

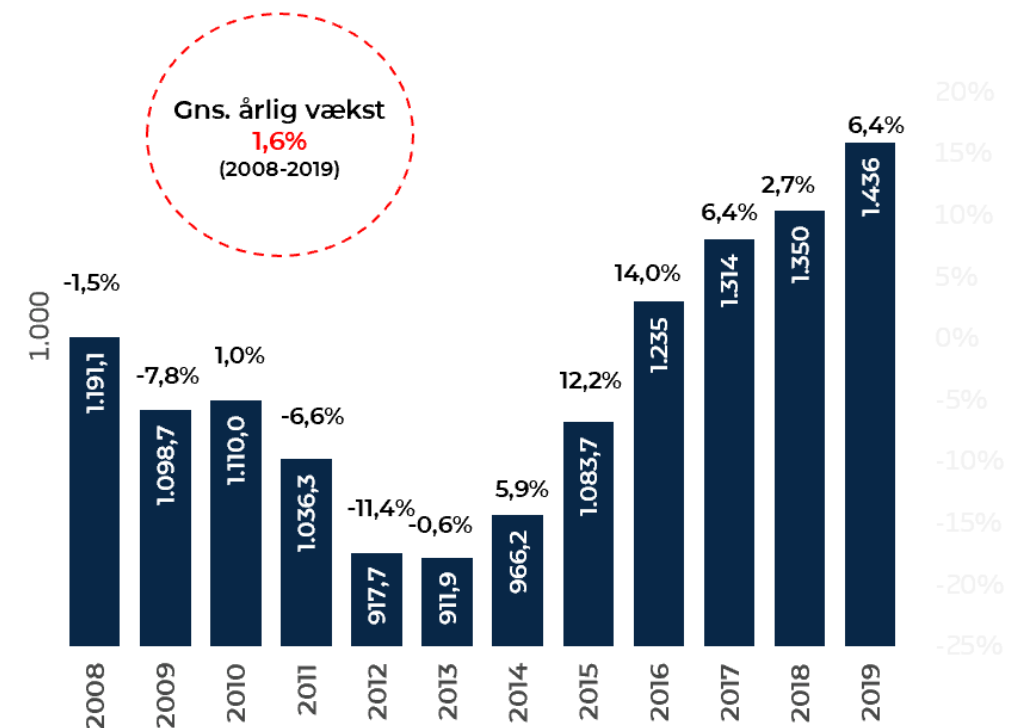
HOLLAND

DESTINATION LIMFJORDEN 12. NOV. 2020

Nøgletal fra det hollandske marked

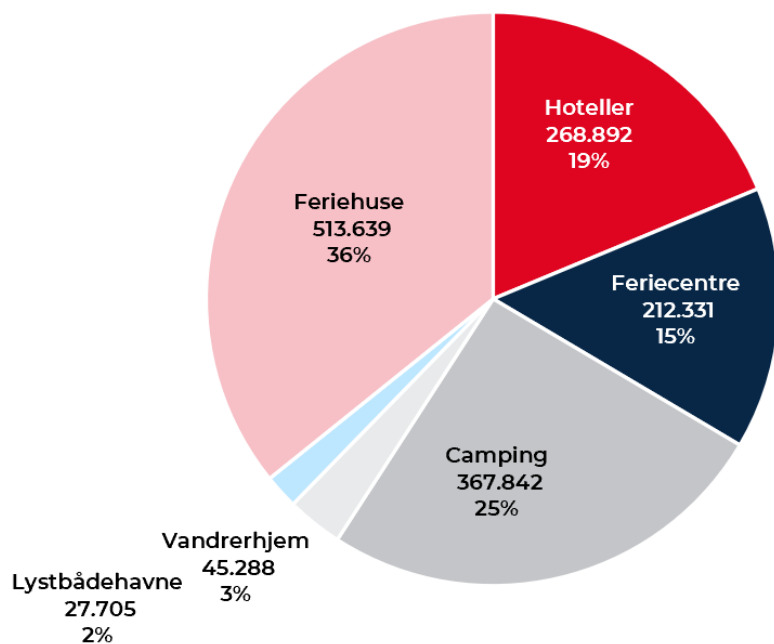
- 6 års vækst i træk – i 2019 +6,4%
- 1,44 mio. overnatninger fra markedet i 2019 heraf 1.17 mio. i kyst-Danmark
- Turistomsætning på 1.8 mia. kr. i 2018
- Ferierejsegruppe 3,4
- Ferieopholdslængde 6,1
- Døgnforbrug 700 dkk
- Genbesøg 62%

Hollandske overnatninger i Danmark
Antal og udvikling ift. året før

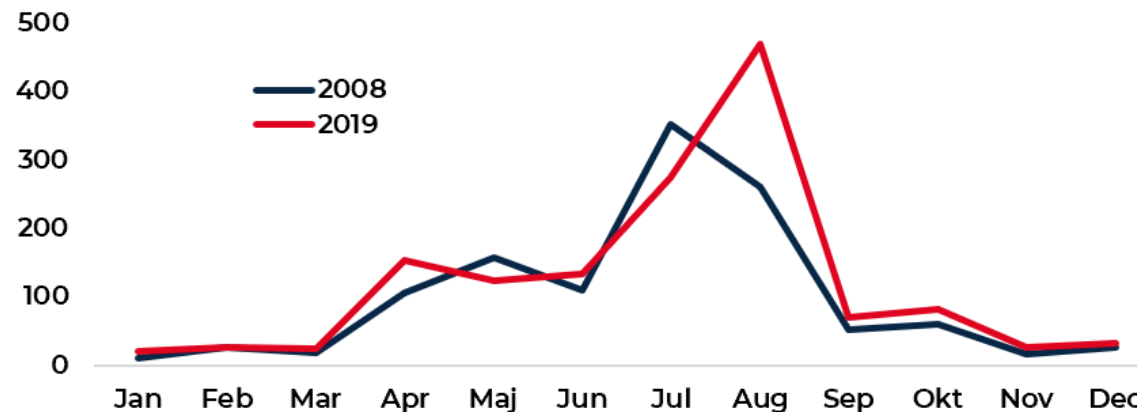


Hvor og hvornår...

Hollandske overnatninger i Danmark 2019



Hollandske overnatninger i Danmark fordelt på måneder (1.000)



Vigtige ferieperioder 2021:

- Majferie uge (17) 18 (19)
- Sommerferie frem til d. 5 september

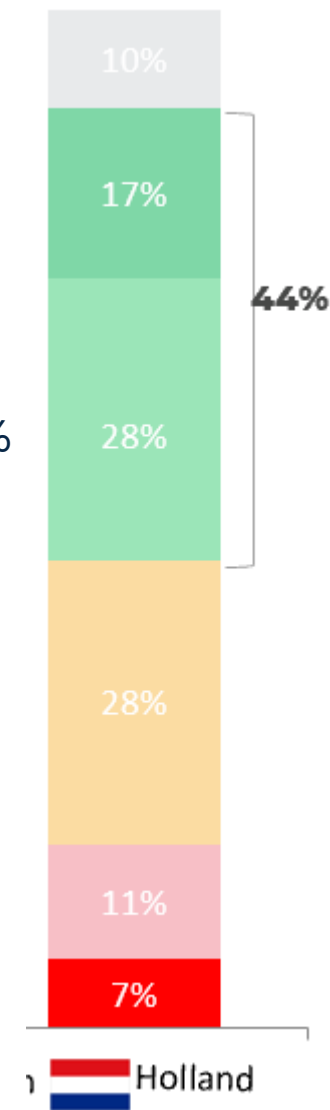
Det vigtige kendskab...

Kendskabet til Danmark all time high: 18%



Attraktiviteten: 44%

= 5,9 mio.
hollændere



Udvikling Destination Limfjorden

Hollandske overnatninger pr. destination 2014-2019								
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Udv. 2014-2019	% udv. 2014-2019
Hele landet	966.152	1.083.738	1.234.995	1.314.255	1.349.960	1.435.696	469.544	49%
Destination Limfjorden	10.530	9.972	11.252	13.428	15.056	16.055	5.525	52%

Hollandske overnatninger pr. destination 2019-2020 år-til-dato					
	2019, jan-aug	2020, jan-aug	Udv. 2019-2020	% udv. 2019-2020	
Hele landet	1.224.626	365.382	-	1.070.315	-75%
Destination Limfjorden	14.136	5.215	-	10.840	-68%



Hollænderne har holdt ferie hjemme, men også Tyskland har været besøgt

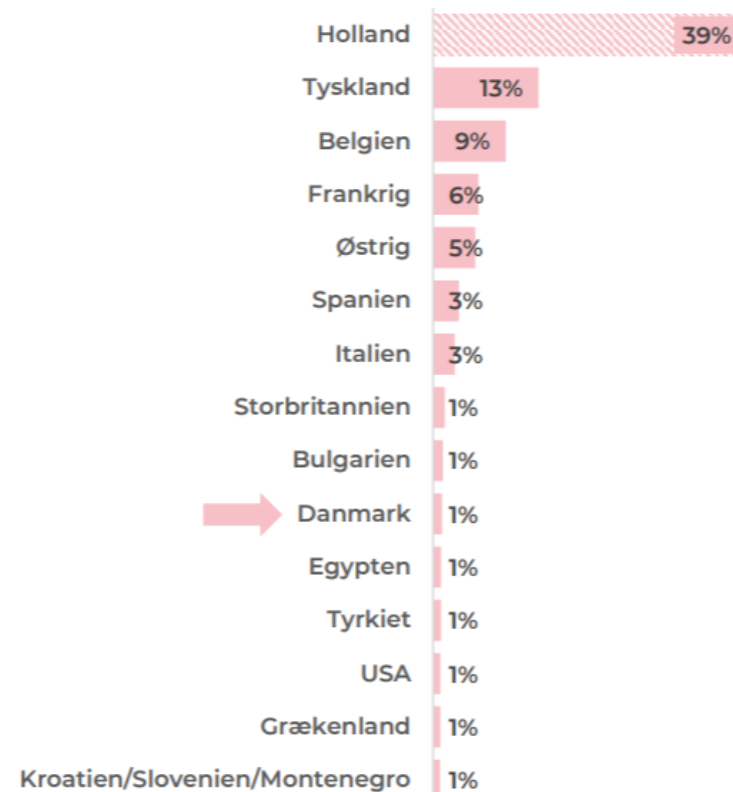
Fire ud af 10 hollændere har holdt ferie i hjemlandet i 2020

39 pct. af hollænderne har i 2020 holdt ferie i Holland.

For landene uden for Holland er det især Tyskland, der har været efterspurgt.

Danmark optræder som nr. 9 på listen over hollændernes foretrukne udlandsdestinationer.

Hvilke af følgende destinationer har du besøgt på en ferie i 2020? Top 15





Hollænderne foretrækker bil som transportform på næste ferie

Især bus og fly bliver fravalgt

Hollænderne er blevet spurgt, om de foretrækker en række transportformer på den næste ferie i højere eller mindre grad sammenlignet med samme tidspunkt sidste år.

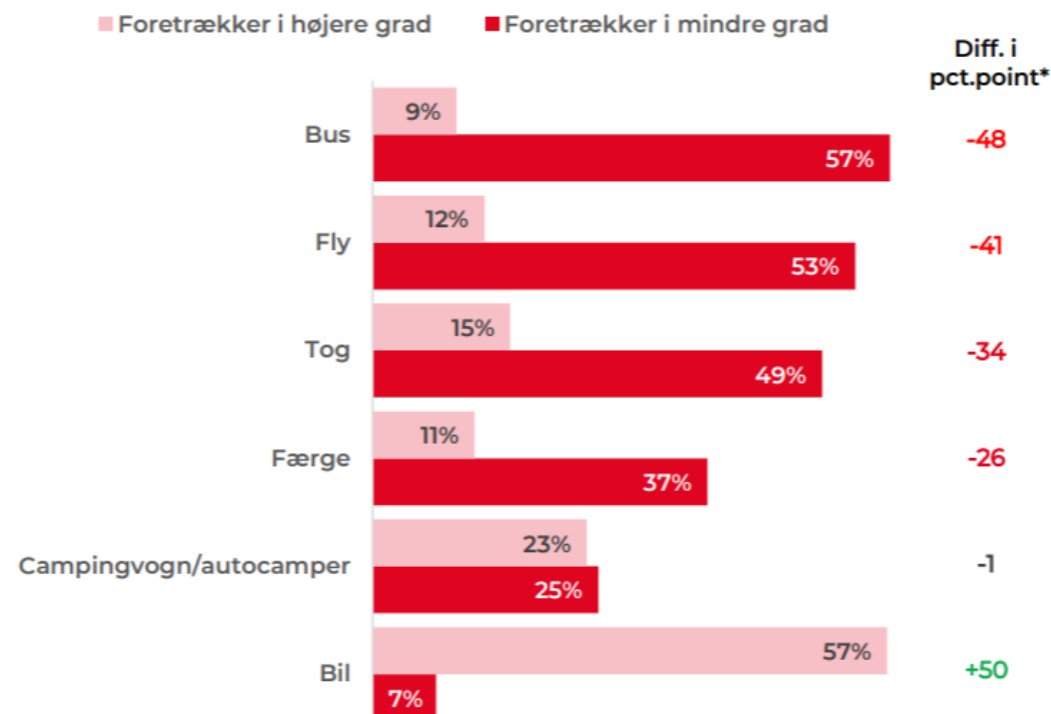
Bil kommer som den eneste transportform ud med en positiv score. Her er forskellen mellem andelen, der svarer 'foretrækker i højere grad' og andelen, der svarer 'foretrækker i mindre grad' på hele +50 pct.point. Holdningen til campingvogn/autocamper er stort set uændret i forhold til sidste år.

Navnlig attraktiviteten af bus og fly evalueres negativt sammenlignet med samme tidspunkt sidste år, men også tog og færge har negative scorere.

Hollænderne oplever i udtalt grad transportformer, hvor de selv afgør, hvem de er sammen med, og hvor der er færre mennesker samlet, som mest attraktive.

Andelen, der svarer 'samme niveau', varierer fra 33 pct. for bil til 43 pct. for færge.

Hvad er din holdning til valg af transportformer på din næste ferie i forhold til samme tidspunkt sidste år?



Spm.: Hvad er din holdning til valg af transportformer på din næste ferie i forhold til samme tidspunkt sidste år? Spørgsmålet er stillet til dem, der overvejer/planlægger en ferie de næste 6 måneder. N=631.

Note: Højere grad = foretrækker i højere grad + foretrækker i meget højere grad. Mindre grad = foretrækker i mindre grad + foretrækker i meget mindre grad.

s. 20 * De grønne og røde tal viser, hvor andelen, der svarer 'meget mere' eller 'mere' attraktiv er hhv. signifikant højere eller signifikant lavere end andelen, der svarer 'meget mindre' eller 'mindre' attraktiv.



Egen bopæl og sommerhuse er mere attraktive som overnatningsformer

Især vandrerhjem vil blive fravalgt

Hollænderne har vurderet, i hvor høj grad de foretrækker en række overnatningsformer i dag sammenlignet med sidste år på samme tid.

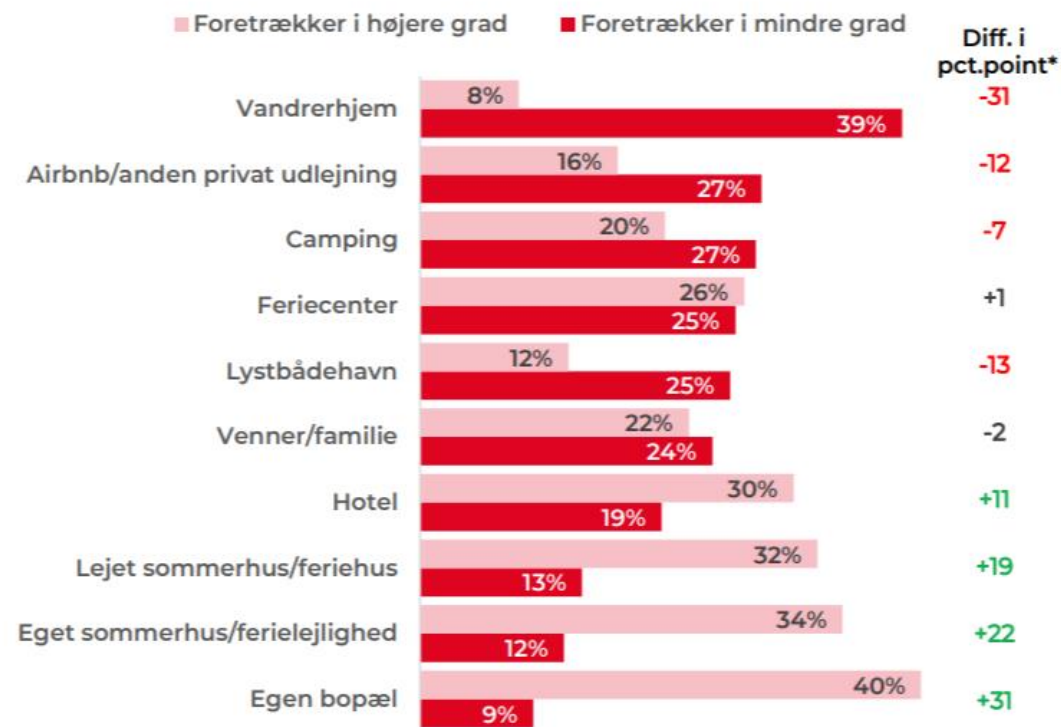
Navnlig egen bopæl og ejet eller lejet sommerhus/ferielejlighed foretrækkes i højere grad i dag end for et år siden. Forskellen mellem andelen, der svarer foretrækker i højere grad og andelen, der svarer i mindre grad, er for egen bopæl på 31 pct.point og for eget eller lejet sommerhus/ferielejlighed på henholdsvis 22 pct.point og 19 pct.point.

Især vandrerhjem foretrækkes i dag i markant mindre grad end tidligere. Også attraktiviteten af airbnb/anden privat udlejning, lystbådehavn og camping har udviklet sig negativt sammenlignet med samme tidspunkt sidste år.

Hollænderne foretrækker i højere grad velkendte overnatningsformer og overnatningsformer, hvor der er færre mennesker samlet og dermed mere luft/plads.

Andelen, der svarer 'samme niveau', varierer fra 36 pct. for vandrerhjem til 48 pct. for lejet sommerhus/ferielejlighed.

Hvad er din holdning til valg af overnatningsformer på din næste ferie i forhold til samme tidspunkt sidste år?



Spm.: Hvad er din holdning til valg af overnatningsformer på din næste ferie i forhold til samme tidspunkt sidste år? Spørgsmålet er stillet til dem, der overvejer/planlægger en ferie de næste 6 måneder. N=631.

Note: Højere grad = foretrækker i højere grad + foretrækker i meget højere grad. Mindre grad = foretrækker i mindre grad + foretrækker i meget mindre grad.

s. 19 * De grønne og røde tal viser, hvor andelen, der svarer 'meget mere' eller 'mere' attraktiv er hhv. signifikant højere eller signifikant lavere end andelen, der svarer 'meget mindre' eller 'mindre' attraktiv.



God hygiejne og tryghed er afgørende og er blevet endnu vigtigere

Omkring to tredjedele af hollænderne lægger i dag større vægt på hygiejneforholdene end tidligere

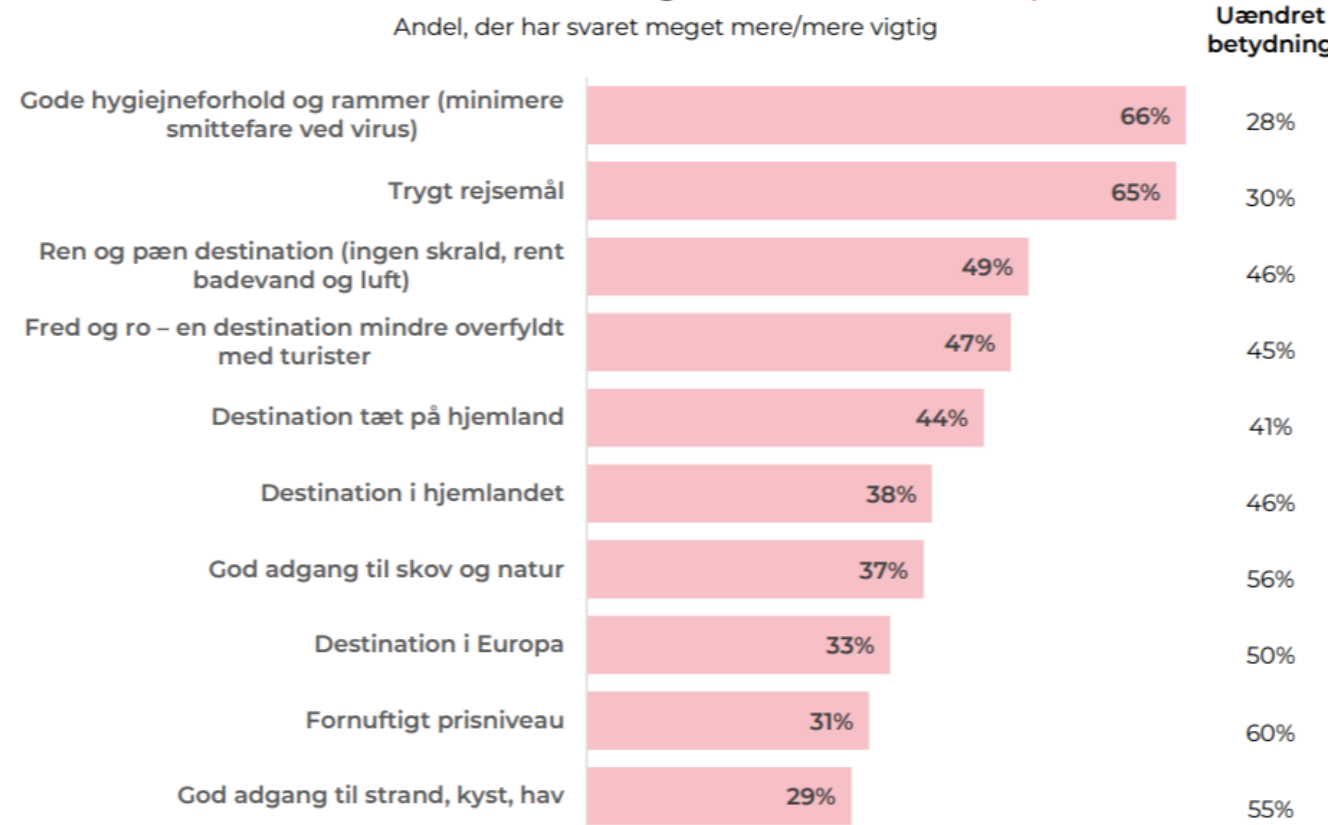
Ses på ændringerne i dag sammenlignet med samme tidspunkt sidste år, er det især vigtigheden af gode hygiejneforhold og rammer (minimering af smittefare) ved virusudbrud, samt et trygt rejsemål, der er steget.

Det er interessant at se på den andel, der svarer 'uændret vigtighed'. Denne ligger særligt højt på parameteret 'fornuftigt prisniveau' og særligt lavt på 'gode hygiejneforhold og rammer'.

Udover at oplyse, hvorvidt rejsemotiverne er blevet mere eller mindre vigtige, er hollænderne blevet bedt om at angive de tre vigtigste motiver for valg af destination de næste seks måneder.

Flest hollændere prioriterer gode hygiejneforhold (41 pct.), et trygt rejsemål (35 pct.) og fornuftigt prisniveau for et ophold på destinationen (29 pct.).

Top 10-rejsemotiver: Hvor vigtige er følgende faktorer for dig ved valg af den næste feriedestination i dag i forhold til **samme tidspunkt sidste år?**



Status marked post/during Corona

- Tilbagegang i overnatninger på -68%
- Markedets generelle ferieparticipation er dalet fra 84% (2019) til 62% (forventet 2020)
- Bookingerne forventes at komme langt senere, på grund af usikkerhed i forhold til rejsevejledninger
- Antallet af afholdte ferier på markedet forventes at falde.
- Der bliver mange om buddet – medietrykket fra konkurrerende destinationer øges
- Det er pt enormt svært at forudsige, hvordan markedet bevæger sig og hvornår grænsen igen åbnes



Potentiale (post corona)

- Nærmarked fokus: Nærmarkeder bliver vigtigere – Danmark er tæt på og kan nemt nås med egen bil, der er rent, god hygiejne og Danmarks image i forhold til håndtering af corona-krisen er positiv og har fået positiv mediedækning
- Interessante ferieperioder som falder udenfor andre markeders ferieperioder: fx: Majferien 2021 er spredt over tre uger (17-18-19), og den hollandske sommerferie varer til d. 5 september 2021
- Prismæssigt er Danmark enormt konkurrencedygtigt i skuldærsæsonen (fx majferien/slut august)
- Tre ud af ti hollændere forbinder Danmark med en følelse af sikkerhed / tryghed. Det giver Danmark en topplacering i den hollandske befolkning sammen med Norge og Sverige
- I marts 2020 sagde 4% af hollænderne, at de ville rejse til Danmark indenfor de kommende 12 måneder (680.000 personer x 6,1 overnatning = 4,148 mio. overnatninger)

De hollandske målgrupper

Hollænderne rejser både som par og med børn under 12 år

Par



30 - 65 år



Kyst- & naturferie



Par
Vennepar



Camping
Feriehus

Familier med børn



30 - 45 år

Børn: 0 - 12 år



Kyst- & naturferie



Par m. børn



Feriehus
Camping

Bopæl



Noord-Holland, Zuid Holland

Hustandsindkomst



Høj



Lav

Uddannelsesnivea

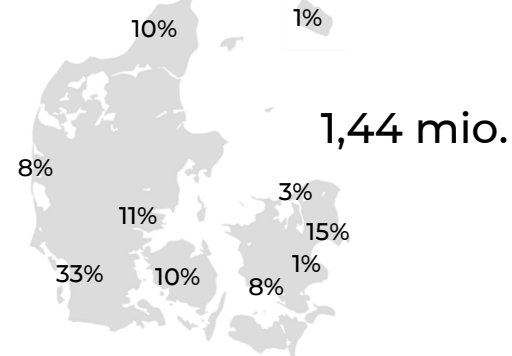


Høj

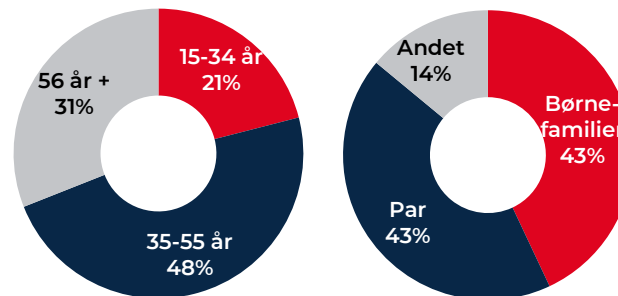


Lav

Hollandske overnatninger fordelt på landsdele*



Hollandske kyst- og naturturister i Danmark



Funktionelle behov



- Kort rejsetid
- Online booking
- Kataloger og brochurer
- Sociale medier som informationsplatform både før og under ferien

Emotionelle behov



- Afkobling fra hverdagen
- Venlig og imødekomende befolkning
- Tryghed
- Personlige erfaringer og anbefalinger

Det gør Danmark unik



- Natur, hav/vand og fred/ro
- Imødekommenhed
- Dansk mad
- God atmosfære
- Natur

Den digitale rejse



- Dreaming: 1/5 påvirkes af sociale medier
- Inspiration: 1/3 bruger visitdenmark.nl
- Planning: 4/10 bruger destinationernes hjemmesider
- Booking: 1/2 booker 1 mdr. før afrejse
- On-site planning. 3/10 bruger internettet
- Loyalitet: 6/10 vil komme igen

Hvordan vi arbejder

- Stor fokus på at øge og fastholde kendskabsgraden til Danmark som ferieland
- Upper funnel brandingindsats – fx TV
- Content – Soft News
- Always on – kvalitativt og organisk besøg på homepage



DANK U WEL