

Kendskabsanalyse helårsturisme, Toppen af Danmark

Formålet med analysen er at afdække interessen for, kendskabet til og barrierer for at besøge den nordlige del af Jylland på alle tidspunkter af året hos potentielle turister fra Danmark, Sydnorge, Vestsverige og Nordtyskland.

Interessen for at holde ferie i Nordjylland er størst i Norge (i Sørlandet så høj som 64 %) og Sverige (i Västra Götaland så høj som 68 %). I Danmark er interessen størst på Fyn og i Østjylland (56 %). I Tyskland er interessen størst i Schleswig-Holstein og Hamburg (34 %). I Norge og Sverige opfattes Nordjylland som det næstmest interessante ferieområde (efter København), mens Nordjylland på det danske marked overhales af Bornholm. På det tyske marked er Nordjylland det fjerdemest interessante område efter København, Bornholm og Sydjylland. På alle markeder er der størst kendskab til Skagen blandt nordjyske byer. På alle markeder er internettet suverænt den mest anvendte informations-/inspirationskilde.

Omkring halvdelen af nordmændene, svenskerne og danskerne vil overveje en kort ferie i Nordjylland om efteråret eller om foråret (undtagen påsken). For tyskernes vedkommende ligger den tilsvarende andel på omkring en tredjedel.

En ferie uden for sommersæsonen skal for svenskerne først og fremmest være til en attraktiv pris og byde på gode spisesteder og cafeer samt god kvalitet i overnatningen. Nordmændene lægger først og fremmest vægt på gode spisesteder/cafeer, hyggelige bymiljøer og kvalitet i overnatningen. For danskerne vægter muligheden for gode naturoplevelser samt ro og fred og muligheden for at være sig selv samt en attraktiv pris højest. De vigtigste forhold er med tyskernes øjne en attraktiv pris, efterfulgt af ro og fred samt kvalitet i overnatningen. For alle fire nationaliteter spiller gode strande og muligheder for at cykle stort set ingen rolle uden for sæsonen.

Profilen på de norske turister, som er interesseret i ferie i Nordjylland uden for sæsonen, viser en overvægt af yngre kvinder, mens der i Sverige er en overvægt af yngre kvinder og yngre par. I Danmark er der en lille overvægt af yngre kvinder og af familier med børn med et højere årligt ferieforbrug. På det tyske marked er profilen mere uklar, men med en lille undervægt af det "grå guld" og en lille overvægt af familier med børn.

Analysen er gennemført hos et repræsentativt udsnit af befolkningen i Danmark, Sydnorge, Vestsverige og Nordtyskland i foråret 2011 i form af online interviews.