

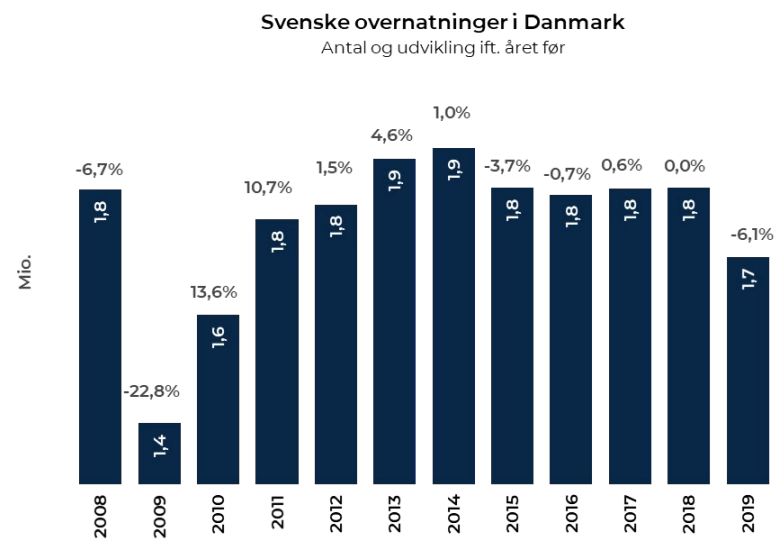


Destination Himmerland

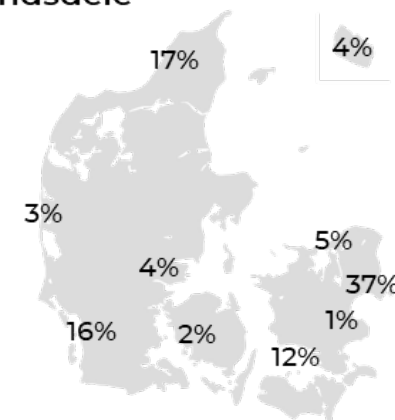
16-11-2020

The Swedish market

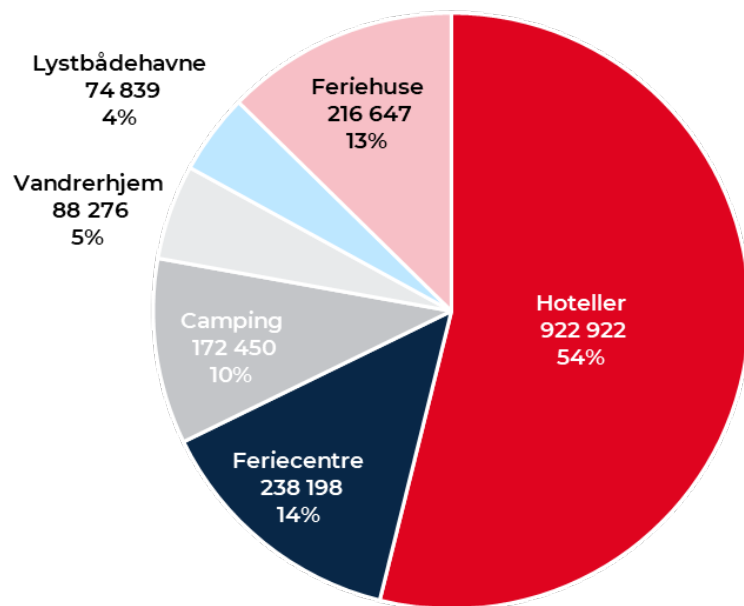
- Population: 10.3 million
- Good awareness - 63% Sweden & 69% South-/West Sweden
- 1,71 million overnight stays in 2019
- - 6,1 pct. drop from 2018
- Third largest market with 13% of the foreign tourism turnover



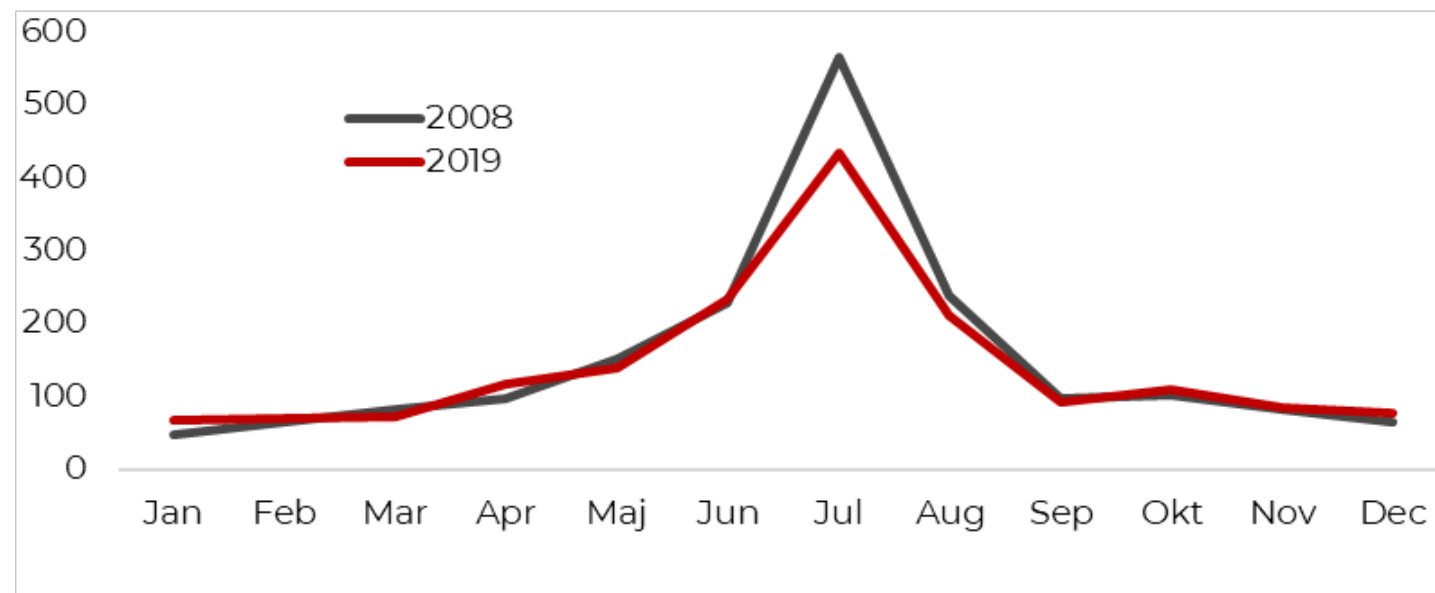
Svenske overnatninger fordelt på landsdele*



The Swedish market



Svenske overnatninger i Danmark fordelt på måneder (1.000)



Sweden during Covid -19

- Mars 14 - Denmark closes its borders
- Summer – "Svemester"
- August 15 - The 6 days rule is lifted
- VisitDenmark launches - "Its time to visit Denmark"
- November 5th – Denmark closes its border to all of Sweden
- To date – 314K overnight stays (- 72% vs. 2019)



markedsmonitor
under covid-19

Resultater for Sverige

August 2020



Hovedparten af svenskerne er utrygge ved at tage på ferie

I forhold til ferieafholdelse skaber Covid-19 utryghed hos seks ud af 10 svenskere

Størstedelen af de svenskere, som hverken overvejer eller planlægger en ferie de kommende seks måneder, begrundes fravalget med utryghed ved at tage på ferie pga. Covid-19. Da det tilsvarende spørgsmål blev stillet i Markedsmonitoren i maj 2020 lå andelen også højt (på 56 pct.).

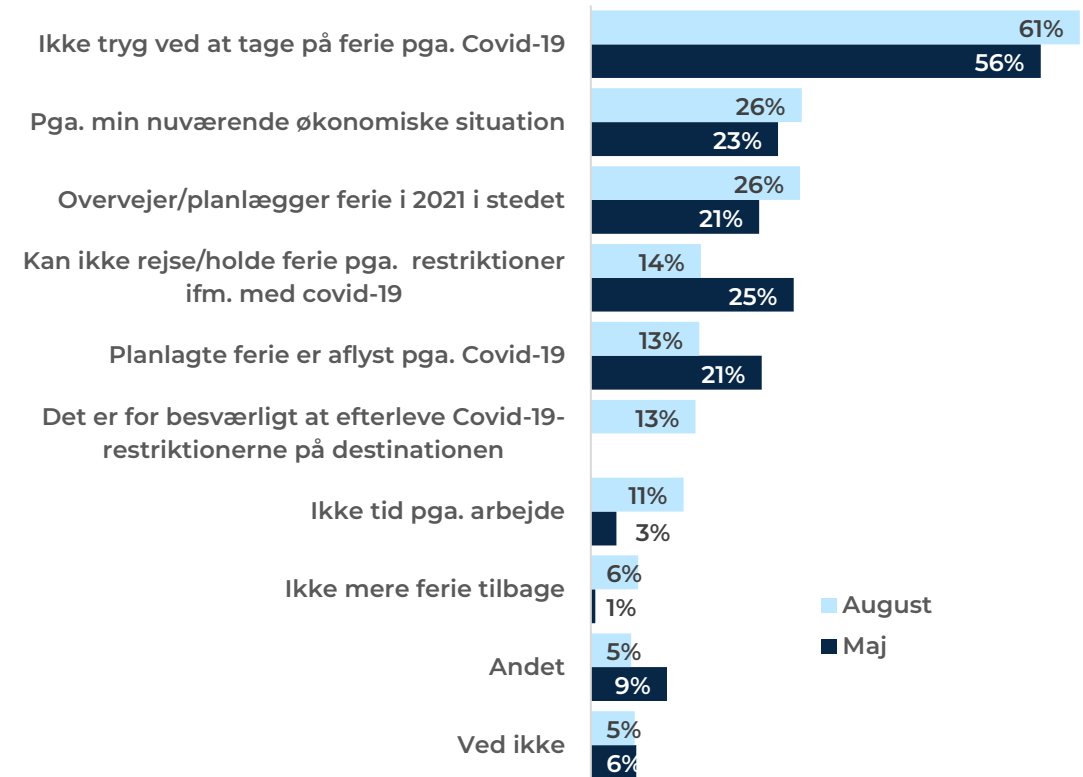
Over en fjerdedel (26 pct.) nævner henholdsvis deres nuværende økonomiske situation og overvejelser om en ferie i 2021 i stedet, som begrundelser for ikke at tage på ferie i de næste seks måneder.

Knap hver tiende (9 pct.) har svaret 'andet'. Svarkategorien omfatter blandt andet svar som:

"Jeg rejser rundt i Sverige – som jeg plejer"

"Jeg har ikke lyst i lyset af de stigende smittetal"

Hvorfor planlægger eller overvejer du ikke at tage på ferie de næste 6 måneder?





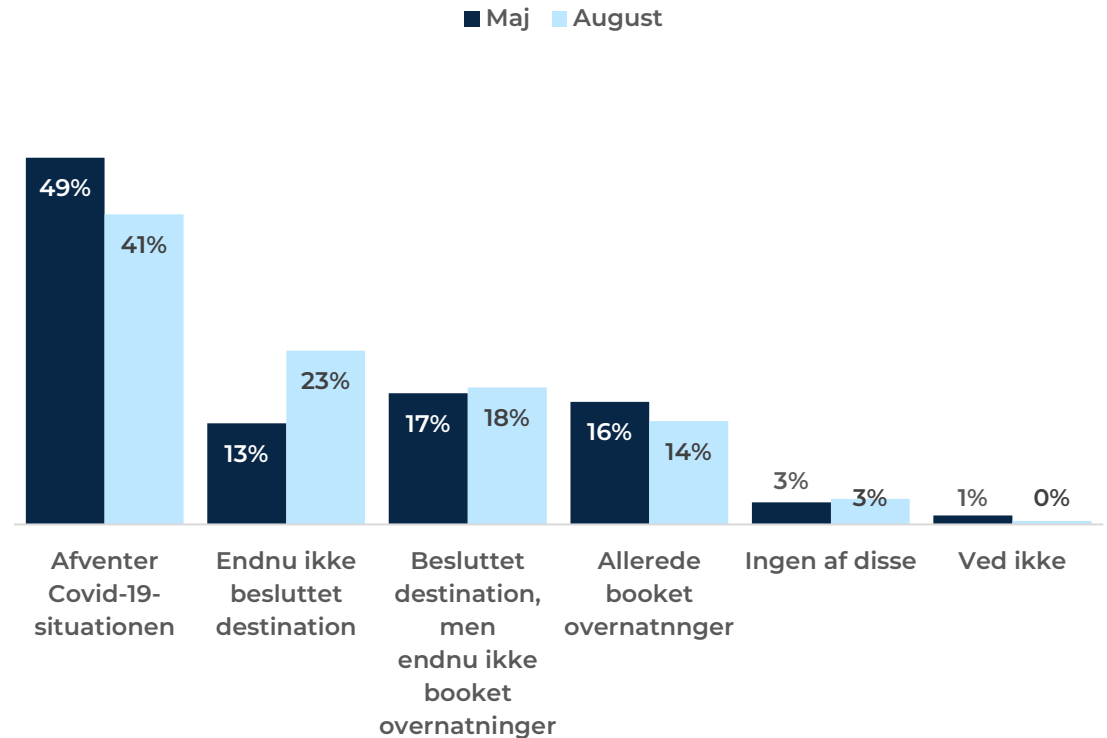
Svenskerne afventer udviklingen i Covid-19, før de booker ferie

Covid-19 får fire ud af 10 svenskere til at udsætte deres feriebooking

Blandt svenskere, som overvejer/planlægger en ferie med betalt overnatning inden for de kommende seks måneder, forholder 41 pct. sig afventende i forhold til udviklingen i Covid-19-situationen. Den tilsvarende andel i Markedsmonitoren for maj lå på 49 pct. Andelen, der forholder sig afventende pga. Covid-19, er således faldet fra Markedsmonitoren i maj til august.

Samtidig har knap en fjerdedel (23 pct.) endnu ikke besluttet sig for destinationen. 18 pct. har besluttet sig for destinationen, men endnu ikke booket overnatninger.

Hvilket af følgende udsagn passer bedst på din situation?





Sverige er førstevalget, men Spanien og Danmark er også på radaren

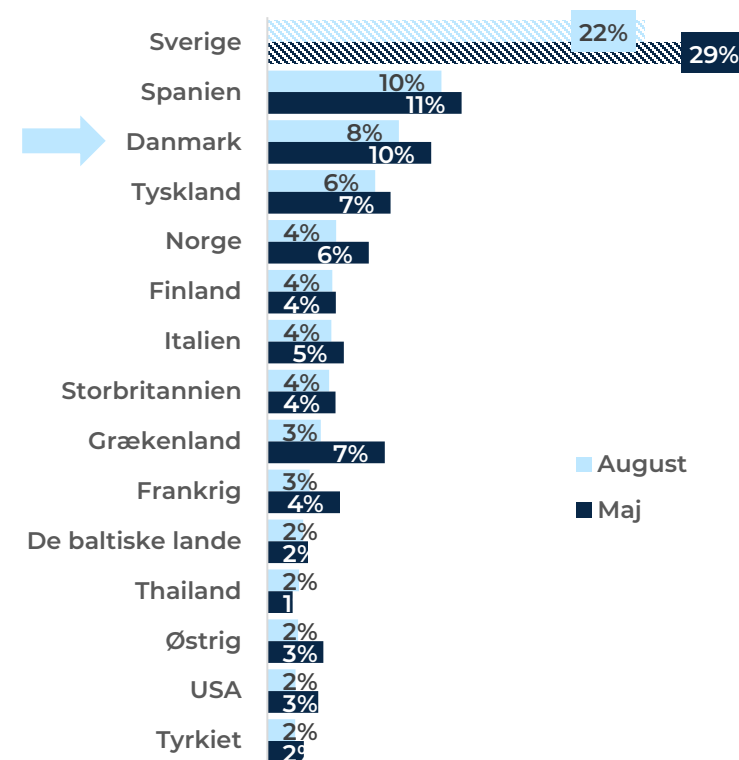
Danmark er nr. 2 på listen over svenskernes foretrukne feriedestinationer i udlandet

Godt hver femte (22 pct.) af svenskerne planlægger eller overvejer en ferie i sit hjemland inden for de kommende seks måneder.

På andenpladsen følger Spanien med 10 pct., og på tredjepladsen ligger Danmark med en andel på 8 pct.

Tilbage i februar 2020¹ lå Danmark også nr. 2 på svenskernes liste over foretrukne udlandsdestinationer.

Hvis du tænker på de næste 6 måneder, hvilke destinationer planlægger eller overvejer du at besøge på en ferie? Top 15





Bil vinder frem som transportmiddel på ferien

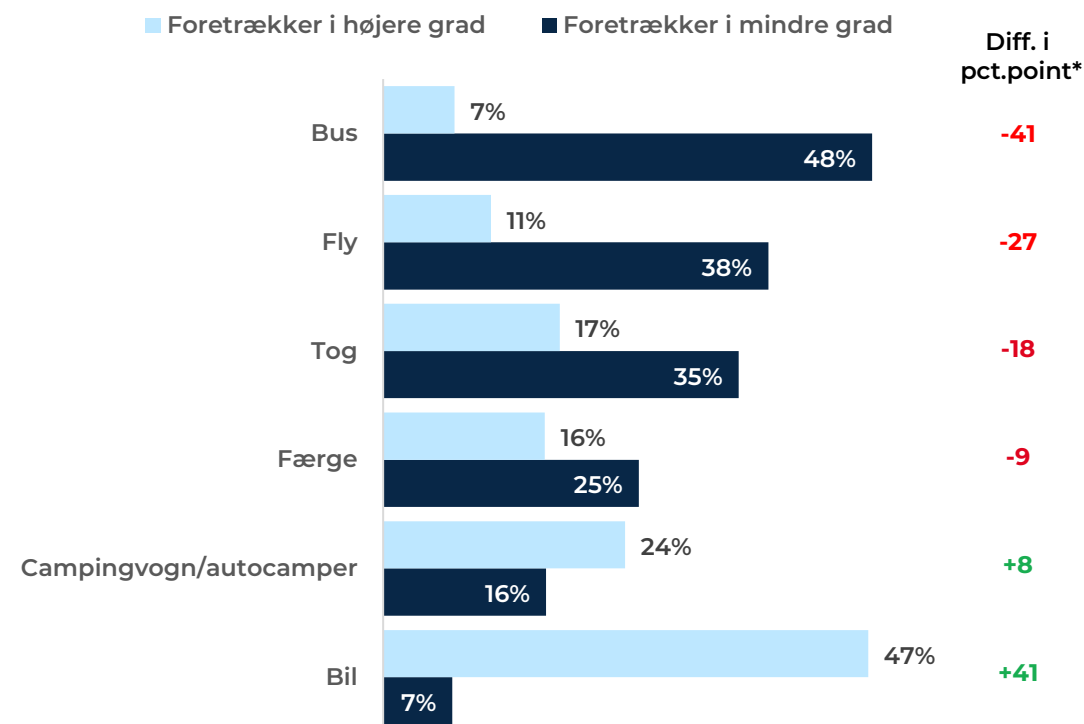
Svenskerne er blevet spurgt, om de foretrækker en række transportformer på den næste ferie i højere eller mindre grad sammenlignet med samme tidspunkt sidste år.

Bil opnår en høj positiv score. Her er forskellen mellem andelen, der svarer 'foretrækker i højere grad' og andelen, der svarer 'foretrækker i mindre grad' på +41 pct.point. Også holdningen til campingvogn/autocamper er positiv i forhold til samme tidspunkt sidste år. Ligesom i Markedsmonitoren i maj er det især bil, som vinder frem som foretrukket transportmiddel.

Navnlige attraktiviteten af bus evalueres negativt sammenlignet med samme tidspunkt sidste år. Også fly, tog og færge har negative scorere. Dette var også tilfældet i Markedsmonitoren i maj 2020.

Andelen, der svarer 'samme niveau', varierer fra 38 pct. for tog til 53 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=540.

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

s. 9 * 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.



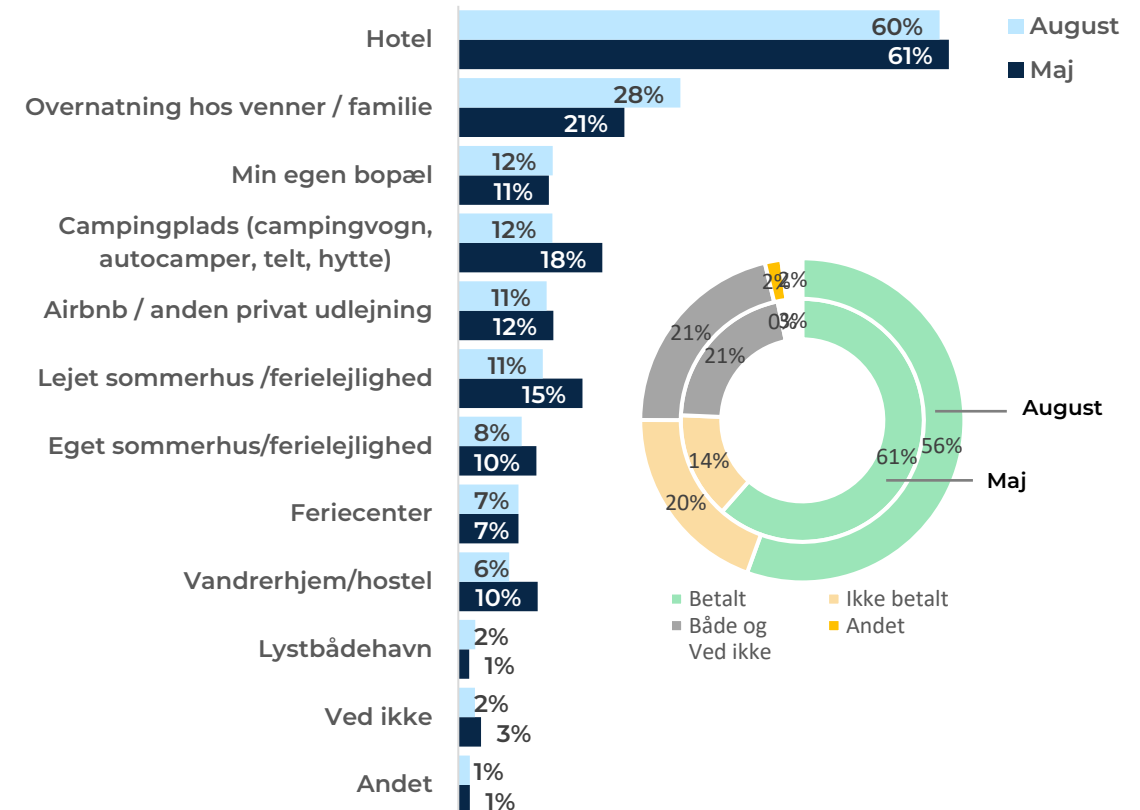
Svenskerne vil indlogere sig på hotel og ved familie/venner

Seks ud af 10 svenskere planlægger/overvejer en ferie med overnatning på hotel

Navnlig hotel rangerer højt, når det gælder svenskernes valg af overnatningsform for en kommende ferie. På andenpladsen følger overnatning ved familie og/eller venner.

Godt tre fjerdedele (77 pct.) planlægger eller overvejer at indkvartere sig på en betalt indkvarteringsform, og 41 pct. har planer om at benytte ikke-betalt indkvartering som familier og/eller venner, eget sommerhus/egen ferielejlighed og egen bopæl. I Markedsmonitoren i maj 2020 lå de tilsvarende andelen på henholdsvis 83 pct. og 35 pct.

Hvilke(n) form(er) for overnatning planlægger eller overvejer du til din(e) ferie(r) de næste 6 måneder





God hygiejne er blevet endnu vigtigere

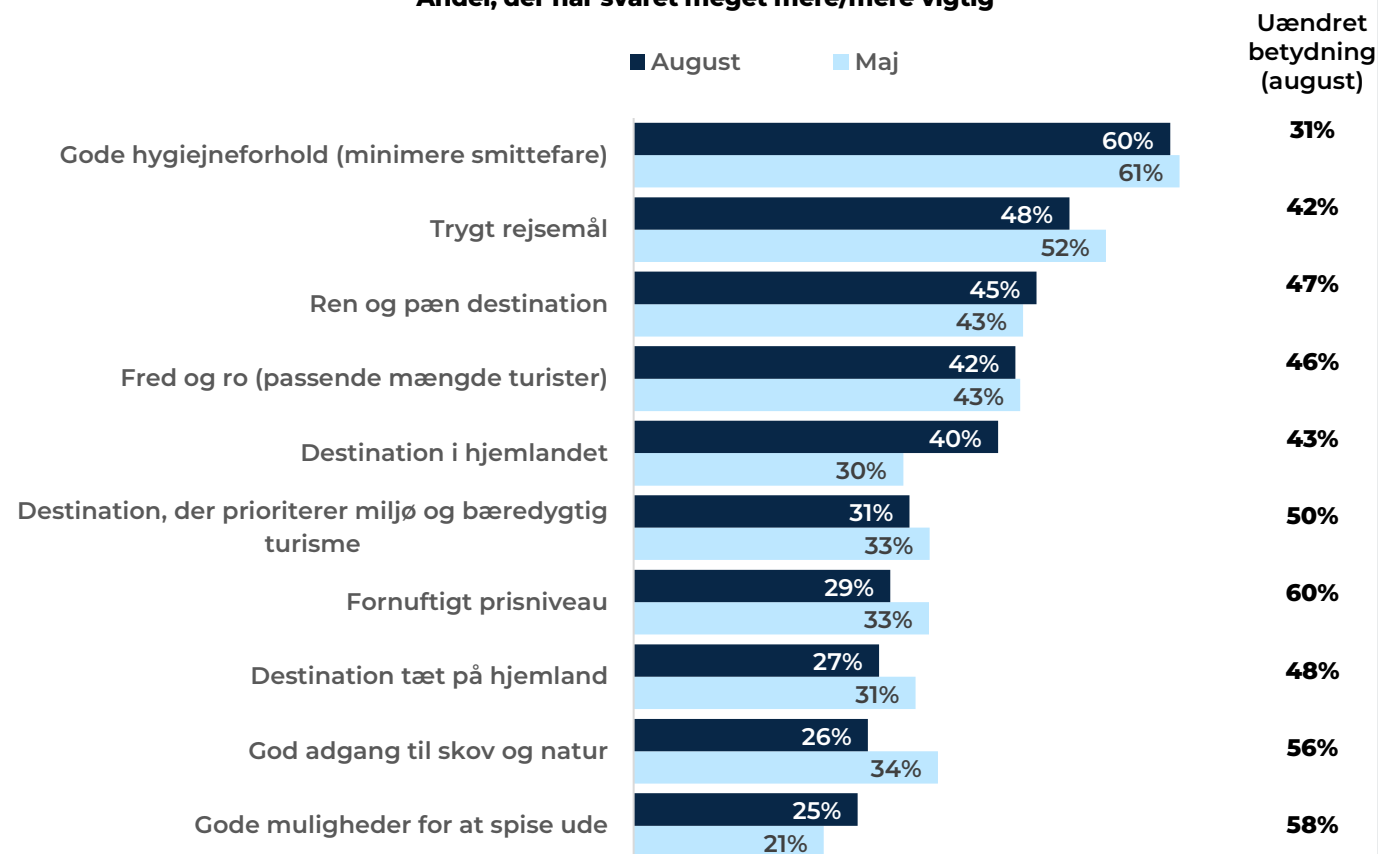
Gode hygiejneforhold er vigtigst

Det er navnlig vigtigheden af gode hygiejneforhold og dermed minimering af smittefare ved virusudbrud, der er steget sammenlignet med samme tidspunkt sidste år. Dette var også konklusionen i Markedsmonitoren i maj 2020 og viser med al tydelighed vigtigheden af, at feriedestinationerne aktivt arbejder med og kommunikerer et øget fokus på hygiejne..

Udover at oplyse, hvorvidt rejsemotiverne er blevet mere eller mindre vigtige, er svenskerne blevet bedt om at angive de tre vigtigste motiver for valg af destination de næste 6 måneder.

Flest prioriterer gode hygiejneforhold (35 pct.), et trygt rejsemål (33 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?**
Andel, der har svaret meget mere/mere vigtig



Commercial partners



The Target Group – Coast & Nature Tourists

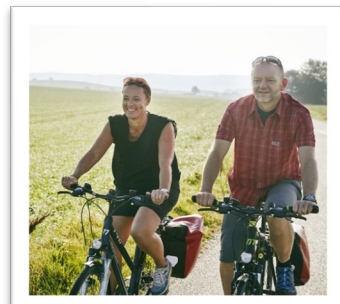


Families

Transport: Ankommer i bil

Rejsegruppe: 2,0 personer

Opholdslængde: 2,9 overnatninger



Couples

Døgnforbrug: 1.000 kr

Erfaring: 96% har før været på ferie i Danmark

Loyalitet: 9/10 vil komme igen



Friends

Booking: 2/3 booker 1 mdr. før afrejse



69% travels from South- & West of Sweden

Reasons to go Denmark

- Denmark is seen as a safe destination
- Clean and environmentally friendly
- Good accommodation
- Short travel time
- Friendly population
- Local atmosphere
- City life - Authentic with cobblestones & preserved history. Small shops and charming restaurants & cafes.
- Danish culture
- Child friendly
- Beach, coast, sea and nature- active and varied holidays



Potential 2021

- Future travel pattern
- Good hygiene conditions & a safe destination
- Reachable by car
- New route Halmstad-Grenå
- Weekend trips outside of high season
- Target groups
- Increased awareness



TACK FÖR IDAG!

Source:

https://api.www.visitdenmark.dk/sites/visitdenmark.com/files/2020-08/Sverige_2020.pdf

https://api.www.visitdenmark.dk/sites/visitdenmark.com/files/2020-09/Sverige_aug2020.pdf