

Velkommen til webinar om turisternes forventninger og ønsker til sommerferien 2020

I fællesprojekt REFRAME og MERSALG

Program

- Velkomst
- Gæsternes/turisternes forventninger til sommeren 2020
- Udfordringer og muligheder, samt tips og råd
- Tak for i dag





Turisternes forventninger og ønsker til sommerferien

Anna Porse Nielsen, Adm. direktør i Seismonaut
24. juni 2020

SEISMON[↑]UT

Anna Porse Nielsen

Kort om mig:

- 20 år som rådgiver indenfor turisme og oplevelsesøkonomi
- Iværksætter og partner i Seismonaut siden 2006. Før det: VisitDenmark, Rambøll Management, Dansk Erhverv, UM og diverse turismeorganisationer.

Kort om Seismonaut:

- 15 kollegaer i et tværfagligt team.
- Oplevelser og oplevelsesprodukter
- Digitalisering og digital transformation



Brian i chatten



Peter i teknikken



Indhold i præsentationen

- **Formål med webinarret**
- **Hovedkonklusioner om tyskere, svenskere og nordmænd fra VisitDenmarks seneste analyse**
- **Lidt om danskernes forventninger og forbehold fra Epinion.**
- **Udfordringer og muligheder for Vestkysten**
- **Seks gode råd til her og nu**

N

U

T

Formål med webinarret

Udgangspunkt: Vi står i en unik situation. Den rummer både udfordringer og mulighed for udvikling. Hvordan håndterer vi den, når vi skal asfaltere mens vi kører?

Formålet med webinarret er:

- **At give jer den seneste viden om turisternes ændrede adfærd og ønsker**
- **At se på de konkrete udfordringer og muligheder ift vestkystturismen**
- **At give jer konkrete råd til hvad I kan gøre her og nu.**

Form på webinarret

- **Jeg gennemgår forskellige interessante tal, tendenser og gode råd.**
- **I er velkomne til at stille spørgsmål undervejs i chatten - så prøver jeg at svare undervejs og til sidst.**
- **I får slides tilsendt.**

12 hovedkonklusioner fra VisitDenmark - tyskere, nordmænd og svenskere



Baseret på Markedsmonitor
gennemført i midten af maj og
sammenlignet med image analysen
fra februar 2020

**Kan I genkende de
nævnte tendenser?**

**Har I gode ideer til hvad
vi kan gøre ift tyskere,
nordmænd og
svenskere?**

Skriv dit svar i chatten



#1: Færre har planer om en ferie til udlandet

- Ca. 50% af tyskere, nordmænd og svenskere har planer om at rejse til udlandet i de næste 6 måneder.
- Dette tal er faldet fra 72% - 81% målt i februar 2020.



#2: Særligt svenskerne har ingen ferieplaner

- En femtedel af tyskere og nordmænd og en tredjedel af svenskerne har ingen planer om at holde ferie - hverken hjemme eller i udlandet.
- Det skyldes manglende tryghed.



#3: Rejselyst til udlandet er faldet

- Ca 40% har mindre lyst til at rejse til udlandet i år.
- Men der er også en gruppe - ca 10% i Tyskland og Norge og 20% i Sverige - som har mere lyst til at rejse sammenlignet med sidst år.



#4: Danmark er fortsat en attraktiv destination

- Danmark er et attraktivt feriemål - uændret i Norge men endnu mere end før i Tyskland og Sverige
- Andre landet som fx Storbritannien og Spanien falder i attraktivitet.



#5: Hjemlandet er blevet mere attraktivt

- Alle tre markeder vurderer, at det er mere attraktivt at holde ferie hjemme.
- Rejsemotivet “et trygt rejsemål” opleves som endnu vigtigere end for et år siden.



#6: Tyskernes lyst til at besøge os er uændret

- Andelen er tyskere der planlægger eller overvejer at holde ferie i Danmark er uændret ift før Corona.
- Det gælder også selvom deres lyst til at holde ferie udenlands er faldet.



#7: Danmark fastholder sin andenplads som foretrukket rejsemål i Sverige og Norge.

- **Andelen af svenskere og nordmænd der planlægger ferie i Danmark er faldet.**
- **Men Danmark er fortsat nummer to når det gælder udlandsrejser inden for de næste 6 måneder.**



#8: Lavere forbrug på næste ferie

- Alle forventer at bruge færre penge. Det gælder særligt ift forlystelsesparker, zoo, guidede oplevelsesture og shopping.
- Men lysten til at købe mad og spise ude er der stadig - særligt for tyskerne.



#9: Hygiejnen skal være god

- Det var vigtigt før, men det er blevet markant mere vigtigt at der er gode hygiejneforhold.
- Top-3 rejsemotiver for den næste ferie er:
 - Gode hygiejneforhold
 - Trygt rejsemål
 - Fornuftigt prisniveau



#10: Bilen vinder som transportform

- Flere foretrækker bilen.
- Bus- og flyrejser vælges fra.



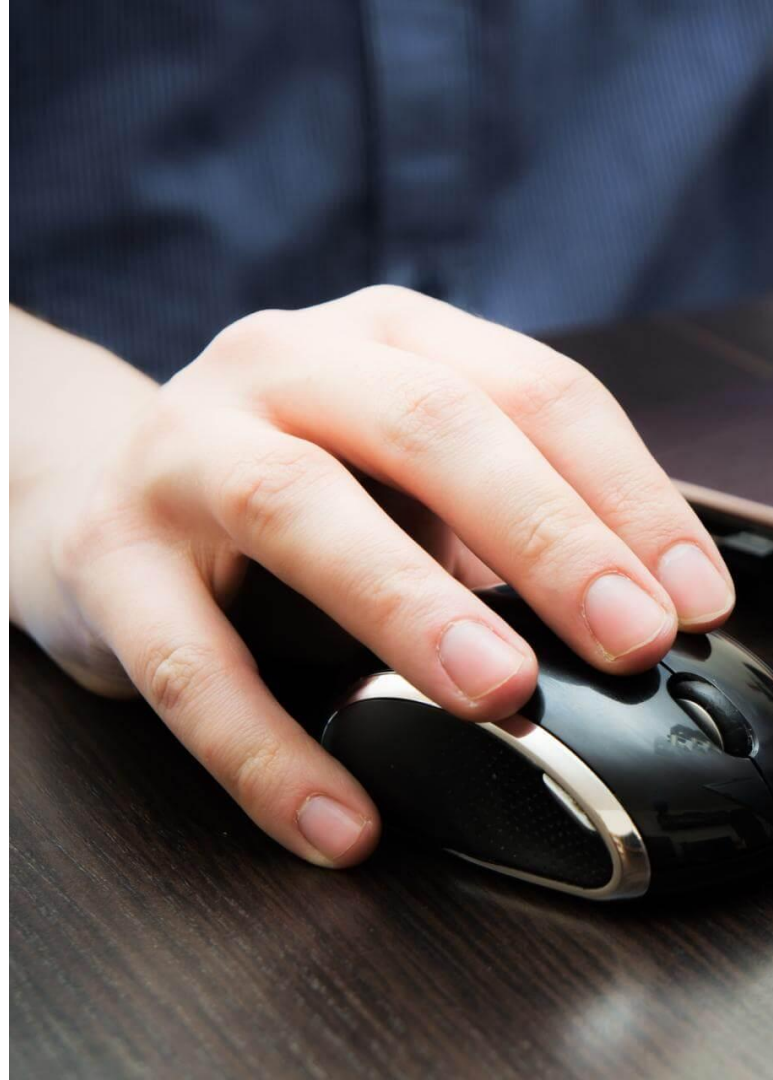
#11: Overnatning alene, tak.

- Alle målgrupper foretrækker hotel og eget feriehus/ferielejlighed som overnatningsform.
- Vandrerhjem, camping og feriecentre foretrækkes i mindre grad end før - altså overnatningsformer med flere fælles faciliteter.



#12: Mange venter med at booke overnatning

- Over 40% af turisterne på tværs af de tre markeder har ikke booket overnatning endnu, selvom de har planer om at rejse.



Opsummering: De 12 konklusioner

#1: Færre har planer om ferie i udlandet

#2: Særligt svenskerne har ingen ferieplaner

#3: Rejselyst til udlandet er faldet

#4: Danmark er fortsat en attraktiv destination

#5: Hjemlandet er blevet mere attraktivt

#6: Tyskernes lyst til at besøge os er uændret

#7: Danmark fastholder sin andenplads som foretrukket rejsemål i Sverige og Norge.

#8: Lavere forbrug på næste ferie

#9: Hygiejnen skal være god

#10: Bilen vinder som transportform

#11: Overnatning alene, tak.

#12: Mange venter med at booke overnatning

**Kan I genkende de
nævnte tendenser?**

**Har I gode ideer til hvad
vi kan gøre ift tyskere,
nordmænd og
svenskere?**

Skriv dit svar i chatten



Hvad siger danskerne?



Baseret på data indsamlet af Epinion i maj 2020.

Har I gode ideer til noget særligt, som vi kan gøre ift de danske turister?

Skriv dit svar i chatten



Flere bliver i Danmark men bruger færre penge

- $\frac{1}{3}$ af dem, der forventede at rejse til udlandet på ferie tager på en ferie i Danmark, som de ellers ikke var taget på
- $\frac{1}{3}$ forventer at bruge færre penge end normalt på ferie i 2020 - danskerne gemmer pengene til de kan rejse igen og de vil ikke bruge lige så meget på ferien i Danmark som hvis de var rejst udenlands.



Vi gør det vi plejer, men mange har ikke bestemt sig

- Mange vælger de samme destinationer som de plejer i Danmark.
- Men der er også mange som ikke har bestemt sig - hele 22% svarer "ved ikke" når de bliver spurgt om hvor de forventer at holde ferie i Danmark.



Corona påvirker danskerne

- **Corona påvirker danskernes overvejelser ift feriemål. Det gælder særligt:**
 - **Mulighed for flere udendørsaktiviteter**
 - **Mulighed for at besøge særlige - og mere eksklusive - områder i Danmark for at råde bod på den manglende tur til udlandet**
 - **Fokus på at besøge steder med færre gæster.**



Transportformerne

- **Danskerne tager:**
 - **Bilen: 34% mod 4% før Corona &**
 - **Cyklen: 11% mod 7% før Corona.**
- **Alle andre transportformer falder.**



Tryghed i oplevelser er vigtigt

- **Danskerne takker ja til:**
 - **Udendørs attraktioner og zoologiske haver, biblioteker/kulturhuse, indendørs kulturtilbud og strande og parker**
- **Forlystelsesparker og feriecentre er stort set uændrede.**
- **Danskerne er mindre trygge ved:**
 - **Legelande, svømmehaller/vandlande, spillesteder, festivaler mm. Og biografer og teatre.**



Har I gode ideer til noget særligt, som vi kan gøre ift de danske turister?

Skriv dit svar i chatten





**Udfordringer og muligheder for
vestkysten**

Udfordringer for Vestkysten

- Der vil komme gæster, der ikke kender destinationen
- Der vil komme gæster som har valgt jer “på trods”
- Der vil være færre udenlandske gæster end normalt
- Gæsterne har ikke så meget lyst til at bruge penge
- Rejsevejledningen ændrer sig hele tiden
- Der er ved at være fuldt booket i højsæsonen - men der mangler personale.

Men også muligheder!

- Der vil komme nye gæster, som kan gøres til gengangere
- Naturen trækker som aldrig før - det har vi lært under Corona'en
- Mange har ikke bestemt sig og kan stadigvæk tiltrækkes
- Særligt mange tyskerne forventer at holde ferie sent = mulighed for "en høj skulder"
- Højsæsonen er booket - det giver mulighed for at vise hvad der sker senere på året.

Seks gode råd til at runde af på



Seks gode råd

1. **Hygiejnen skal være i top: Gæsterne forventer at I har styr på det.**
2. **Gør det nemt for gæsterne at opleve så meget som muligt - arbejd sammen og kommuniker**
3. **Brug de digitale muligheder - både ift markedsføring med kort optræk og markedsføring når gæsterne er på destinationen**
4. **Flyt oplevelserne udendørs - det skaber tryghed**
5. **Værtskabet skal være i top - mød gæsterne hvor de er - både fysisk og digitalt.**
6. **Vær generøs - folk bruger ikke så mange penge i år.**



Tak for nu!

Anna Porse Nielsen, Adm. direktør i Seismonaut

M: 5051 5225

E: apn@seismonaut.com

W: www.seismonaut.com

SEISMON[↑]UT

Tak for i dag!

Har I/du efterfølgende spørgsmål til webinarret, fællesprojekt REFRAME og MERSALG eller destinationerne, så tøv ikke med at kontakte os.

Lisbeth V. Jensen

Destinationsudvikler

+45 40 10 87 46

lisbeth@visitvesterhavet.dk

Martin Storgaard

Projektleder,

+45 4191 1985

mrs@visitnordvestkysten.dk

