

Markedsundersøkelse

Norge, Sverige, Danmark, Nord- Tyskland

(pågående studie, foreløpig resultat pr. 19. august 2013)

Martin Rønningen og
Hans Holmengen

Vinterferievaner

- Vinterferievanene tilsier at potensialet er stort
 - Knapt $\frac{1}{4}$ pleier å reise på vinterferie (21% tyskere, 25% nordmenn)
 - I tillegg reiser $\frac{1}{3}$ av tyskerne og ca halvparten av de øvrige nasjonalitetene i blant på vinterferie.
 - Altså er 50% av nord-tyskerne og 70-75% av de øvrige nasjonalitetene «vinterferieorienterte»

Kjennskap til norske skireisemål

- 1/3 av nord-tyskerne kjenner ikke til noen av de 14 største skidestinasjonene i Norge. Det samme gjelder 15% av danskene, 8% av svenskene og 3% av nordmennene
- Nordmenn
 - «Alle» kjenner til Geilo, Beitostølen, Hemsedal og Hafjell (ca 80%)
 - Mange kjenner til Kvitfjell, Trysil, Lillehammer og Norefjell (ca 70%)
 - Voss, Sjusjøen/Nordseter, Hovden på tredje plass (ca 55%)
 - Skeikampen (44%)
 - Gålå (26%)
- Svensker
 - Trysil og Lillehammer skiller seg sterkt ut (ca 75%)
 - Hemsedal (57%) Geilo (38) og Kvitfjell (26)
 - Relativt få kjenner til andre skidestinasjoner
- Dansker
 - Hemsedal, Lillehammer og Trysil (53 – 56%)
 - Geilo (36%)
 - Relativt små andeler kjenner til de øvrige
- Nord-tyskere
 - Lillehammer skiller seg markant ut (55%)
 - Få kjenner til de øvrige stedene

Kriterier for valg av reisemål

- Kriteriedimensjon 4: trygt reisemål, overnattingstilbud, akseptabelt prisnivå
 - Høyt prioritert (5,9)
 - Små nasjonale forskjeller, men tyskerne høyest (6,1), de andre (5,8 – 5,9)
- Kriteriedimensjon 6: vinterklima, snøsikkert
 - Høyt prioritert (5,8)
 - Svært små nasjonale forskjeller
- Samlet reisetid fra hjemmet
 - Rel. høyt prioritert (5,1)
 - Viktigst for nordmenn (5,5), deretter for tyskere (5,2) de øvrige vektlegger dette litt lavere
- Kriteriedimensjon 3: Langrenn (trening, tur, kombinasjon)
 - Prioritet: midt på treet (4,2)
 - Nordmenn høyest (4,6), dansker lavest (3,5), Tyskere og svensker i mellom (4,3)
- Kriteriedimensjon 2: Alpintilbud
 - Prioritet: midt på treet (4,1)
 - Nordmenn lavest (3,7), dansker høyest (4,4)
- Kriteriedimensjon 5: barnevennlig
 - Relativt lav prioritet: midt på treet (3,6)
 - Små nasjonale forskjeller (nordmenn lavest (3,4), tyskerne høyest (3,7))
- Kriteriedimensjon 1: kiting, hundeslede-kjøring, trugetur, shopping, offpiste, kultur
 - Generelt lavt prioritert (3, 1), tyskere legger større vekt på dette enn andre nasjonaliteter (3,9)

Image av Norge

- Noen svært sterke assosiasjoner/klare «bilder»
 - Vakkert landskap
 - Trygt reisemål
 - Avslappende, stillhet, ro (tyskere i størst grad)
 - God atmosfære som vintersportssted
 - Familievennlig
- I tillegg ganske bred enighet om
 - Snøsikkert land
 - Interessant og unikt reisemål
 - Dyrt/høye priser
- Langt større variasjon når det gjelder
 - Spennende reisemål
 - Utfordrende reisemål
 - Eksotisk klima

Sannsynlig reisemål de neste 3 år

- Norge ellers 3,9
 - Nordmenn er meget positive (5,3), svensker og tyskere (3,1 og 3,2) og dansker i mellomstilling (ca. 3, 7). Alle sign., unntatt svensker/tyskere
- Sverige 3,6
 - Svensker mest positive (5,1), nordmenn minst positive (2,7), dansker (3,4), tyskere (3,0) Alle sign
- Alpene 3,4
 - Tyskere mest positive (4,3), dansker (3,7), svensker (2,9), norske (2,6). Svensk/norsk ikke sign.
- Lillehammerregionen 3,2
 - Nordmenn og dansker mest positive (ca. 3, 5), svensker minst positive (2,7), Tyskere i mellomstilling (3,1). Alle sign., unntatt norske/danske
- Ellers i Europa (ekskl. Alpene) 3, 2
 - Tyske mest positiv (3,9), dansker (3,3), norske (2,9), svensker (2,7). Alle sign.
- (USA, Canada 2,0)

Hva påvirker valg av Lillehammer og Norge?

	Lillehammer	Norge ellers
«Vinterferievane»	0,05	0,11
Image 1: Interessant, spennende, utfordrende	0,10	0,13
Kriterium 1: kiting, hundekjøring, off-piste, truger, shopping, kultur	0,16	0,07
Kriterium 2: langrenn	0,12	0,12
Kriterium 3: trygt, barnevennlig, akseptabelt prisnivå	-0,07	-0,05
Kriterium 4: alpintilbud	(0,04 i.s.)	(0,03, i.s.)
Kriterium 5: barnevennlig	0,11	0,06
Kriterium 6: vinterklima, snøsikkert	0,05	(0,03 i.s.)
Nasjonalitet = norsk (smn.liknet med svensk)	0,08	0,36
Nasjonalitet = dansk (smn.liknet med svensk)	0,16	0,05
Nasjonalitet = tysk (smn.liknet med svensk)	(0,05 i.s.)	(-0,16 i.s.)
Informasjonskilde = web	0,12	0,11
Informasjonskilde = tidligere besøk	0,10	0,13

Andre faktorer

- Alder spiller liten rolle (men avtar med alder)
- Kjønn spiller liten rolle (men kvinner litt mer tilbøyelig til å velge Norge)
- Inntekt spiller liten rolle (ingen for valg av Lillehammer, svak betydning for valg av Norge)
- Eksotisk klima har svak positiv effekt
- Kriterium= trygt reisemål, overnattingstilbud og akseptabelt prisnivå har svakt negativ betydning
- Andre informasjonskilder: Reisebyrå/turoperatør og venner/bekjente har svak positiv betydning

Hva er viktigste faktorer for å velge Lillehammer?

- Personer med «postmodernistiske» preferanser (kiting, hundekjøring, truger, off pist, shopping og kultur)
- Dansker
- Langrennspreferanse
- Ønske om barnevennlige tilbud
- Bruker web som informasjonskilde
- Tidligere besøk
- Oppfatter Lillehammer som unikt, spennende og utfordrende
- Kvinner
- Oppfatning om at Lillehammer er snøsikkert