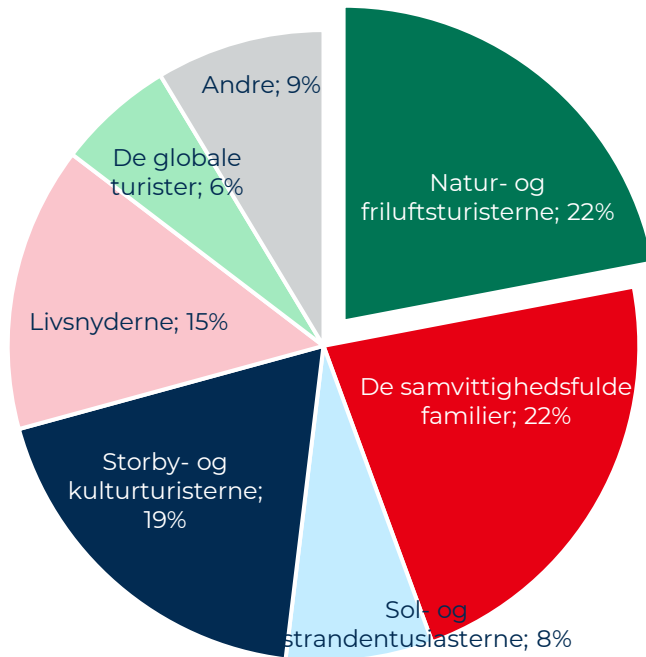


MARKEDSPOTENTIALE

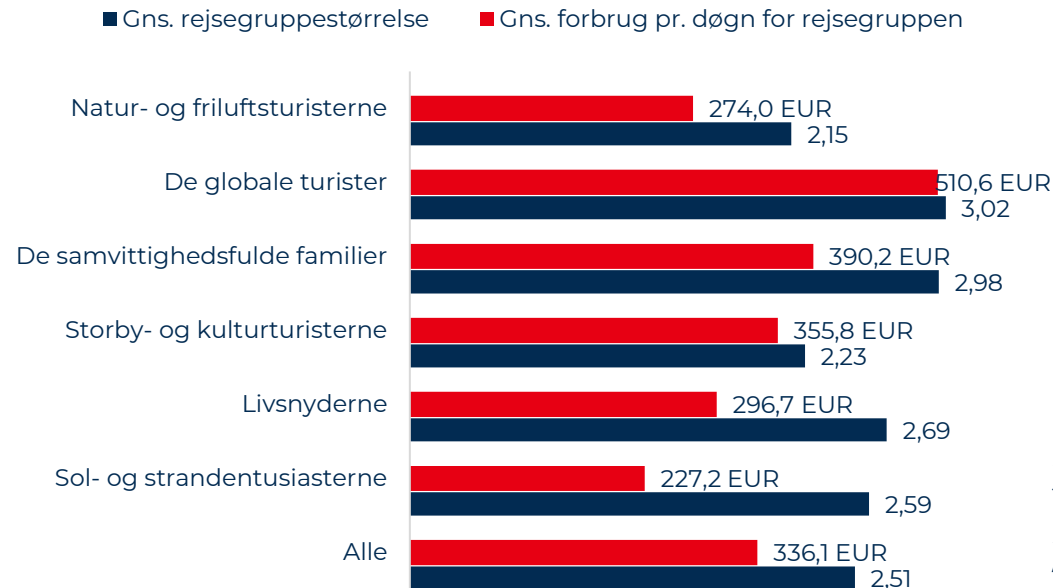
Key take-outs:

1. Natur- og friluftsturisterne udgør 22% af det nederlandske marked, hvormed de udgør den største andel af markedet sammen med De samvittighedsfulde familier. Samlet bruger Natur- og friluftsturisterne 11,0 mia. euro årligt på ferier til udlandet, hvilket betyder, at der i dette segment findes et stort økonomisk potentiale.
2. Natur- og friluftsturisterne er ikke det segment, der bruger flest penge pr. døgn for rejsegruppen, når de er på ferie. Segmentet er derfor primært økonomisk attraktivt grundet deres volumen i det nederlandske marked og rejsefrekvens. Det lavere forbrug pr. døgn for rejsegruppen kan bl.a. tilskrives, at de rejser i mindre grupper og ofte uden børn sammenlignet med resten af markedet.
3. Med 38% af Natur- og friluftsturisterne, som overvejer Danmark ved en kort ferie på 3 eller færre overnatninger, svarer det til, at 0,5 mia. euro. af det samlede forbrug ved kortere ferier (1,3 mia. euro) er i overvejelse til at blive brugt i Danmark. For længere ferier på 4 eller flere overnatninger er dette beløb 3,2 mia. euro (33% af det samlede forbrug ved længere ferier). Således er det samlede økonomiske potentiale for Danmark 3,7 mia. euro blandt Natur- og friluftsturisterne.

SEGMENTSTØRRELSE (SHARE OF MARKET)



GNS. DØGNFORBRUG OG REJSEGRUPPESTØRRELSE (I FORBINDELSE MED SENESTE FERIE, IKKE FERIE I DK)



TOTALE ÅRLIGE FORBRUG I SEGMENTET:

11,0 mia. Euro.
BRUGT PÅ FERIE

OVERVEJER DK:

Kort ferie: 38%
(Svarer til 0,5 MIA. Euro)

Lang ferie: 33%
(Svarer til 3,2 MIA. Euro)

Total potentiale DK: 3,7 MIA. Euro

Note: Ovenstående beregning er baseret på segmentets forbrug pr. rejsegruppe pr. overnatning ganget med segmentets størrelse og forventede antal overnatninger i udlandet på et år. Denne beregning er lavet for korte ferier og længere ferier. Beløbet for de to ferietyper er ganget med procentdelen af segmentet, der med høj eller meget høj sandsynlighed vil besøge Danmark. Det giver en indikation af det økonomiske potentiale for Danmark i segmentet.

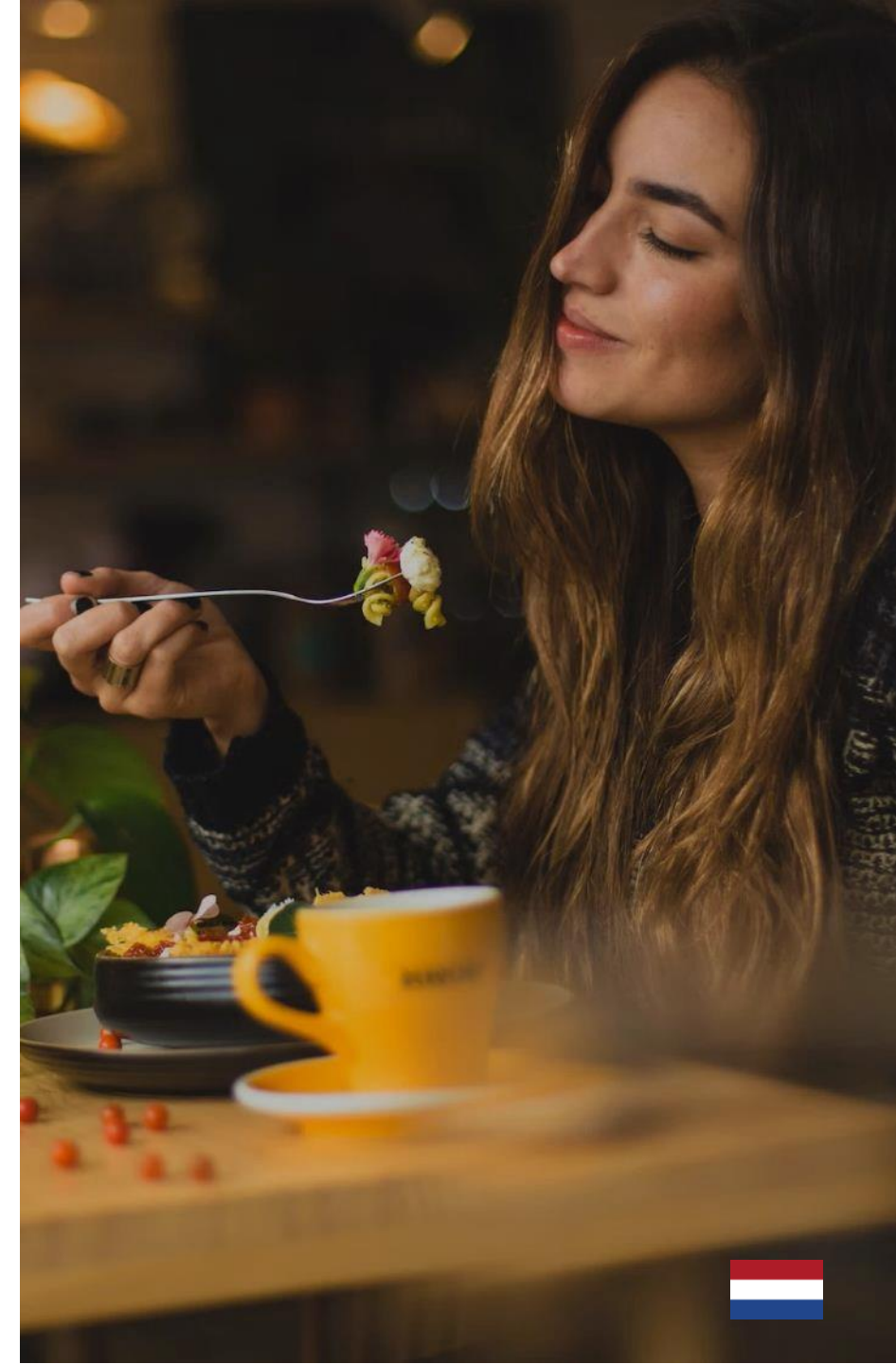
Obs: Beløbene er det samlede forbrug brugt ifm. ferien og dækker derfor både transport til og fra ferien, ophold og forbrug under ferien.

LIVSNYDERNE

LIVSNYDERNE

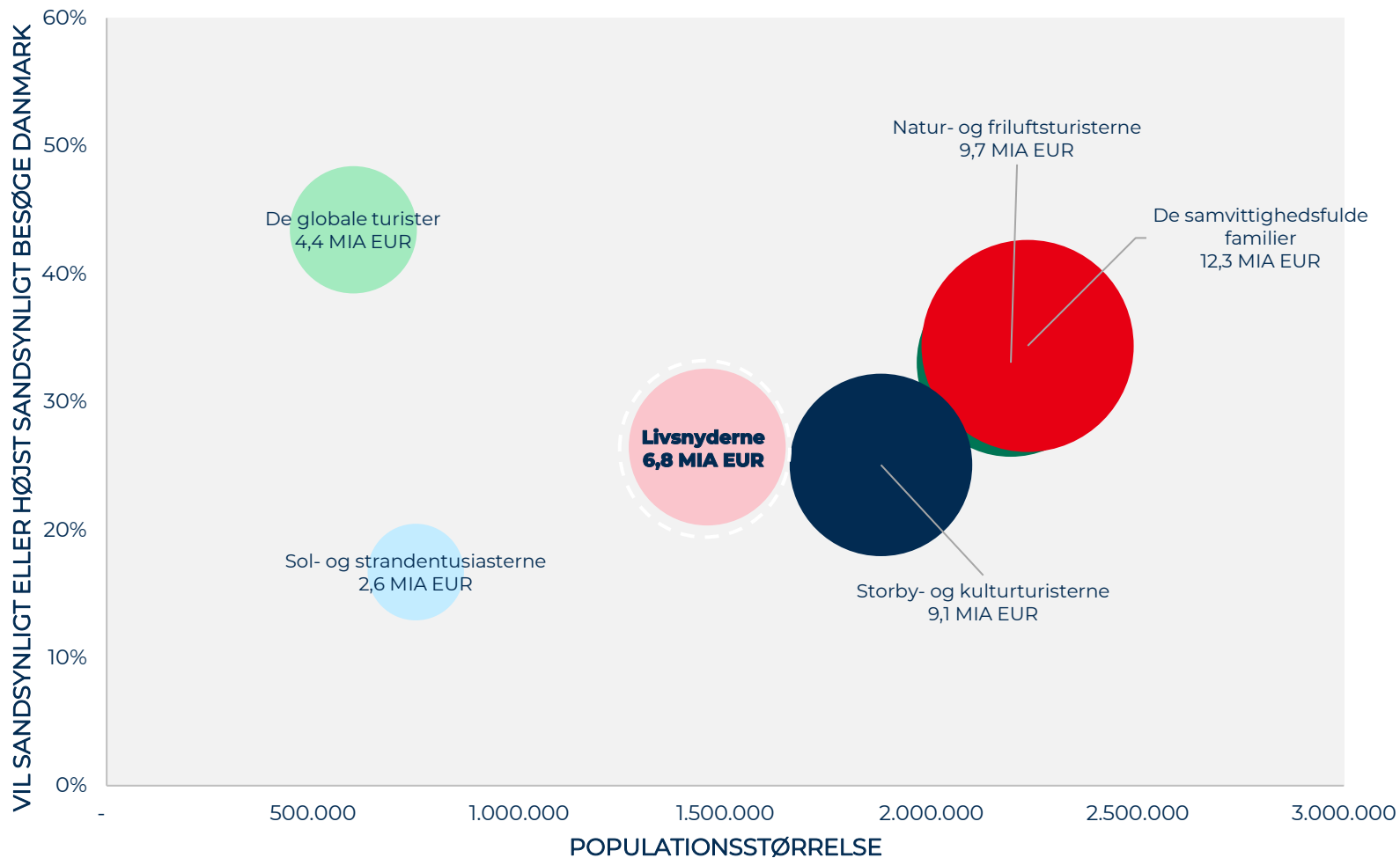
POPULATION : ≈ 1.500.000, ANDEL AF MARKED: 15%

- At have tid til afslapning samt forkælelse af sig selv og sin familie er vigtigt for Livsnyderne, og derfor er de ikke interesserede i en ferie, der er tætpakket med aktiviteter. De er mere tilbøjelige til at vælge steder, der tilbyder muligheden for at nyde solen, bade og spise god mad.
- Ved valg af feriedestination vælger Livsnyderne derfor også ofte en destination, som byder på sol og varme, og hvor der er mulighed for såvel oplevelser ved havet og storbyoplevelser.
- Livsnyderne sætter pris på komfort og bekvemmelighed og vælger oftest at indkvartere sig på hotel. Hvis ikke de bor på hotel, er de tilbøjelige til at leje et feriehus eller en ferielejlighed. Ferierne foregår ofte som forældre med børn under 18 år – alternativt som par uden børn, hvor de har mulighed for blot at nyde hinandens samvær.
- Gastronomi er også en interesse for Livsnyderne. De ønsker at nyde lokale specialiteter og kulinariske oplevelser, der kan give dem en smag af destinationens kultur.



SEGMENTSTØRRELSE OG MARKEDSPOTENTIALE I NEDERLANDENE: LÆNGERE FERIE

Boblestørrelse = totale årlige forbrug brugt på ferier i mia. euro



Key take-outs:

1. Der er ca. 1.500.000 personer i Nederlandene, der tilhører Livsnyderne.
2. Livsnyderne bruger sammenlagt ca. 6,8 mia. euro på længere ferier med 4 eller flere overnatninger, hvilket er et økonomisk middelniveau sammenlignet med de andre segmenter.
3. 26% af Livsnyderne vil sandsynligt eller højst sandsynligt besøge Danmark i forbindelse med en længere ferie. Dette er en smule under gennemsnittet for nederlandske turister, hvor andelen er 30%.

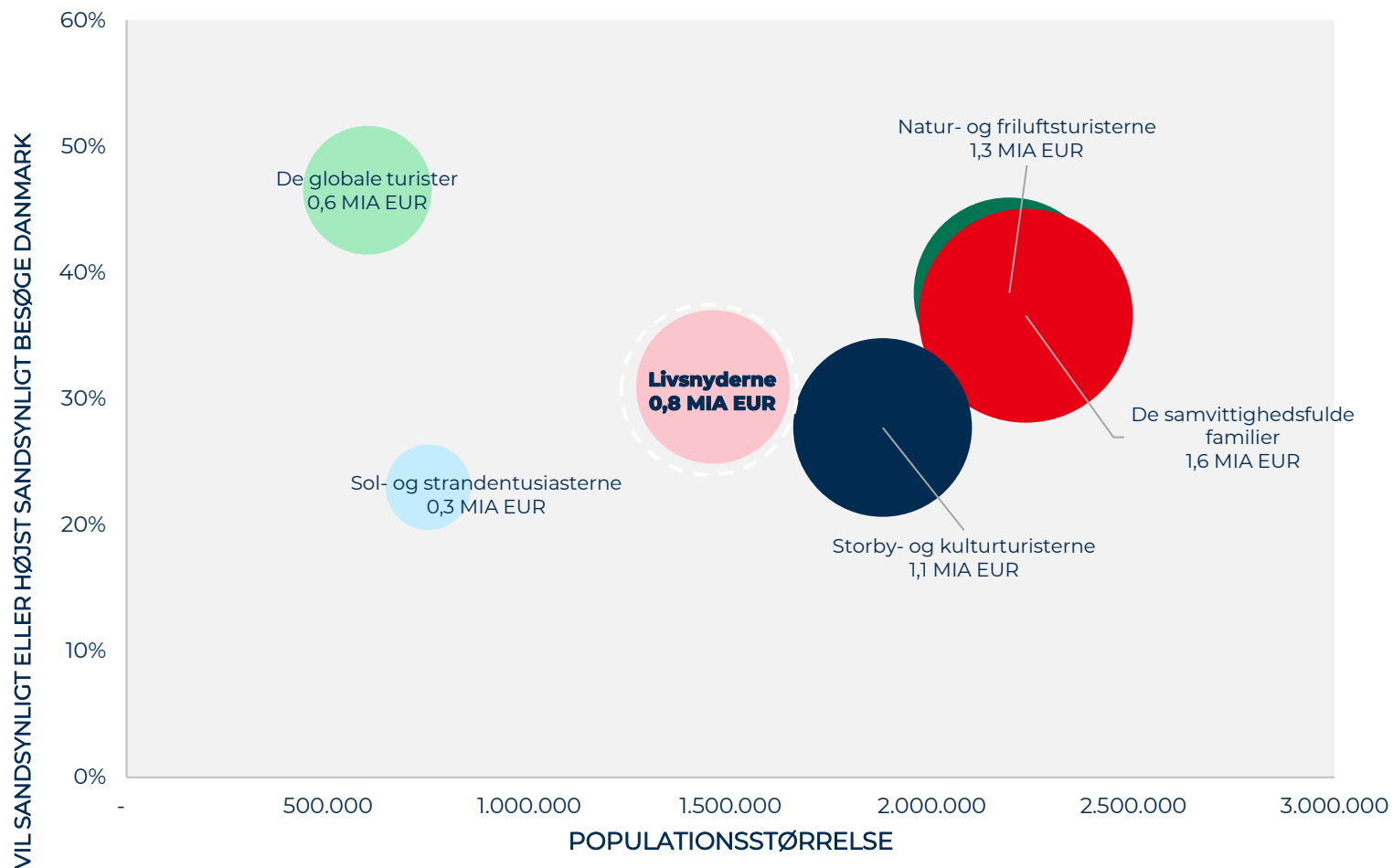
I hvilken grad vil du overveje at besøge følgende feriedestinationer på en ferie i udlandet med 4 eller flere overnatninger inden for de kommende 3 år?

Base: Natur- og friluftsturisterne(473), De Samvittighedsfulde Familier (432), Sol- og strandentusiasterne (144), Storby- og kulturturister (318), Livsnyderne (329), De globale turister (116)



SEGMENTSTØRRELSE OG MARKEDSPOTENTIALE I NEDERLANDENE: KORT FERIE

Boblestørrelse = totale årlige forbrug brugt på ferier i mia. euro



Key take-outs:

1. I forbindelse med kortere ferier med 3 eller færre overnatninger bruger Livsnyderne i Nederlandene ca. 0,8 mia. euro årligt. Igen er dette et økonomisk middelniveau sammenlignet med de øvrige segmenter.
2. 31% af Livsnyderne vil sandsynligt eller højest sandsynligt overveje at besøge Danmark ved en kortere ferie. Dette er lidt under gennemsnittet for den gennemsnitlige nederlandske turist, hvor overvejelsesgraden er 34%.

I hvilken grad vil du overveje at besøge følgende feriedestinationer på en ferie i udlandet med 1-3 overnatninger inden for de kommende 3 år?

Base: Natur- og friluftsturisterne(473), De Samvittighedsfulde Familier (432), Charterturisterne (144), Storby- og kulturturister (318), Livsnyderne (329), De globale turister (116)

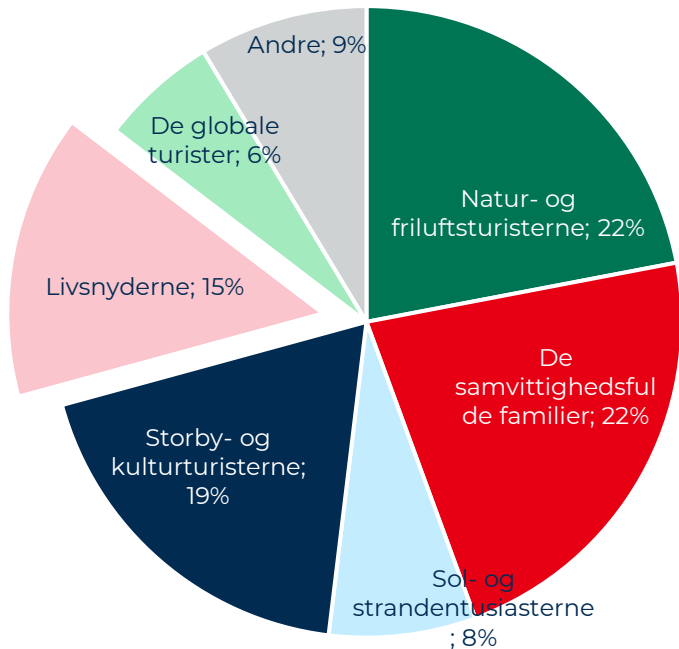


MARKEDSPOTENTIALE

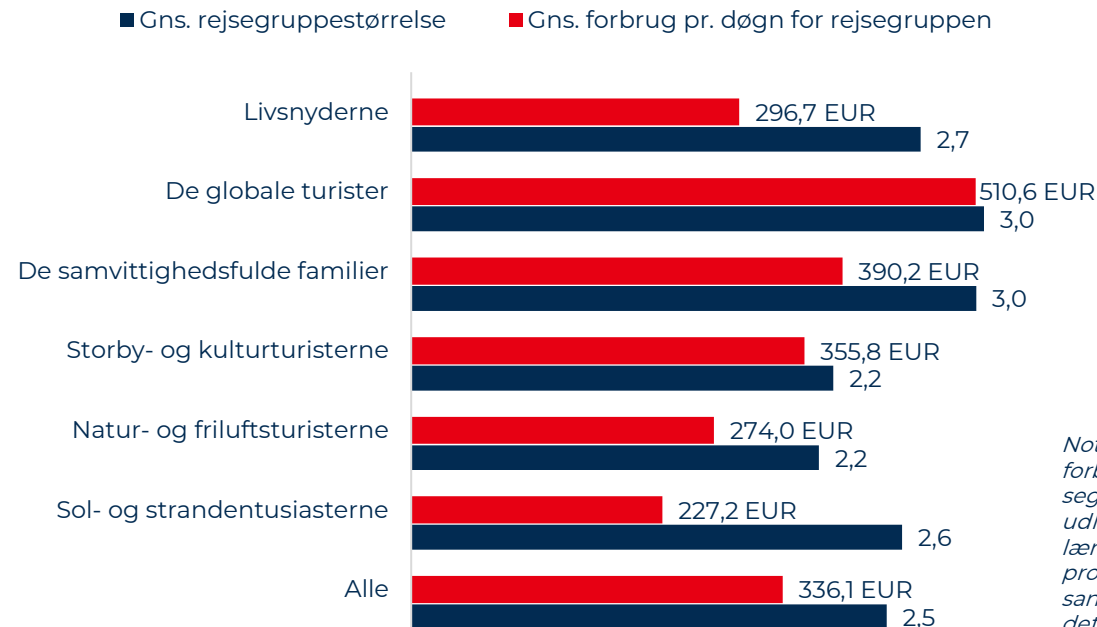
Key take-outs:

1. Livsnyderne udgør 15% af det nederlandske marked, hvormed de udgør en middelstor andel af markedet. Samlet bruger Livsnyderne ca. 7,6 mia. euro årligt på ferier til udlandet.
2. Livsnyderne er ikke de turister, som bruger flest penge pr. døgn for hele rejsegruppen, når de er på ferie. De bruger i gennemsnit ca. 296,7 euro, mens gennemsnittet for de nederlandske turister er ca. 336,1 euro pr. døgn for hele feriegruppen. Dette er til trods for, at Livsnydernes gennemsnitlige gruppestørrelse på ferien er større end gennemsnittet for de nederlandske turister.
3. Med 31% af Livsnyderne, som overvejer Danmark ved en kort ferie på 3 eller færre overnatninger, svarer det til, at 0,2 mia. euro af det samlede forbrug ved kortere ferier (0,8 mia. euro) er i overvejelse til at blive brugt i Danmark. For længere ferier på 4 eller flere overnatninger, er dette beløb 1,8 mia. euro (26% af det samlede forbrug ved længere ferier). Således er det samlede økonomiske potentiale for Danmark 2 mia. euro blandt Livsnyderne.

SEGMENTSTØRRELSE (SHARE OF MARKET)



GNS. DØGNFORBRUG OG REJSEGRUPPESTØRRELSE (I FORBINDELSE MED SENESTE FERIE, IKKE FERIE I DK)



TOTALE ÅRLIGE FORBRUG I SEGMENTET:

7,6 mia. Euro.
BRUGT PÅ FERIE

OVERVEJER DK:

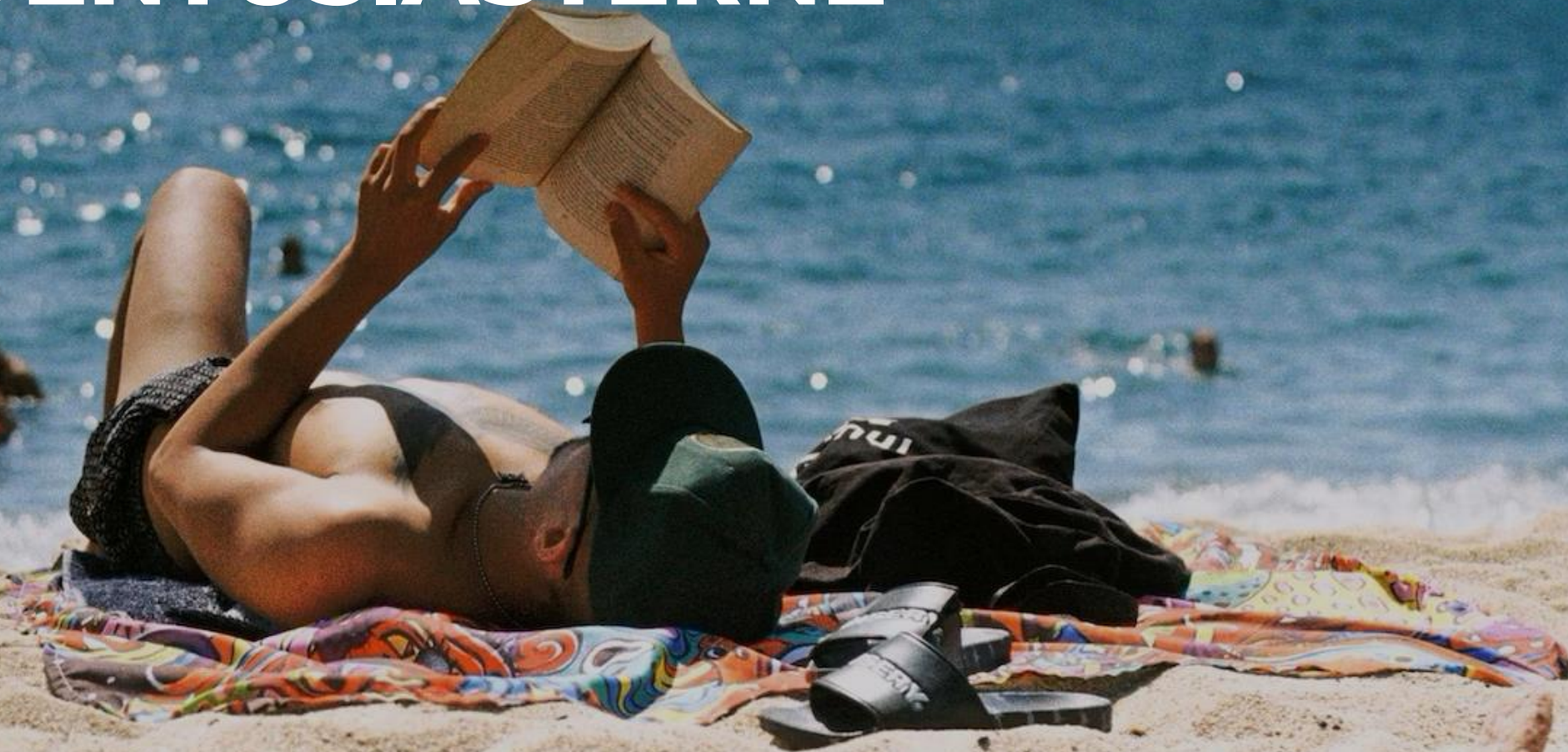
Kort ferie: 31%
(Svarer til 0,2 MIA. Euro)

Lang ferie: 26%
(Svarer til 1,8 MIA. Euro)

Total potentiale DK: 2,0 MIA. Euro

Note: Ovenstående beregning er baseret på segmentets forbrug pr. rejsegruppe pr. overnatning ganget med segmentets størrelse og forventede antal overnatninger i udlandet på et år. Denne beregning er lavet for korte ferier og længere ferier. Beløbet for de to ferietyper er ganget med procentdelen af segmentet, der med høj eller meget høj sandsynlighed vil besøge Danmark. Det giver en indikation af det økonomiske potentiale for Danmark i segmentet.

SOL- OG STRANDENTUSIASTERNE



SOL- OG STRANDENTUSIASTERNE

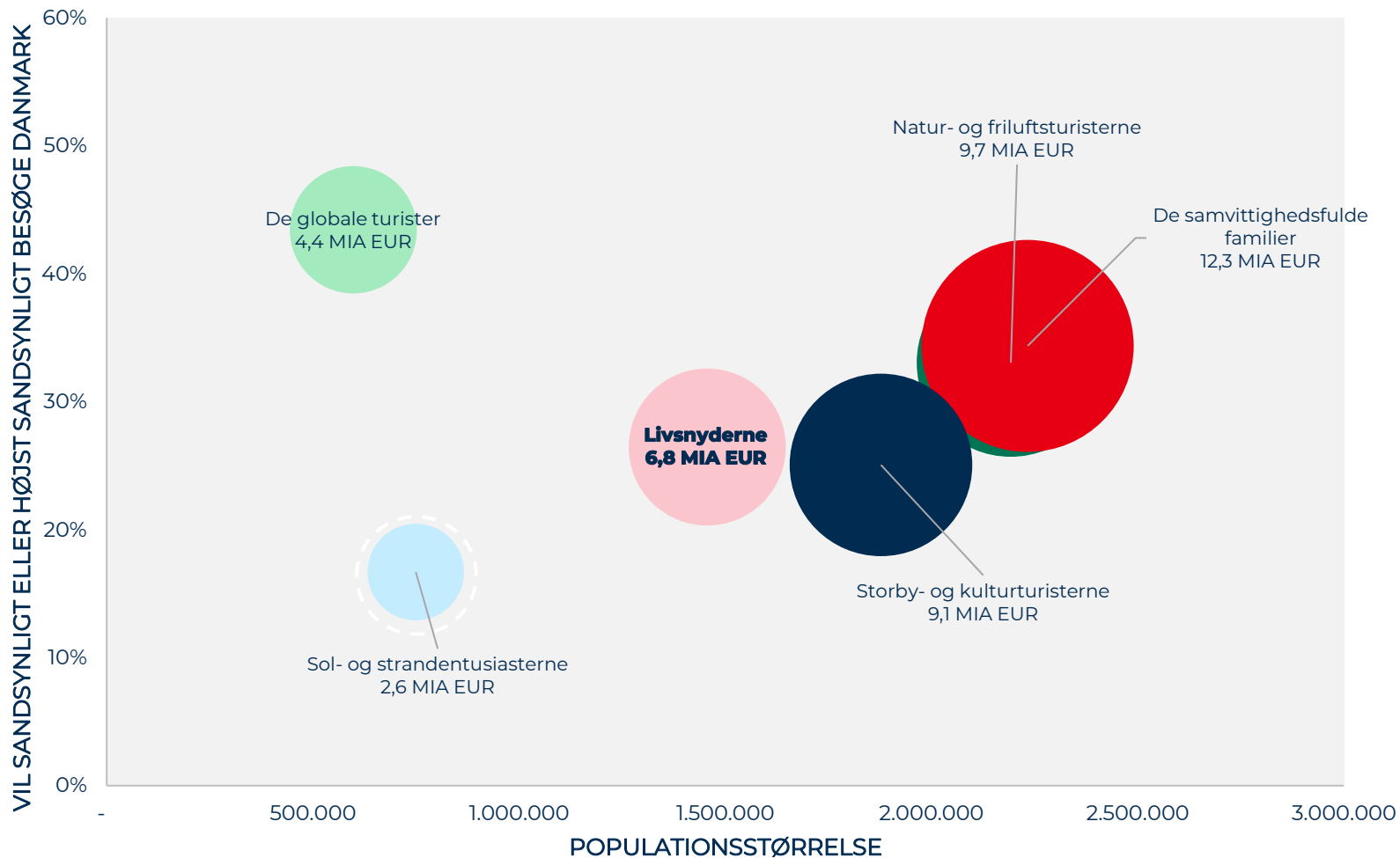
POPULATION : \approx 750.000, ANDEL AF MARKED: 8%

- Sol- og strandentusiasterne finder en stor glæde i at besøge lande med solskin og varme. De har en forkærlighed for sol- og strandferier, hvor de nyder at bade, slappe af og være sammen med familien. De foretrækker en tryk og sikker destination, hvor de kan nyde solen og finde ro uden at skulle bekymre sig.
- Hvis Sol- og strandentusiasterne ikke overnatter på hotel eller en lejet feriebolig, er de tilbøjelige til at tage af sted på campingferie i en campingvogn eller campinghytte/mobile home. De elsker relativt billige ferier, og ferierne foregår oftest som par uden børn, da de sætter pris på at nyde hinandens samvær og lade op.
- Deres tryghedssøgende adfærd betyder, at Sol- og strandentusiasterne foretrækker at besøge velkendte steder og være i samme område under hele ferien. Deres fokus er ikke på at opsøge nye oplevelser eller suge til sig af kulturelle oplevelser, men derimod at have en afslappende og bekymringsfri ferie.
- Sol- og strandentusiasterne er ikke de største forbrugere, når de rejser, og de bruger generelt færre pr. døgn for hele rejsegruppen end gennemsnittet blandt nederlandske turister. Dette hænger sammen med, at de er tilbøjelige til at søge efter destinationer, som er billige.



SEGMENTSTØRRELSE OG MARKEDSPOTENTIALE I NEDERLANDENE: LÆNGERE FERIE

Boblestørrelse = totale årlige forbrug brugt på ferier i mia. euro



Key take-outs:

1. Der er ca. 750.000 personer i Nederlandene, der tilhører Sol- og strandentusiasterne.
2. Sol- og strandentusiasterne bruger sammenlagt ca. 2,6 mia. euro på længere ferier med 4 eller flere overnatninger. Dermed er de det segment med det laveste økonomiske potentiale i Nederlandene i forbindelse med længere ferier.
3. 17% af Sol- og strandentusiasterne vil sandsynligt eller højst sandsynligt besøge Danmark i forbindelse med en længere ferie. Det er det laveste niveau blandt segmenterne.

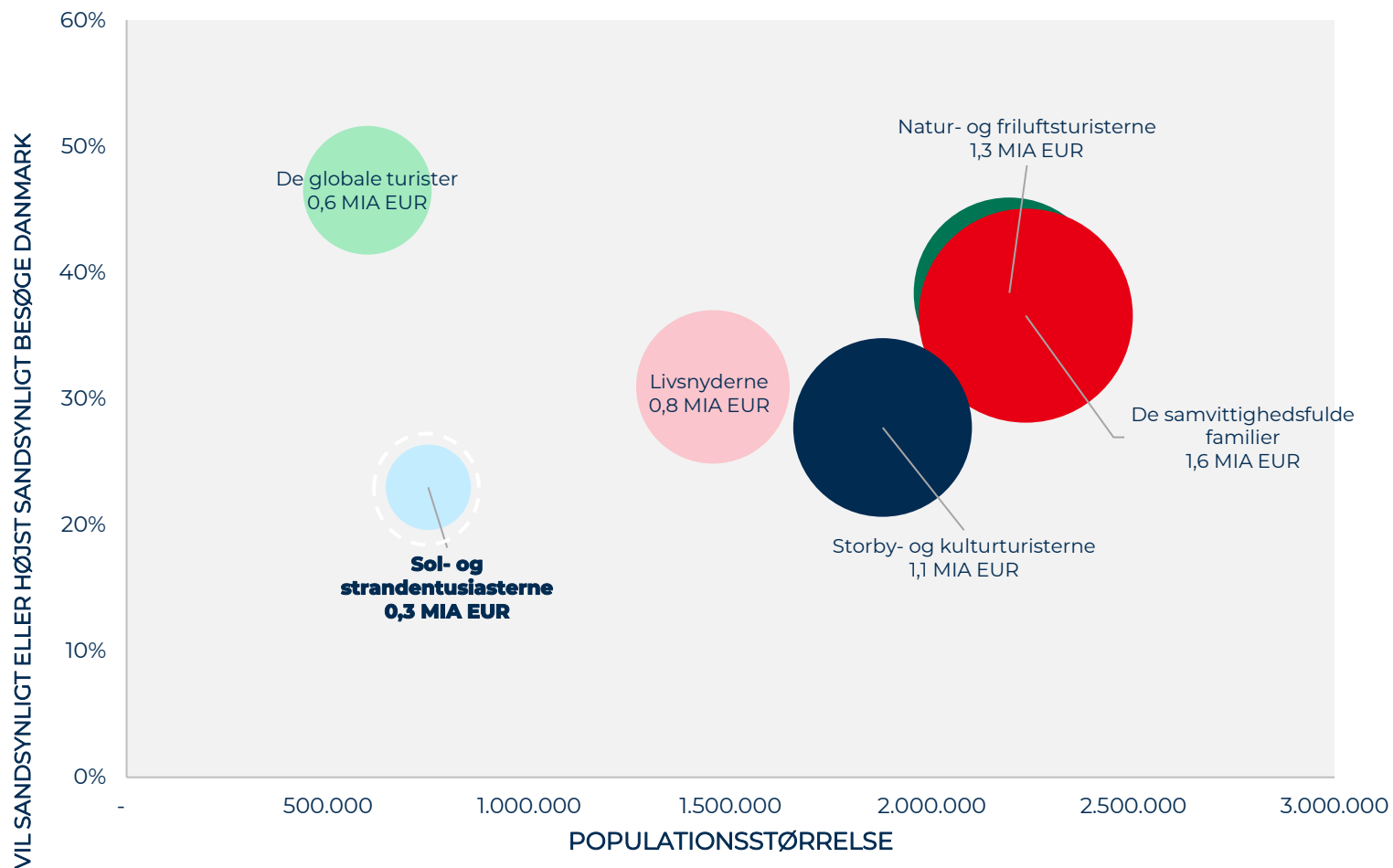
I hvilken grad vil du overveje at besøge følgende feriedestinationer på en ferie i udlandet med 4 eller flere overnatninger inden for de kommende 3 år?

Base: Natur- og friluftsturisterne (473), De Samvittighedsfulde Familier (432), Sol- og strandentusiasterne (144), Storby- og kulturturisterne (318), Livsnyderne (329), De globale turister(116)



SEGMENTSTØRRELSE OG MARKEDSPOTENTIALE I NEDERLANDENE: KORT FERIE

Boblestørrelse = totale årlige forbrug brugt på ferier i mia. euro



Key take-outs:

1. I forbindelse med kortere ferier med 3 eller færre overnatninger bruger Sol- og strandentusiasterne årligt ca. 0,3 mia. euro. De er dermed det segment med det laveste økonomiske potentiale i Nederlandene i forbindelse med kortere ferier.
2. 23% af Sol- og strandentusiasterne vil sandsynligt eller højst sandsynligt besøge Danmark ved en kortere ferie, hvormed segmentet i lavere grad end gennemsnittet af nederlandske turister er tilbøjelige til at besøge Danmark. Overvejelsergraden for Danmark hos den gennemsnitlige, nederlandske turister ligger på 34%.

I hvilken grad vil du overveje at besøge følgende feriedestinationer på en ferie i udlandet med 1-3 overnatninger inden for de kommende 3 år?
Base: Natur- og friluftsturisterne (473), De Samvittighedsfulde Familier (432), Sol- og strandentusiasterne (144), Storby- og kulturturisterne (318), Livsnyderne (329), De globale turister(116)

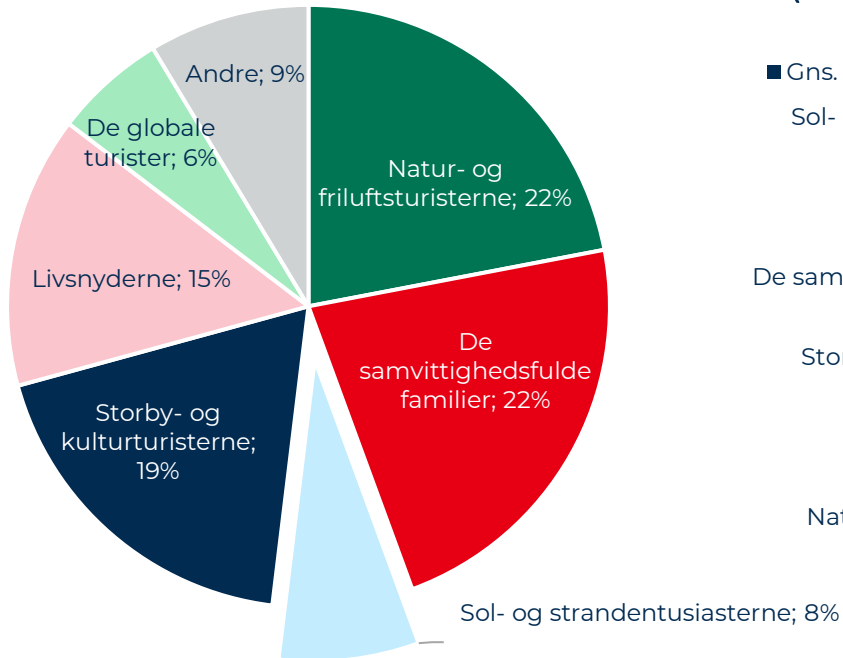


MARKEDSPOTENTIALE

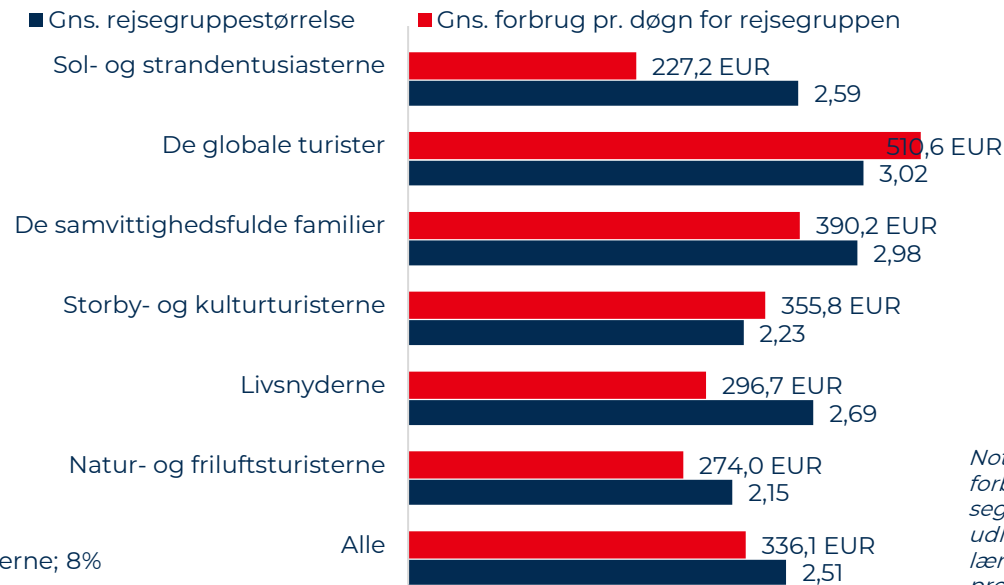
Key take-outs:

1. Sol- og strandentusiasterne udgør 8% af det nederlandske marked.
2. Sol- og strandentusiasterne er det segment, som bruger færrest penge pr. døgn for hele rejsegruppen, når de er på ferie. De bruger i gennemsnit ca. 227,2 euro pr. døgn for hele rejsegruppen.
3. Med 23% af Sol- og strandentusiasterne, som overvejer Danmark ved en kort ferie på 3 eller færre overnatninger, svarer det til, at 0,1 mia. euro af det samlede forbrug ved kortere ferier (0,3 mia. euro) er i overvejelse til at blive brugt i Danmark. For længere ferie på 4 eller flere overnatninger, er dette beløb 0,4 mia. euro (17% af det samlede forbrug ved længere ferier). Således er det samlede økonomiske potentiale for Danmark 0,5 mia. euro blandt Sol- og strandentusiasterne.

SEGMENTSTØRRELSE (SHARE OF MARKET)



GNS. DØGNFORBRUG OG REJSEGRUPPESTØRRELSE (I FORBINDELSE MED SENESTE FERIE, IKKE FERIE I DK)



TOTALE ÅRLIGE FORBRUG I SEGMENTET:

2,8 mia. Euro.
BRUGT PÅ FERIE

OVERVEJER DK:

Kort ferie: 23%
(Svarer til 0,1 MIA. Euro)
Lang ferie: 17%
(Svarer til 0,4 MIA. Euro)

Total potentiale DK: 0,5 MIA. Euro

Note: Ovenstående beregning er baseret på segmentets forbrug pr. rejsegruppe pr. overnatning ganget med segmentets størrelse og forventede antal overnatninger i udlandet på et år. Denne beregning er lavet for korte ferier og længere ferier. Beløbet for de to ferietyper er ganget med procentdelen af segmentet, der med høj eller meget høj sandsynlighed vil besøge Danmark. Det giver en indikation af det økonomiske potentiale for Danmark i segmentet.

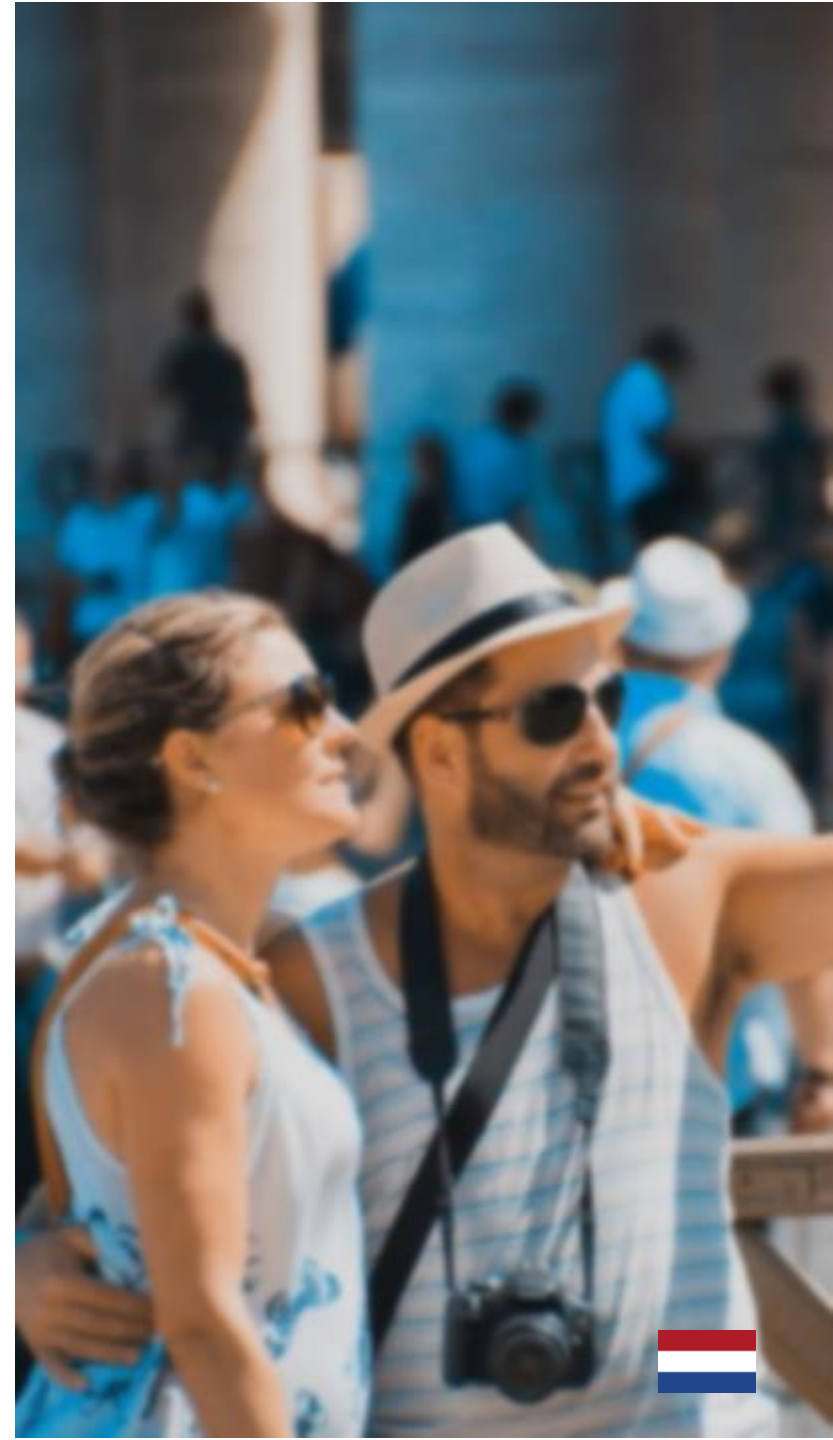


DE GLOBALE TURISTER

DE GLOBALE TURISTER

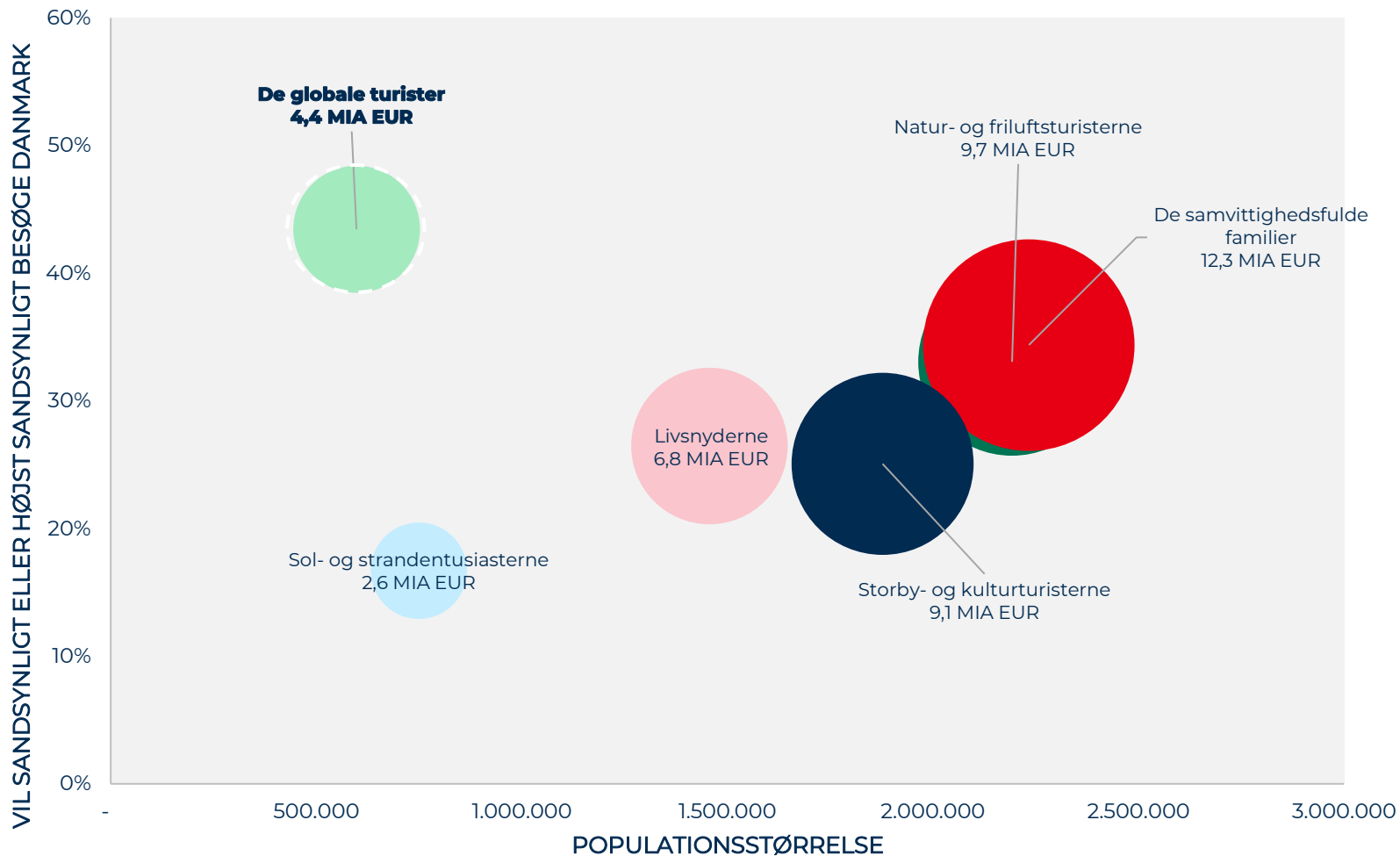
POPULATION : ≈ 600.000, ANDEL AF MARKED: 6%

- De globale turister, er en type rejsende med en passion for eventyr og opdagelse. Deres rejselyst er stor, og de ser ferien som en unik mulighed for afslapning, kvalitetstid med familien, oplevelser i naturen og til at opleve det lokale byliv. De ønsker at fylde deres ferie med en bred vifte af aktiviteter, som kulinariske oplevelser, aktiviteter i naturen og sport.
- De ønsker også at blive udfordret og overrasket af nye oplevelser. De er åbne for at prøve noget nyt og anderledes, men de har samtidig en forkærlighed for at vende tilbage til steder, de har besøgt før og ved, at de kan stole på for at levere en fantastisk oplevelse. Det giver dem en følelse af tryghed og sikrer, at de kan genopleve aktiviteter og oplevelser fra tidligere besøg.
- Sol og varme er ofte en afgørende faktor for dem. De sætter også pris på en venlig lokalbefolkning, der byder dem velkommen og deler deres kultur og traditioner. De er miljøbevidste og foretrækker rejedestinationer, hvor der er en bevidsthed om at bevare naturen og mindske miljøpåvirkningen.
- Selvom de er familiemennesker og værdsætter ferier, der er familie- og børnevenlige, har de også en lidenskab for at udforske nattelivet og nyde barer og diskoteker. Deres ideelle destination kombinerer både familievenlige områder og muligheden for at opleve en livlig atmosfære om aftenen.



SEGMENTSTØRRELSE OG MARKEDSPOTENTIALE I NEDERLANDENE: LÆNGERE FERIE

Boblestørrelse = totale årlige forbrug brugt på ferier i mia. Euro



Key take-outs:

1. Der er ca. 600.000 personer i Nederlandene, der tilhører De globale turister.
2. Sammenlagt bruger De globale turister ca. 4,4 mia. euro på længere ferier, hvormed de er segmentet med det næstlaveste økonomiske potentiale i forbindelse med længere ferier med 4 eller flere overnatninger.
3. 43% af De globale turister vil sandsynligt eller højest sandsynligt besøge Danmark i forbindelse med en længere ferie bestående af 4 eller flere overnatninger, hvilket er den højeste andel ud af de seks segmenter. Gennemsnittet for de nederlandske turister er 30%.

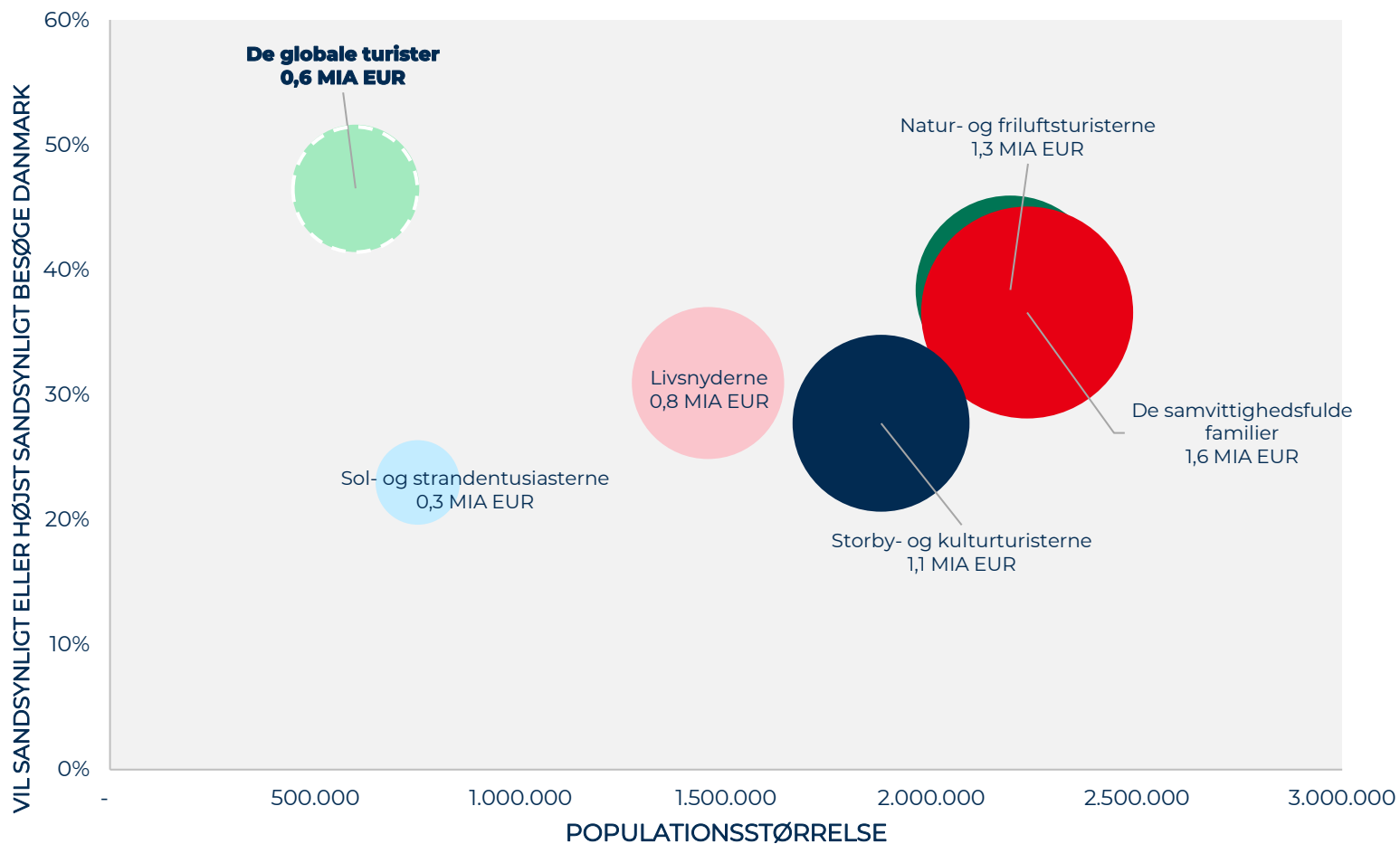
I hvilken grad vil du overveje at besøge følgende feriedestinationer på en ferie i udlandet med 4 eller flere overnatninger inden for de kommende 3 år?

Base: Natur- og friluftsturisterne (473), De Samvittighedsfulde familier (432), Sol- og strandentusiasterne (144), Storby- og kulturturister (318), Livsnyderne (329), De globale turister (116)



SEGMENTSTØRRELSE OG MARKEDSPOTENTIALE I NEDERLANDENE: KORT FERIE

Boblestørrelse = totale årlige forbrug brugt på ferier i mia. Euro



Key take-outs:

1. På kortere ferier med 3 eller færre overnatninger bruger De globale turister i Nederlandene årligt ca. 0,6 mia. euro ifm. ferier til udlandet.
2. 47% af De globale turister, vil overveje at besøge Danmark ved en kortere ferie på 3 eller færre overnatninger, hvormed segmentet også er dem, der er mest tilbøjelige til at besøge Danmark. Overvejelsesgraden for Danmark hos den gennemsnitlige nederlandske turist er 34%.

I hvilken grad vil du overveje at besøge følgende feriedestinationer på en ferie i udlandet med 1-3 overnatninger inden for de kommende 3 år?

Base: Natur- og friluftsturisterne (473), De Samvittighedsfulde familier (432), Sol- og strandentusiasterne (144), Storby- og kulturturister (318), Livsnyderne (329), De globale turister (116)

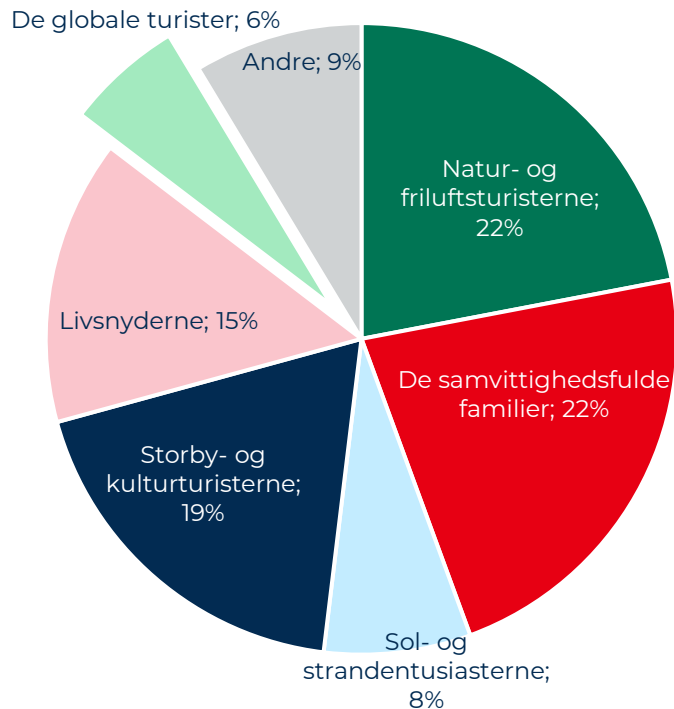


MARKEDSPOTENTIALE

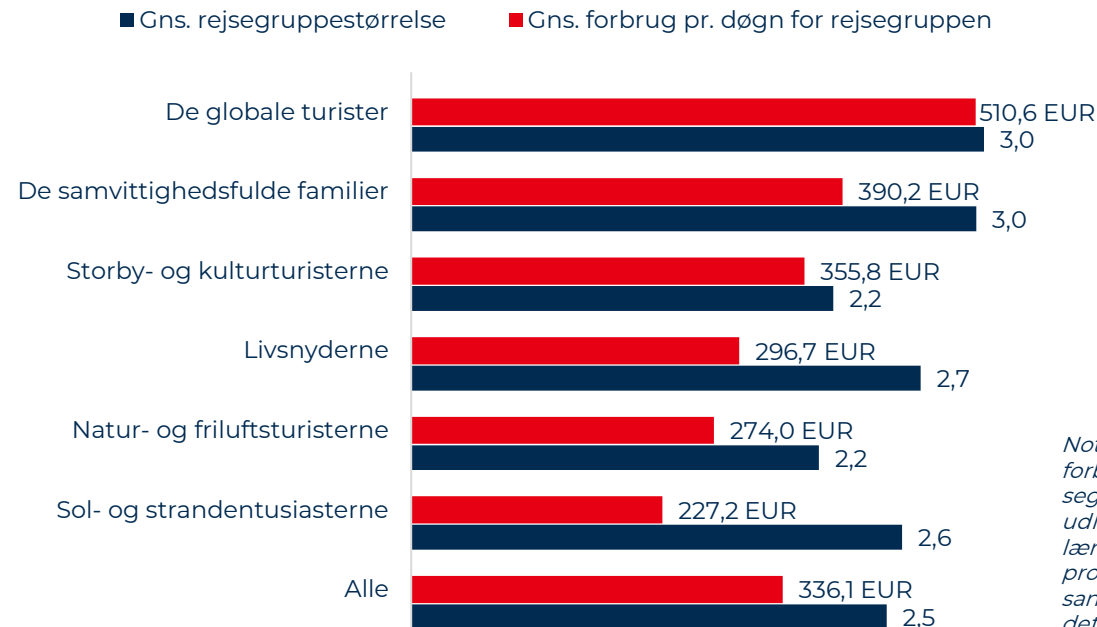
Key take-outs:

1. De globale turister udgør 6% af det nederlandske marked, hvormed de udgør den mindste andel af markedet blandt de seks segmenter. Samlet bruger De globale turister 5,0 mia. euro årligt på ferier til udlandet.
2. Selvom De globale turister er de turister, der har den laveste markedsandel, er de det segment, der bruger flest penge pr. døgn for hele rejsegruppen.
3. 47% af De globale turister overvejer Danmark på en kort ferie på 3 eller færre overnatninger, hvilket svarer til 0,3 mia. euro. For længere ferier på 4 eller flere overnatninger er dette beløb 1,9 mia. euro. Således er det samlede økonomiske potentiale for Danmark 2,2 mia. euro blandt De globale turister.

SEGMENTSTØRRELSE (SHARE OF MARKET)



GNS. DØGNFORBRUG OG REJSEGRUPPESTØRRELSE (I FORBINDELSE MED SENESTE FERIE, IKKE FERIE I DK)



TOTALE ÅRLIGE FORBRUG I SEGMENTET:

5,0 mia. Euro.
BRUGT PÅ FERIE

OVERVEJER DK:

Kort ferie: 47%
(Svarer til 0,3 MIA. Euro)

Lang ferie: 43%
(Svarer til 1,9 MIA. Euro)

Total potentiale DK: 2,2 MIA. Euro

Note: Ovenstående beregning er baseret på segmentets forbrug pr. rejsegruppe pr. overnatning ganget med segmentets størrelse og forventede antal overnatninger i udlandet på et år. Denne beregning er lavet for korte ferier og længere ferier. Beløbet for de to ferietyper er ganget med procentdelen af segmentet, der med høj eller meget høj sandsynlighed vil besøge Danmark. Det giver en indikation af det økonomiske potentiale for Danmark i segmentet.



METODE



EJER BAVNEHØJ
MIDTJYLLAND

BAGGRUND OG METODE

Baggrund

Annalect, Consumer Insights har for VisitDenmark gennemført en markedsanalyse i Sverige, Norge, Nederlandene og Tyskland blandt personer mellem 25 og 70 år, som har rejst eller planlægger at rejse til udlandet inden for de kommende tre år.

Formålet med analysen er at identificere, hvilke segmenter, der er på tværs af de fire markeder, og undersøge potentialet for VisitDenmark.

Analysen har resulteret i seks segmenter på tværs af de fire markeder: (1) De samvittighedsfulde familier, (2) Storby- og kulturturisterne, (3) Natur- og friluftsturisterne, (4) Livsnyderne, (5) Sol- og strandentusiasterne og (6) De globale turister. For hver segment er udarbejdet materiale, der er unikt og beskriver segmentet i det pågældende marked.

Dataindsamlingen er foretaget som webinterview i foråret 2023. Der er spurgt 3.000 personer i målgruppen i Sverige, Nederlandene og Tyskland og 2.000 personer i målgruppen i Norge. Den lavere stikprøve i Norge skyldes færre tilgængelige panelister.

Analysen afdækker:

- Rejseadfærd i forbindelse med tidligere ferie
- Personlige holdninger til ferier
- Kriterier for valg af feriedestination
- Interesser ifm. ferier
- Foretrukne feriedestinationer
- Associationer til Danmark som feriedestination.
- Mediebrug generelt
- Medieforbrug ifm. inspirationssøgning til ferier.
- Generelle interesser

Beskrivelsen af segmenterne giver dermed indblik i, hvilke der er attraktive for Danmark som feriedestination, hvad der er vigtigt for dem, når de er på ferie, hvordan de opfatter Danmark, og hvordan de kan målrettes i medieindkøbet.

Foreliggende rapport er et uddrag af resultaterne af analysen.

VIDENCENTER OM TURISMEN I DANMARK

www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter

Følg os på LinkedIn – VisitDenmarks Videncenter