



DE SEKS SEGMENTER - SVERIGE

MARKEDSPOTENTIALE

DE SAMVITTIGHEDSFULDE FAMILIER

DE SAMVITTIGHEDSFULDE FAMILIER

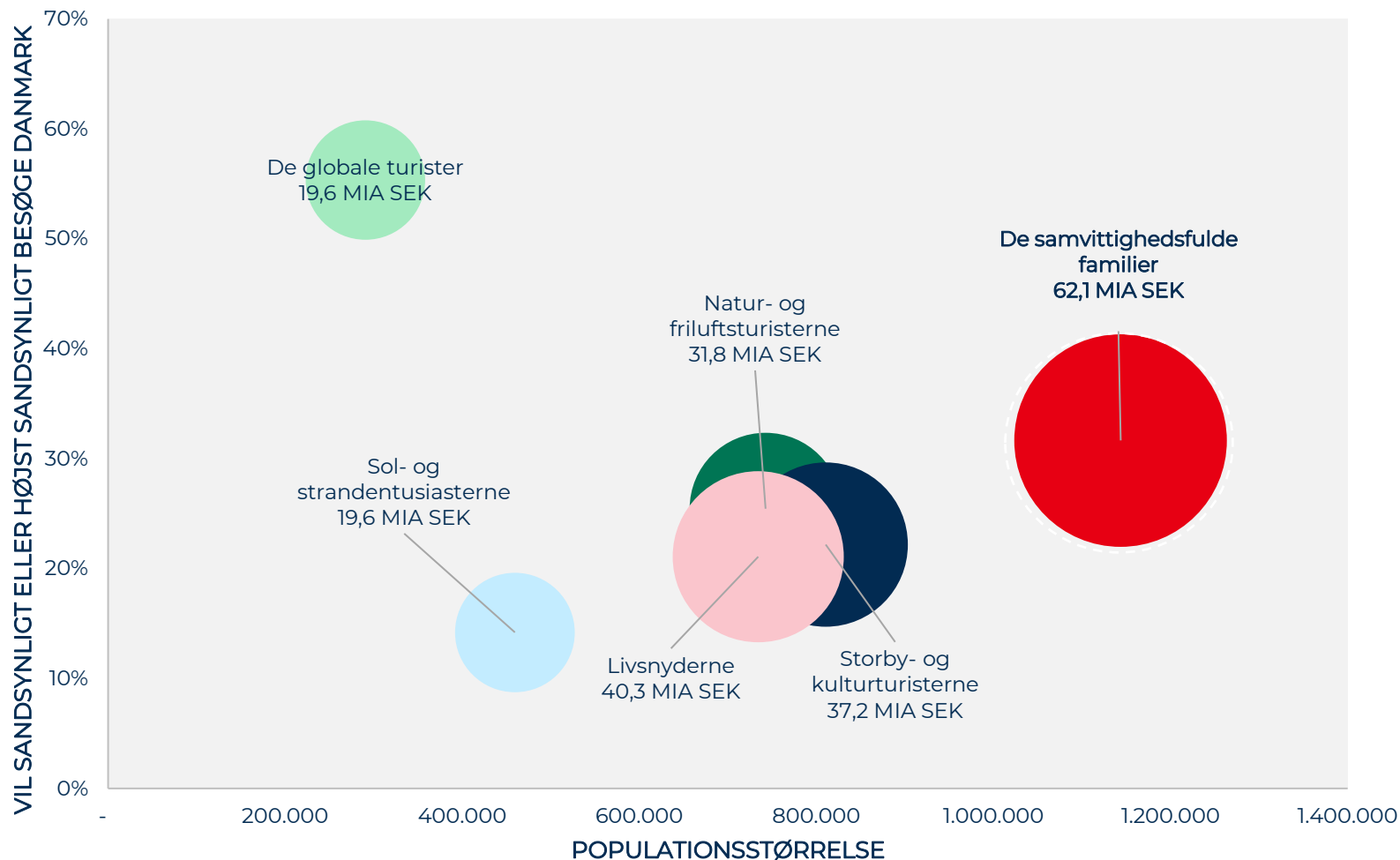
POPULATION: 1.140.000. ANDEL AF MARKED: 24%

- 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 gerne naturoplevelser, og så er de 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 storbyferier.
- 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 som overnatningsform.
- 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.
- Alt i alt er De samvittighedsfulde familier et segment, der værdsætter afslapning og naturoplevelser, samtidig med at de tager hensyn til miljøet og ønsker en familievenlig og tryk ferieoplevelse.



SEGMENTSTØRRELSE OG MARKEDSPOTENTIAL I SVERIGE: LÆNGERE FERIER

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



Key take-outs:

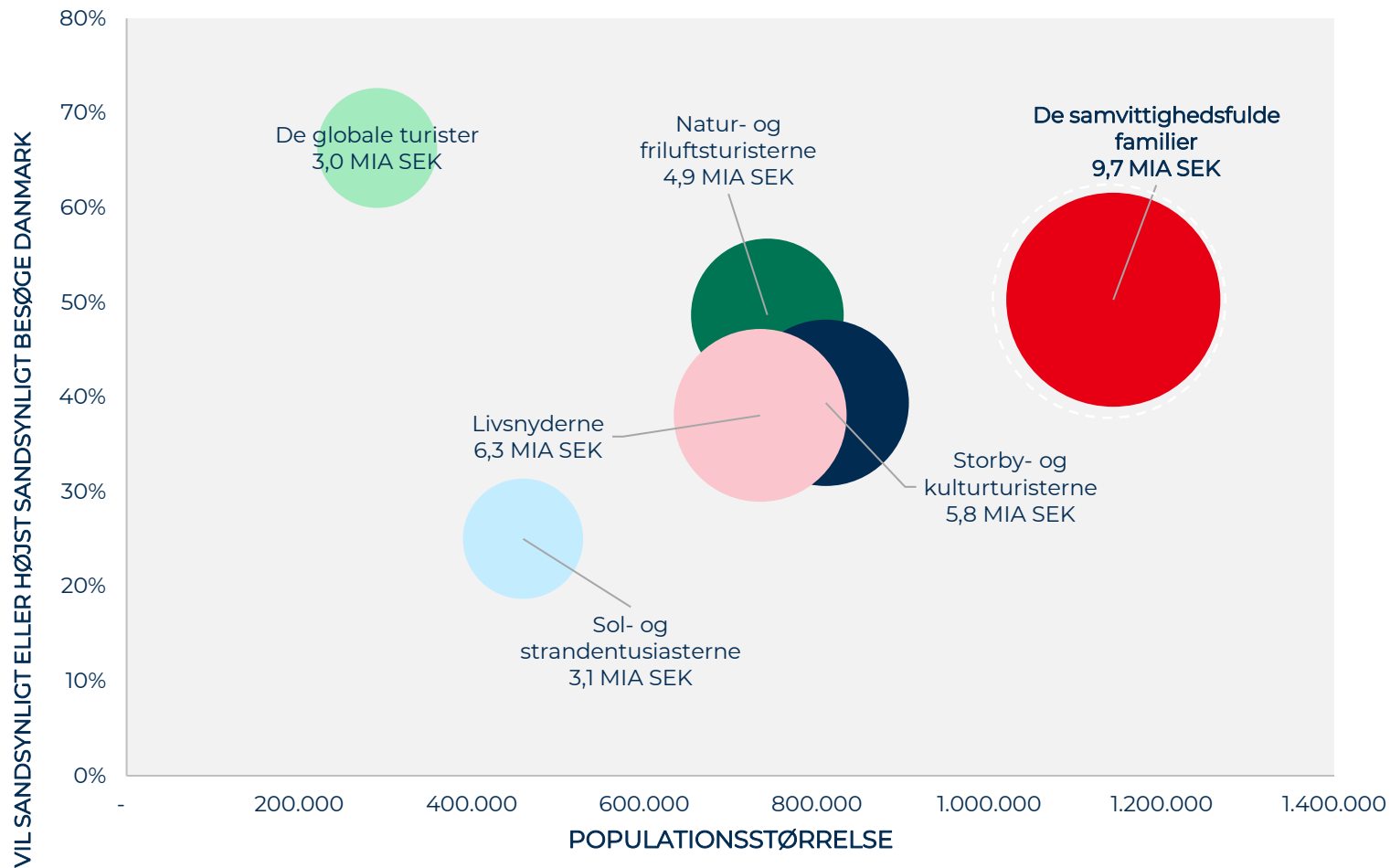
1. Der er ca. 1.140.000 personer i Sverige, der tilhører segmentet De samvittighedsfulde familier, hvormed det udgør det største segment i det svenske marked.
2. I forbindelse med ferier på 4 overnatninger eller flere bruger segmentet årligt 62,1 mia. svenske kroner. Segmentet er derfor det segment med den største økonomiske volumen.
3. 32% af segmentet overvejer at besøge Danmark i forbindelse med ferier på 4 eller flere overnatninger. Dette er en smule over gennemsnittet blandt alle svenske turister, som er på 26%.

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 (468), De samvittighedsfulde familier (704), Sol- og strandentusiasterne (292), Storby- og kulturturisterne (497), Livsnyderne (462), De globale turister (172)



SEGMENTSTØRRELSE OG MARKEDSPOTENTIALE I SVERIGE: KORTERE FERIER

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



Key take-outs:

1. I forbindelse med ferier på 1-3 overnatninger bruger De samvittighedsfulde familier samlet 9,7 mia. svenske kroner årligt. Segmentet er derfor også ved kortere ferier det segment med størst økonomisk potentiale.
2. 50% af segmentet vil overveje at besøge Danmark ifm. en ferie på 1-3 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 (468), De samvittighedsfulde familier (704), Sol- og strandentusiasterne (292), Storby- og kulturturisterne (497), Livsnyderne (462), De globale turister (172)

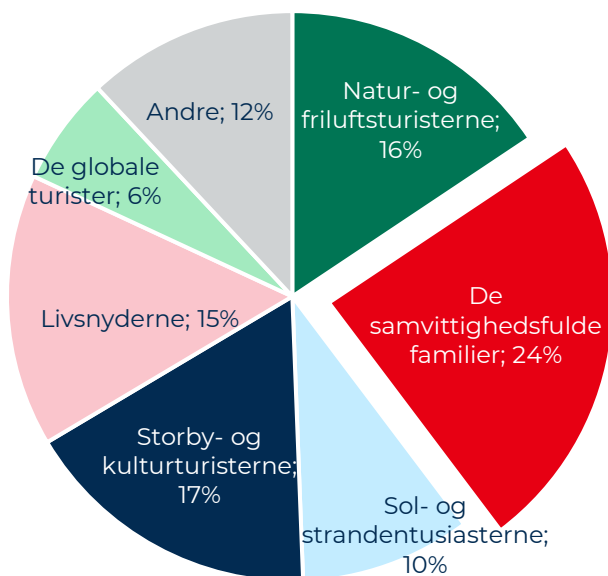


MARKEDSPOTENTIALE

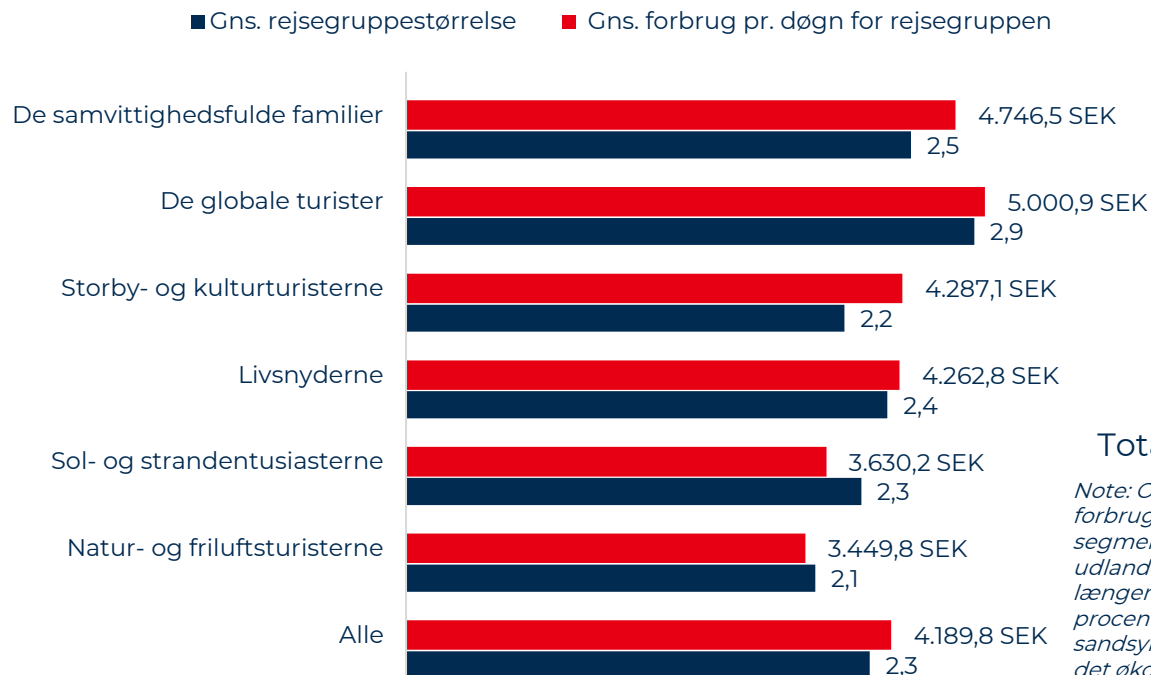
Key take-outs:

1. De samvittighedsfulde familier udgør 24% af de svenske marked og bruger sammenlagt 71,8 mia. svenske kroner årligt ifm. ferier. Dette gør segmentet størst i både volumen og forbrug.
2. Sammenlignet med gennemsnittet af svenske turister bruger segmentet forholdsvis mange penge pr. døgn med ca. 4.750 svenske kroner. Dette hænger bl.a. sammen med, at segmentet ofte rejser i større grupper på mere end 2 personer. Gennemsnittet blandt svenske turister er 2,3 personer pr. rejsegruppe.
3. 50% af De samvittighedsfulde familier overvejer at besøge Danmark i forbindelse med en kort ferie. Dette svarer til 4,9 mia. svenske kroner ud af deres samlede forbrug på 9,7 mia. svenske kroner ved kortere ferier. For længere ferier er det 32% af segmentet, der overvejer at besøge Danmark. Det svarer til 19,7 mia. svenske kroner ud af segmentets samlede forbrug ved længere ferier, som er på 61,1 mia. svenske kroner. Det samlede økonomiske potentiale for Danmark i segmentet er derfor 24,5 mia. svenske kroner.

SEGMENTSTØRRELSE (SHARE OF MARKET)



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



TOTALE ÅRLIGE FORBRUG I SEGMENTET:

71,8 mia. SEK.
BRUGT PÅ FERIE

OVERVEJER DK:

Kort ferie: 50%
(Svarer til: 4,9 mia. SEK)
Lang ferie: 32%
(Svarer til: 19,7 mia. SEK)

Total potentiale DK: 24,5 mia. SEK

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

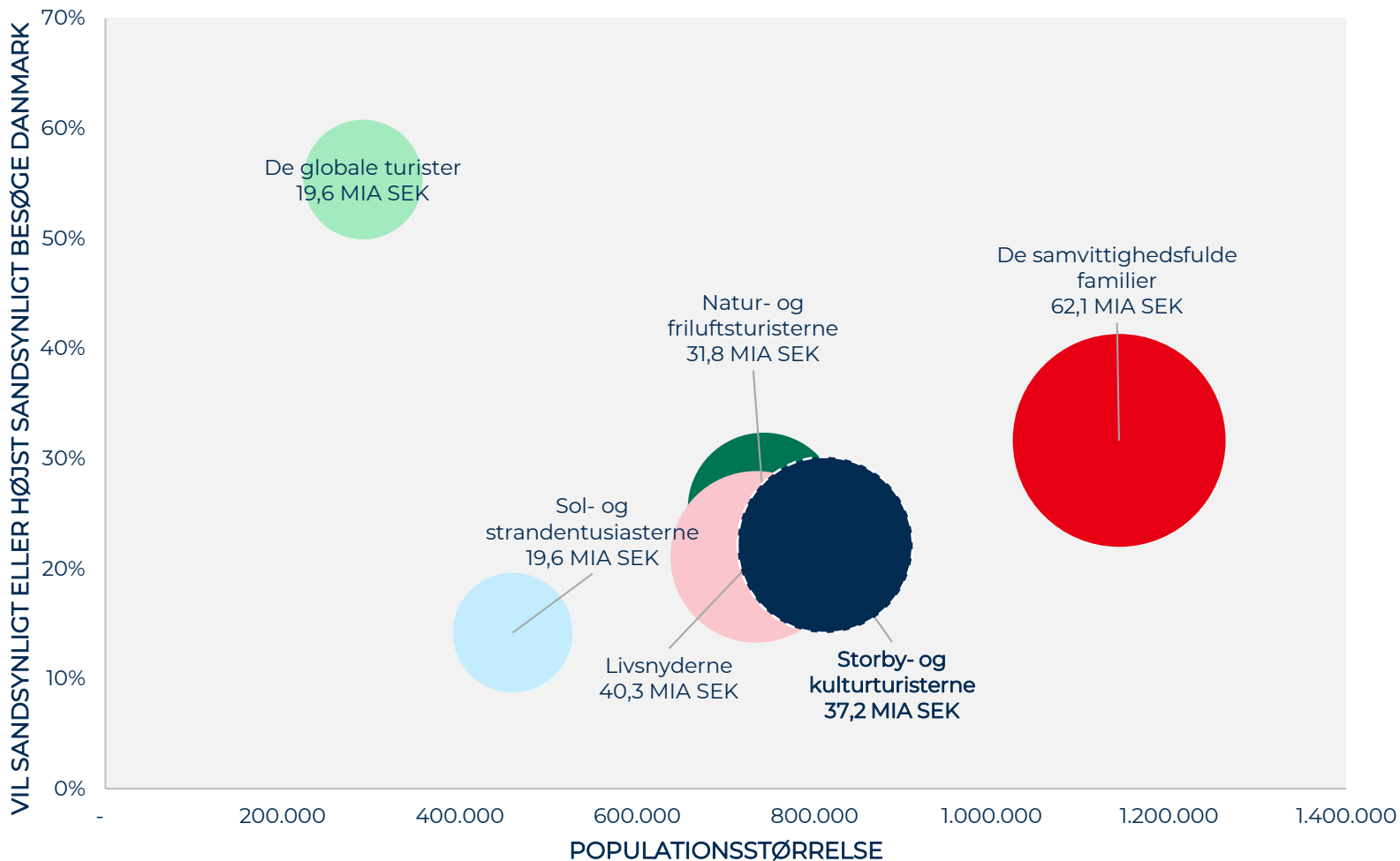
POPULATION: ≈ 800.000, ANDEL AF MARKED: 17%

- Storby- og kulturturisterne er et segment af turister, der foretrækker 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 ofte følge med i, hvad der sker i landet, de besøger. På trods af deres interesse for at besøge landets historiske attraktioner og seværdigheder, 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 SVERIGE: LÆNGERE FERIER

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



Key take-outs:

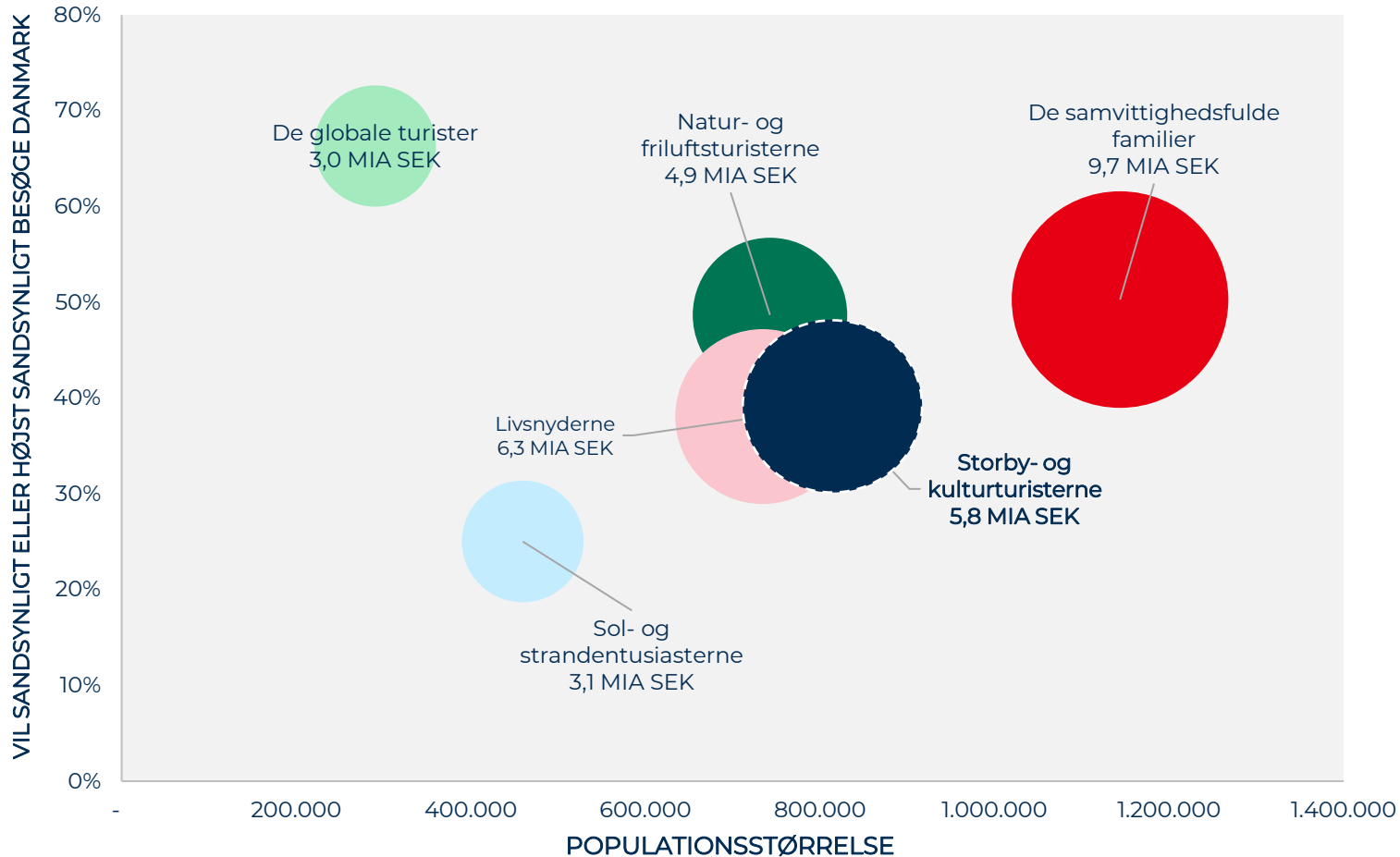
1. Der er ca. 800.000 personer i Sverige, der tilhører Storby- og kultururisterne, hvormed de udgør en middelstor andel af markedet sammenlignet med de øvrige segmenter af svenske turister.
2. Sammenlagt bruger Storby- og kultururisterne ca. 37,2 mia. svenske kroner på at rejse årligt på længere ferier med 4 eller flere overnatninger, hvilket er gennemsnitligt i forhold til det resterende svenske marked.
3. 22% af Storby- og kultururisterne angiver, de overvejer at besøge Danmark i forbindelse med en længere ferie med 4 eller flere overnatninger. Dette er lidt under gennemsnittet for alle svenske turister, som er på 26%.

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 (468), De samvittighedsfulde familier (704), Sol- og strandentusiasterne (292), Storby- og kultururisterne (497), Livsnyderne (462), De globale turister (172)



SEGMENTSTØRRELSE OG MARKEDSPOTENTIALE I SVERIGE: KORTERE FERIER

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



Key take-outs:

1. Storby- og kulturturisterne bruger sammenlagt ca. 5,8 mia. svenske kroner på kortere ferier med 1-3 overnatninger i udlandet i løbet af et år. Deres samlede forbrug er gennemsnitligt i forhold til de øvrige svenske turister.
2. 39% af Storby- og kulturturisterne overvejer at besøge Danmark i forbindelse med en ferie på 1-3 overnatninger inden for 3 år, hvilket er lidt under gennemsnittet for markedet på 43%.

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 (468), De samvittighedsfulde familier (704), Sol- og strandentusiasterne (292), Storby- og kulturturisterne (497), Livsnyderne (462), De globale turister (172)

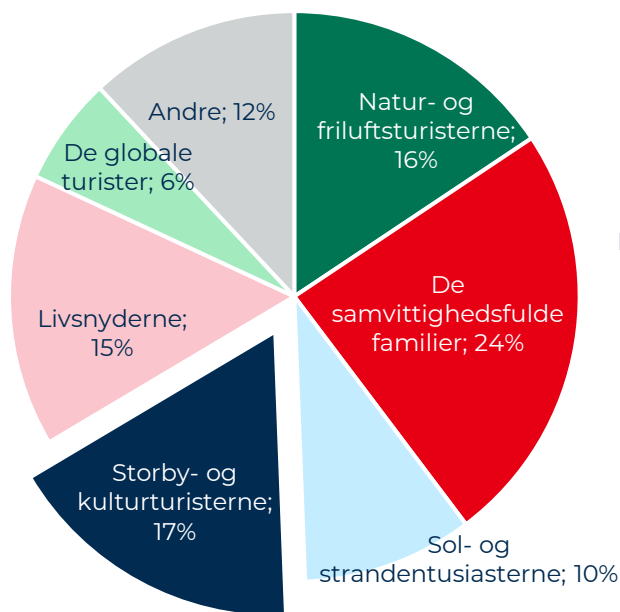


MARKEDSPOTENTIALE

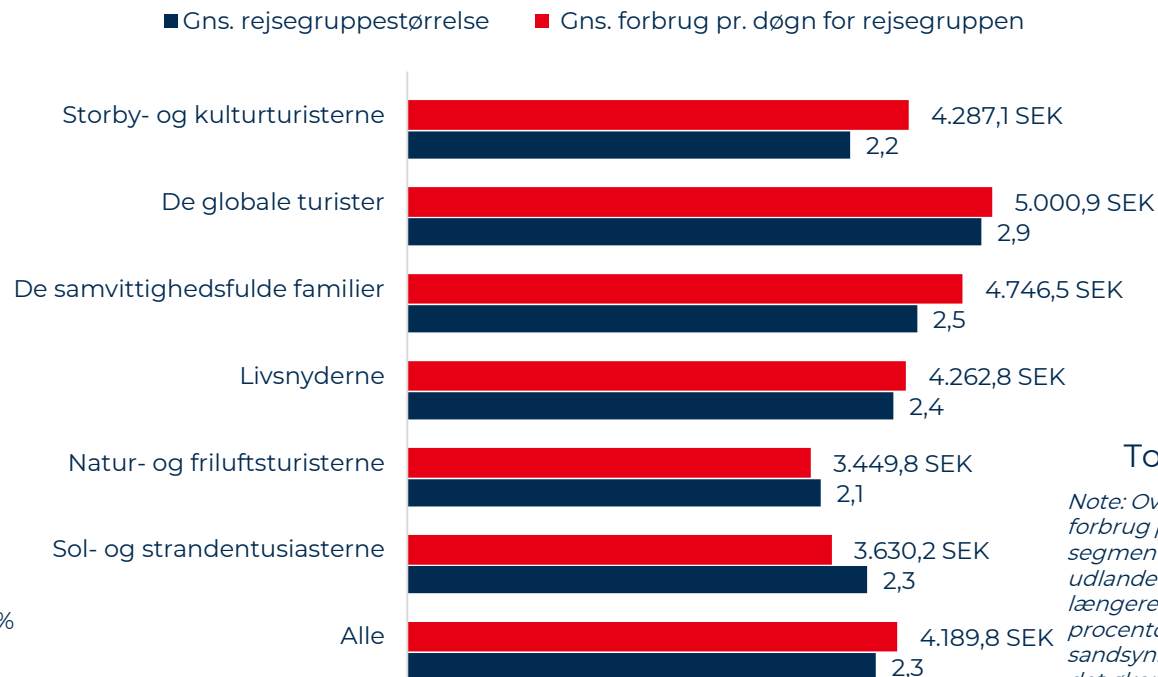
Key take-outs:

1. Storby- og kulturturisterne udgør 17% af det svenske marked, hvilket er en middelstor andel af det svenske marked. I alt bruger de 43,0 mia. SEK på at rejse årligt på kortere og længere ferier sammenlagt.
2. Sammenlignet med gennemsnittet for svenske turister, har Storby- og kulturturisterne et gennemsnitligt forbrug pr. døgn for hele rejsegruppen. I gennemsnit bruger Storby- og kulturturisterne 4.287,1 svenske kroner, mens markedsgennemsnittet blandt svenske turister er ca. 4.190 svenske kroner.
3. 39% af segmentet overvejer at besøge Danmark på en kortere ferie. Med et samlet forbrug på kortere ferier (1-3 overnatninger) på 6,3 mia. svenske kroner svarer det til, at segmentet overvejer at bruge 2,3 mia. svenske kroner i Danmark. Ved længere ferier (4+ overnatninger), hvor overvejelsen for Danmark er 22%, er det 8,3 mia. svenske kroner, som segmentet overvejer at bruge i Danmark. Samlet udgør det et potentiale på 10,5 mia. svenske kroner.

SEGMENTSTØRRELSE (SHARE OF MARKET)



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



TOTALE ÅRLIGE FORBRUG I SEGMENTET:

43,0 mia. SEK.
BRUGT PÅ FERIE

OVERVEJER DK:

Kort ferie: 39%
(Svarer til: 2,3 mia. SEK)
Lang ferie: 22%
(Svarer til: 8,3 mia. SEK)

Total potentiale DK: 10,5 mia. SEK

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

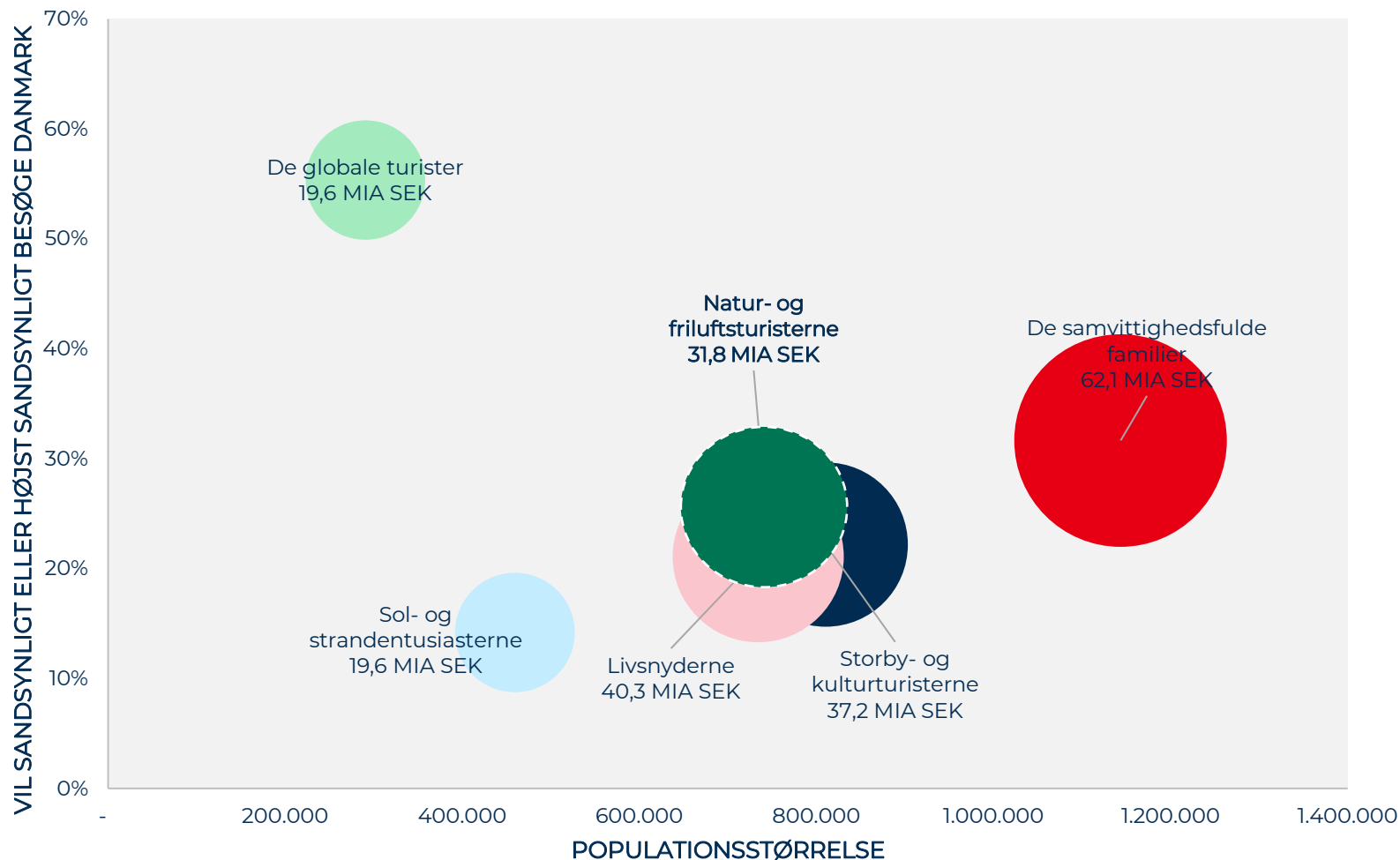
POPULATION: ≈ 740.000, ANDEL AF MARKED: 16%

- Natur- og friluftsturisterne er drevet af deres nysgerrighed, både når de er på ferie og i hverdagen. 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 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 foretrækker en aktiv ferie f.eks. en udendørs ferie med deres partner og uden børn, hvor de er mere tilbøjelige til at overnatte i et lejet feriehus eller et vandrehjem end den gennemsnitlige svenske turist. Dog er deres hyppigst anvendte overnatningsform hotel. På ferier søger Natur- og friluftsturisterne et rejsemål, som tilbyder muligheden for at være aktiv i naturen, en venlig lokalbefolkning, aktiviteter nær havet og kulturelle oplevelser som historiske attraktioner og museer.
- Natur- og friluftsturisterne er ikke de rejsende, som bruger flest penge. De er hensynsfulde forbrugere, som ikke er prisfølsomme, men handler med omtanke og tænker over at træffe bæredygtige valg, både når de rejser og i deres hverdag.



SEGMENTSTØRRELSE OG MARKEDSPOTENTIALE I SVERIGE: LÆNGERE FERIER

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



Key take-outs:

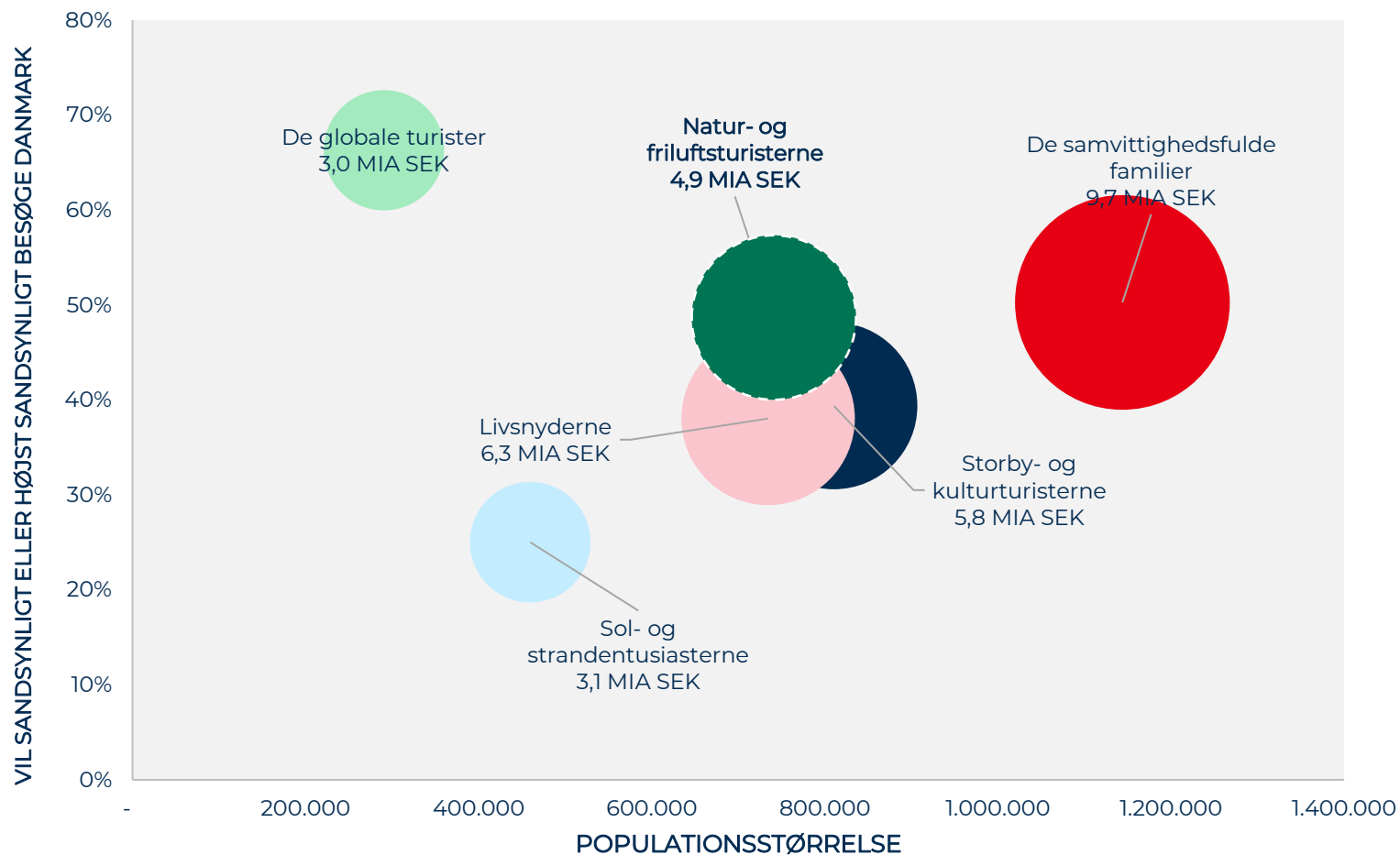
1. Der er ca. 740.000 personer i Sverige, der tilhører Natur- og friluftsturisterne, hvormed de udgør en middelstor andel af markedet sammenlignet med de øvrige segmenter af svenske turister.
2. Sammenlagt bruger Natur- og friluftsturisterne ca. 31,8 mia. svenske kroner på at rejse årligt på længere ferier med 4 eller flere overnatninger, hvilket er gennemsnitligt i forhold til det resterende svenske marked.
3. 25% af Natur- og friluftsturisterne 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 (468), De samvittighedsfulde familier (704), Sol- og strandentusiasterne (292), Storby- og kulturturisterne (497), Livsnyderne (462), De globale turister (172)



SEGMENTSTØRRELSE OG MARKEDSPOTENTIALE I SVERIGE: KORTERE FERIER

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



Key take-outs:

1. Natur- og friluftsturisterne bruger sammenlagt 4,9 mia. svenske kroner på kortere ferier med 1-3 overnatninger i udlandet i løbet af et år. Deres samlede forbrug er gennemsnitligt i forhold til de øvrige svenske turister.
2. 49% af Natur- og friluftsturisterne vil sandsynligvis besøge Danmark i forbindelse med en ferie på 1-3 overnatninger inden for 3 år, hvilket er over gennemsnittet for markedet, som er på 43%.

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 (468), De samvittighedsfulde familier (704), Sol- og strandentusiasterne (292), Storby- og kulturturisterne (497), Livsnyderne (462), De globale turister (172)

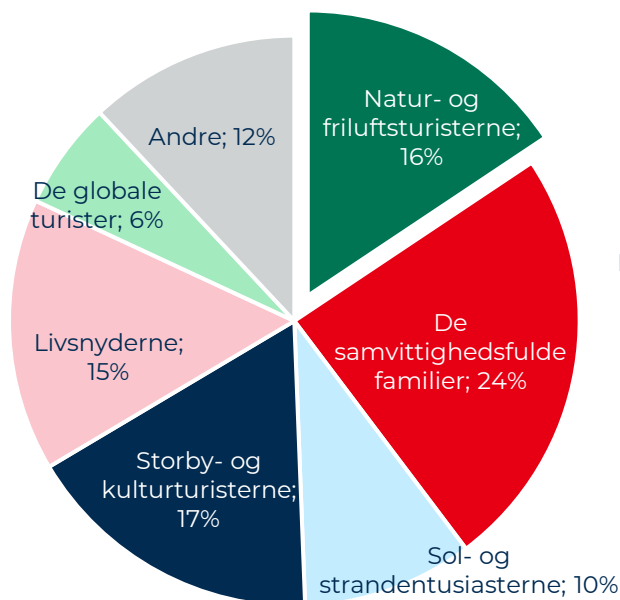


MARKEDSPOTENTIALIA

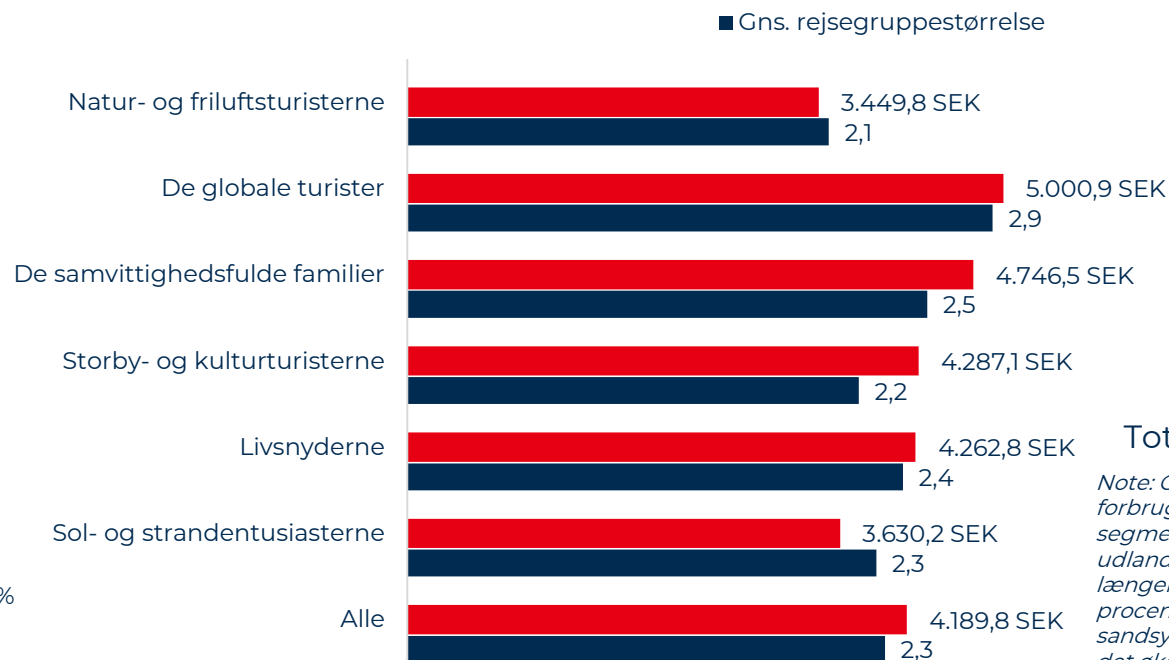
Key take-outs:

1. Natur- og friluftsturisterne udgør 16% af det svenske marked. I alt bruger de 36,7 mia. svenske kroner på at rejse årligt på kortere og længere ferier sammenlagt.
2. Sammenlignet med gennemsnittet på markedet for svenske turister, bruger Natur- og friluftsturisterne færre penge pr. døgn samlet for rejsegruppen. I gennemsnit bruger Natur- og friluftsturisterne ca. 3.450 svenske kroner, mens markedsgennemsnittet blandt svenske turister er ca. 4.190 svenske kroner. Hertil er en del af forklaringen, at Natur- og friluftsturisterne oftere rejser som par, hvormed rejsegruppen er mindre og dermed er det samlede forbrug pr. døgn også mindre.
3. 49% af segmentet overvejer at besøge Danmark ved kortere ferier. Da Natur- og friluftsturisterne har et samlet forbrug på kortere ferier (1-3 overnatninger) på 4,9 mia. svenske kroner svarer det til, at 2,4 mia. svenske kroner er i overvejelse til at blive brugt i Danmark. Ved længere ferier (4+ overnatninger), hvor 25% af segmentet overvejer at besøge Danmark, er det 8,1 mia. svenske kroner, der er i overvejelse til at blive brugt i Danmark. Samlet udgør det et potentiale på 10,5 mia. svenske kroner.

SEGMENTSTØRRELSE (SHARE OF MARKET)



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



TOTALE ÅRLIGE FORBRUG I SEGMENTET:

36,7 mia. SEK.
BRUGT PÅ FERIE

OVERVEJER DK:

Kort ferie: 49%
(Svarer til: 2,4 mia. SEK)
Lang ferie: 25%
(Svarer til: 8,1 mia. SEK)

Total potentiale DK: 10,5 mia. SEK

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

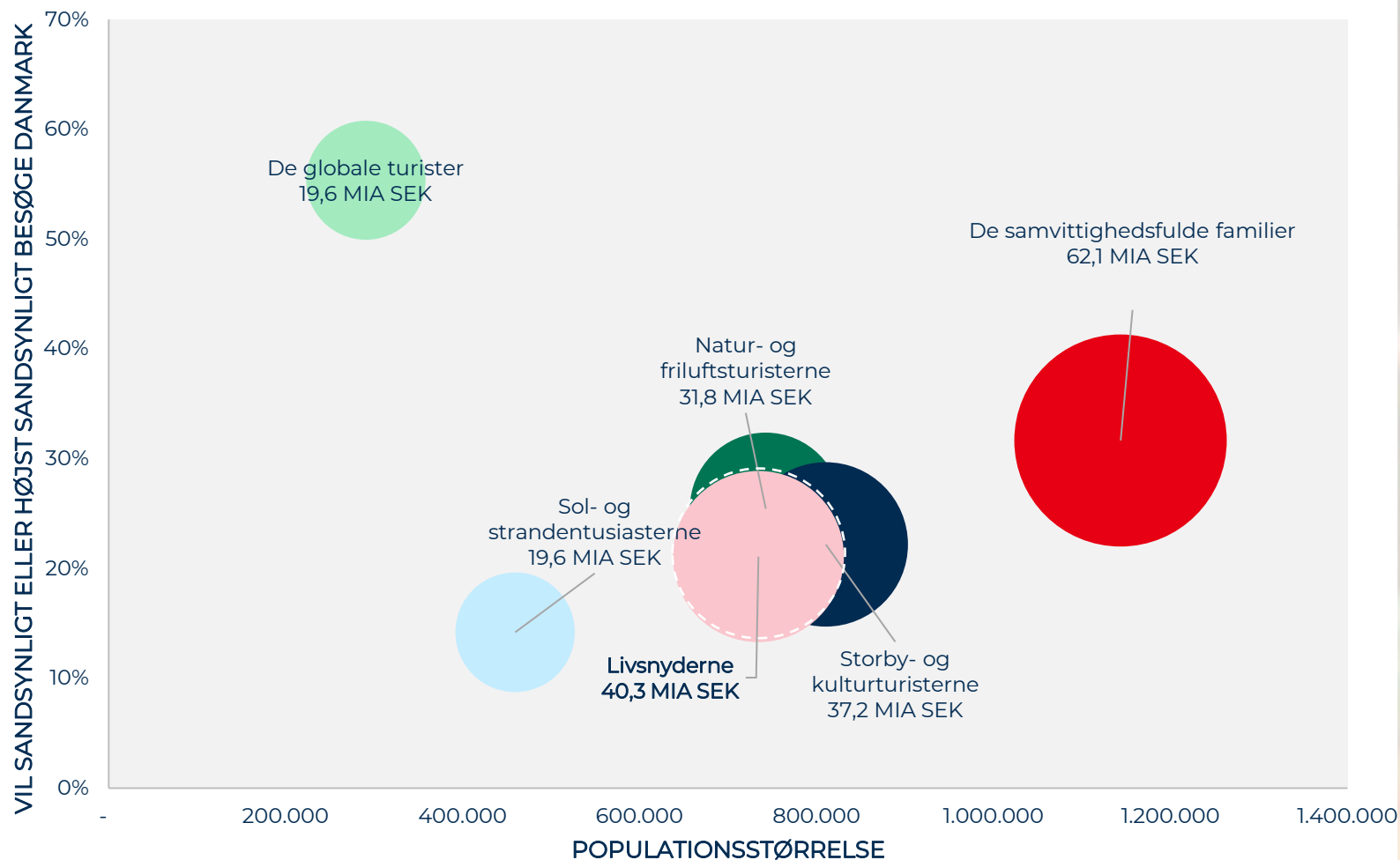
POPULATION: ≈ 730.000, ANDEL AF MARKED: 15%

- 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 unikke smagsoplevelser.
- 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 har også en stor interesse for gastronomi. De ønsker at nyde lokale specialiteter og kulinariske oplevelser, der kan give dem en smag af destinationens kultur.



SEGMENTSTØRRELSE OG MARKEDSPOTENTIALE I SVERIGE: LÆNGERE FERIER

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



Key take-outs:

1. Der er ca. 730.000 personer i Sverige, der tilhører Livsnyderne, hvormed de udgør en middelstor andel af markedet sammenlignet med de øvrige segmenter af svenske turister.
2. Sammenlagt bruger Livsnyderne ca. 40,3 mia. svenske kroner på at rejse årligt på længere ferier med 4 eller flere overnatninger.
3. 21% af Livsnyderne angiver, at de vil overveje at besøge Danmark i forbindelse med en længere ferie med 4 eller flere overnatninger.

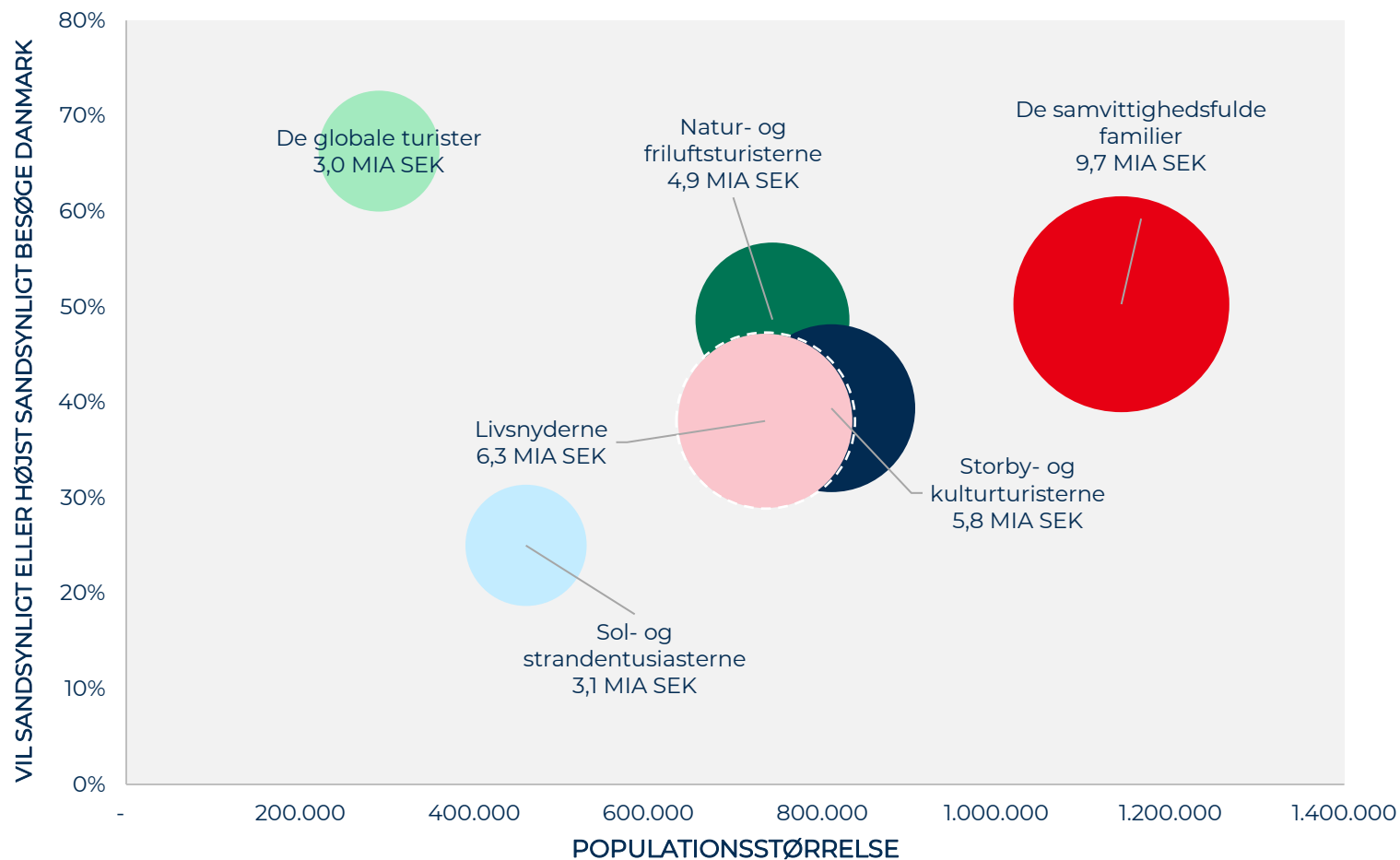
Q: I hvilken grad vil du overveje at besøge følgende feriedestinationer på en ferie i udlandet med 4 eller flere overnatninger inden for de kommende 3 år? Base: Natur- og friluftsturisterne (468), Samvittighedsfulde familier (704), Sol- og strandentusiasterne (292), Storby- og kulturturisterne (497),

19 Livsnyderne (462), De globale turister (172)



SEGMENTSTØRRELSE OG MARKEDSPOTENTIALE I SVERIGE: KORTERE FERIER

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



Key take-outs:

1. Livsnyderne bruger sammenlagt 6,3 mia. svenske kroner på kortere ferier med 1-3 overnatninger i udlandet i løbet af et år. Deres samlede forbrug er gennemsnitligt i forhold til de øvrige svenske turister.
2. 38% af Livsnyderne vil sandsynligvis besøge Danmark i forbindelse med en ferie på 1-3 overnatninger 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 (468), Samvittighedsfulde familier (704), Sol- og strandentusiasterne (292), Storby- og kulturturisterne (497),

20 Livsnyderne (462), De globale turister (172)

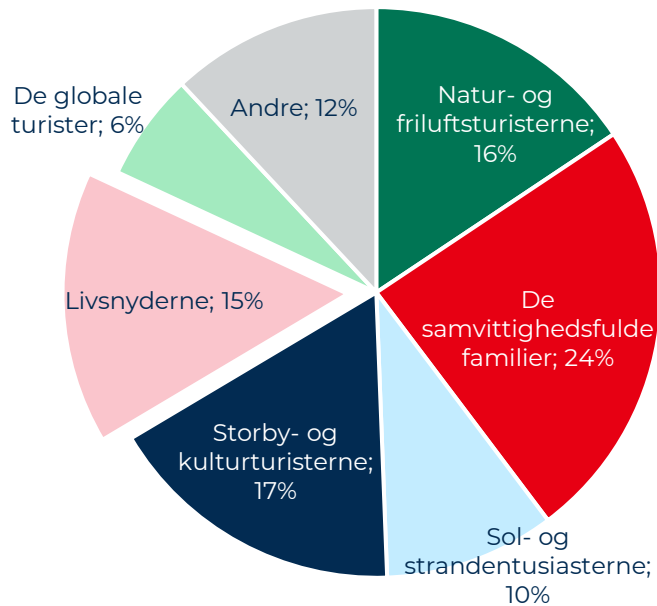


MARKEDSPOTENTIALE

Key take-outs:

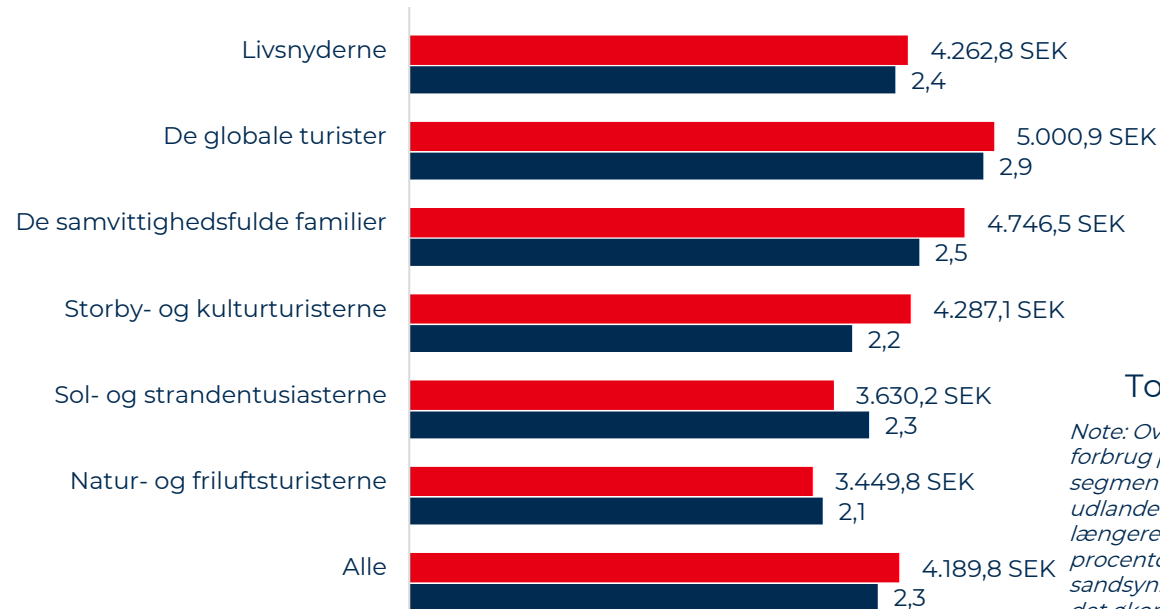
1. Livsnyderne udgør 15% af de svenske turister. I alt bruger de 46,6 mia. SEK på at rejse årligt på kortere og længere ferier sammenlagt.
2. Livsnydernes forbrug pr. døgn for hele rejsegruppen er omkring gennemsnittet for svenske turister. I gennemsnit bruger Livsnyderne omkring 4.260 svenske kroner, mens markedsgennemsnittet blandt svenske turister er ca. 4.190 svenske kroner.
3. 38% af segmentet overvejer at besøge Danmark ved kortere ferier. Med et samlet forbrug på kortere ferier (1-3 overnatninger) på 6,3 mia. svenske kroner svarer det til, at segmentet overvejer at bruge 2,4 mia. svenske kroner i Danmark. Ved længere ferier (4+ overnatninger), hvor overvejselen for Danmark er 21%, er det 8,5 mia. svenske kroner, som segmentet overvejer at bruge i Danmark. Samlet udgør det et potentiale på 10,9 mia. svenske kroner.

SEGMENTSTØRRELSE (SHARE OF MARKET)



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

■ Gns. rejsegruppestørrelse ■ Gns. forbrug pr. døgn for rejsegruppen for rejsegruppen



TOTALE ÅRLIGE FORBRUG I SEGMENTET:

46,6 mia. SEK.
BRUGT PÅ FERIE

OVERVEJER DK:

Kort ferie: 38%
(Svarer til: 2,4 mia. SEK)
Lang ferie: 21%
(Svarer til: 8,5 mia. SEK)

Total potentiale DK: 10,9 mia. SEK

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

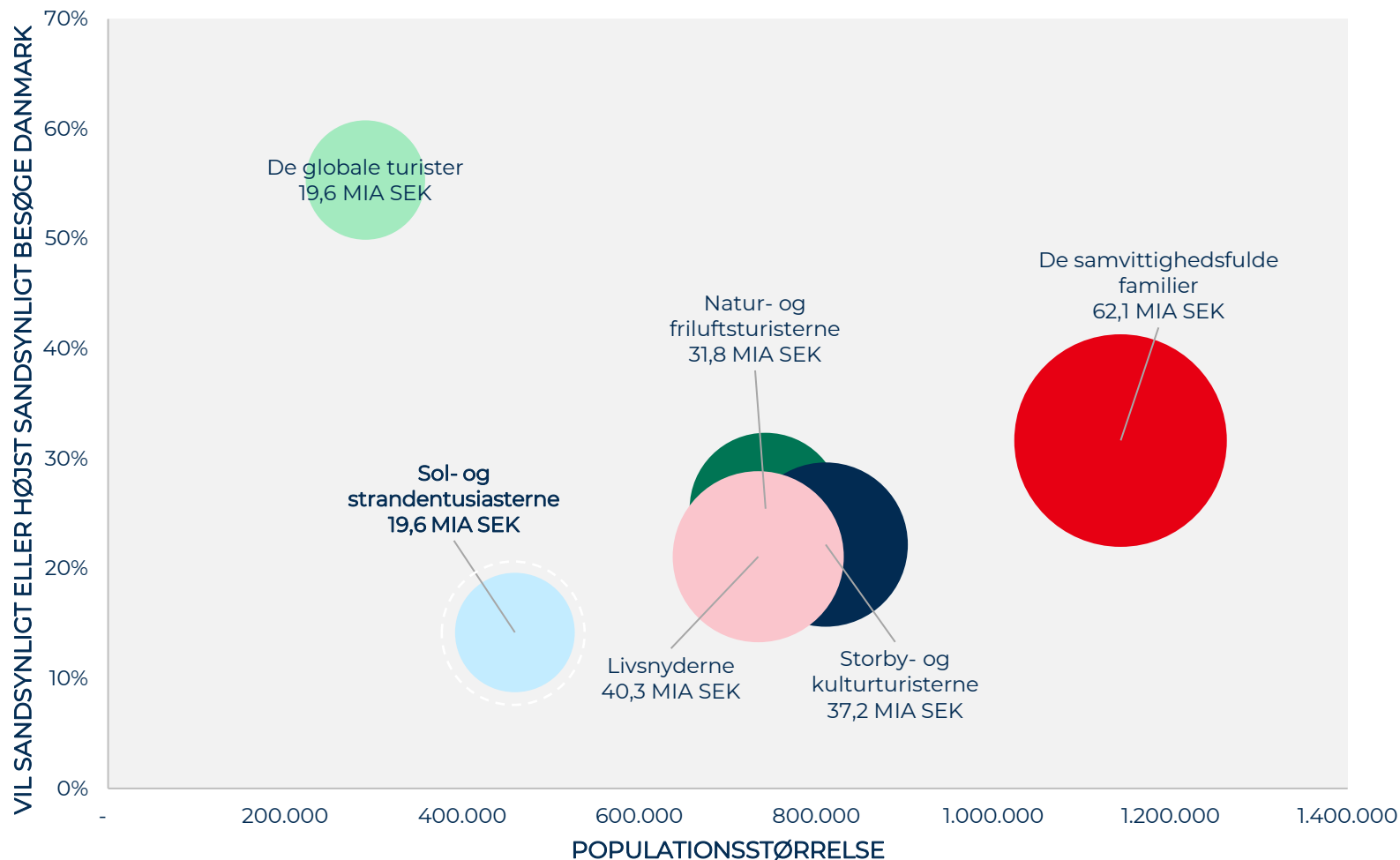
POPULATION: ≈ 460.000, ANDEL AF MARKED: 10%

- 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, så indkvarterer de sig gerne i deres egen eller en lånt feriebolig. Ferierne foregår oftest som par uden børn, da de sætter pris på at nyde hinandens samvær og lade op. Dog er der blandt Sol- og strandentusiasterne også en tendens til at rejse alene.
- 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.
- Sol- og strandentusiasterne er ikke de største forbrugere, når de rejser, og de bruger generelt færre penge end gennemsnittet blandt svenske turister. Dette hænger også sammen med, at de er tilbøjelige til at søge efter destinationer, som er billige.



SEGMENTSTØRRELSE OG MARKEDSPOTENTIALE I SVERIGE: LÆNGERE FERIER

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



Key take-outs:

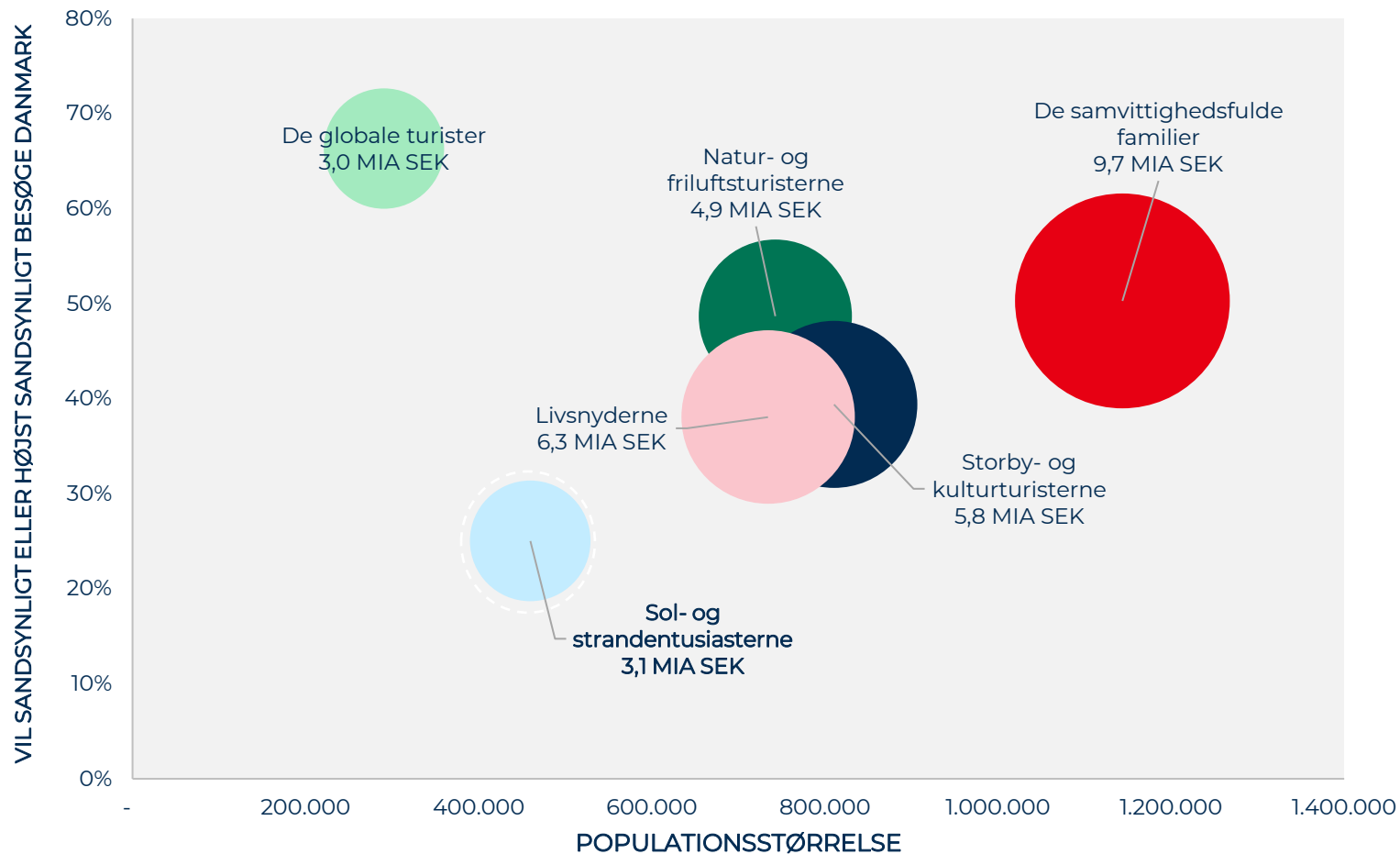
1. Der er ca. 460.000 personer i Sverige, der tilhører Sol- og strandentusiasterne.
2. Sol- og strandentusiasterne bruger sammenlagt ca. 19,6 mia. svenske kroner på længere ferier med 4 eller flere overnatninger. Dermed er de det segment – sammen med Turisterne, der vil det hele – med det laveste økonomiske potentiale i Sverige i forbindelse med længere ferier.
3. 14% af Sol- og strandentusiasterne vil sandsynligt eller højst sandsynligt besøge Danmark i forbindelse med en længere ferie. Det er det laveste niveau blandt de øvrige 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(468), De samvittighedsfulde familier (704), Sol- og strandentusiasterne (292), Storby – og kulturturisterne (497), Livsnyderne (462), De globale turister (172)



SEGMENTSTØRRELSE OG MARKEDSPOTENTIALE I SVERIGE: KORTERE FERIER

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



Key take-outs:

1. I forbindelse med kortere ferier med 3 eller færre overnatninger bruger Sol- og strandentusiasterne årligt ca. 3,1 mia. svenske kroner, hvilket er et lavt beløb sammenlignet med de øvrige segmenter.
2. 25% af Sol- og strandentusiasterne vil sandsynligt eller højst sandsynligt besøge Danmark ved en kortere ferie. Dermed er de det segment, som i lavest grad overvejer Danmark som feriemål til kortere ferier.

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 (468), De samvittighedsfulde familier (704), Sol- og strandentusiasterne (292), Storby- og kulturturisterne (497), Livsnyderne (462), De globale turister (172)

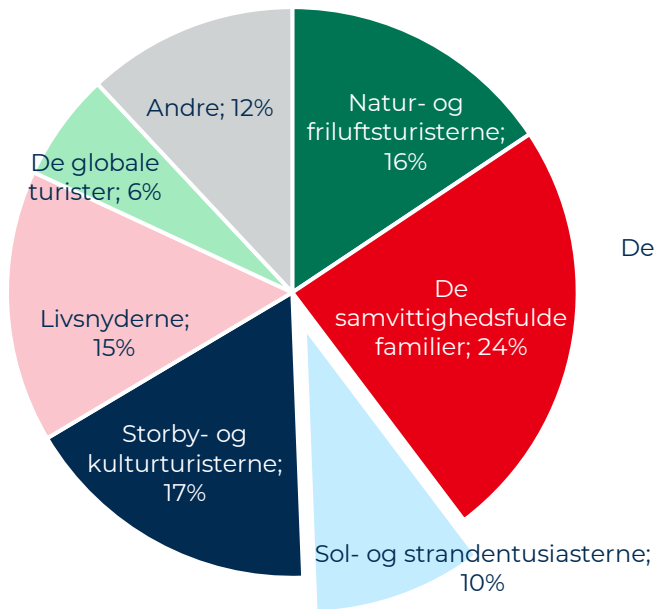


MARKEDSPOTENTIALE

Key take-outs:

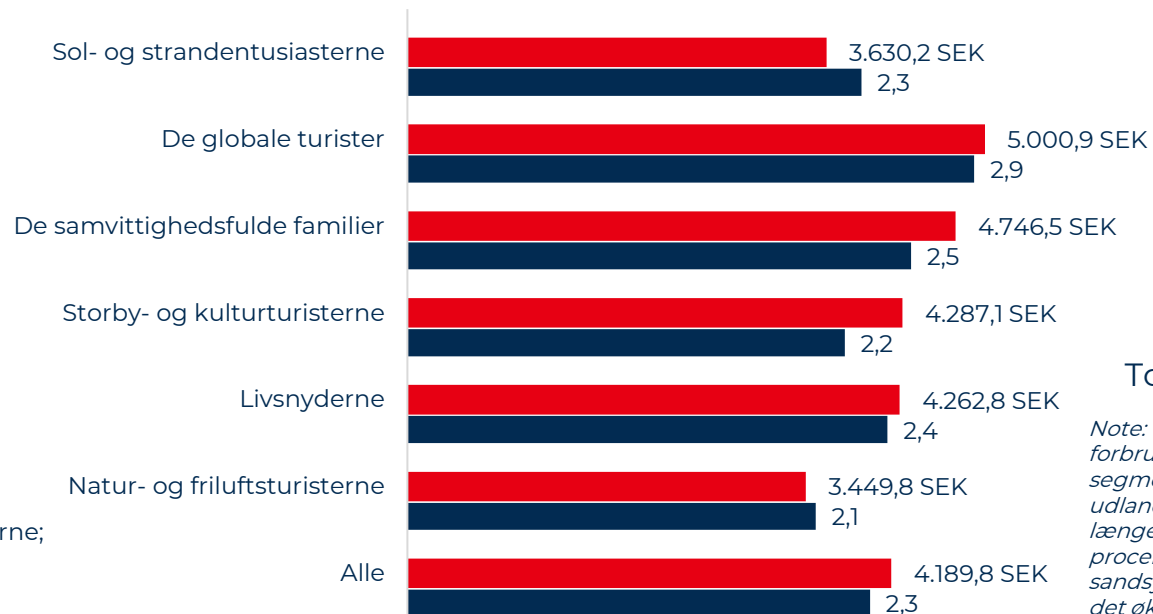
1. Sol- og strandentusiasterne udgør 10% af det svenske marked. Dette er det næstmindste segment, hvor De globale turister, er det segment, som udgør den laveste procentandel af det svenske marked.
2. Sol- og strandentusiasterne er blandt de turister i det svenske marked, som bruger færrest penge pr. døgn, når de er på ferie. De bruger i gennemsnit ca. 3.630 svenske kroner pr. døgn.
3. 25% af segmentet overvejer at besøge Danmark ved kortere ferier. Med et samlet forbrug på kortere ferier (1-3 overnatninger) på 3,1 mia. svenske kroner svarer det til, at segmentet overvejer at bruge 0,8 mia. svenske kroner i Danmark. Ved længere ferier (4+ overnatninger), hvor overvejelsen for Danmark er 14%, er det 2,8 mia. svenske kroner, segmentet overvejer at bruge i Danmark. Samlet udgør det et potentiale på 3,6 mia. svenske kroner.

SEGMENTSTØRRELSE (SHARE OF MARKET)



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

■ Gns. rejsegruppестørrelse ■ Gns. forbrug pr. døgn for rejsegruppen



TOTALE ÅRLIGE FORBRUG I SEGMENTET:

22,7 mia. SEK.
BRUGT PÅ FERIE

OVERVEJER DK:

Kort ferie: 25%
(Svarer til: 0,8 mia. SEK)
Lang ferie: 14%
(Svarer til: 2,8 mia. SEK)

Total potentiale DK: 3,6 mia. SEK

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.

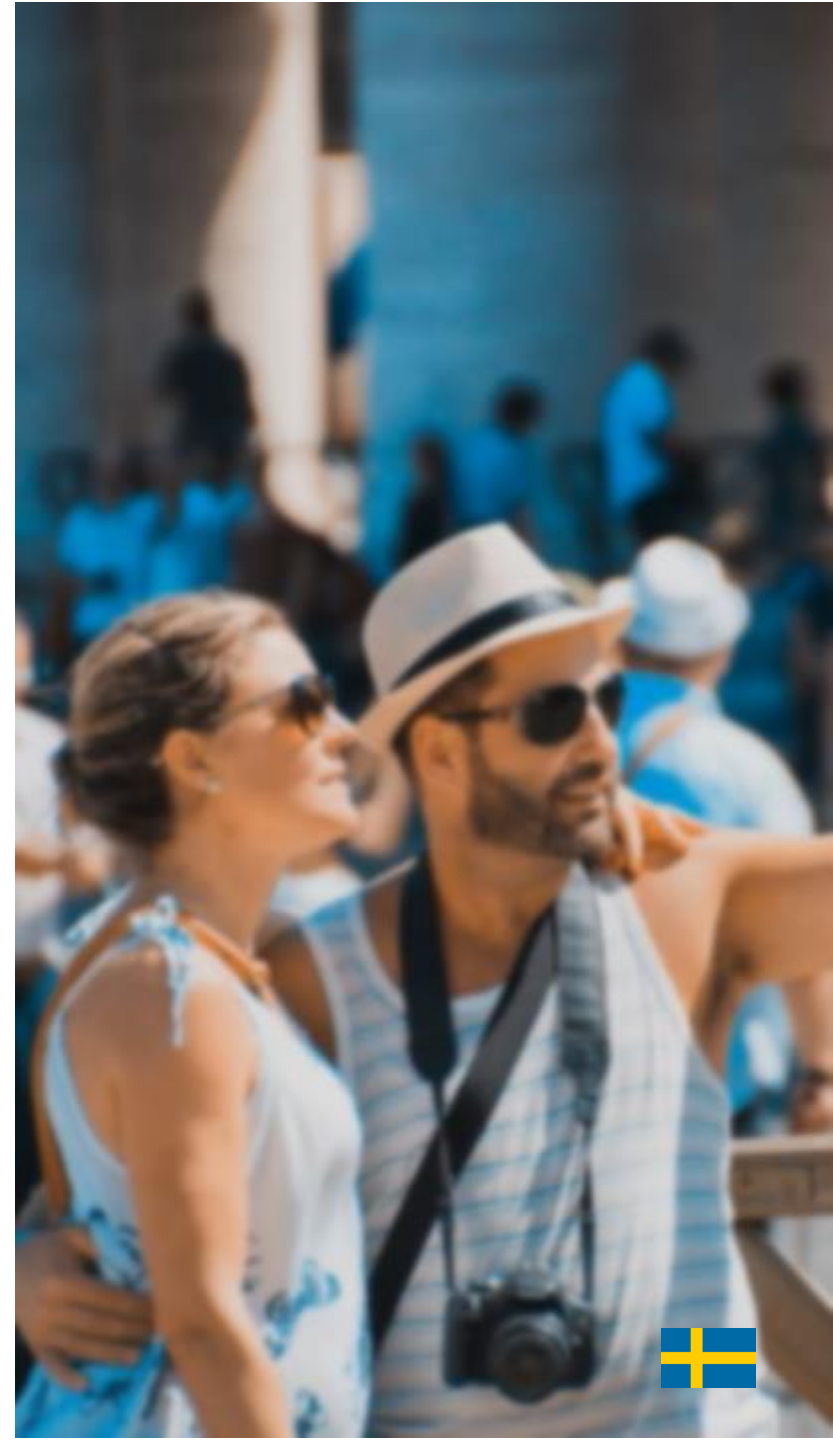


DE GLOBALE TURISTER

DE GLOBALE TURISTER

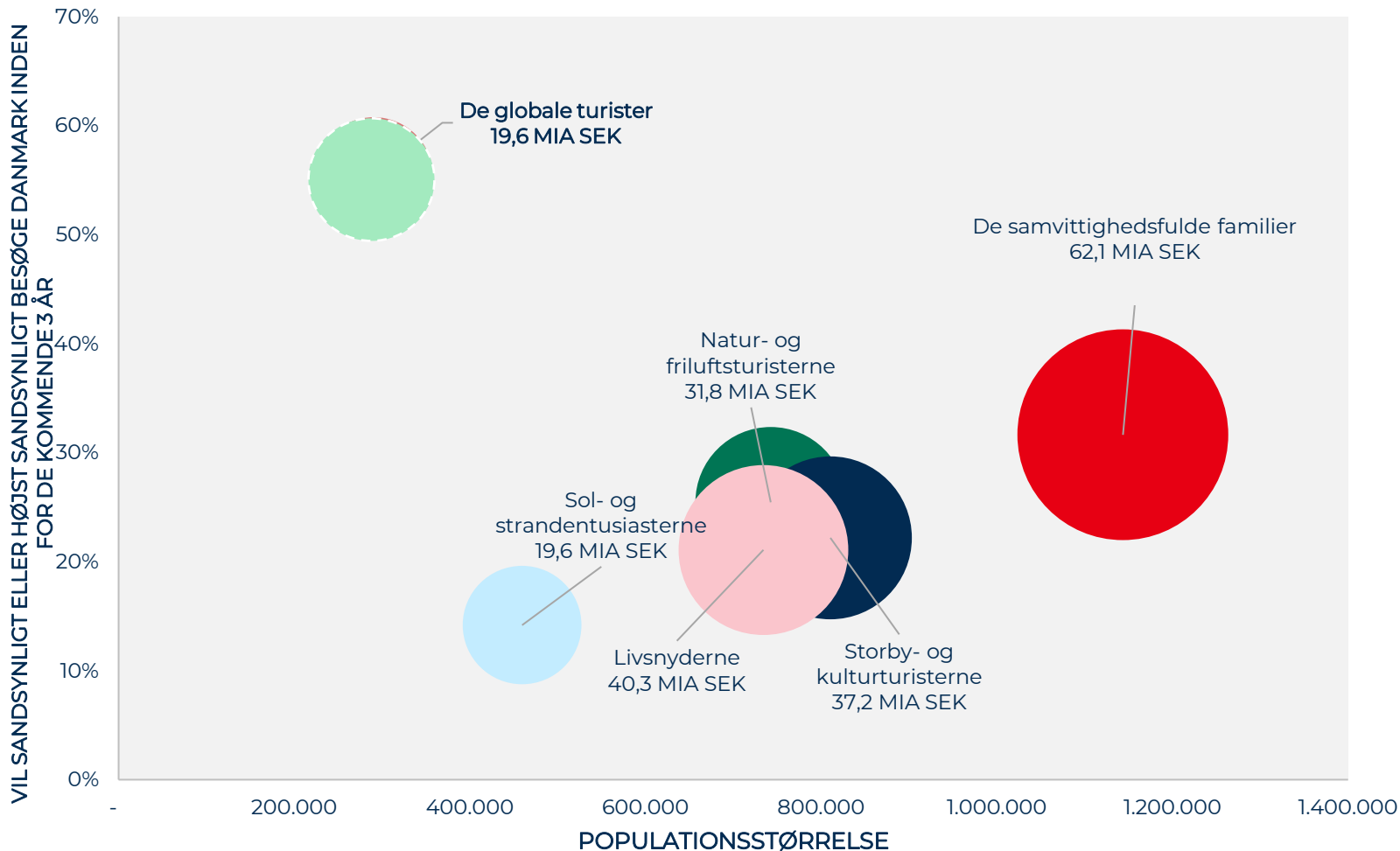
POPULATION: ≈ 290.000, ANDEL AF MARKED: 6%

- 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 organisere deres eventyr gennem et rejseselskab, hvor der er et velplanlagt program med en masse varierende aktiviteter. De leder efter destinationer, hvor der er en bred vifte af aktiviteter og seværdigheder, der kan glæde hele familien.
- 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 eller unikke madoplevelser. Madlavning er en af deres største interesser, og de søger også gastronomi på et højt niveau, når de er på ferie i udlandet.
- De er samtidig miljøbevidste turister, der søger en feriedestination, hvor det er nemt at træffe miljøvenlige valg.



SEGMENTSTØRRELSE OG MARKEDSPOTENTIALE I SVERIGE: LÆNGERE FERIER

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



Key take-outs:

1. Der er ca. 290.000 personer i Sverige, der tilhører De globale turister, hvormed de udgør det mindste segment blandt de svenske turister.
2. Sammenlagt bruger De globale turister ca. 19,6 mia. svenske kroner årligt på længere ferier med 4 eller flere overnatninger.
3. 55% af De globale turister angiver, de vil overveje at besøge Danmark i forbindelse med en længere ferie med 4 eller flere overnatninger.

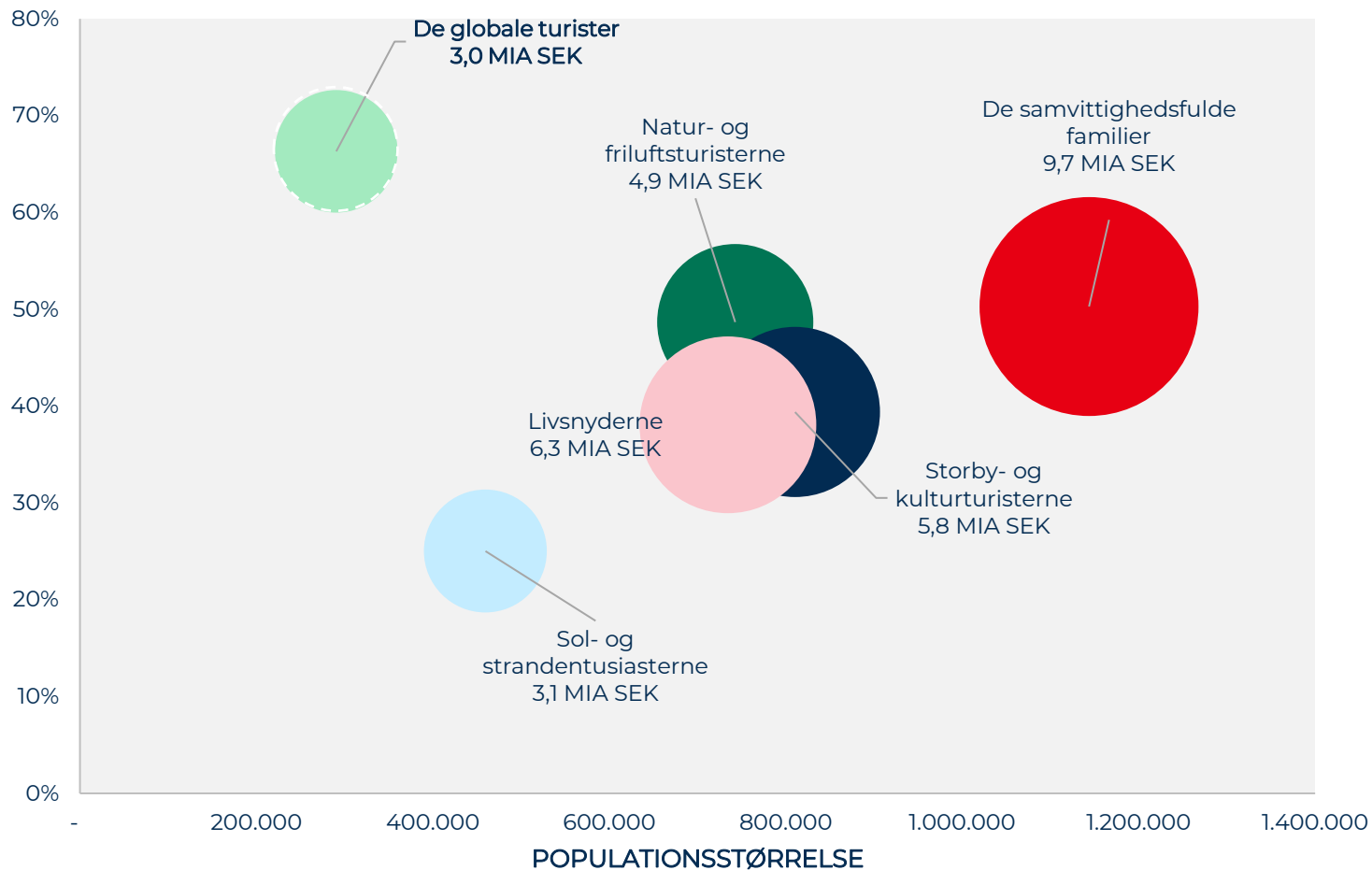
Q: I hvilken grad vil du overveje at besøge følgende feriedestinationer på en ferie i udlandet med 4 eller flere overnatninger inden for de kommende 3 år?
Base: Natur- og friluftsturisterne (468), De samvittighedsfulde familier (704), Sol- og strandentusiasterne (292), Storby- og kulturturisterne (497), Livsnyderne (462), De globale turister (172)



SEGMENTSTØRRELSE OG MARKEDSPOTENTIALE I SVERIGE: KORTERE FERIER

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

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



Key take-outs:

1. De globale turister bruger sammenlagt ca. 3,0 mia. svenske kroner på kortere ferier med 1-3 overnatninger.
2. 66% af De globale turister vil sandsynligvis besøge Danmark i forbindelse med en ferie på 1-3 overnatninger 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 (468), De samvittighedsfulde familier (704), Sol- og strandentusiasterne (292), Storby- og kulturturisterne (497), Livsnyderne (462), De globale turister (172)

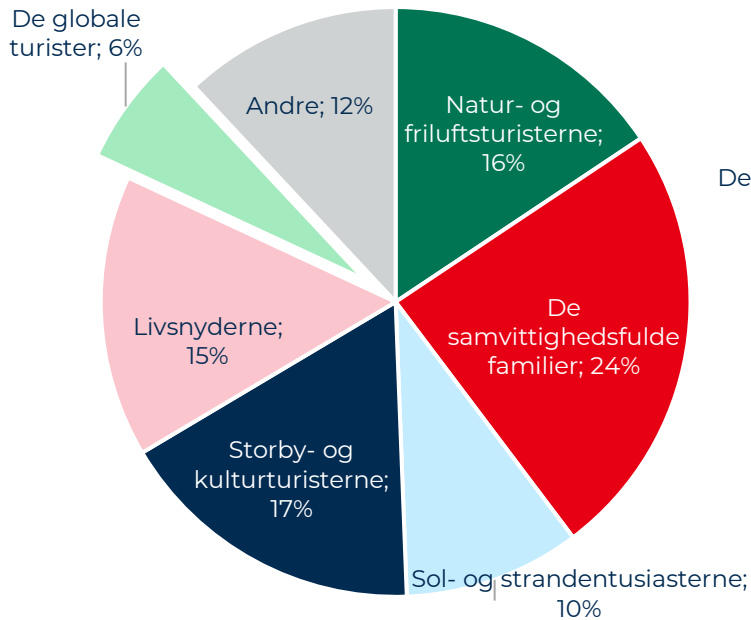


MARKEDSPOTENTIALE

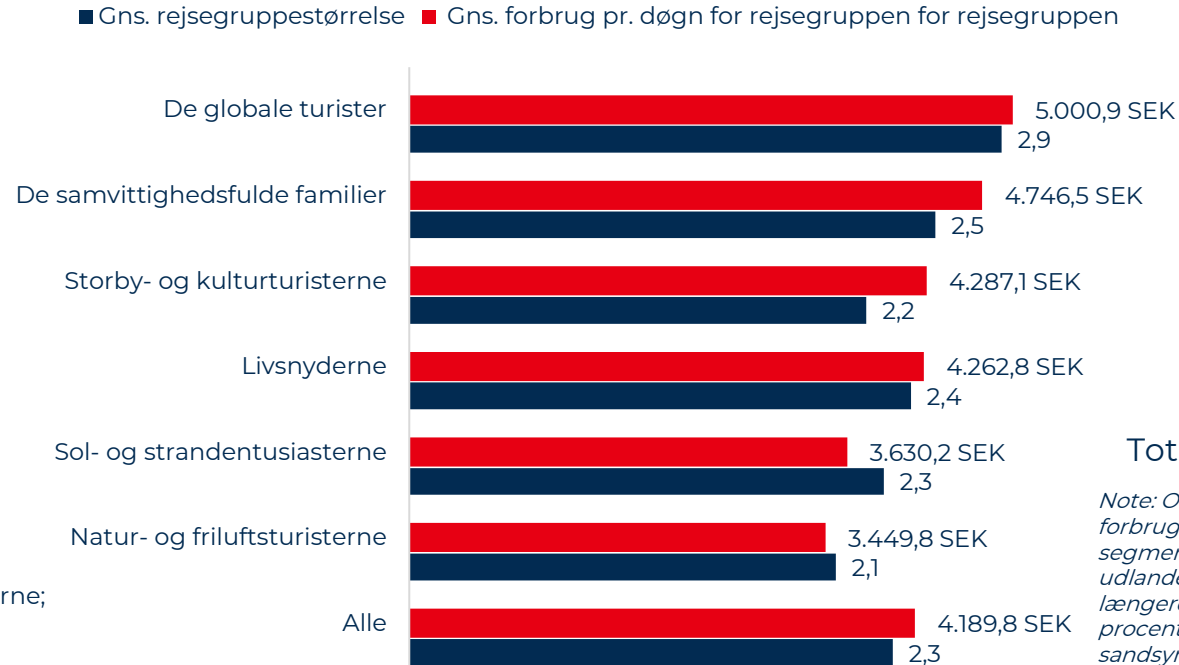
Key take-outs:

1. De globale turister udgør 6% af det svenske marked. I alt bruger de 22,6 mia. SEK på at rejse årligt på kortere og længere ferier sammenlagt.
2. Sammenlignet med gennemsnittet på markedet for svenske turister, bruger De globale turister flere penge pr. døgn samlet for rejsegruppen. I gennemsnit bruger De globale turister ca. 5.000 svenske kroner pr. døgn for hele rejsegruppen
3. 66% af segmentet overvejer at besøge Danmark ved kortere ferier. Med et samlet forbrug på kortere ferier (1-3 overnatninger) på 3,0 mia. svenske kroner svarer det til 2,0 mia. svenske kroner, som segmentet overvejer at bruge i Danmark. Ved længere ferier (4+ overnatninger), hvor overvejselen for Danmark er 55%, er det 10,9 mia. svenske kroner, som segmentet overvejer at bruge i Danmark. Samlet udgør det et potentiale på 12,9 mia. svenske kroner.

SEGMENTSSTØRRELSE (SHARE OF MARKET)



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



TOTALE ÅRLIGE FORBRUG I SEGMENTET:

22,6 mia. SEK.
BRUGT PÅ FERIE

OVERVEJER DK:

Kort ferie: 66%
(Svarer til: 2,0 mia. SEK)

Lang ferie: 55%
(Svarer til: 10,9 mia. SEK)

Total potentiale DK: 12,9 mia. SEK

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