

Konkurransesituasjonen i

Danmark

Rapport mars 2025



Epinion



Innholdsfortegnelse

- 1 Introduksjon
- 2 Norges posisjon og konkurransesituasjonen i Danmark
- 3 Metode



*Trykk på overskriftene for å
komme til avsnittet*





1. Introduksjon

1. Introduksjon

Målgruppeundersøkelsen tar utgangspunkt i feriene til de aktive reisende siste 3 år

Målgruppen for undersøkelsen er «aktive reisende». Det er personer som har vært på ferie i utlandet siste 3 år, og som er interessert i å reise til utlandet de kommende 3 år. I tillegg må de være interessert i å oppleve mer enn kun sol og strand på en utenlandsferie.

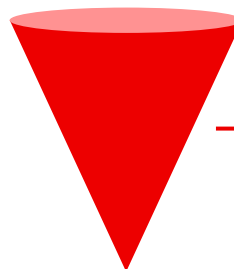
Dette er den samme måten å avgrense målgruppen på som er brukt i reisebarometeret og i målgruppeundersøkelsen i 2017.

Målgruppen for undersøkelsen



Hele befolkningen

Merk: Kun utvalgte geografiske områder i USA, Frankrike, Spania og England



De som reiser utenlands

(ikke «kun» sol/strand)

Målgruppeundersøkelsen er basert på kartlagte reiser med detaljert data



1 / 9

land/market: **Danmark**, Sverige, Tyskland, Nederland, Frankrike, Spania, Italia, England og USA



1 321 / 13 086

respondenter/intervju



4 089 / 33 270

feriereiser siste 3 år



1 586 / 15 239

Kartlagte reiser med detaljert data (segmenteringsgrunnlag)

 Danske reisende

 Alle reisende

Datainnsamling og avgrensning

Datainnsamlingen ble gjennomført i desember 2023 og januar 2024. Analysene er gjennomført med aktive reisende.

Respondentene har dokumentert faktiske ferier de har vært på, og prioriteringer de vil gjøre dersom de skulle reist på en lignende, ideell utgave av ferien til samme reisemål, med samme reisefølge og til samme tid av året igjen.

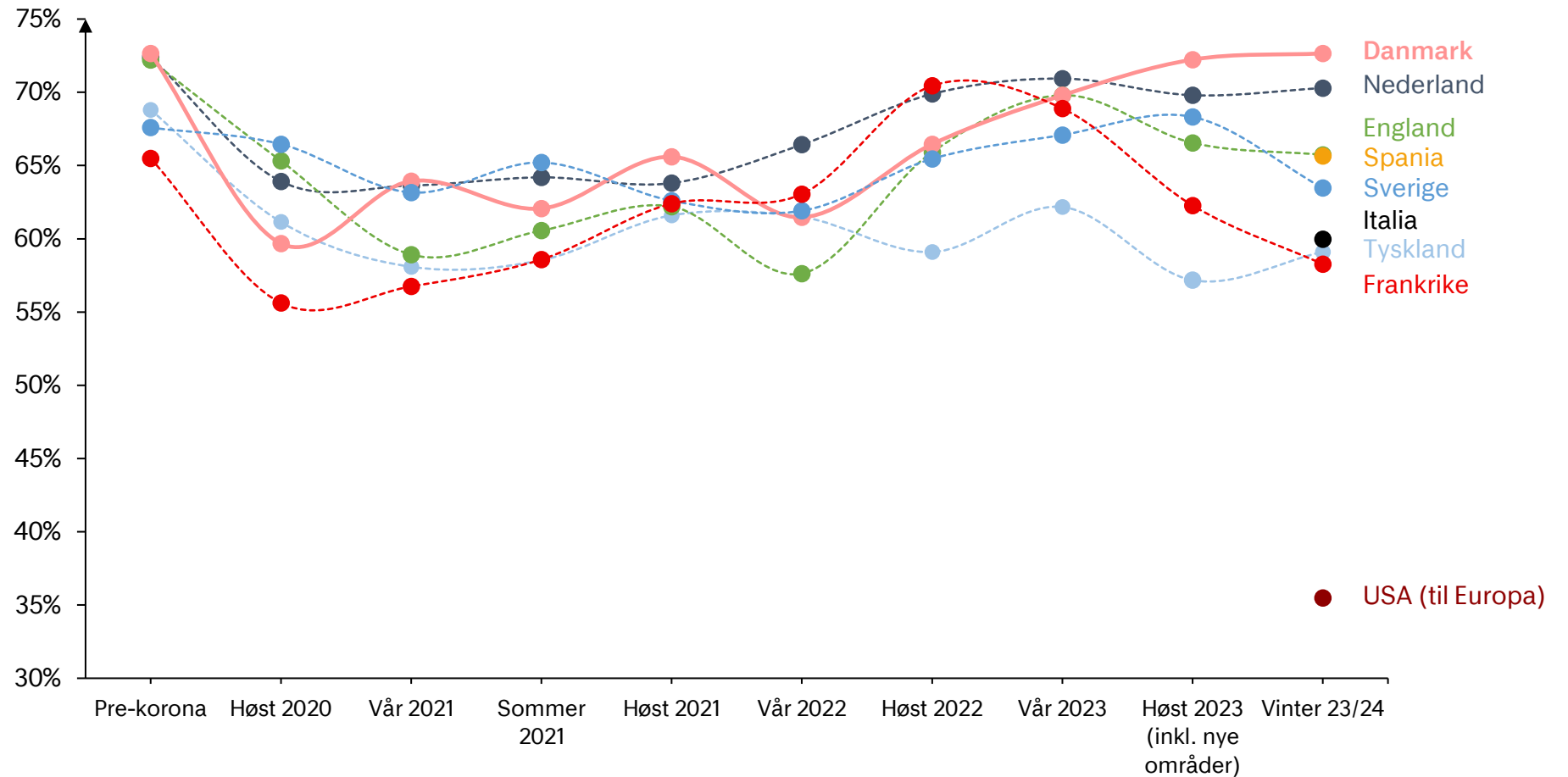
For at få et datamateriale som er relevant for norsk reiseliv, har vi prioritert opp ferier i Norge og ferietyper som utgjør en relativt liten andel av det totale markedet for ferier i utlandet; skiferier, sport og aktive ferier, helse og velvære, kulinariske reiser, vandreferier, sykkelferier og adventure/eventyrferier.

1. Introduksjon

Danskene reiser like mye som før pandemien

Andelen aktive reisende er tilbake på samme nivå som før pandemien i Danmark (73%).

For alle andre markeder er andelen aktive reisende lavere enn før pandemien.



Hele befolkningen

Danske reisende



30% / 31%
18 - 34 år

30% / 37%
35 - 54 år

40% / 33%
55+ år



36% / 35%
Øverste
inntektsgruppe



4,6 / 3,9
Antall reiser
(Europa)



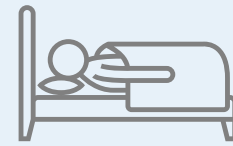
25% / 35%
Andel pakkereise



33% / 32%
Kun ektefelle/partner

28% / 34%
Med barn

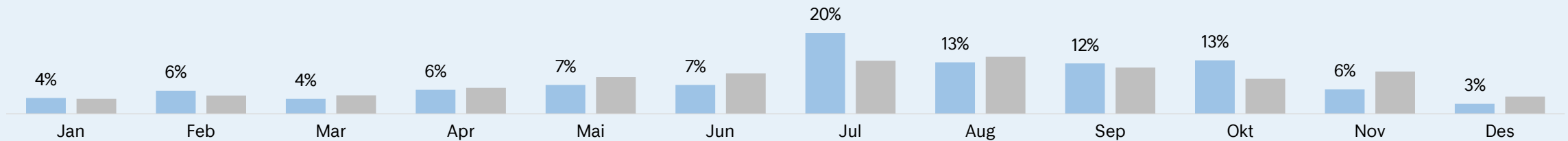
24% / 22%
Med venner



75% / 70%
Korte ferier
1-7 overnattinger

25% / 30%
Lange ferier, 8 eller flere
overnattinger

Hvilke sesonger reiser de?



Oppsummering av funn



NORGES POSISJON

Danmark er det markedet med høyest andel som har besøkt Norge tidligere (75%).

Danskene ser på Norge som et naturlig reisemål for skiferier og naturopplevelser, men er ikke like opptatt av å oppleve kultur og byliv i Norge. Sosial Kultur og Kultur & Natur er viktige segmenter, der Norge kan styrke seg.

Turistundersøkelsen viser at danskene er langt mer fornøyd med pris og kvalitet i Norge etter pandemien. Det kan bidra til at danskene tester ut flere typer ferier i Norge.



DANSKENE VIL HYGGE SEG

Danskene er mer eventyrlystne, åpne og nysgjerrige, enn svenskene. De foretrekker autentiske opplevelser i en hyggelig atmosfære. De har mye til felles med nederlendere, men er mye mer kjent med og lojale til Norge som reisemål.

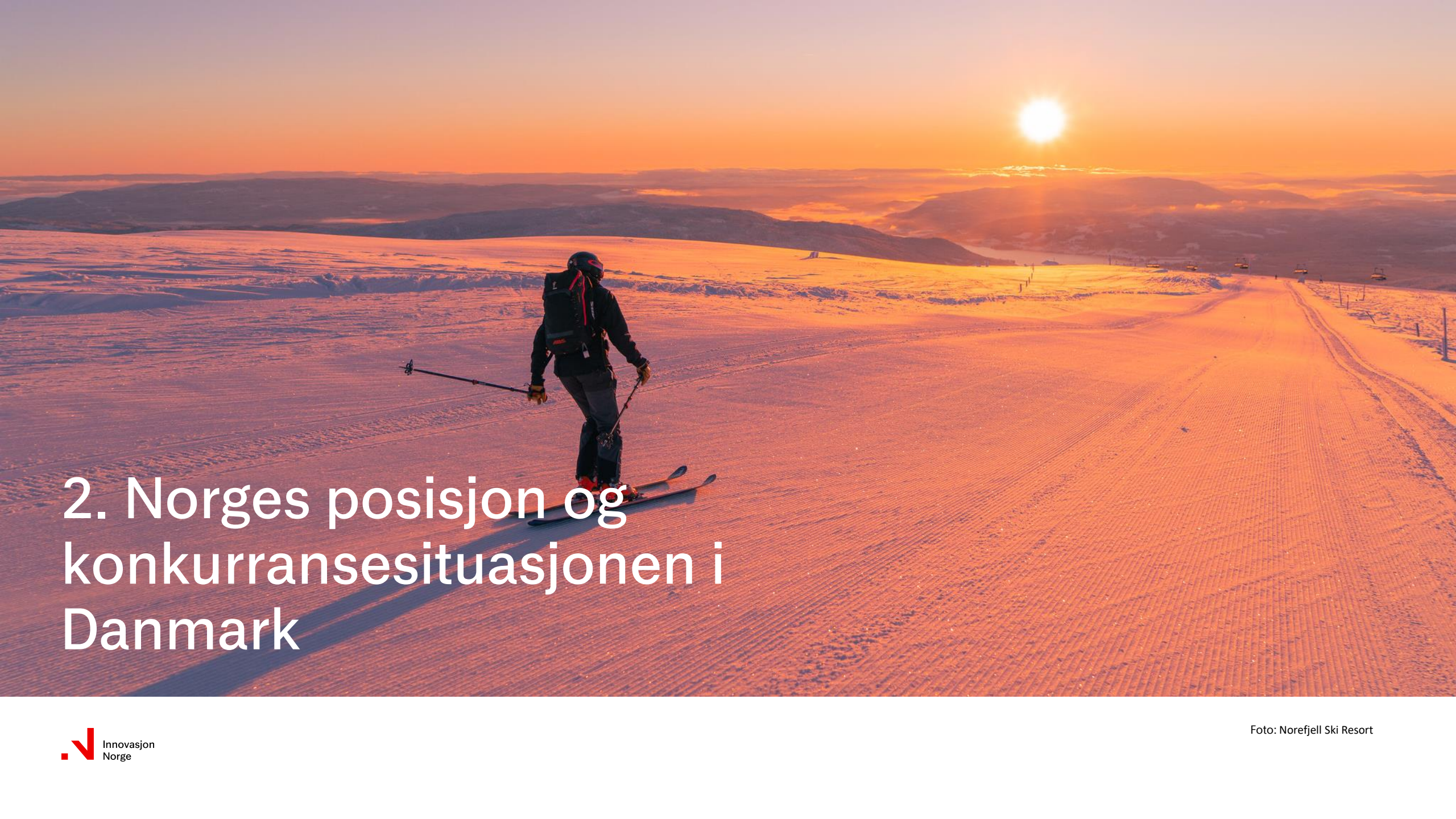
De ser etter reisemål som kan by på komfort, fellesskap og en hyggelig atmosfære, samtidig setter de pris på vakker natur.



REISER ANDRE STEDER FOR BY, KULTUR OG MAT

Det er lav interesse for byferier, kultur og kulinariske opplevelser i Danmark, sammenlignet med mange andre markeder. Dette er ferier der de velger andre reisemål enn Norge.

Norge konkurrerer med Østerrike og Sveits på skiferier, men har en fordel i nærheten til Danmark. Island og Sverige er sterke konkurrenter for naturopplevelser. Skal danskene på storbyferier trekkes de mer mot England, Tyskland og Frankrike.



2. Norges posisjon og konkurransesituasjonen i Danmark

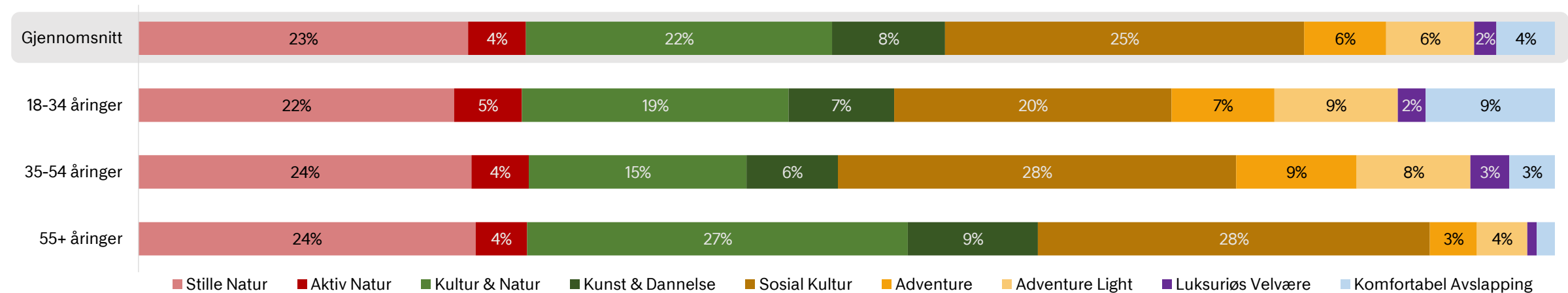


Mindre forskjeller mellom ulike aldersgrupper i det danske markedet

Det er forskjeller mellom de ulike aldersgruppene i Danmark, men forskjellene er mindre enn i de øvrige markedene. Sosial Kultur, Stille Natur og Kultur & Natur og Stille Natur utgjør mellom 6 og 8 av 10 ferier i alle aldersgrupper. Kunst & Dannelse er nesten like viktig for de mellom 18 og 34, som det er for de over 55 år. Det er det ikke i de øvrige markedene. Komfortabel Avslapping er størst blant de yngste, men det er mindre i denne aldersgruppen enn gjennomsnittet for alle andre markeder.

Målgruppenes størrelse (antall overnattinger)

Målgruppenes andel av overnattinger på feriereisene i fordelt på aldersgrupper



2. Norges posisjon og konkurransesituasjonen i Danmark

Danskene er åpne og nysgjerrige, de vil oppleve vakker natur i en hyggelig atmosfære

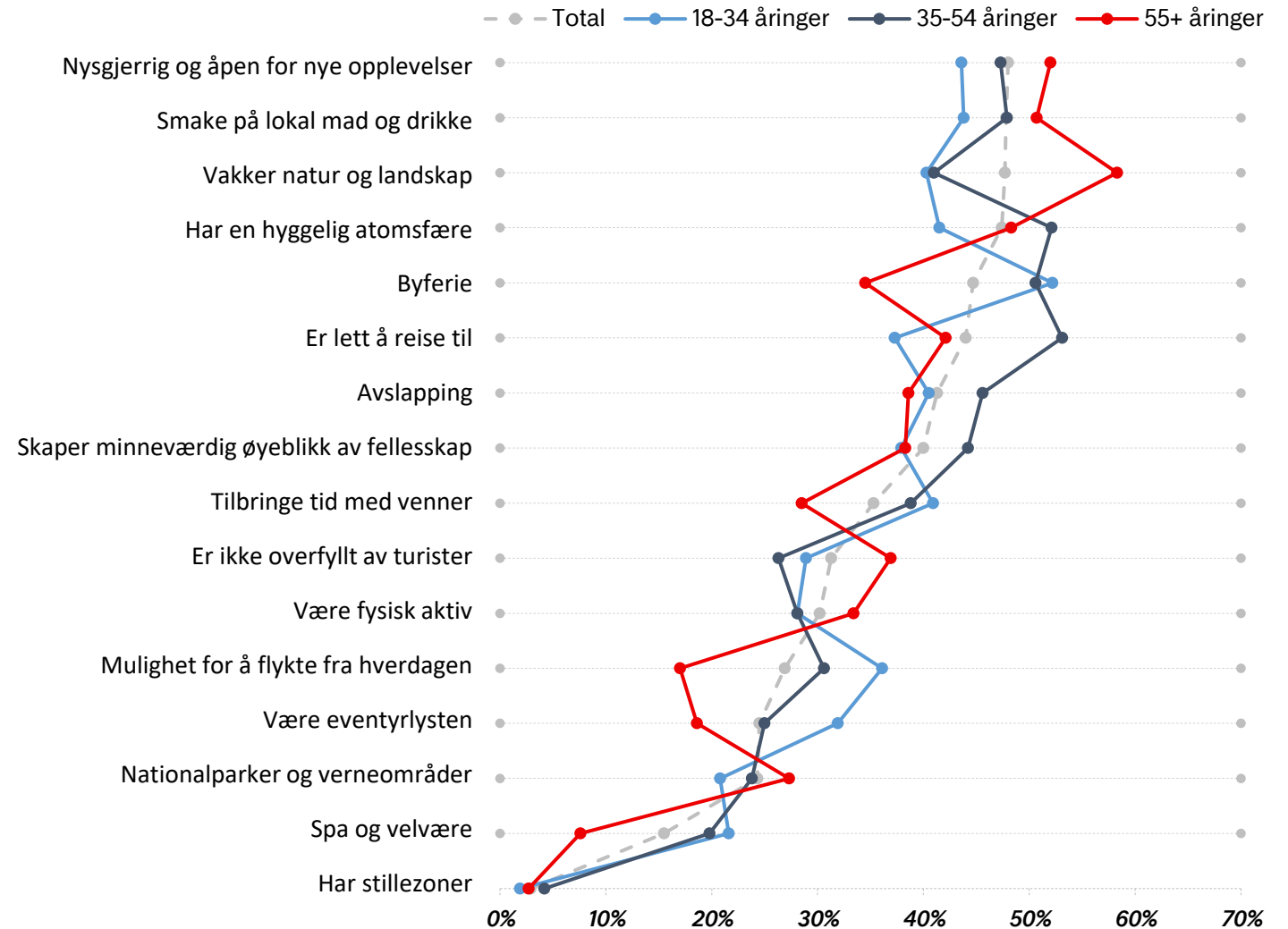
Grafen viser hvilke kvaliteter og egenskaper som er viktig for flest reisende når de er på ferie i Norge og i alle andre land.

Danske ferier handler mer om fellesskap, skape varige minner sammen og tilbringe tid med venner og familie. De er mer opptatt av en hyggelig atmosfære med vakker natur og landskap. På destinasjoner som ikke er overfylt av andre turister. Gastronomiske opplevelser, lokal mat og drikke er viktigere for danskene, uavhengig av alder.

De under 55 er mer opptatt av at ferien er en anledning til å flykte fra hverdagen og nyte spa og velvære, men de har ikke behov for stillhet og ro.

Hvilke kvaliteter, egenskaper, mennesker og karakteristikk skal ferieopplevelsen ideelt sett ha på denne ferien?

Andelen av feriereisende som har angitt egenskapen

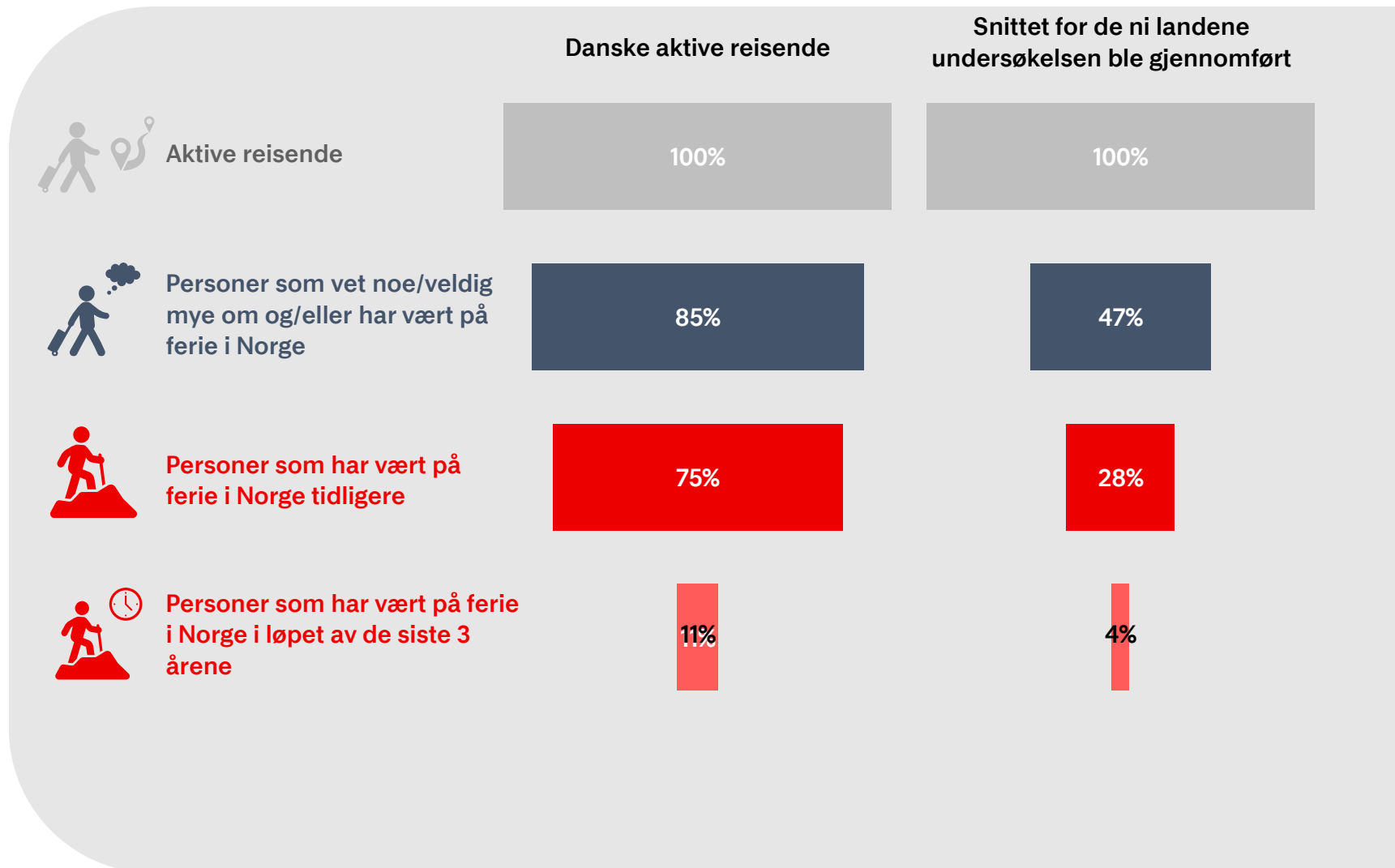


Mer enn 1 av 10 har vært i Norge siste 3 år

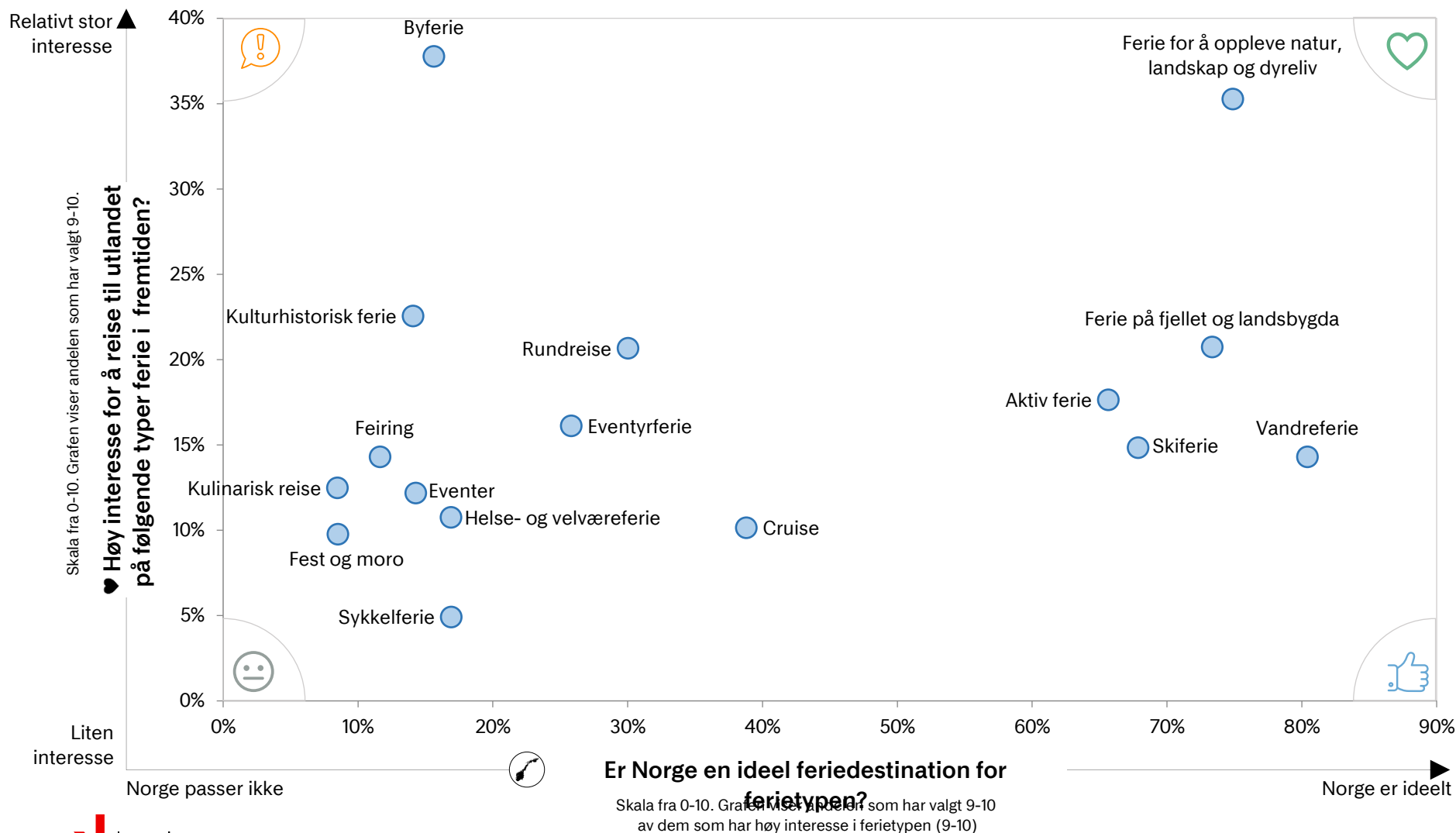
Ingen har besøkt Norge like mye, både de siste 3 årene og tidligere, enn danskene. Hele 2 av 3 har vært på ferie i Norge tidligere. Mer enn 1 av 10 de siste 3 årene.

De kommende sidene viser at et høyt kunnskapsnivå gjør også at danskene har klare oppfatninger om hvilke ferier som passer i Norge, og hvilke typer ferier som ikke er egnet for en norgesferie.

Danskene mener i mye større grad at Norge egner seg for naturferier, skiferier vandreferier og ferier i fjellet, enn de øvrige markedene. Samtidig er det mye færre som mener Norge er en egnet destinasjon for kulturhistoriske ferier, byferier, kulinariske ferier og helse og velvære.



Potensialkart for Norge i det danske markedet



Potensialkartet viser hvilke typer ferier danskene er interessert i å reise på i fremtiden (loddrett akse), og hvilke ferier de vurderer som ideelle på en norgesferie (vannrett akse).

Grafen viser kun svar for de som er svært interessert i ferietypen. Ferier som plasserer seg i øvre høyre hjørne har både høy interesse i markedet og Norge oppfattes som et ideelt reisemål.

Potensialet for Norge er størst for naturferier (35 prosent svært interesserte og 75 prosent av disse mener at Norge er et ideelt reisemål).

Danskene er svært interessert i byferier (38%), men det er kun 16 prosent av de som er interessert, som mener Norge er ideelt for byferier.

Norge assosieres først og fremst med fjell, natur og fysiske aktive ferier

Korrespondansekartet viser hvilke destinasjoner (land) som assosieres med ulike typer ferier. Jo nærmere ferietyper og land ligger på kartet, dess sterkere assosiasjoner er det mellom disse to. Byferier ligger nært England og Nederland, det betyr at danskene assosierer byferier med disse landene.

Norge ligger nær fjell- og vandreferier, og midt mellom skiferier og naturferier. Norge er langt unna byferier, kulturhistoriske ferier, kulinariske ferier og rundreiser. Dess lenger unna en ferie ligger i kartet, dess svakere er assosiasjonen til Norge for den ferietypen.

Norge ligger nærmest Sveits og Østerrike. Det betyr at disse landene ligner mest på Norge, i forhold hvilke ferier som passer i landene.



By- og naturferier toppe listen over ferier danskene er mest interessert i fremover

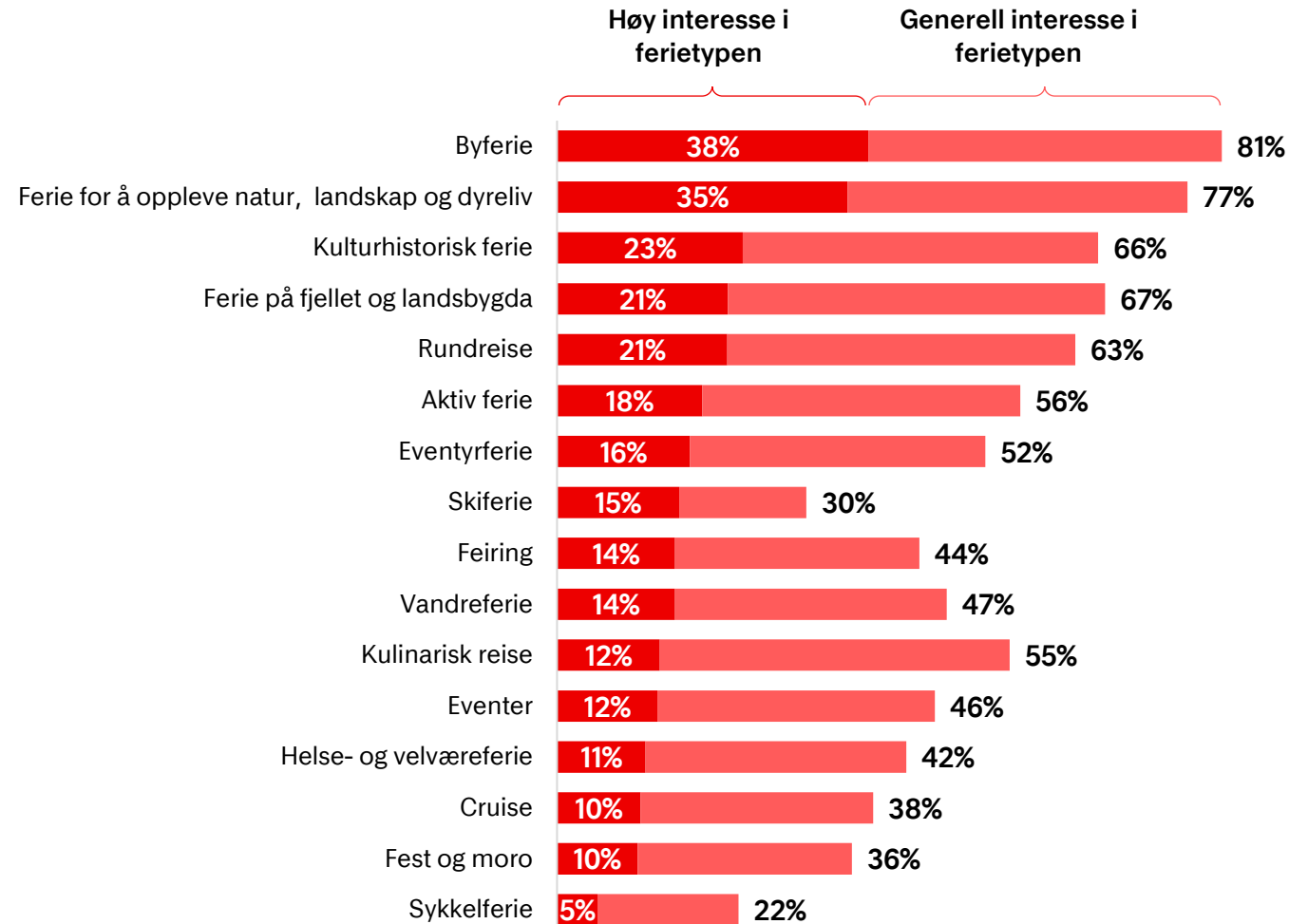
Grafen viser andelen av de aktive reisende som er interessert i ulike typer utenlandsferier i fremtiden.

Den mørkerøde viser andelen som er svært interessert i ferietypen. Det betyr at de har valgt 9 eller 10, på en skala fra 0-10. Det er høyest interesse for byferier etterfulgt av naturferier, kulturhistoriske ferier og ferier på fjellet og landsbygda.

Danskene er under gjennomsnittet interessert i alle typer ferier, med unntak av naturferier. En forklaring på den lavere interessen kan være fordi det er en større andel av befolkningen som er aktive reisende i Danmark enn i de andre markedene.

Den relativt sett lavere interessen for nesten alle typer ferier påvirker også hvor mange land som det er mulig å sammenligne med for hver enkelt av disse ferietypene på side 17-23.

Andel av de aktive reisende som har generell interesse (har valgt 6, 7 eller 8) og høy interesse for en type ferie i utlandet i fremtiden (har valgt 9 eller 10)



Litt under 9 av 10 aktive reisende kjenner eller har besøkt Norge tidligere

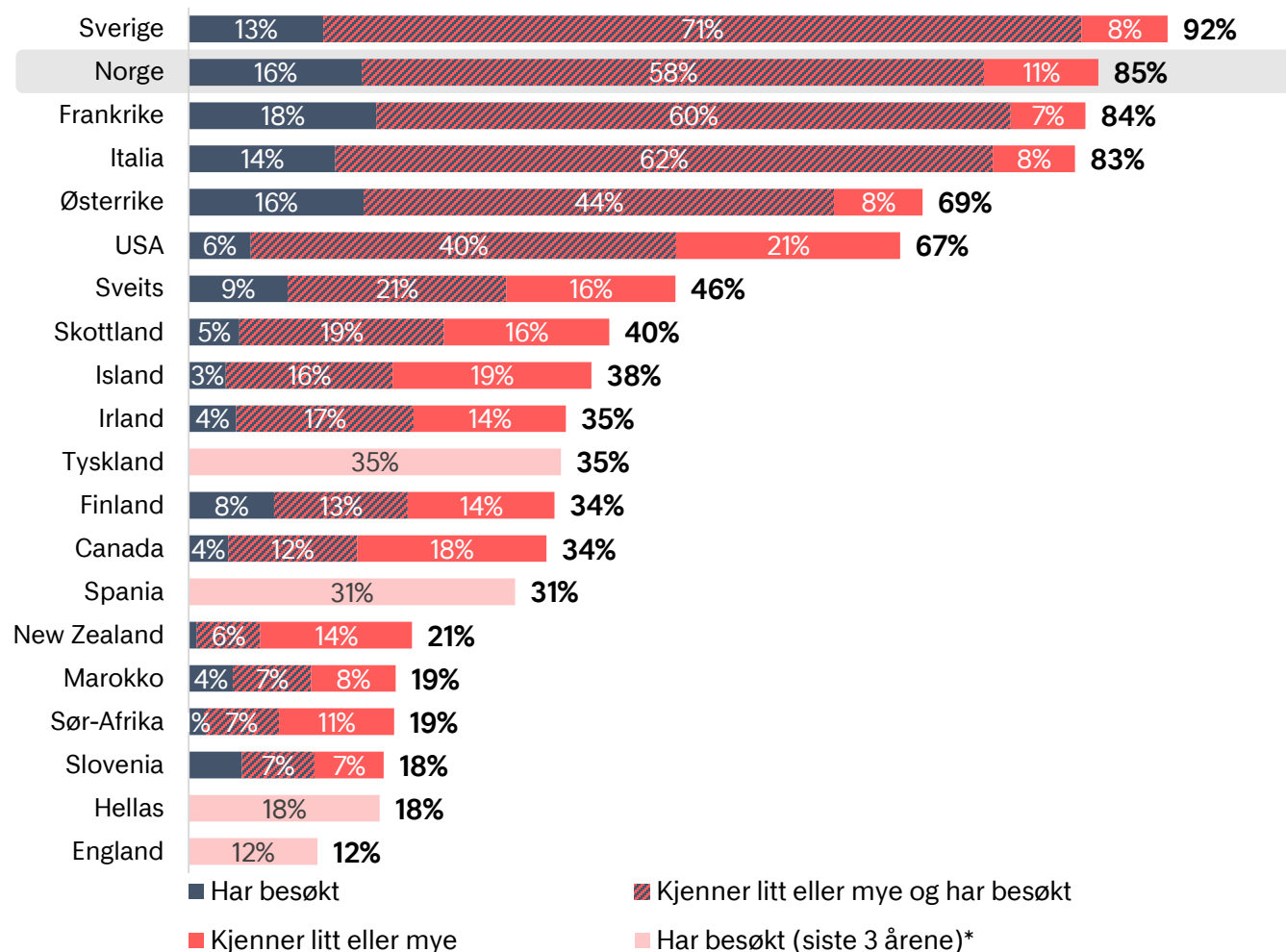
Grafen viser hvor stor andel av de aktive reisende i Danmark som kjenner til de ulike landene som reisemål og/eller har besøkt landene.

I undersøkelsen er det brukt en fast liste med land, på tvers av markeder og ferietyper, for å kunne sammenligne Norges posisjon mot et bredt spekter av konkurrenter. Alle landene i grafen til høyre, bortsett fra Tyskland, Spania, Hellas og England, er med i denne listen. Tyskland, Spania, Hellas og England kommer med fordi det er mange som har besøkt disse landene siste 3 år. Det er det kun målt besøk siste 3 år, ikke tidligere besøk eller kjennskapsnivå for disse.

Sverige, Norge, Frankrike og Italia har høyest kjennskap. Det er også disse landene flest har vært på ferie tidligere.

Det er flere som har besøkt Sverige, enn som har besøkt Norge. Det er 75 prosent av de aktive reisende som har besøkt Norge og i tillegg 10 prosent som kjenner Norge som reisemål litt eller mye. Det betyr at det er 85 prosent av de aktive reisende i Danmark, som kjenner til eller har vært på ferie i Norge.

Andel av de aktive reisende som kjenner eller har besøkt destinasjonene



2. Norges posisjon og konkurransesituasjonen i Danmark

Danskene assosierer Norge først og fremst med fysisk aktive ferier, cruise fjell- og naturferier

Figuren viser i hvor stor grad en destinasjon assosieres med ulike former for ferier. Her kan respondentene velge mellom ulike land og krysse av kun for de landene de mener egner seg for en slik ferie.

Det er kun de med høy interesse for ferietypen (9-10) og kjennskap eller erfaring med destinasjonen, som svare på hvilke ferier de forbinder med et bestemt land. Sverige, Norge, Frankrike, Italia, Østerrike og USA har høy kjennskap, derfor er disse landene vurdert for de fleste ferietyper. Naturferier, byferier, kulturhistoriske ferier og fjellferier har høy interesse. Derfor er det flere rangeringer for disse ferietypene. Det er svært få danskere som vil reise utenlands på en sykkelferie, derfor er det ikke nok svar til å rangere på denne ferietypen.

Destinasjonene er rangert fra 1-20, der 1 er den destinasjonen som i størst grad assosieres med ferietypen. Norge topper listen for cruise og kommer som nummer 2 for eventyrferier.



Hvilke destinasjoner assosieres med ulike typer ferier?

Oversikten viser assosiasjonene til de med høy interesse (9-10) * for ferieformen.

ve

urferier

	Norge	Østerrike	Canada	Finland	Frankrike	Island	Irland	Italia	Marokko	New Zealand	Skottland	Slovenia	Sør-Afrika	Sverige	Sveits	USA	Spania	Hellas	Tyskland	England
Cruise	1	6	-	-	4	-	-	3	-	-	-	-	5	-	2	-	-	-	-	-
Skiferie	2	1	5	-	6	9	-	7	-	-	10	-	4	3	8	-	-	-	-	-
Ferie på fjellet eller i landsbygda	2	3	6	11	10	8	14	7	-	4	5	-	12	9	1	15	16	-	13	-
Vandreferie	2	4	6	10	11	3	8	9	-	-	1	-	5	7	12	-	-	-	-	-
Aktiv ferie	3	2	6	7	12	1	14	13	-	-	9	-	4	8	11	5	-	10	-	-
Helse og velvære	5	2	-	-	4	-	-	3	-	-	-	-	1	-	6	-	-	-	-	-
Fest og moro	6	5	-	-	3	-	-	2	-	-	-	-	4	-	1	-	-	-	-	-
Eventyrferie	6	12	3	5	9	2	10	7	-	-	4	-	11	8	1	-	-	-	-	-
Oppleve natur, landskap og dyreliv	7	10	3	4	16	1	9	15	18	2	6	12	5	8	11	13	17	19	14	-
Events	9	7	4	-	2	10	-	5	-	-	3	-	6	8	1	-	-	-	-	-
Feiring	10	9	-	-	3	7	6	1	-	-	4	-	5	8	2	-	-	-	-	-
Kulinarisk ferie	11	6	-	10	2	7	5	1	-	-	4	-	8	9	3	-	-	-	-	-
Rundreise	14	16	3	10	8	5	7	11	9	-	4	-	2	15	12	1	13	-	6	-
Byferie	15	12	9	11	3	18	7	4	13	20	10	16	17	8	14	5	6	19	2	1
Kulturhistorisk ferie	17	10	16	14	2	11	7	1	5	-	6	8	12	15	13	9	3	-	4	-
Sykkelferie	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

* Figuren viser den relative rangeringen mellom destinasjonene som er valgt som benchmark i spørreskjemaet. "-" angir celler med for få respondenter til å rangere.

Norge er ikke alene om å være godt posisjonert for naturferier

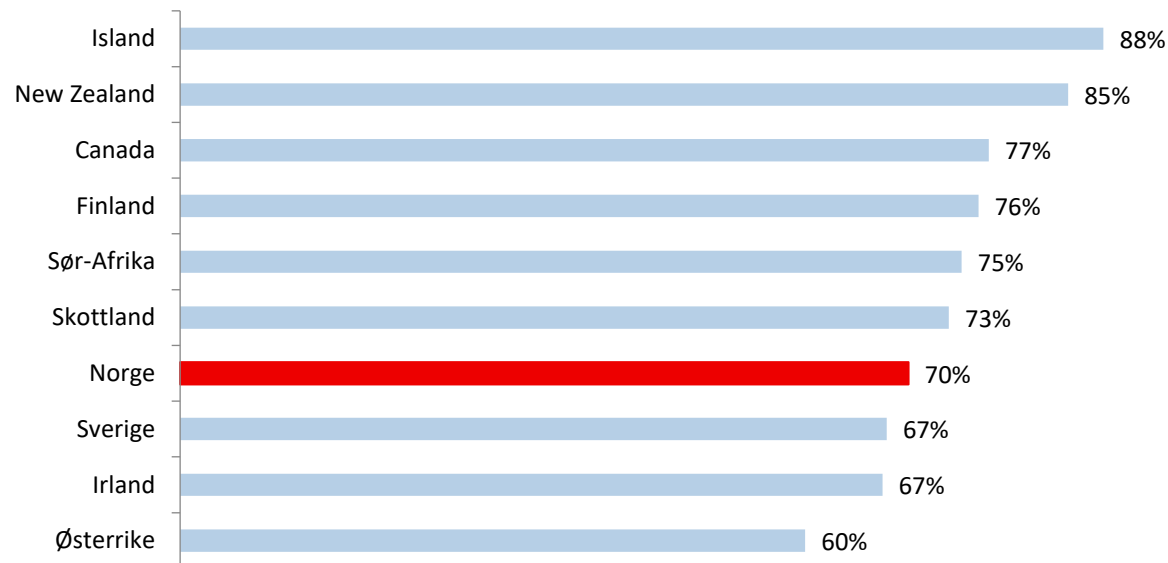


Figurene viser andelen med høy interesse for naturferier, som har svart at de assosierer denne typen ferier med disse landene. De har kun fått opp land i listen som de kjenner til eller har besøkt.

7 av 10 assosierer Norge med naturferier, det holder til en 7. plass. Island topper listen, hele 88 prosent av de som er interessert i naturferier forbinder Island med en slik ferie. Konkurransen er stor, både fra naboland og fra mer eksotiske reisemål som Sør-Afrika, New Zealand og Canada.

Mer enn 8 av 10 naturferier er i Stille Natur (37%) og Kultur & Natur (32%) og Sosial Kultur (15%).

I hvilken grad forbindes ett land med ferie for å oppleve natur, landskap og dyreliv



Største segmenter for ferietypen er...

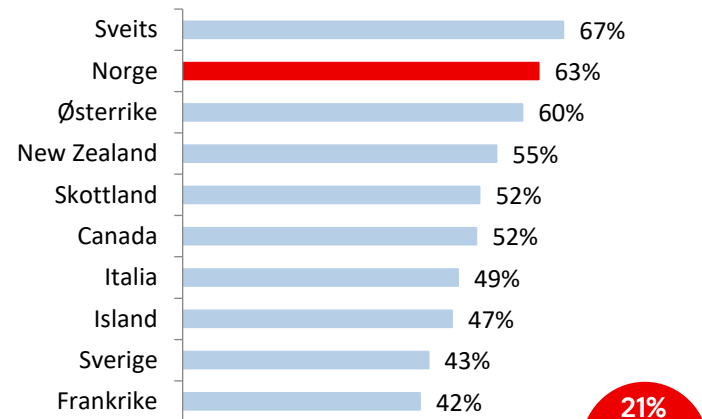


35%
... har høy
interesse for å
reise på
ferietypen

Norge passer svært godt til fjell-, ski og vandreferier

Norge egner seg meget godt som reisemål for ski-, fjell- og vandreferier. Hele 3 av 4 som er interessert i skiferier mener Norge er godt egnet. 7 av 10 skiferier er i segmentene Aktiv Natur (44%) og Stille Natur (33%). Norge topper listen for fjellferier sammen med Sveits og Østerrike. Halvparten av fjellferiene er i Kultur & Natur (38%) og Stille Natur (36%), etterfulgt av Sosial Kultur (9%) og Adventure (9%). Norge er nr. 2 for vandreferier, foran både Østerrike og Sveits, her er det flere land som egner seg godt og dermed større konkurranse fra flere destinasjoner. Mer enn 8 av 10 vandreferiene er i Stille Natur (46%) og Kultur & Natur (36%).

I hvilken grad forbindes ett land med ferie på fjellet eller i landsbygda



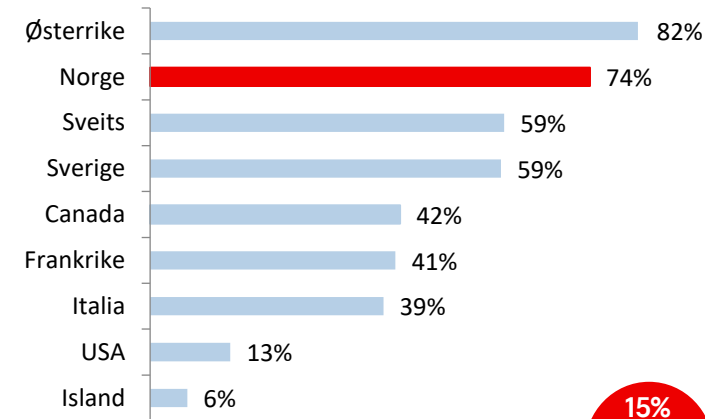
21%

... har høy interesse for ferietypen

Største segmenter for ferietypen er...



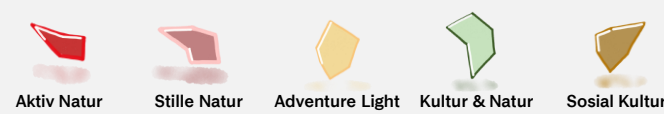
I hvilken grad forbindes ett land med skiferie



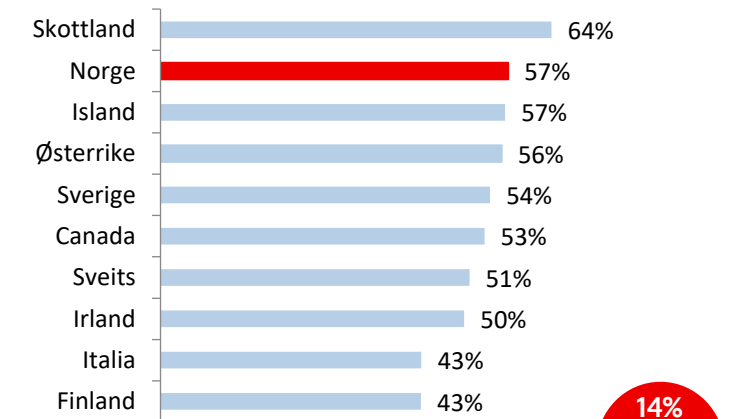
15%

... har høy interesse for ferietypen

Største segmenter for ferietypen er...



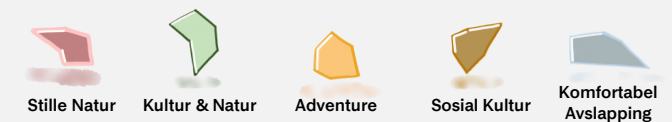
I hvilken grad forbindes ett land med vandreferie



14%

... har høy interesse for ferietypen

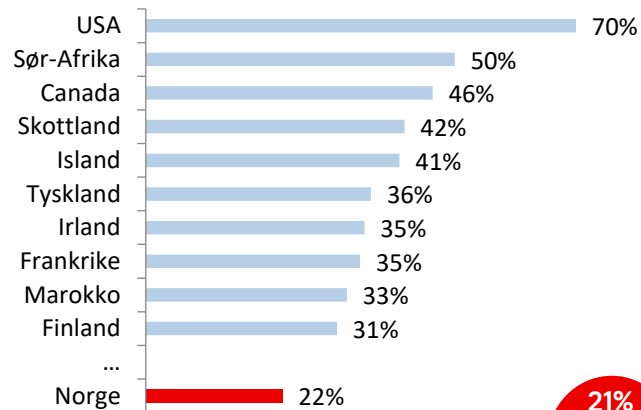
Største segmenter for ferietypen er...



Norge topper listen for cruiseferier, men interessen er relativt lav

Norge topper listen over destinasjoner som egner seg for cruise, men det er kun 10 prosent av danskene som er svært interessert. Mer enn 7 av 10 cruiseferiene er i Sosial Kultur (35%), Kultur & Natur (20%) og Adventure (18%). Norge er også ganske godt posisjonert for eventyrferier, Island og Finland er foran Norge, men det betyr at danskene godt kan reise i nabolandene på eventyrferier. Det er de under 35 år som er mest interessert i eventyrferier. Nesten 9 av 10 eventyrferier er i Kultur & Natur (40%), Stille Natur (22%), Sosial Kultur (14%) og Adventure (12%). Rundreiser er ikke en ferie danskene forbinder med Norge, her er Norge nr. 14 av 16. Halvparten av rundreisene er i Kultur & Natur (51%).

I hvilken grad forbindes ett land med rundreise



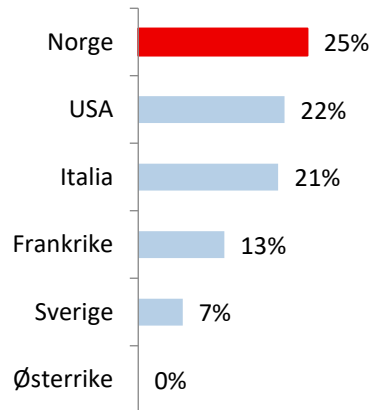
Største segmenter for ferietypen er...



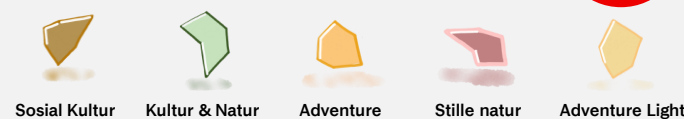
21%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med cruise



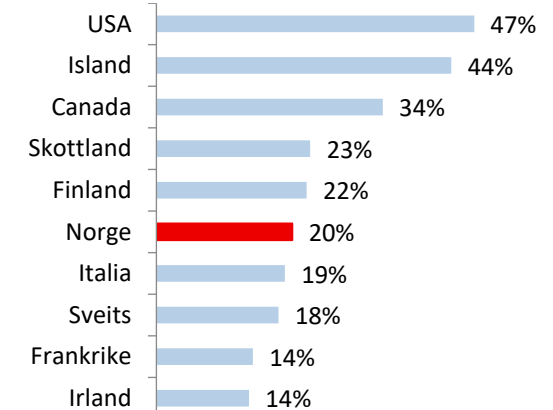
Største segmenter for ferietypen er...



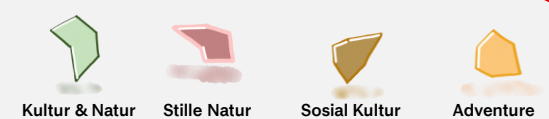
10%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med eventyrferie



Største segmenter for ferietypen er...



16%

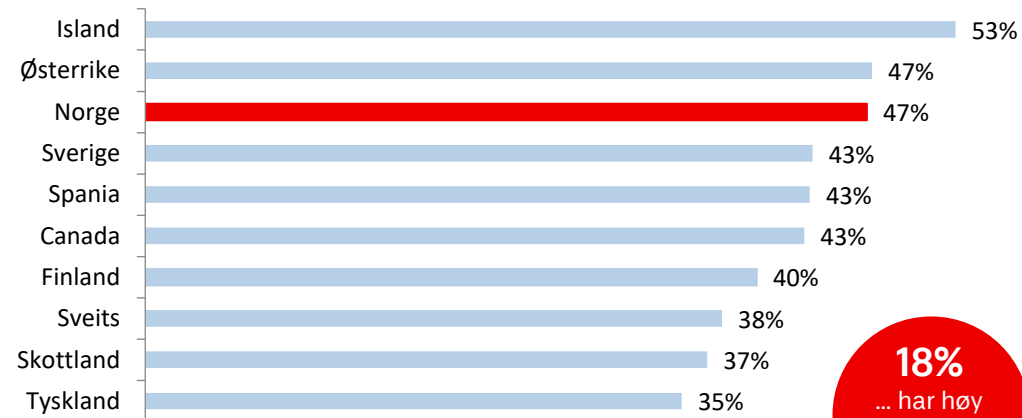
... har høy interesse for ferietypen

Norge egner seg for aktive ferier



2 av 10 dansker er svært interessert i å reise på en aktiv ferie. I andre land kalles denne ferietypen sport-/aktiv ferie, mens i Danmark er det kun aktiv ferie. Det forklarer hvorfor interessen for denne typen ferie er høyere i Danmark enn i andre land. Alle de nordiske landene egner seg for aktive ferier. Det er mange naboland, både i Norden og Europa på topp for aktive ferier. Kultur & Natur (33%), Stille Natur (30%), Aktiv Natur (10%) og Sosial Kultur (10%). Norge er nr. 5 for helse og velvære ferier, men det er kun 6 land med nok svar for denne ferietypen. Det er kun 11 prosent av de interesserte som mener Norge passer for denne typen ferier. Stille Natur er dominerende målgruppe (42%), etterfulgt av Kultur & Natur (21%), Adventure (13%) og Luksuriøs Velvære (9%).

I hvilken grad forbindes ett land med aktiv ferie

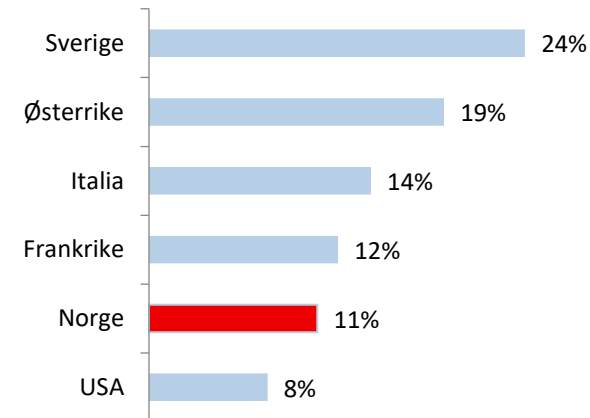


18%
... har høy
interesse for
ferietypen

Største segmenter for ferietypen er...

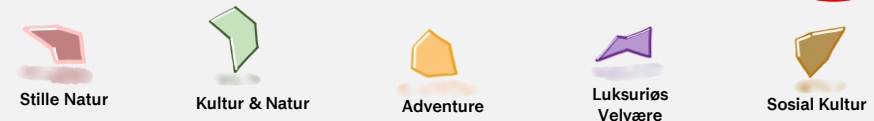


I hvilken grad forbindes ett land med helse og velvære



11%
... har høy
interesse for
ferietypen

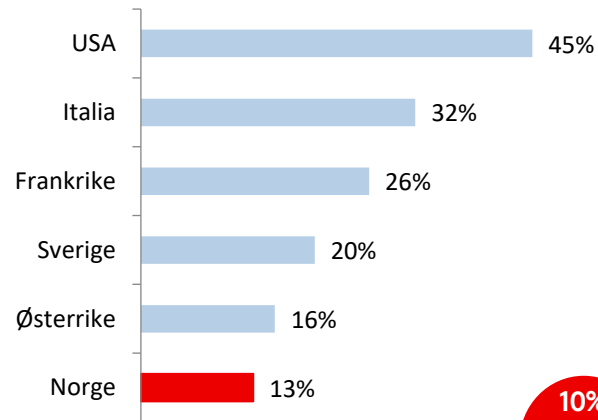
Største segmenter for ferietypen er...



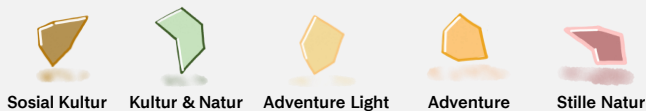
Norge egner seg ikke spesielt godt for fest og moro, feiringer eller eventer

Når det er få som er svært interessert, er det også få som har svart på hvilke land som passer for denne typen ferier. Selv om Norge er på listen for fest og moro, feiringer og eventer, er Norge nr. 6 av 6 for fest og moro, nr. 10 av 10 for feiringer og nr. 9 av 10 for eventer. Det er få dansker som forbinder Norge med disse typene ferier. Det dominerende segmentet for feiringer er Sosial Kultur (36%), etterfulgt av Kultur & Natur (18%) og Stille Natur (16%). For event er Sosial Kultur (26%) størst, deretter Kultur & Natur (23%), Adventure Light (17%) og Stille Natur (14%).

I hvilken grad forbindes ett land med fest og moro



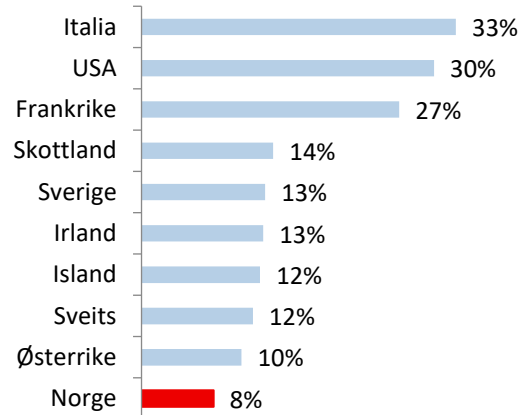
Største segmenter for ferietypen er...



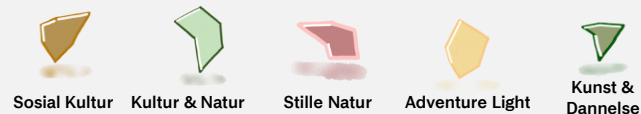
10%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med feiringer



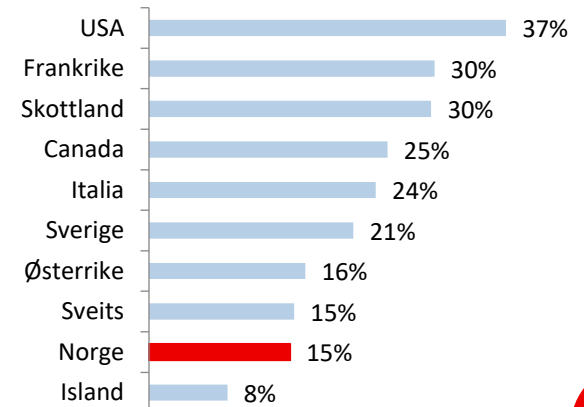
Største segmenter for ferietypen er...



14%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med events



Største segmenter for ferietypen er...



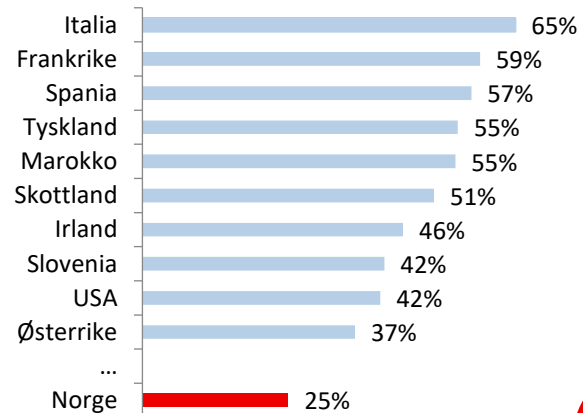
12%

... har høy interesse for ferietypen

Norge har en svak posisjon for by-, kulturhistoriske og kulinariske ferier

Sverige er det eneste nordiske landet med en ganske sterk posisjon på byferier. Italia og Frankrike er i toppen for alle disse ferietypene. Det er et lyspunkt at det er mange som er interessert i byferier, og at hele 34 prosent forbinder Norge med byferie. Selv om Norge er nr. 15 av 20 målte destinasjoner. For både kulturhistoriske og kulinariske ferier er Norge sist på listen over land som egner seg for denne typen ferier. Nesten 7 av 10 kulturhistoriske ferier er i Sosial Kultur (27%), Kultur & Natur (24%) og Adventure (17%). For byferier er Sosial Kultur (39%) størst, etterfulgt av Kultur & Natur (19%) og Kunst & Dannelselse (15%). Kultur & Natur (45%) er dominerende for kulturhistoriske ferier, deretter kommer Sosial Kultur (18%) og Kunst & Dannelselse (17%). Kultur & Natur (37%) er største segment for kulinariske ferier, etterfulgt av Sosial Kultur (20%) og Stille Natur (17%).

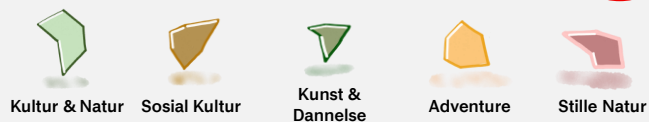
I hvilken grad forbindes ett land med kulturhistorisk ferie



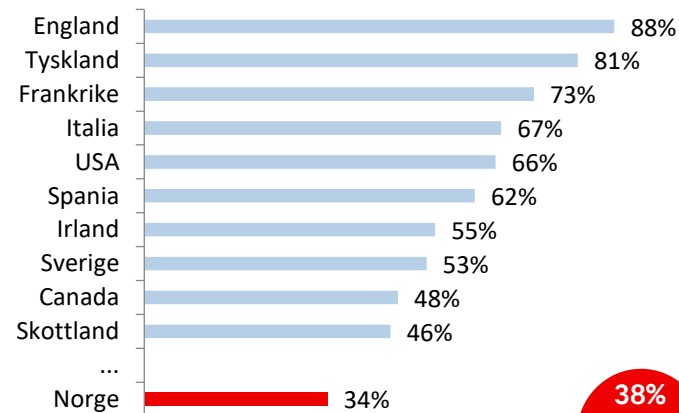
23%

... har høy interesse for ferietypen

Største segmenter for ferietypen er...



I hvilken grad forbindes ett land med byferie



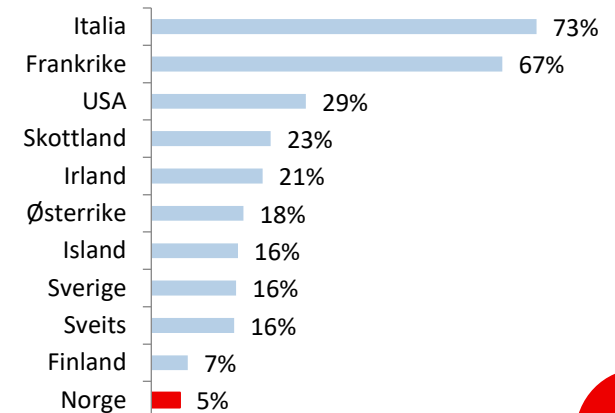
38%

... har høy interesse for ferietypen

Største segmenter for ferietypen er...



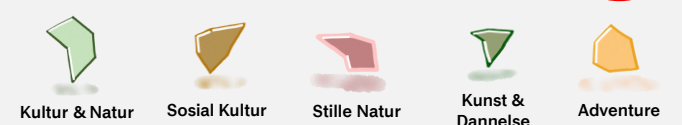
I hvilken grad forbindes ett land med kulinarisk ferie



13%

... har høy interesse for ferietypen

Største segmenter for ferietypen er...





3. Metode

Metode og avgrensning



9

land/markeder: Danmark, Sverige, Tyskland, Nederland, Frankrig, Spanien, Italien, UK og USA



13 086

respondenter



33 270

feriereiser



15 239

reiser med detaljert data (segmenteringsgrunnlag)

Hva bygger analysene på?

Datainnsamlingen fant sted i desember 2023 og januar 2024. Analysene er gjennomført med aktive reisende. Det er personer som har vært på ferie siste 3 år, og som er interessert i å reise til utlandet (Europa i USA) de neste 3 årene. De skal også være interessert i å oppleve mer enn sol og strand.

For at kun få mest mulig informasjon om Norge, har vi prioritere opp ferier i Norge, samt følgende typer ferier: Skiferier, sport og aktive ferier, helse og velvære, kulinariske reiser, vandreferier, sykkelferier og adventure.

Hvordan har målgruppene blitt til?

Respondentene har dokumentert faktiske ferier de har vært på, og prioriteringer de vil gjøre dersom de skulle reist på en lignende, ideell utgave av ferien til samme reisemål igjen.

I analysen av de 15 239 feriene som er kartlagt, ble det identifisert 27 utsagn (emosjonelle behov/sosial identitet), som samlet sett fanget opp variasjonen i datamaterialet mellom ulike typer ferier. Disse 27 utsagnene ble deretter supplert med de mest distinkte aktivitetene og funksjonelle egenskapene. Utsagn om bærekraft og samfunnsnytte viste lite variasjon mellom ulike ferier, og egnet seg derfor ikke som segmenteringsvariabler.

I analysearbeidet er det testet ut mange ulike statistiske metoder. Metoden som ble brukt, er en latent klasseanalyse, hvor de 27 utsagnene (emosjonelle behov/sosial identitet) har fått høyere vekt.

Segmenteringen ble gjennomført i to trinn, fordi det var store forskjeller i aktivitetsnivået på feriene (en del av feriene hadde langt færre aktiviteter og behov). De distinkte aktivitetene og funksjonelle egenskapene ble varierte i hvert trinn, for å differensiere mer mellom feriene med lavest aktivitetsnivå.

Innovasjon Norge

Pb. 448 Sentrum, 0104 Oslo
Grev Wedels plass 9,
0151 Oslo
Tlf: (+47) 22 00 25 00
www.innovasjon norge.no

Epinion

Ryesgade 3F
2200 Copenhagen N
Denmark
T: (+45) 87 30 95 00
E: copenhagen@epinionglobal.com
www.epinionglobal.com

Gyger

Sigrid Oterholm Hoem
T: (+47) 90 78 77 80
E: sigrid@gyger.no

