



DE SEKS SEGMENTER - NORGE

MARKEDSPOTENTIALE

DE SAMVITTIGHEDSFULDE FAMILIER

DE SAMVITTIGHEDSFULDE FAMILIER

POPULATION: ≈ 570.000, ANDEL AF MARKED: 22%

De samvittighedsfulde familier er en gruppe, der ønsker at have en afslappende og samtidig ansvarsbevidst ferieoplevelse. De er ofte par uden børn eller 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.

De samvittighedsfulde familier har en interesse i kyst- og havoplevelser og elsker at bade i havet. De er også interesserede i familie og børnevenlige destinationer, 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 gør deres bedste for at reducere deres egen påvirkning af miljøet.

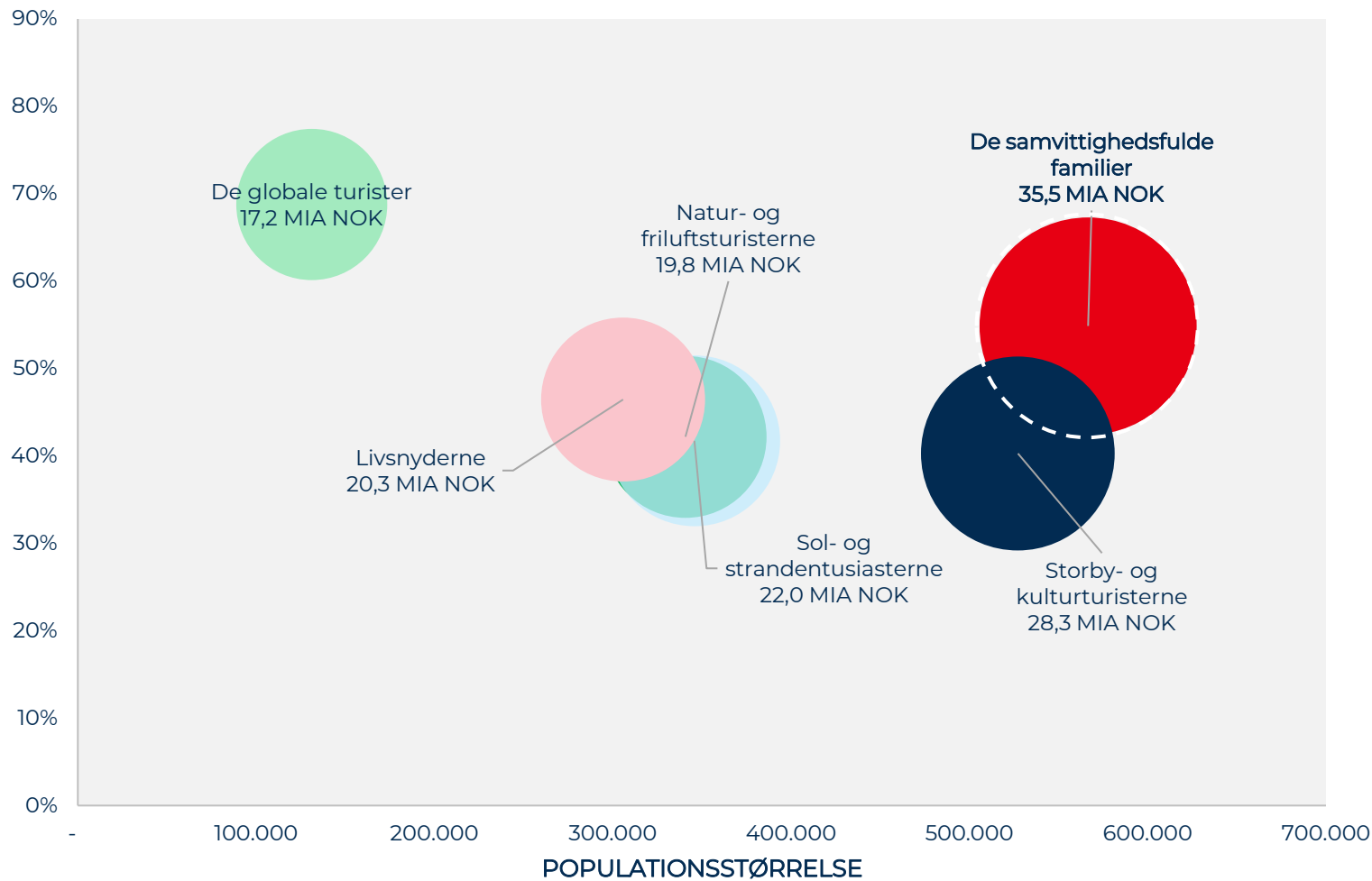
Alt i alt er De samvittighedsfulde familier en gruppe, der værdsætter både afslapning og oplevelser, samtidig med at de tager hensyn til miljøet og ønsker en familievenlig og tryk ferieoplevelse.



SEGMENTSTØRRELSE OG MARKEDSPOTENTIALE I NORGE: LÆNGERE FERIE

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

VIL SANDSYNLIGT ELLER HØJST SANDSYNLIGT BESØGE DANMARK
INDEN FOR DE KOMMENDE 3 ÅR



Key take-outs:

1. Der er ca. 570.000 personer i Norge, der tilhører segmentet De samvittighedsfulde familier. Dermed udgør de den største markedsandel på det norske marked.
2. Segmentet De samvittighedsfulde familier bruger sammenlagt ca. 35,5 mia. norske kroner om året på længere ferier bestående af 4 eller flere overnatninger, hvilket er over gennemsnittet i forhold til de andre norske segmenter.
3. Over halvdelen af segmentet overvejer at holde en længere ferie på 4 eller flere overnatninger i Danmark inden for de kommende 3 år.

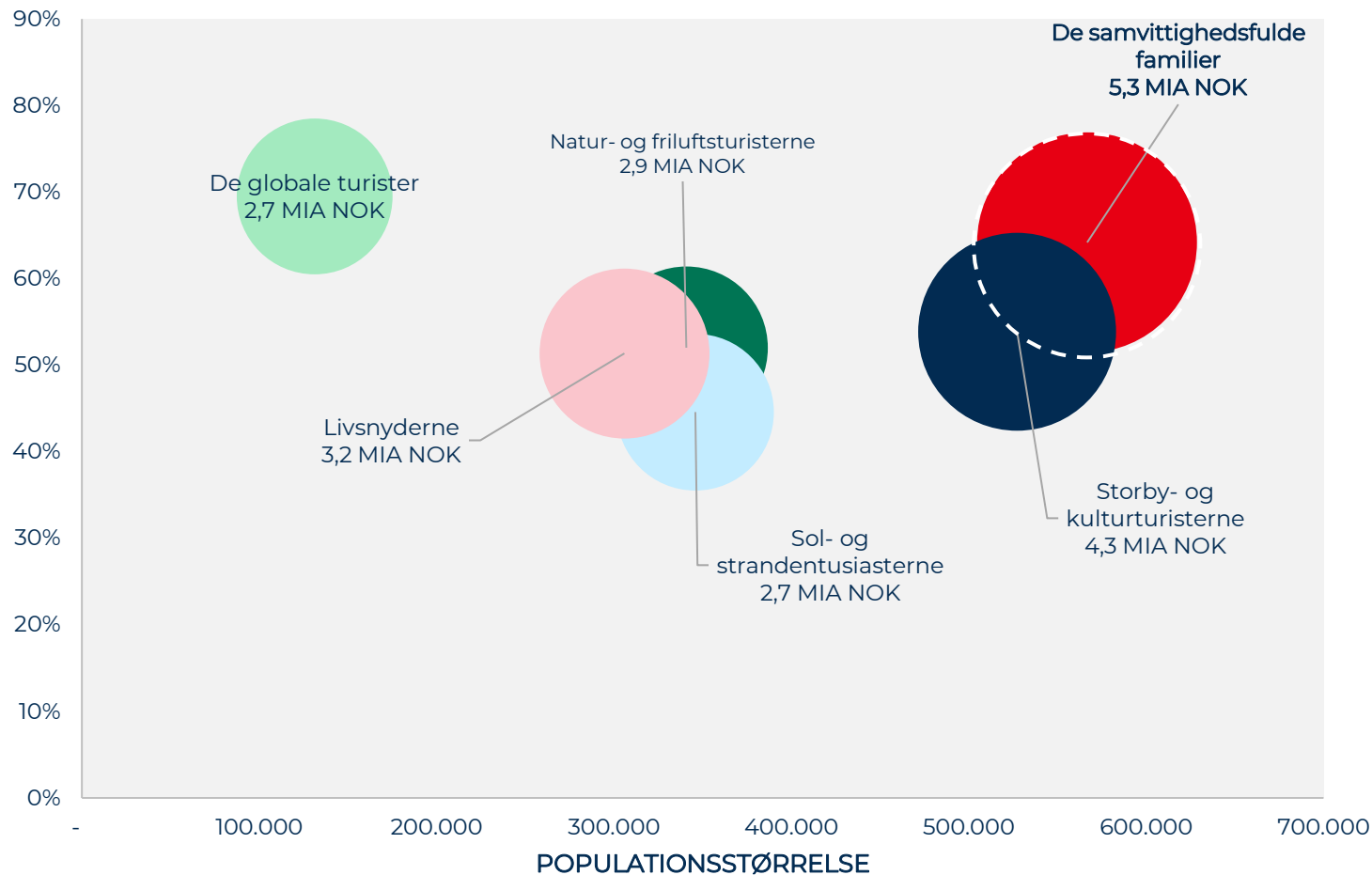
Q: I hvilken grad vil du overveje at besøge følgende feriedestinationer på en ferie i udlandet med 4 eller flere overnatninger inden for de kommende 3 år?
Base: Natur- og friluftsturisterne (255), De samvittighedsfulde familier(437), Sol- og strandentusiasterne (269), Storby- og kulturturister (405), Livsnyderne (241), De globale turister (101)



SEGMENTSTØRRELSE OG MARKEDSPOTENTIALE I NORGE: KORTERE FERIE

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

VIL SANDSYNLIGT ELLER HØJST SANDSYNLIGT BESØGE DANMARK INDEN FOR DE KOMMENDE 3 ÅR



Key take-outs:

1. Segmentet De samvittighedsfulde familier bruger tilsammen ca. 5,3 mia. norske kroner i forbindelse med kortere ferier på 1-3 overnatninger i løbet af et år.
2. Ved kortere ferier på 1-3 overnatninger angiver 64%, at de overvejer at besøge Danmark inden for de kommende 3 år

Q: 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 (255), De samvittighedsfulde familier(437), Sol- og strandentusiasterne (269), Storby- og kulturturister (405), Livsnyderne (241), De globale turister (101)

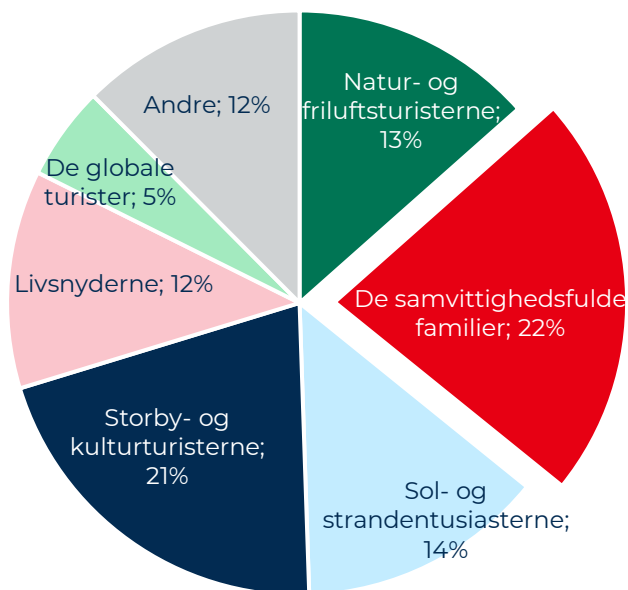


MARKEDSPOTENTIALE

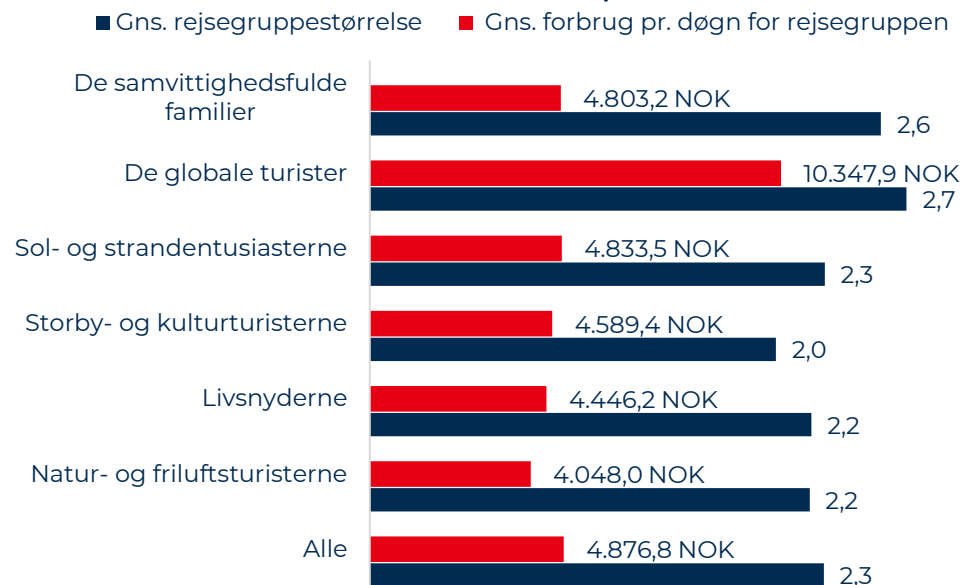
Key take-outs:

1. De samvittighedsfulde familier udgør 22% af det norske marked. I alt bruger de 40,9 mia. NOK på ferie årligt for korte og lange ferier sammenlagt.
2. De samvittighedsfulde familier bruger ca. 4.800 norske kroner pr. døgn for rejsegruppen, når de er på ferie.
3. Med 64% af De samvittighedsfulde familier, som overvejer Danmark ifm. kortere ferier svarer det til 3,4 mia. norske kroner af det samlede forbrug ifm. korte ferier. Med en overvejelsesgrad for Danmark på 55% ifm. længere ferier svarer det til 19,5 mia. norske kroner af det samlede forbrug på længere ferier. Det samlede potentiale for Danmark i segmentet er derfor 22,9 mia. norske kroner.

SEGMENTSTØRRELSE (SHARE OF MARKET)



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



TOTALE ÅRLIGE FORBRUG I SEGMENTET:

40,9 mia. NOK.
BRUGT PÅ FERIE

OVERVEJER DK:

Kort ferie: 64%
(Svarer til 3,4 mia. NOK)
Lang ferie: 55%
(Svarer til 19,5 mia. NOK)

Totale potentiale DK: 22,9 mia. NOK

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: ≈ 530.000, ANDEL AF MARKED: 21%

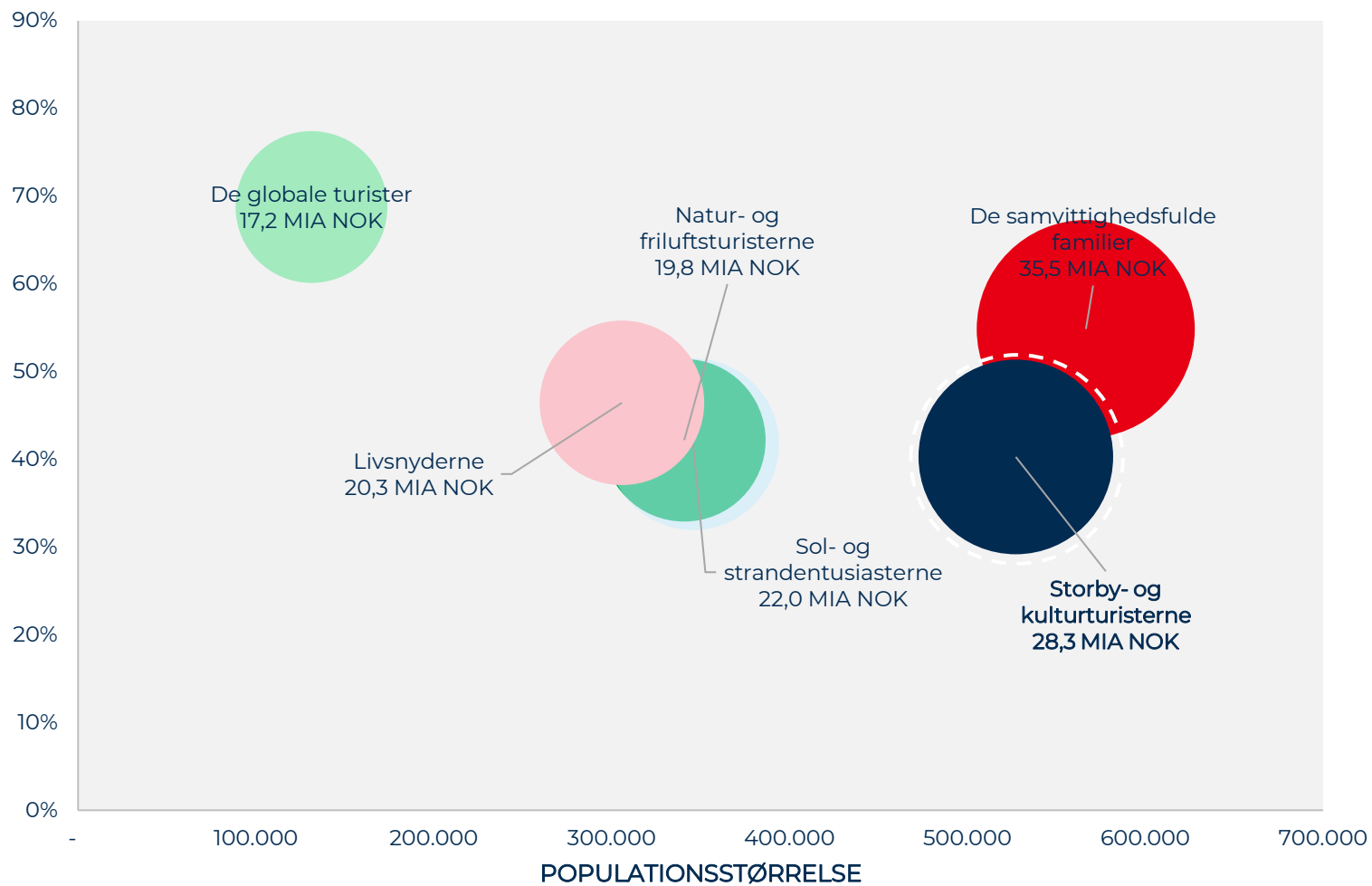
- Storby- og kulturturisterne er et segment af rejsende, der foretrækker at tilbringe deres ferie i storbyen og udforske kulturer. De nyder også at forkæle sig selv og slappe af på deres ferie. Når det kommer til overnatning, vælger de ofte hoteller, hvor de kan nyde bekvemmelighederne og den service, der følger med.
- For dette segment er det vigtigt, at feriedestinationen er tryk og imødekomende, 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 ofte 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 NORGE: LÆNGERE FERIE

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

VIL SANDSYNLIGT ELLER HØJST SANDSYNLIGT BESØGE DANMARK
INDEN FOR DE KOMMENDE 3 ÅR



Key take-outs:

1. Der er ca. 530.000 personer i Norge, der tilhører Storby- og kulturturisterne. Dermed udgør de den anden største markedsandel ift. de andre norske segmenter.
2. Sammenlagt bruger Storby- og kulturturisterne ca. 28,3 mia. norske kroner på ferie årligt på længere ferier på 4 eller flere overnatninger. Dermed er de det segment, som bruger næstflest penge årligt på længere ferier.
3. 40% af Storby- og kulturturisterne vil overveje at besøge Danmark inden for 3 år på en længere ferie på 4 eller flere overnatninger, hvilket er en smule under gennemsnittet for det norske marked (46%).

Q: 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?

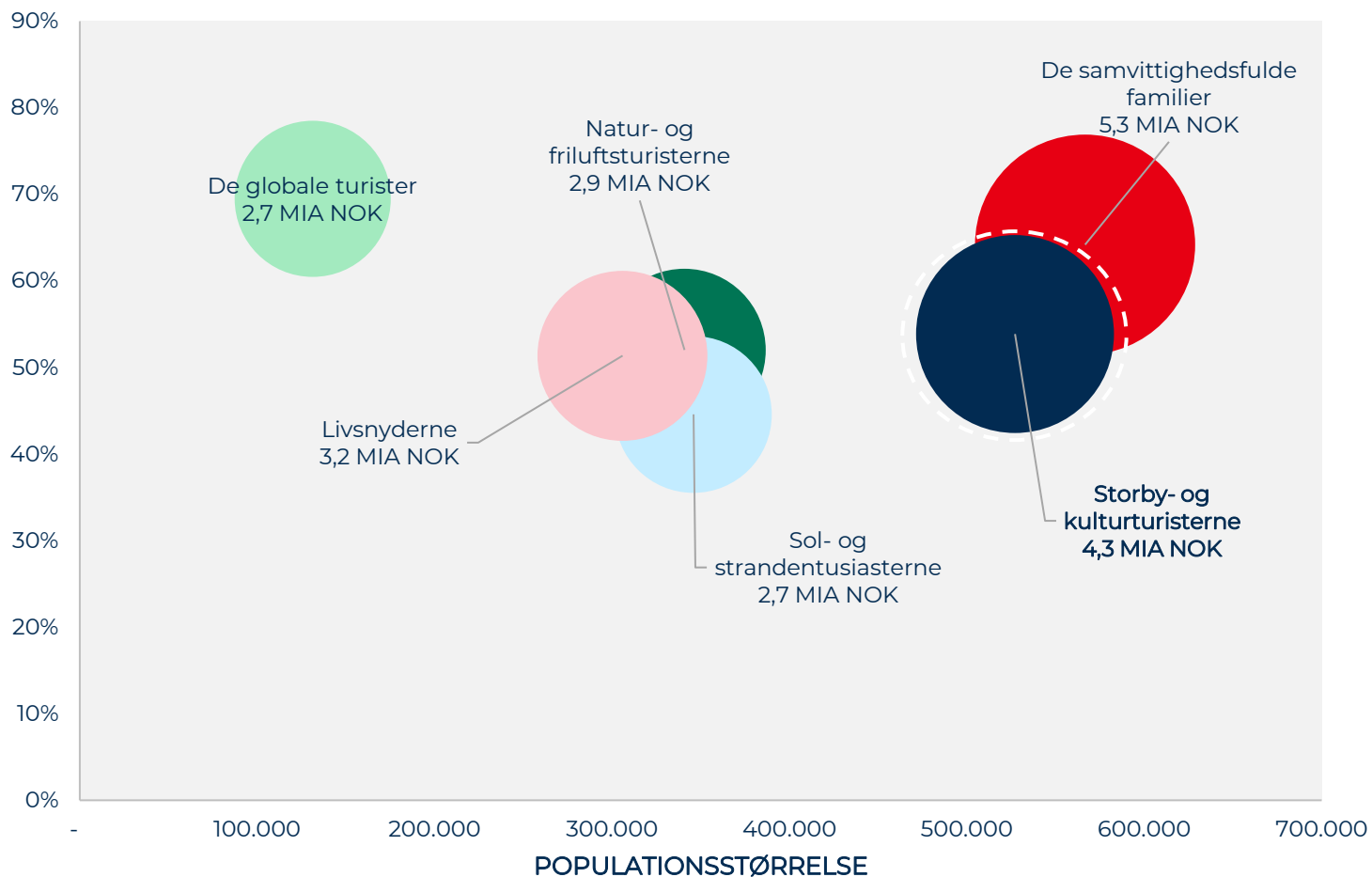
Base: Natur- og friluftsturisterne (255), De samvittighedsfulde familier(437), Sol- og strandentusiasterne (269), Storby- og kulturturisterne (405), Livsnyderne (241), De globale turister (101)



SEGMENTSTØRRELSE OG MARKEDSPOTENTIALE I NORGE: KORTERE FERIE

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

VIL SANDSYNLIGT ELLER HØJST SANDSYNLIGT BESØGE DANMARK INDEN FOR DE KOMMENDE 3 ÅR



Key take-outs:

1. I forbindelse med kortere ferier på 1-3 overnatninger bruger Storby- og kulturturisterne ca. 4,3 mia. norske kroner i løbet af et år.
2. Her er der også tale om det næststørste forbrug sammenlignet med de andre segmenter.

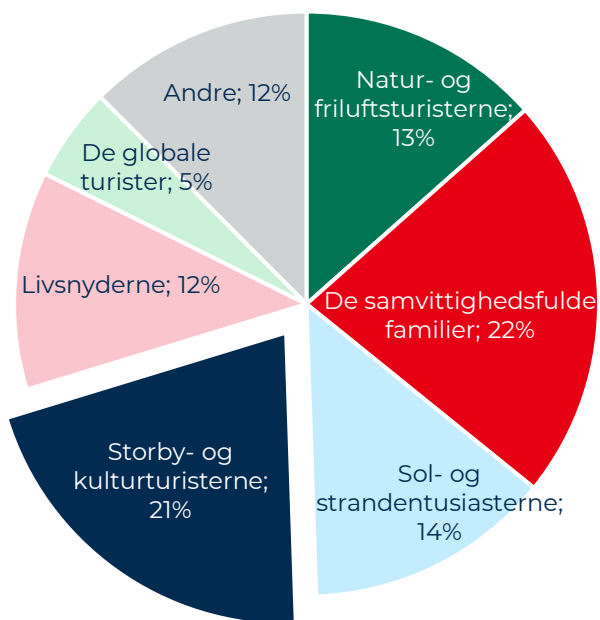
Q: I hvilken grad vil du overveje at besøge følgende feriedestinationer på en ferie i udlandet med 4 eller flere overnatninger inden for de kommende 3 år?
Base: Natur- og friluftsturisterne (255), De samvittighedsfulde familier(437), Sol- og strandentusiasterne (269), Storby- og kulturturisterne (405), Livsnyderne (241), De globale turister (101)

MARKEDSPOTENTIALE

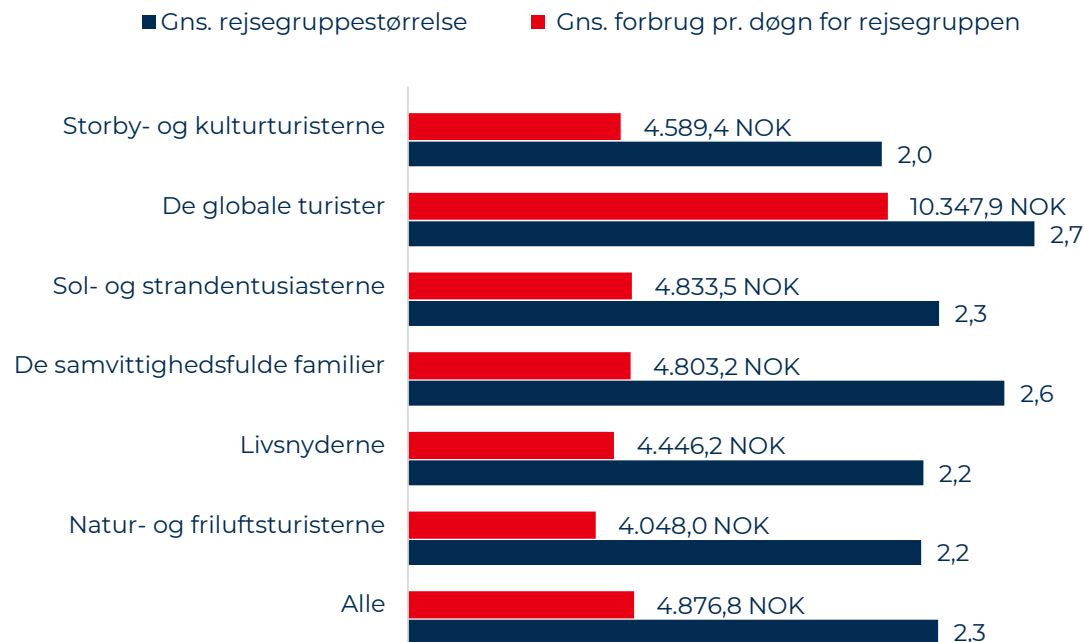
Key take-outs:

1. Storby- og kulturturisterne udgør 21% af det norske marked, hvilket er den næststørste andel af det norske marked. I alt bruger de 32,6 mia. NOK på at rejse årligt på kortere og længere ferier sammenlagt.
2. Sammenlignet med gennemsnittet for norske turister, har Storby- og kulturturisterne et lidt lavere forbrug pr. døgn for hele rejsegruppen. I gennemsnit bruger Storby- og kulturturisterne ca. 4.600 norske kroner, mens markedsgennemsnittet blandt norske turister er ca. 4.900 norske kroner.
3. 54% af segmentet overvejer at besøge Danmark ved kortere ferier. Med et samlet forbrug på kortere ferier (1-3 overnatninger) på 4,3 mia. norske kroner svarer det til, at 2,3 mia. norske kroner er i overvejelse til at blive brugt i Danmark. Ved længere ferier er det samlede forbrug 28,3 mia. norske kroner. Overvejelsen for Danmark er 40%, og derfor er det 11,4 mia. norske kroner, der er i overvejelse til at blive brugt i Danmark på længere ferier. Samlet udgør de et potentiale på 13,7 mia. norske kroner.

SEGMENTSTØRRELSE (SHARE OF MARKET)



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



TOTALE ÅRLIGE FORBRUG I SEGMENTET:

32,6 mia. NOK.
BRUGT PÅ FERIE

OVERVEJER DK:

Kort ferie: 54%
(Svarer til 2,3 mia. NOK)
Lang ferie: 40%
(Svarer til 11,4 mia. NOK)

Totale potentiale DK: 13,7 mia. NOK

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.



NATUR- OG FRILUFTSTURISTERNE

NATUR- OG FRILUFTSTURISTERNE

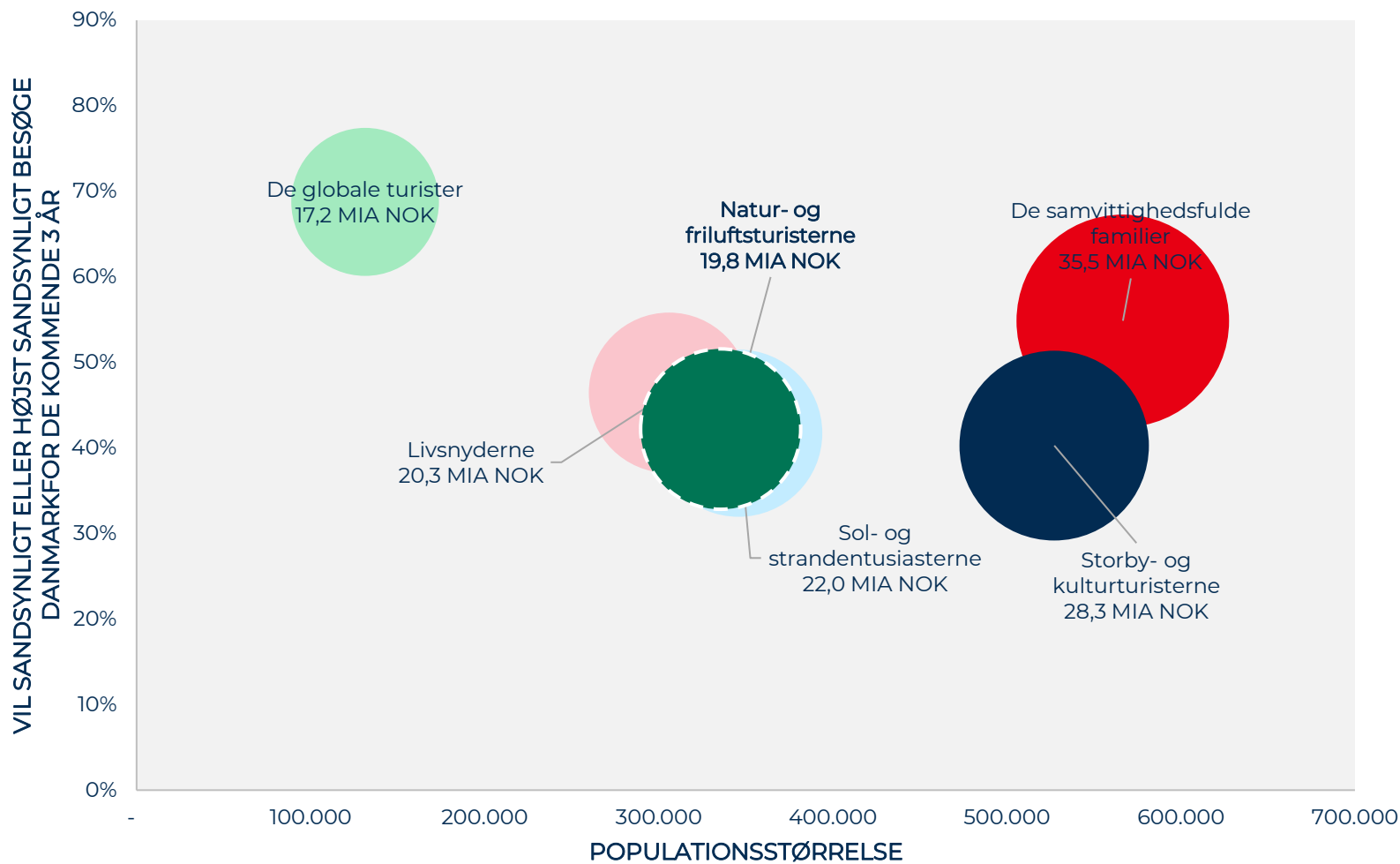
POPULATION: ≈ 340.000, ANDEL AF MARKED: 13%

- Natur- og friluftsturisterne er drevet af deres nysgerrighed, både når de er på ferie og i deres hverdag. De søger nye, autentiske og udfordrende oplevelser, når de rejser. De kan ikke ligge på en solseng i en uge, men skal have et travlt program bestående af især oplevelser i naturen, hvor de nyder lange gåture. Deres nysgerrighed afspejles i deres hverdagsinteresser, hvor emner som nyheder, politik og læsning er blandt deres topinteresser.
- Natur- og friluftsturisterne tager gerne på en friluftferie, hvor de typisk overnatter på et hotel. Oftest rejser de som par uden børn eller med venner.
- På ferier søger Natur- og friluftsturisterne en feriedestination, som tilbyder muligheden for at være aktiv i naturen, en venlig lokalbefolkning, men også aktiviteter nær havet. De er nysgerrige mennesker, som interesserer sig for deres omverden og er derfor opmærksomme på at holde sig ajour med nyheder og aktuelle begivenheder, samt læse bøger. Dette kommer til udtryk i deres interesse for kulturelle oplevelser på ferier såsom historiske attraktioner, museer og lokale byliv.
- Natur- og friluftsturisterne er ikke de rejsende, som bruger flest penge. De er hensynsfulde forbrugere, som er opmærksomme på at træffe bæredygtige valg, både når de rejser og i deres hverdag.



SEGMENTSTØRRELSE OG MARKEDSPOTENTIALE I NORGE: LÆNGERE FERIE

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



Key take-outs:

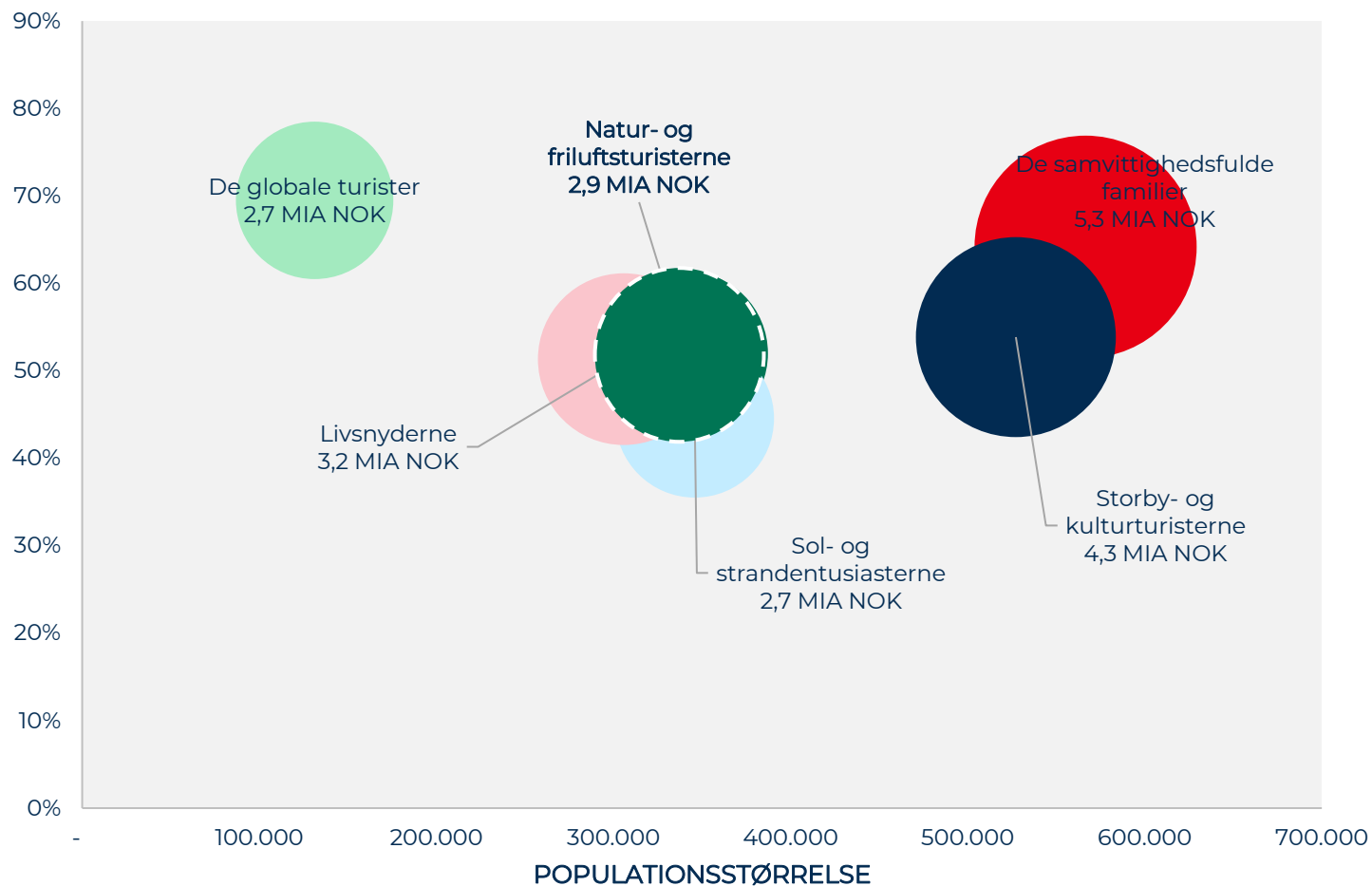
1. Der er ca. 340.000 personer i Norge, der tilhører segmentet Natur- og friluftsturisterne. Dermed udgør de en middelstor markedsandel af det norske marked.
2. Sammenlagt bruger Natur- og friluftsturisterne ca. 19,8 mia. norske kroner på ferie årligt på længere ferier på 4 eller flere overnatninger.
3. 42% af Natur- og friluftsturisterne vil overveje at besøge Danmark inden for 3 år på en længere ferie på 4 eller flere overnatninger, hvilket er en smule under gennemsnittet for det norske marked (46%).

Q: 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 (255), De samvittighedsfulde familier(437), Sol- og strandentusiasterne (269), Storbyturister (405), Livsnyderne (241), De globale turister (101)

SEGMENTSTØRRELSE OG MARKEDSPOTENTIALE I NORGE: KORTERE FERIE

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

VIL SANDSYNLIGT ELLER HØJST SANDSYNLIGT BESØGE DANMARK FOR DE KOMMENDE 3 ÅR



Key take-outs:

1. I forbindelse med kortere ferier på 1-3 overnatninger bruger Natur- og friluftsturisterne ca. 2,9 mia. norske kroner sammenlagt i løbet af et år.
2. Ved kortere ferier på 1-3 overnatninger er der større sandsynlighed for, at Natur- og friluftsturisterne besøger Danmark end ved længere ferier. Her angiver 52%, de overvejer at besøge Danmark inden for 3 år ifm. med en kort ferie.

Q: 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 (255), De samvittighedsfulde familier(437), Sol- og strandentusiasterne (269), Storbyturister (405), Livsnyderne (241), De globale turister (101)

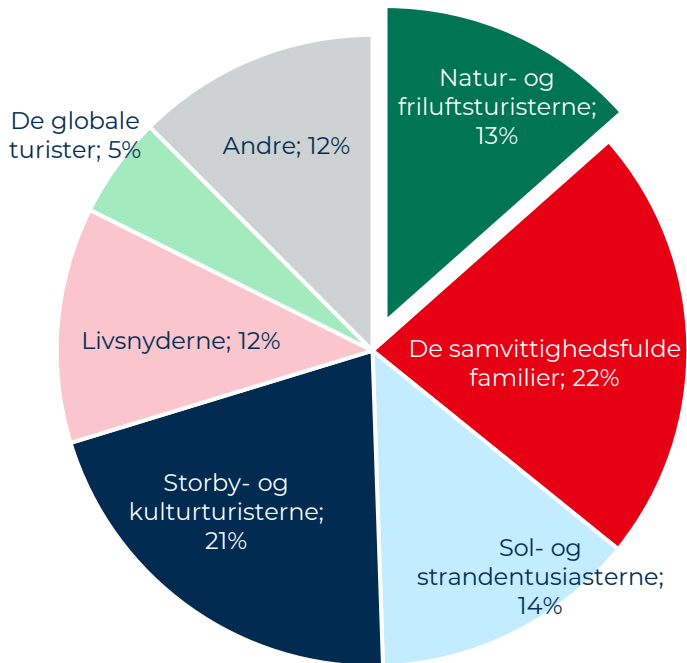


MARKEDSPOTENTIALE

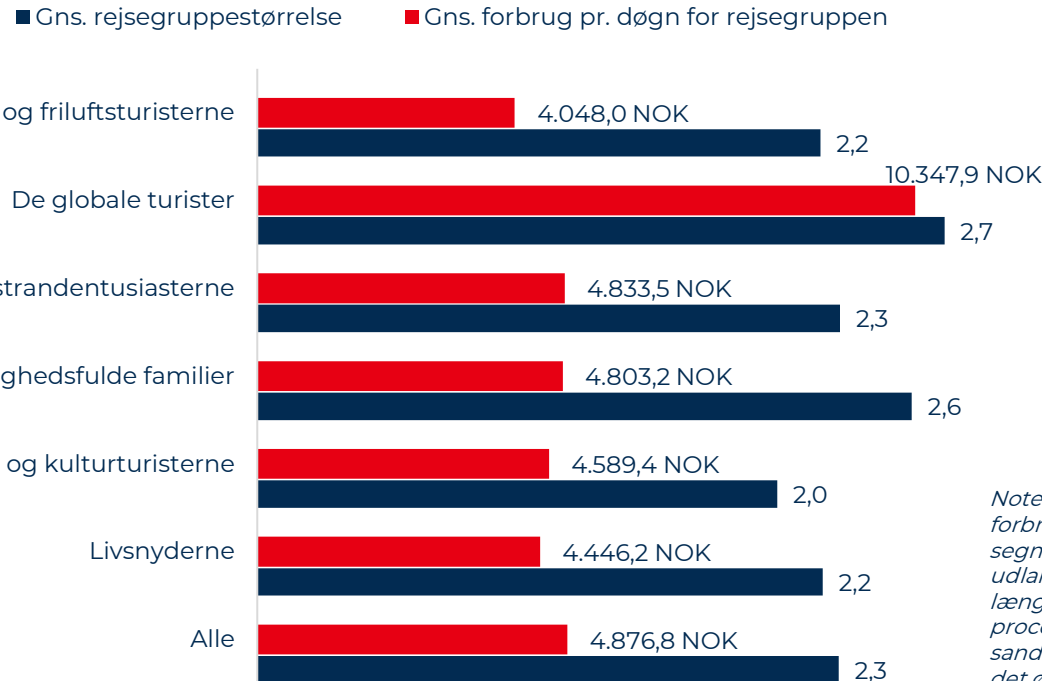
Key take-outs:

1. Natur- og friluftsturisterne udgør 13% af det norske marked. I alt bruger de 22,7 mia. norske kroner på ferie årligt for korte og lange ferier sammenlagt.
2. Natur- og friluftsturisterne bruger ca. 4.000 norske kroner pr. døgn for rejsegruppen, når de er på ferie. Dette er ca. 800 norske kroner lavere end markedsgennemsnittet. Dog har segmentet en høj rejsefrekvens, der trækker det samlede forbrug op.
3. 52% af Natur- og friluftsturisterne overvejer at besøge Danmark ved kortere ferier på 1-3 overnatninger. Da segmentet bruger ca. 2,9 mia. norske kroner årligt på kortere ferier, ligger der et potentiale for Danmark på ca. 1,5 mia. norske kroner. Ved længere ferier på 4 eller flere overnatninger er det samlede forbrug 19,8 mia. norske kroner. Ved længere ferier vil 42% overveje Danmark, hvilket svarer til en potentiale for Danmark på 8,3 mia. norske kroner.

SEGMENTSTØRRELSE (SHARE OF MARKET)



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



TOTALE ÅRLIGE FORBRUG I SEGMENTET:

22,7 mia. NOK.
BRUGT PÅ FERIE

OVERVEJER DK:

Kort ferie: 52%
(Svarer til 1,5 mia. NOK)
Lang ferie: 42%
(Svarer til 8,3 mia. NOK)

Totale potentiale DK: 9,8 mia. NOK

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.



LIVSNYDERNE

LIVSNYDERNE

POPULATION: ≈ 300.000, ANDEL AF MARKED: 12%

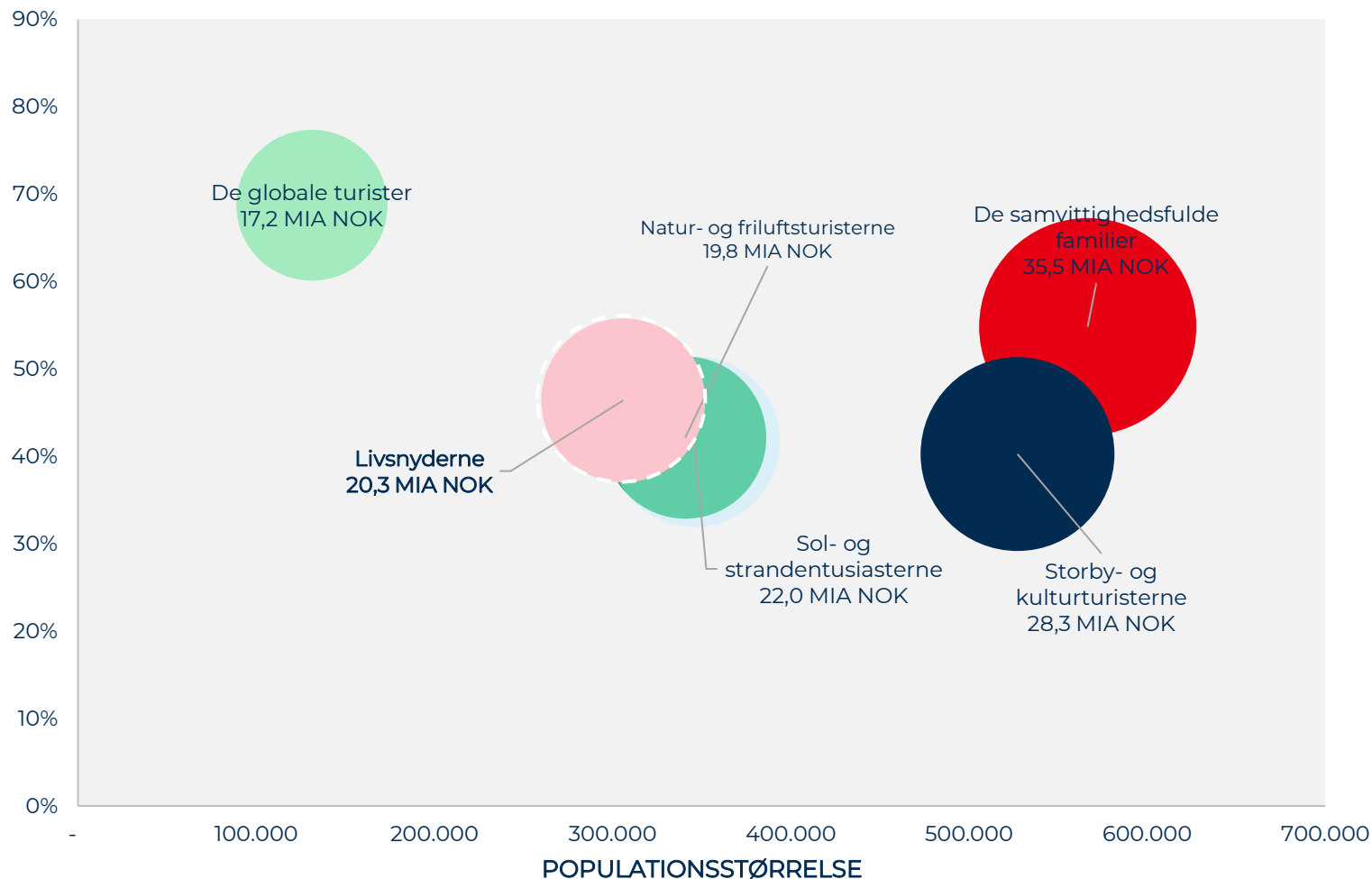
- Afslapning, forkælelse og kvalitetstid med familien er noget af det vigtigste for Livsnyderne, når de er på ferie i udlandet. De er kendetegnet ved deres store kærlighed for solen, at bade og spise god mad.
- Ved valg af feriedestination vælger Livsnyderne derfor også oftest en destination, som byder på sol og varme, og hvor der er mulighed for luksus og luksuriøse oplevelser.
- Livsnyderne sætter pris på komfort og bekvemmelighed og vælger derfor oftest at indkvartere sig på hotel. De værdsætter også en feriedestination, som er meget tryk og har en venlig lokalbefolkning. Ferierne foregår ofte som par uden børn, hvor de har mulighed for blot at nyde hinandens samvær.
- Livsnyderne tager ikke på ferie for at vandre i naturen eller dyrke motion, men ønsker i stedet opleve den berigende kultur i storbyen og nyde kystlinjen.



SEGMENTSTØRRELSE OG MARKEDSPOTENTIALE I NORGE: LÆNGERE FERIE

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

VIL SANDSYNLIGT ELLER HØJST SANDSYNLIGT BESØGE DANMARK
INDEN FOR DE KOMMENDE 3 ÅR



Key take-outs:

1. Der er ca. 300.000 personer i Norge, der tilhører Livsnyderne, hvormed de udgør en mindre andel af markedet sammenlignet med de øvrige segmenter af norske turister.
2. Sammenlagt bruger Livsnyderne ca. 20,3 mia. norske kroner på at rejse årligt på længere ferier med 4 eller flere overnatninger.
3. 46% af Livsnyderne angiver, de vil overveje at besøge Danmark i forbindelse med en længere ferie med 4 eller flere overnatninger.

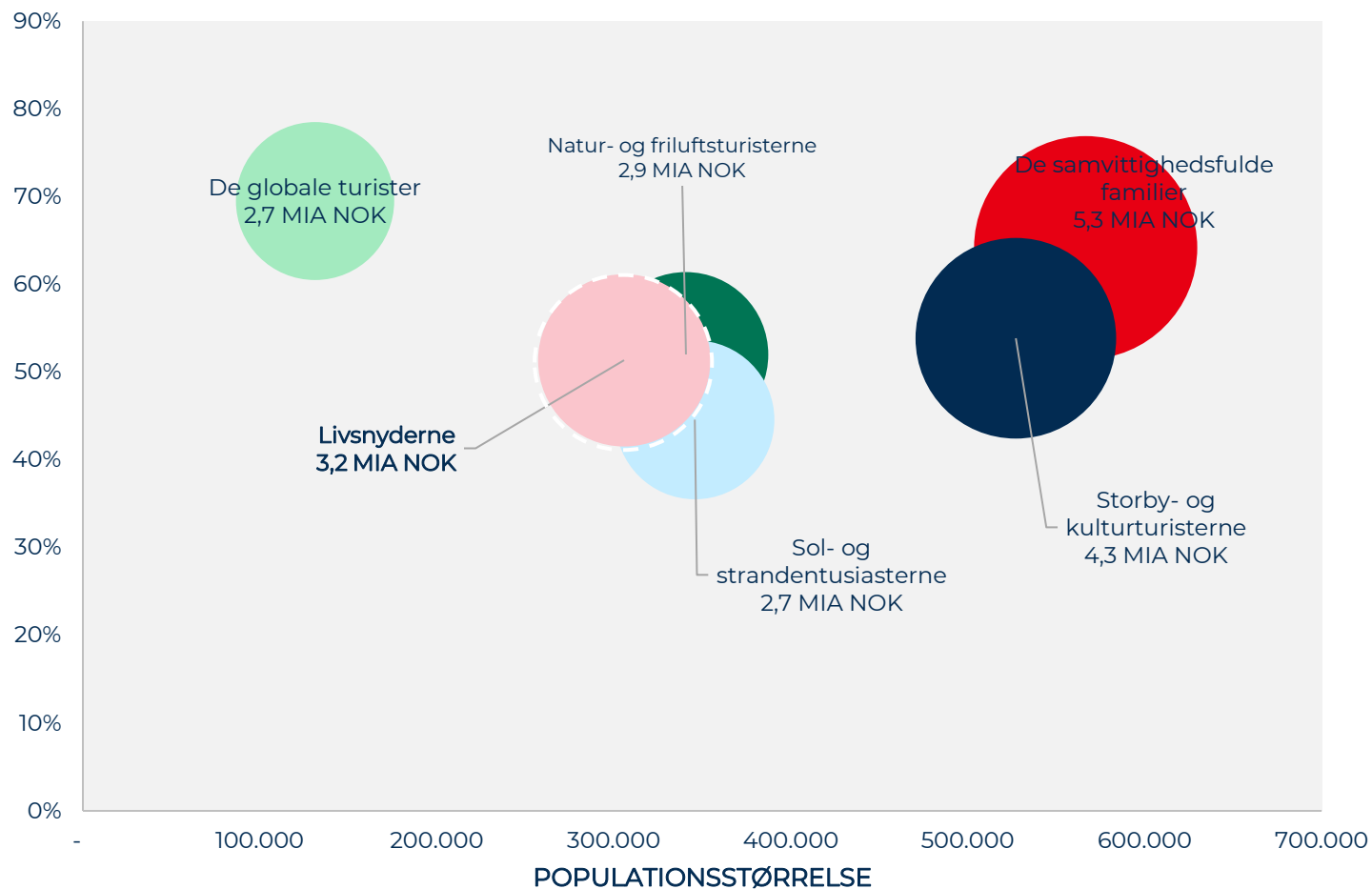
Q: I hvilken grad vil du overveje at besøge følgende feriedestinationer på en ferie i udlandet med 4 eller flere overnatninger inden for de kommende 3 år?

Base: Natur- og friluftsturisterne (255), De samvittighedsfulde familier(437), Sol- og strandentusiasterne (269), Storby- og kulturturisterne (405), Livsnyderne (241), De globale turister (101)



SEGMENTSTØRRELSE OG MARKEDSPOTENTIALE I NORGE: KORTERE FERIE

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



Key take-outs:

1. I forbindelse med kortere ferier på 1-3 overnatninger bruger Livsnyderne ca. 3,2 mia. norske kroner sammenlagt i løbet af et år.
2. Ved kortere ferier angiver 51%, at de overvejer at besøge Danmark inden for 3 år ifm. med en kort ferie.

VIL SANDSYNLIGT ELLER HØJST SANDSYNLIGT BESØGE DANMARK INDEN FOR DE KOMMENDE 3 ÅR

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 (255), De samvittighedsfulde familier (437), Sol- og strandentusiasterne (269), Storby- og kulturturisterne (405),

20 Livsnyderne (241), De globale turister (101)

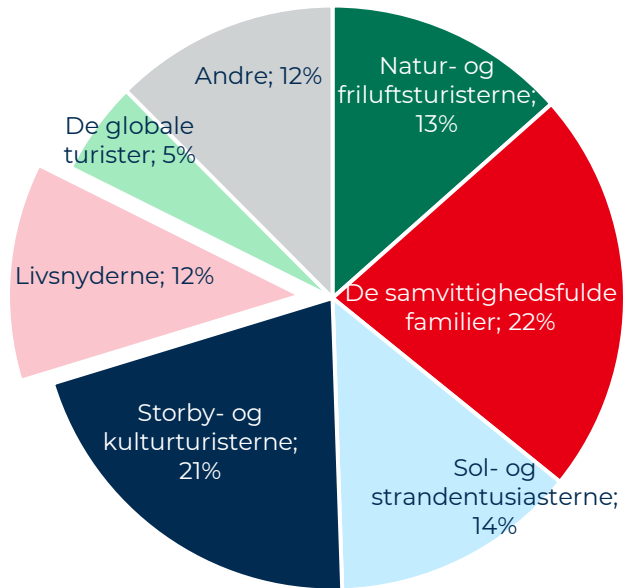


MARKEDSPOTENTIALE

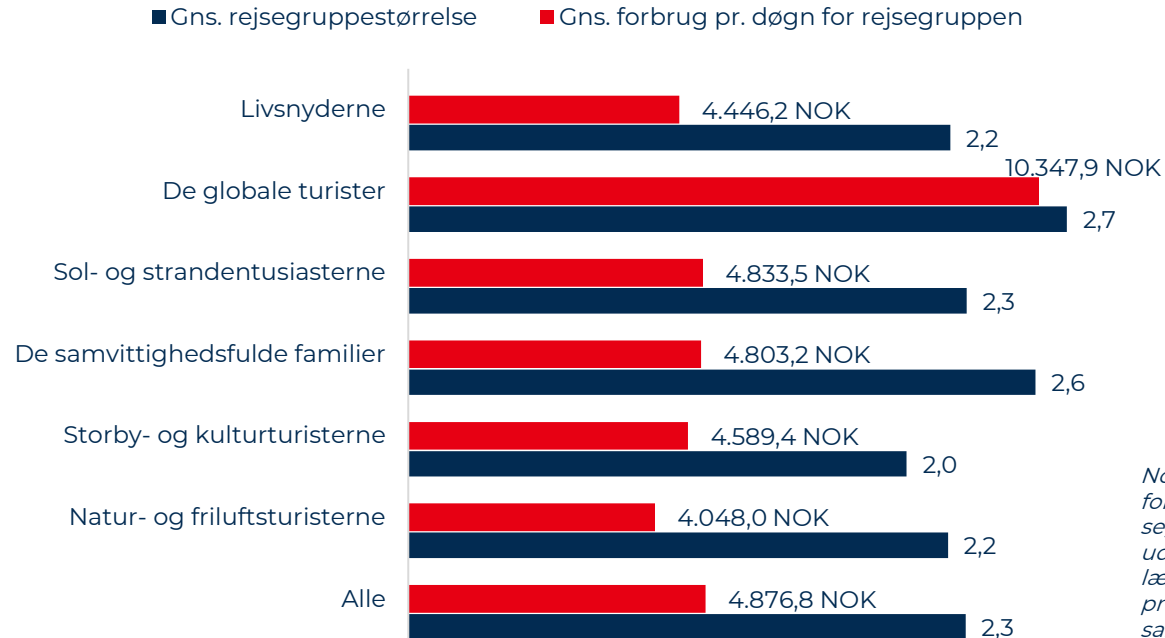
Key take-outs:

1. Livsnyderne udgør 12% af det norske marked. I alt bruger de 23,4 mia. NOK på ferier årligt, når man ligger korte og lange ferier sammen.
2. Livsnyderne bruger ca. 4.500 norske kroner pr. døgn for rejsegruppen, når de er på ferie.
3. 51% af Livsnyderne overvejer at besøge Danmark ved kortere ferier på 1-3 overnatninger. Da segmentet bruger ca. 3,2 mia. norske kroner årligt på kortere ferier, ligger der et potentiale for Danmark på ca. 1,6 mia. norske kroner. Ved længere ferier på 4 eller flere overnatninger er det samlede forbrug 20,3 mia. norske kroner. Ved længere ferier vil 46% overveje at besøge Danmark, hvilket svarer til et potentiale for Danmark på 9,4 mia. norske kroner.

SEGMENTSTØRRELSE (SHARE OF MARKET)



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



TOTALE ÅRLIGE FORBRUG I SEGMENTET:

23,4 mia. NOK.
BRUGT PÅ FERIE

OVERVEJER DK:

Kort ferie: 51%
(Svarer til 1,6 mia. NOK)
Lang ferie: 46%
(Svarer til 9,4 mia. NOK)

Totale potentiale DK: 11,0 mia. NOK

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: ≈ 345.000, ANDEL AF MARKED: 14%

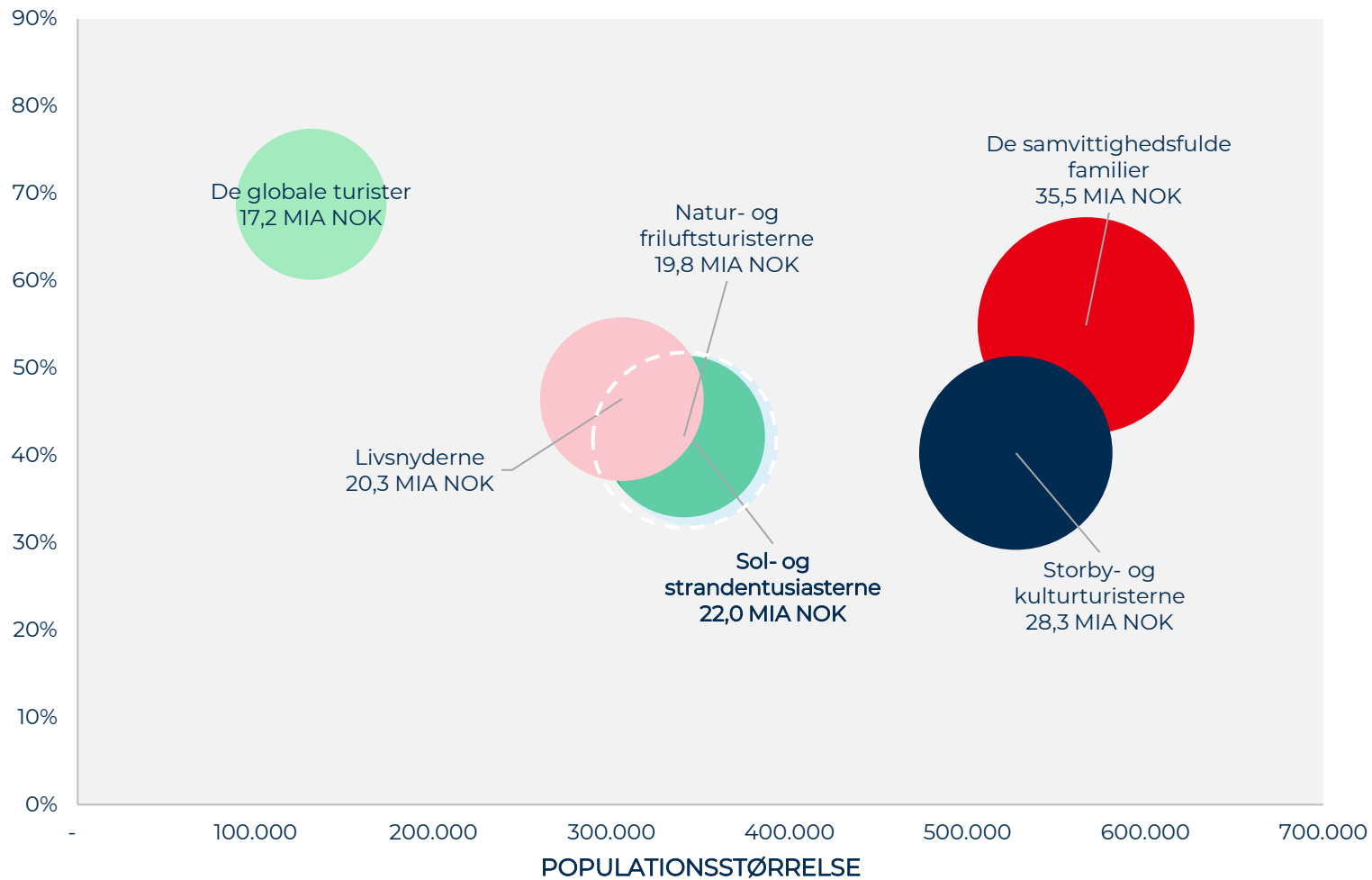
- Sol- og strandentusiasterne finder en stor glæde i at besøge lande med masser af solskin og varme. De har derfor en forkærlighed for sol- og strandferier, hvor de nyder at bade, slappe af og være sammen med familien. De foretrækker ligeledes en tryk og sikker destination, hvor de kan nyde solen og varmen og finde ro uden at skulle bekymre sig.
- Hvis Sol- og strandentusiasterne ikke overnatter på hotel, er de tilbøjelige til at tage i deres eget eller et lånt feriehus. Ferierne foregår oftest som par uden børn, da de sætter pris på at nyde hinandens samvær og lade op.
- Deres tryghedssøgende adfærd betyder også, 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.
- Når Sol- og strandentusiasterne er på ferie, er de hverken dem, der bruger mindst eller flest penge. De er dog tilbøjelige til at søge mod destinationer, som er billige.



SEGMENTSTØRRELSE OG MARKEDSPOTENTIAL I NORGE: LÆNGERE FERIE

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

VIL SANDSYNLIGT ELLER HØJST SANDSYNLIGT BESØGE DANMARK
INDEN FOR DE KOMMENDE 3 ÅR



Key take-outs:

1. Der er ca. 345.000 personer i Norge, der tilhører Sol- og strandentusiasterne.
2. Sol- og strandentusiasterne bruger sammenlagt ca. 22,0 mia. norske kroner på længere ferier med 4 eller flere overnatninger.
3. 42% af Sol- og strandentusiasterne overvejer at besøge Danmark i forbindelse med en længere ferie.

Q: 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?

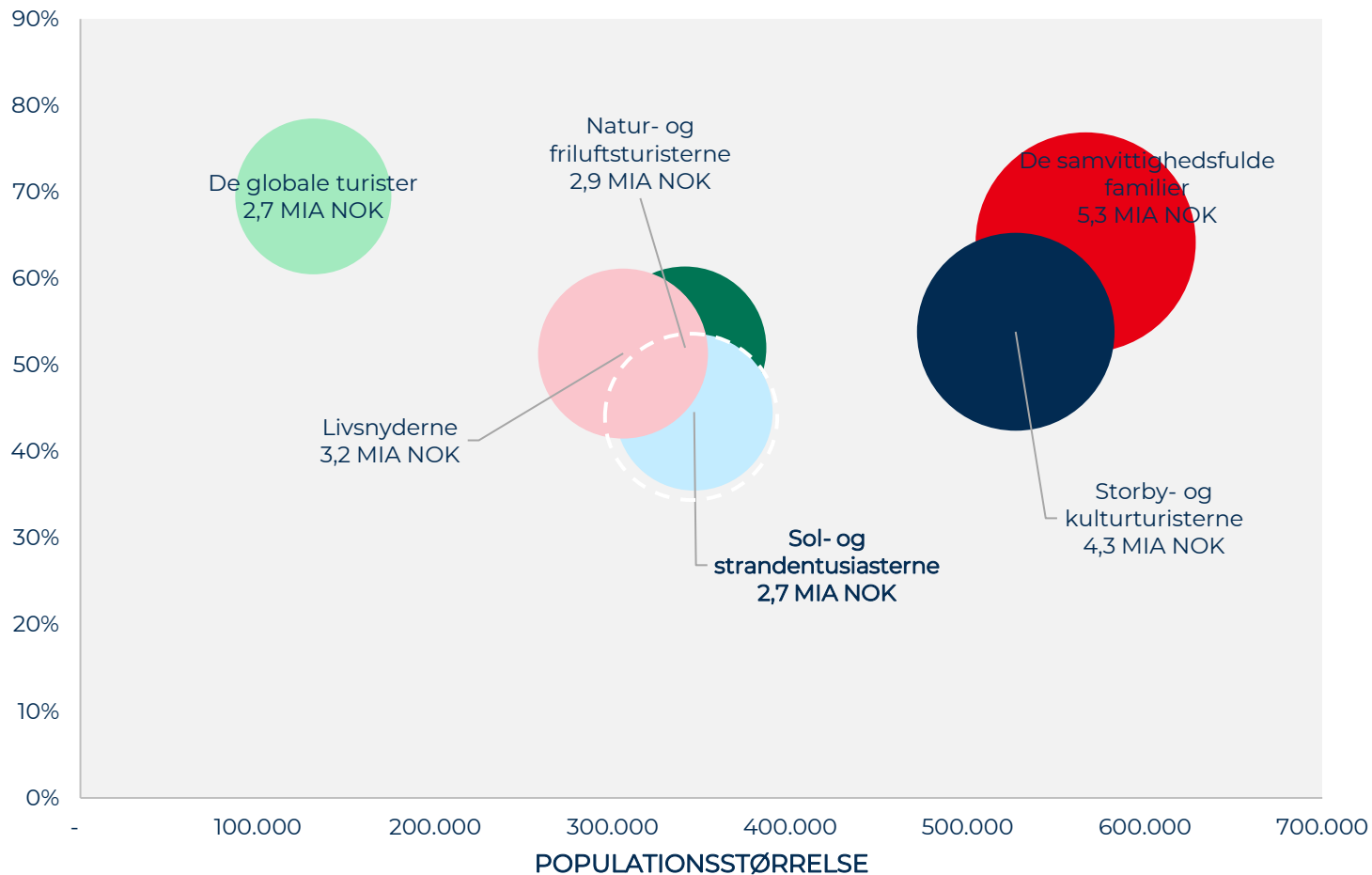
Base: Natur- og friluftsturisterne (255), De samvittighedsfulde familier(437), Sol- og strandentusiasterne (269), Storby- og kulturturisterne (405), Livsnyderne (241), De globale turister (101)



SEGMENTSTØRRELSE OG MARKEDSPOTENTIALE I NORGE: KORTERE FERIE

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

VIL SANDSYNLIGT ELLER HØJST SANDSYNLIGT BESØGE DANMARK INDEN FOR DE KOMMENDE 3 ÅR



Key take-outs:

1. I forbindelse med kortere ferier på 1-3 overnatninger bruger Sol- og strandentusiasterne ca. 2,7 mia. norske kroner sammenlagt i løbet af et år.
2. Ved kortere ferier på 1-3 overnatninger er der lidt større sandsynlighed for, at Sol- og strandentusiasterne besøger Danmark end ved længere ferier. Her angiver 45%, de kunne overveje at besøge Danmark inden for 3 år ifm. med en kort ferie.

Q: 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 (255), De samvittighedsfulde familier(437), Sol- og strandentusiasterne (269), Storby- og kulturturisterne (405), Livsnyderne (241), De globale turister (101)

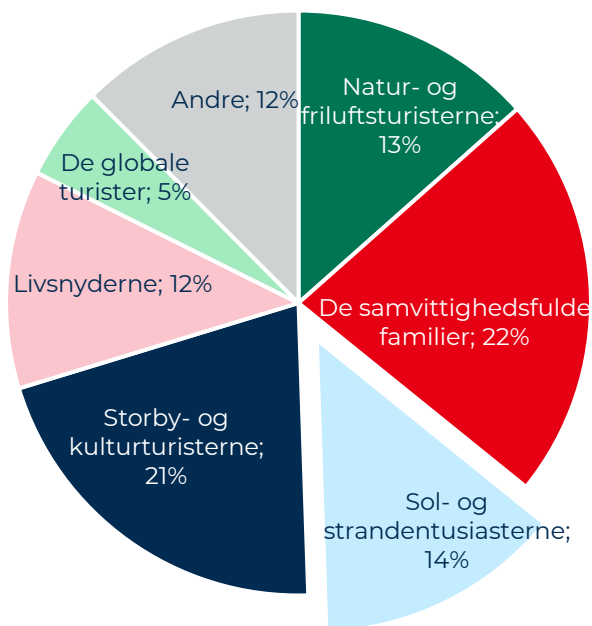


MARKEDSPOTENTIALE

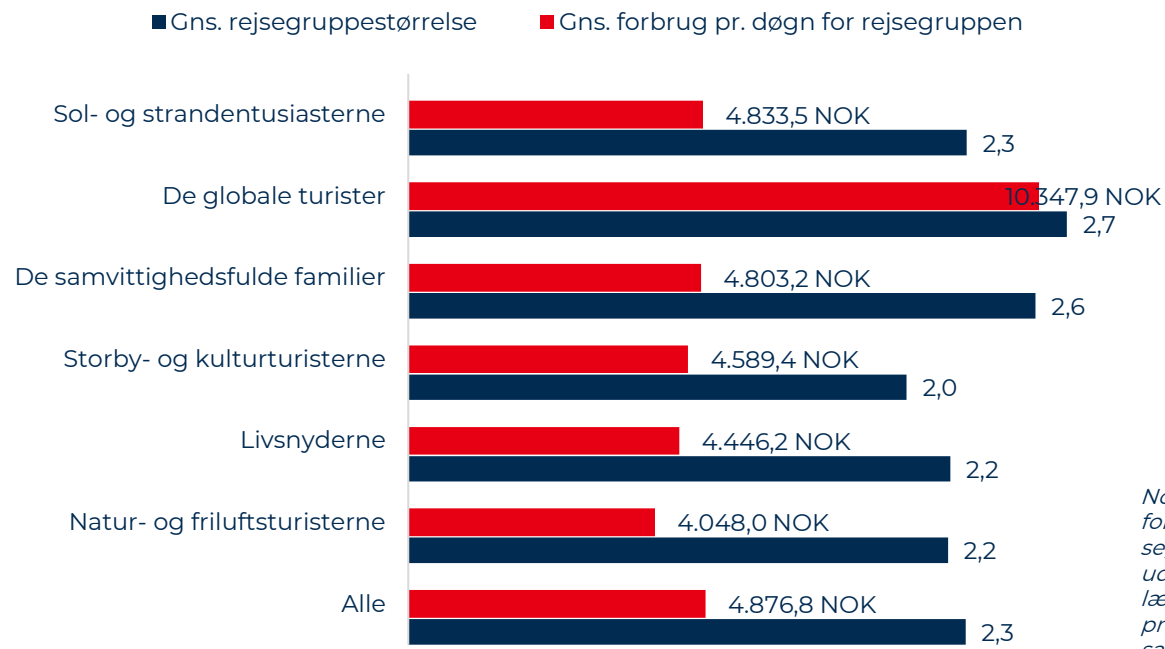
Key take-outs:

1. Sol- og strandentusiasterne udgør 14% af det norske marked. I alt bruger de 24,7 mia. NOK på ferie årligt for korte og lange ferier sammenlagt
2. Sol- og strandentusiasterne bruger ca. 4.800 norske kroner pr. døgn for rejsegruppen, når de er på ferie. Dette er gennemsnitligt blandt alle norske turister.
3. 45% af Sol- og strandentusiasterne overvejer at besøge Danmark ved kortere ferier på 1-3 overnatninger. Da segmentet bruger ca. 2,7 mia. norske kroner årligt på kortere ferier, ligger der et potentiale for Danmark på ca. 1,2 mia. norske kroner. Ved længere ferier på 4 eller flere overnatninger er det samlede forbrug 22,0 mia. norske kroner. Ved længere ferier vil 42% overveje Danmark, hvilket svarer til en potentiale for Danmark på 9,2 mia. norske kroner.

SEGMENTSTØRRELSE (SHARE OF MARKET)



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



TOTALE ÅRLIGE FORBRUG I SEGMENTET:

24,7 mia. NOK.
BRUGT PÅ FERIE

OVERVEJER DK:

Kort ferie: 45%
(Svarer til 1,2 mia. NOK)
Lang ferie: 42%
(Svarer til 9,2 mia. NOK)

Totale potentiale DK: 10,4 mia. NOK

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.

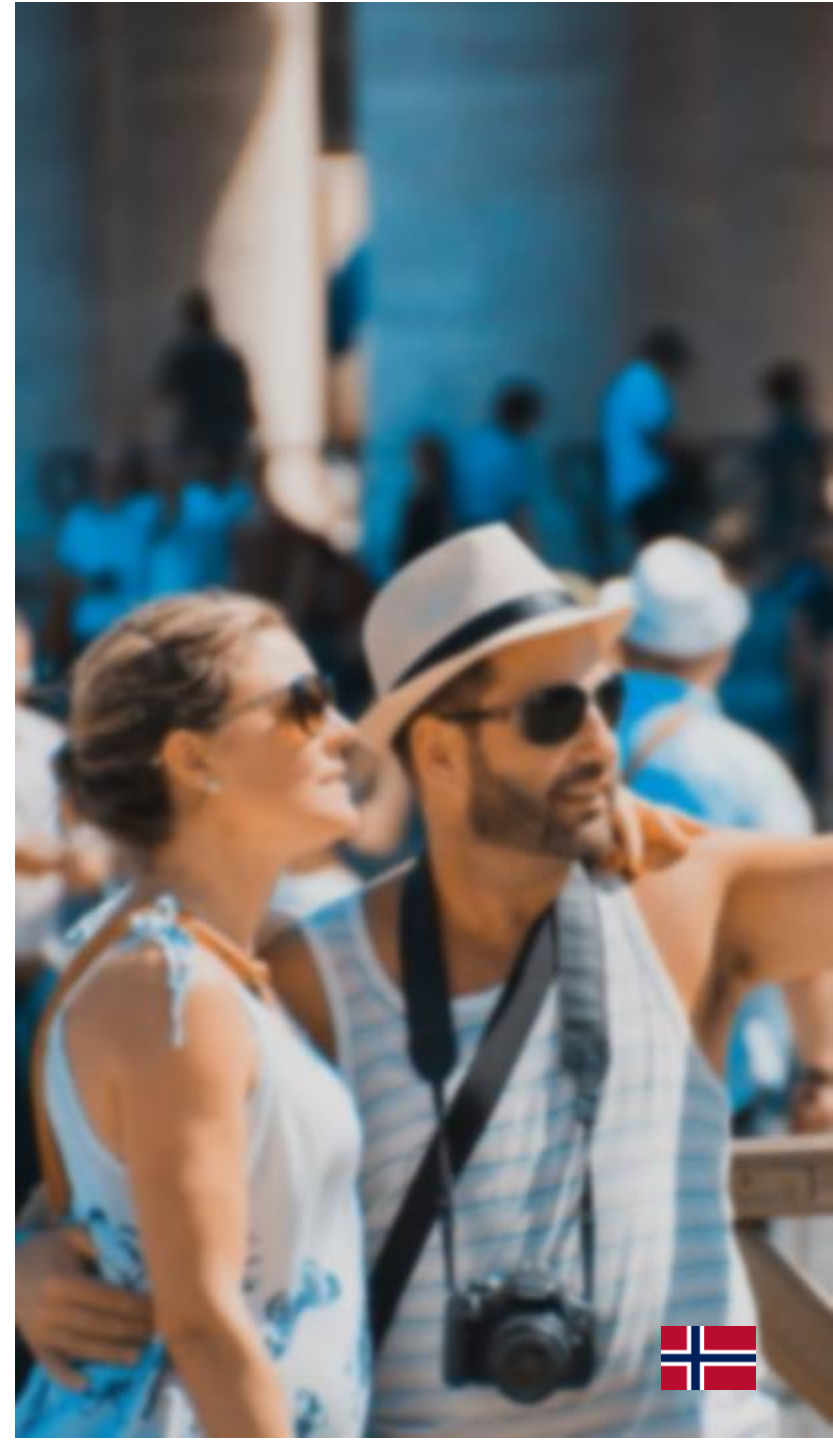


DE GLOBALE TURISTER

DE GLOBALE TURISTER

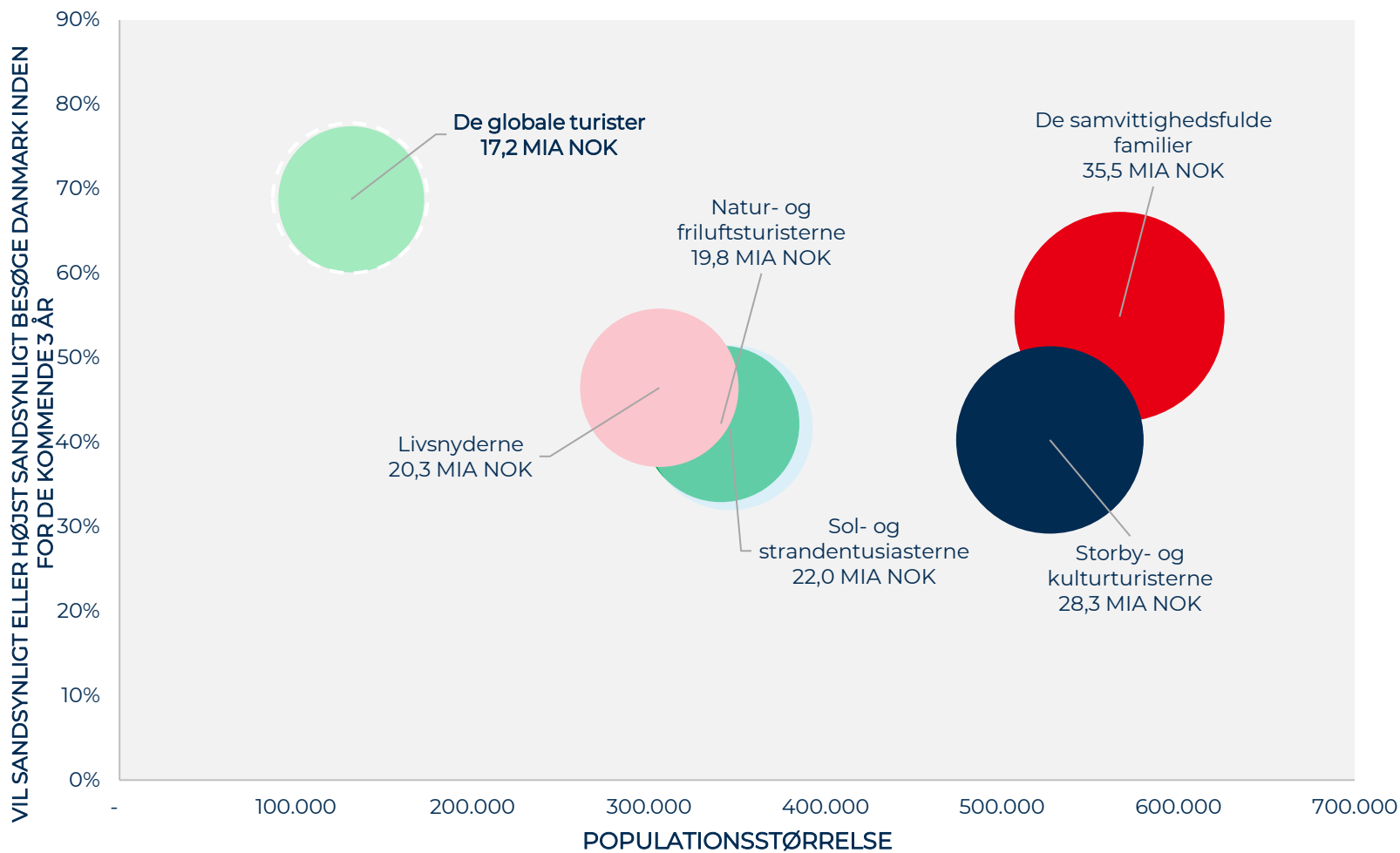
POPULATION: ≈130.000, ANDEL AF MARKED: 5%

- Spænding, eventyr og afslapning er blot nogle af de behov, som De globale turister har, når de skal på ferie i udlandet. Dette segment har en stor rejselyst og foretrækker at udforske rejsedestinationen som par med eller uden børn. De leder efter destinationer, hvor der er en bred vifte af aktiviteter og seværdigheder.
- Selvom de er aktive og eventyrlystne, er det også vigtigt for dem at finde tid til afslapning og genopladning under deres ferie. De søger efter destinationer, der tilbyder luksuriøse oplevelser, smukke kyster og spændende museer. Madlavning er en af deres største interesser, og de søger også gastronomi på et højt niveau, når de er på ferie i udlandet.
- De globale turister, er ikke bange for at vise deres rejsepræstationer og glæde på sociale medier. De deler deres oplevelser, inspirerer andre og får ideer til nye destinationer. For dem er ferie ikke kun en personlig oplevelse, men også en måde at skabe prestige og vise, hvor meget de har oplevet og udforsket.



SEGMENTSTØRRELSE OG MARKEDSPOTENTIALE I NORGE: LÆNGERE FERIE

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



Key take-outs:

1. Der er ca. 130.000 personer i Norge, der tilhører segmentet De globale turister. Dermed udgør de den mindste markedsandel i det norske marked.
2. Sammenlagt bruger De globale turister ca. 17,2 mia. norske kroner på ferie årligt på længere ferier på 4 eller flere overnatninger.
3. 69% af De globale turister vil overveje at besøge Danmark inden for 3 år på en længere ferie på 4 eller flere overnatninger, hvilket er væsentligt over gennemsnittet for det norske marked af turister (46%).

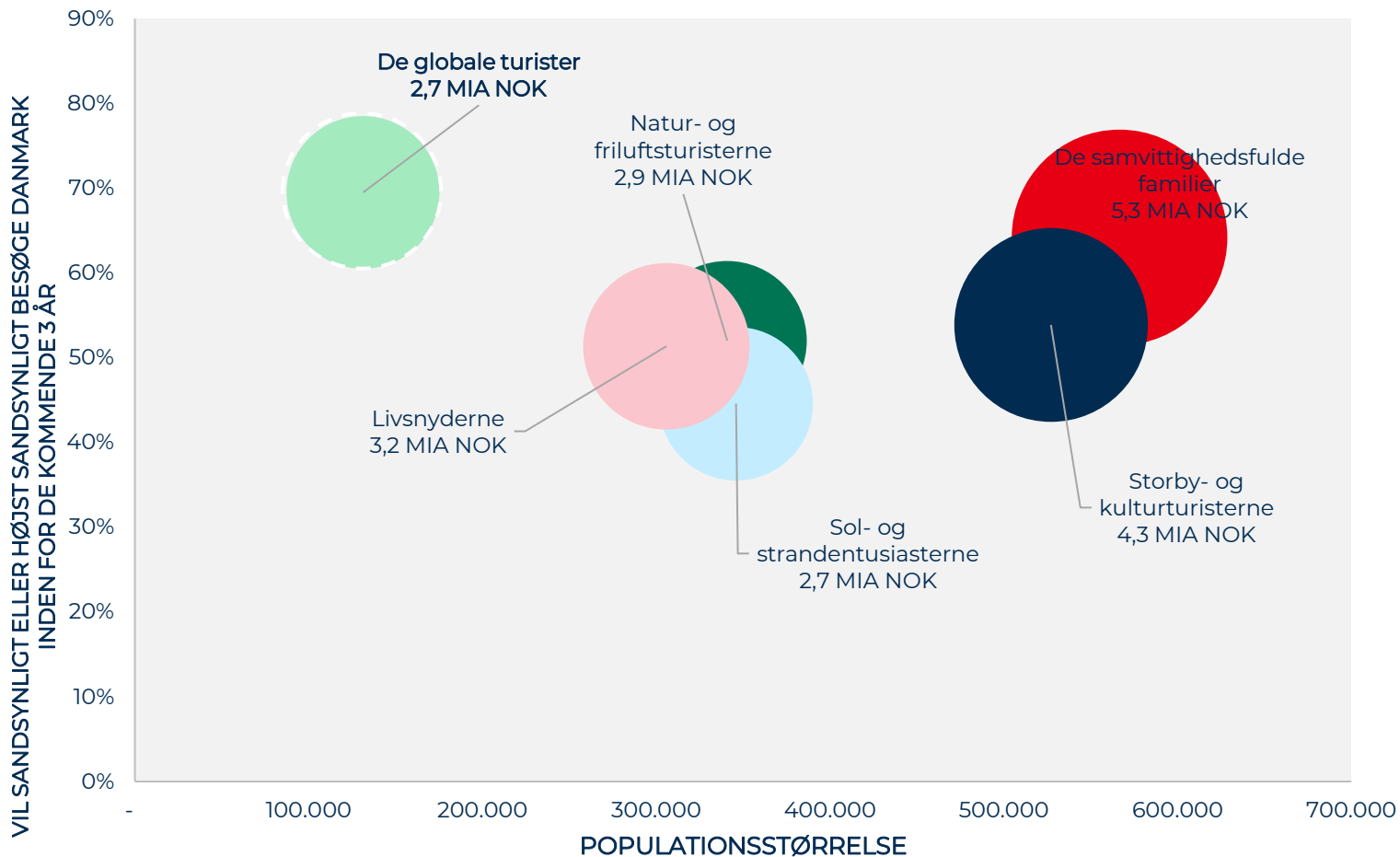
Q: I hvilken grad vil du overveje at besøge følgende feriedestinationer på en ferie i udlandet med 4 eller flere overnatninger inden for de kommende 3 år?

Base: Natur- og friluftsturisterne (255), De samvittighedsfulde familier(437), Sol- og strandentusiasterne (269), Storbyturister (405), Livsnyderne (241), De globale turister (101)



SEGMENTSTØRRELSE OG MARKEDSPOTENTIALE I NORGE: KORTERE FERIE

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



Key take-outs:

1. I forbindelse med kortere ferier på 1-3 overnatninger bruger De globale turister, ca. 2,7 mia. norske kroner sammenlagt i løbet af et år.
2. Ved kortere ferier på 1-3 overnatninger angiver 70%, at de kunne overveje at besøge Danmark inden for 3 år ifm. med en kort ferie. Andelen svarer igen over markeds gennemsnittet på 54% blandt norske turister.

Q: 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 (255), De samvittighedsfulde familier(437), Sol- og strandentusiasterne (269), Storbyturister (405), Livsnyderne (241), De globale turister (101)

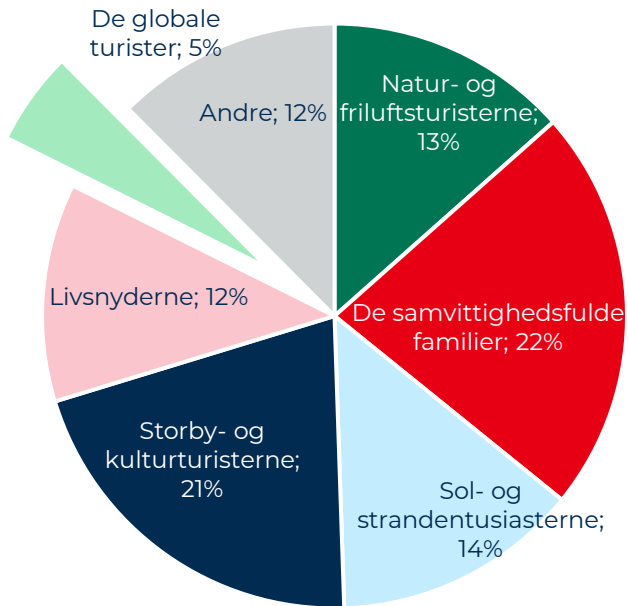


MARKEDSPOTENTIALE

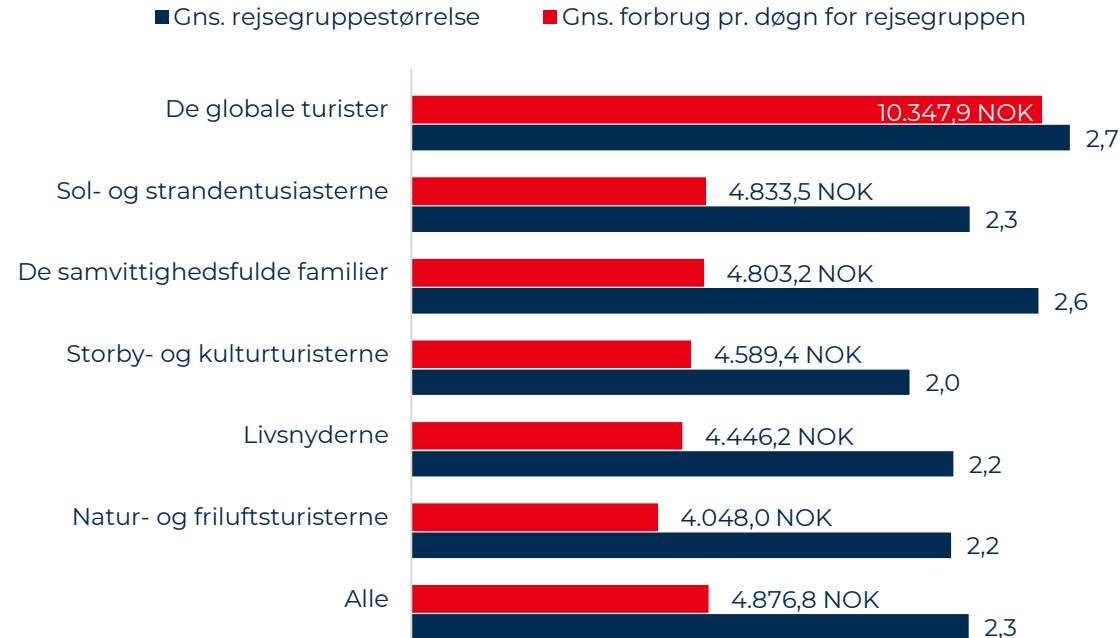
Key take-outs:

1. De globale turister udgør 5% af det norske marked. I alt bruger de 19,8 mia. NOK på ferie årligt, når man ligger korte og lange ferier sammen.
2. De globale turister bruger ca. 10.350 norske kroner pr. døgn for rejsegruppen, når de er på ferie. Dette er klart det højeste blandt de norske segmenter, hvor gennemsnittet er ca. 4.900 norske kroner pr. døgn for hele rejsegruppen.
3. 70% af De globale turister overvejer at besøge Danmark ved kortere ferier på 1-3 overnatninger. Da segmentet bruger ca. 2,7 mia. norske kroner årligt på kortere ferier, ligger der et potentiale for Danmark på ca. 1,9 mia. norske kroner. Ved længere ferier på 4 eller flere overnatninger er det samlede forbrug 17,2 mia. norske kroner. Ved længere ferier overvejer 69% at besøge Danmark, hvilket svarer til en potentiale for Danmark på 11,8 mia. norske kroner.

SEGMENTSTØRRELSE (SHARE OF MARKET)



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



TOTALE ÅRLIGE FORBRUG I SEGMENTET:

19,8 mia. NOK.
BRUGT PÅ FERIE

OVERVEJER DK:

Kort ferie: 70%
(Svarer til 1,9 mia. NOK)
Lang ferie: 69%
(Svarer til 11,8 mia. NOK)

Totale potentiale DK: 13,7 mia. NOK

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