

Konkurransesituasjonen i

Nederland

Rapport mars 2025



Epinion



Innholdsfortegnelse

- 1 Introduksjon
- 2 Norges posisjon og konkurransesituasjonen i Nederland
- 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.

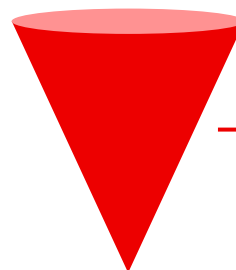
Dette er den samme måten å avgrense målgruppen på som er brukt i reisebarometeret og i målgruppeundersøkelsen i 2017.

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



1 333 / 13 086

respondenter/intervju



3 453 / 33 270

feriereiser siste 3 år



1 503 / 15 239

Kartlagte reiser med detaljert data (segmenteringsgrunnlag)

■ Nederlandske 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.

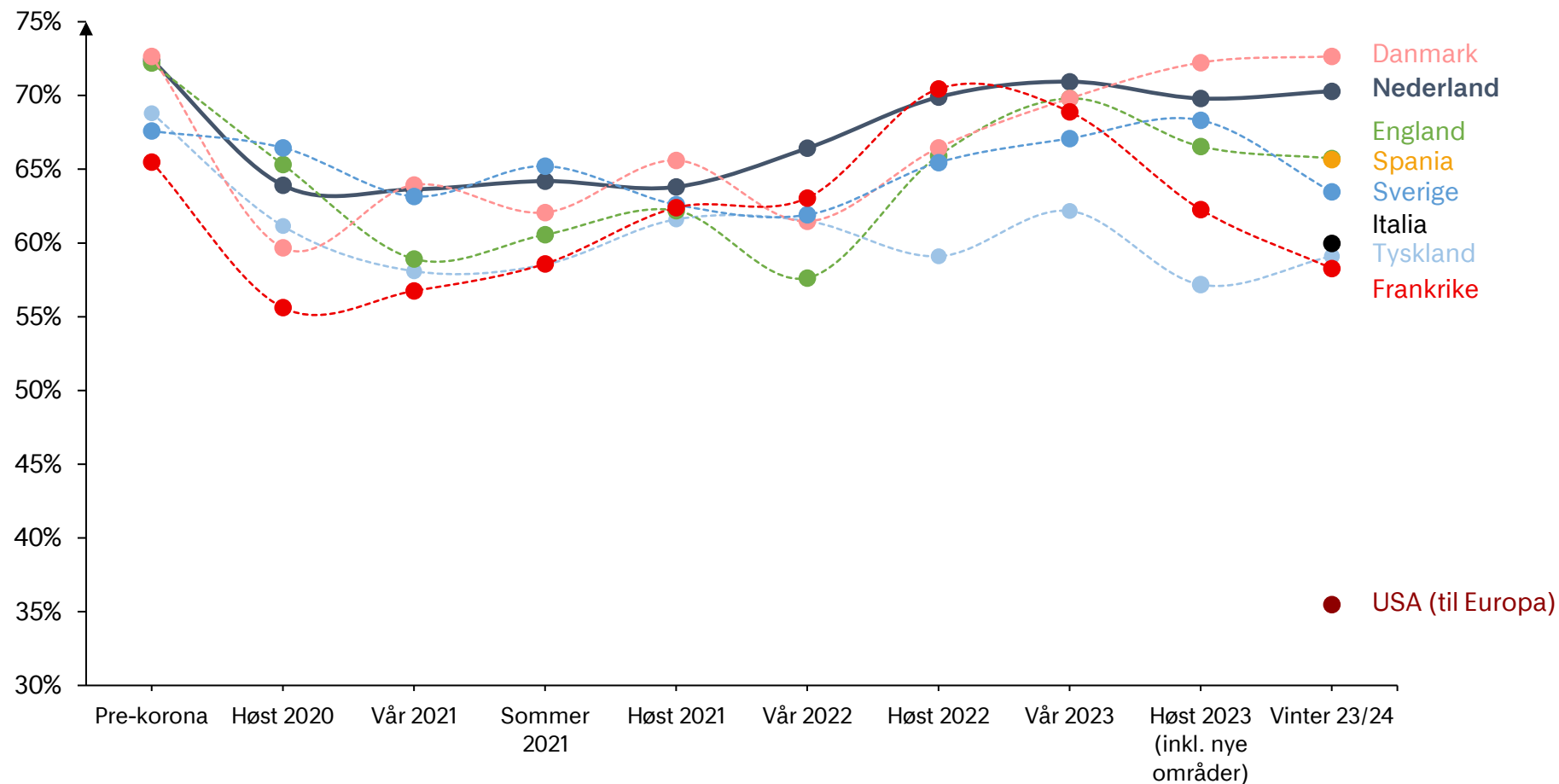
1. Introduksjon

Andel aktive reisende er nesten tilbake på samme nivå som før korona

7 av 10 i den voksne befolkningen er aktive reisende.

Det er kun Danmark som har en større andel aktive reisende enn Nederland.

Før pandemien var 73% av nederlenderne aktive reisende. Reiselysten i Nederland har steget jevnt siden høsten 2021, og var i desember 2023 nesten tilbake på samme nivå som før pandemien.



Hele befolkningen

Nederlandske reisende



31% / 31%
18 - 34 år

31% / 37%
35 - 54 år

38% / 33%
55+ år



35% / 35%
Øverste
inntektsgruppe



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



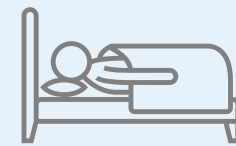
28% / 35%
Andel pakkereise



35% / 32%
Kun ektefelle/ partner

34% / 34%
Med barn

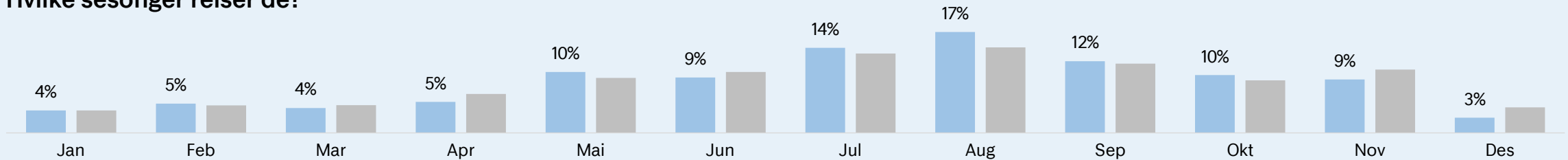
19% / 22%
Med venner



57% / 70%
Korte ferier
1-7 overnattinger

43% / 30%
Lange ferier, 8 eller flere
overnattinger

Hvilke sesonger reiser de?



Oppsummering av funn



LAV KJENNSKAP TIL NORGE I NEDERLAND

1 av 3 aktive reisende i Nederland har vært i Norge og/eller svarer at de kjenner noe eller godt til Norge. Norges posisjon er relativt sterk som reisemål for eventyrferier, fjellferier, naturferier og cruise. Det lave kjennskapsnivået, sammenlignet med hvor mange som har besøkt Norge, er en utfordring i markedet.

Norge konkurrerer primært med Sveits og Østerrike på fjellferier og vandreferier. Island er en sterk konkurrent for eventyr og naturopplevelser.



FYSISK AKTIVE FERIER

Nederlendere er opptatt av naturopplevelser, stillhet og fysiske aktiviteter. Derfor er Stille Natur og Kultur & Natur er fortsatt viktig.

Nederland er et viktig marked for sykkelturnisme. Norge har relativt svak posisjon som aktivt reisemål, sammenlignet med konkurrenter.

Derfor er det et potensial for å utvikle Adventure Light og Komfortabel Avslapping. Mange unge nederlendere er på jakt etter korte, aktive ferier.



DAGENS GJESTER BLIR LENGE, MEN BRUKER LITE PENGER

Nederland er et stort marked for bobil- og campingferier i Norge om sommeren. De blir lenge, reiser mye rundt og opplever store deler av landet. De har et lavere forbruk enn mange andre markeder, spesielt på matopplevelser og overnatting.



2. Norges posisjon og konkurransesituasjonen i Nederland

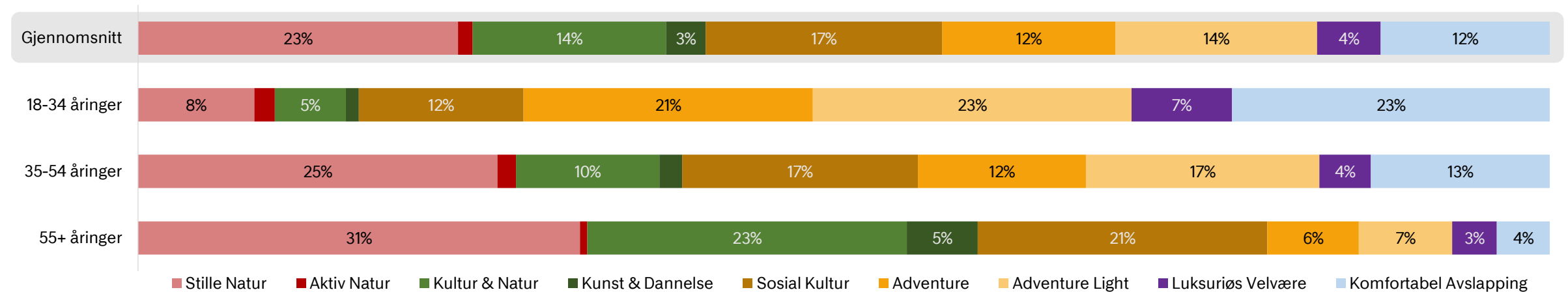


Målgruppene har ulik størrelse og betydning i ulike aldergrupper

Nesten 1 av 4 utenlandsferier er i Stille Natur. Målgruppen er markant større for de som er 35 år og oppover. De yngste reisende i Nederland skiller seg markant fra de eldre særlig på betydningen av Stille Natur. For de under 35 år er nesten 7 av 10 reiser i Adventure, Adventure Light og Komfortabel Avslapping, men for de over 55 år er 3 av 4 ferier i målgruppen Stille Natur, Kultur & Natur og Sosial Kultur. De ulike segmentene har svært ulik betydning i de ulike aldersgruppene i Nederland. Sosial Kultur er den målgruppen som skiller minst på tvers av de ulike aldersgruppene. Kunst & Dannelse er mindre viktig for nederlandske reisende, også blant dem over 55 år.

Målgruppenes størrelse (antall overnattinger)

Målgruppenes andel av overnattinger på feriereisene i fordelt på aldersgrupper



2. Norges posisjon og konkurransesituasjonen i Nederland

Mer frihet, natur, fysisk aktivitet og moro på utenlandsferier

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

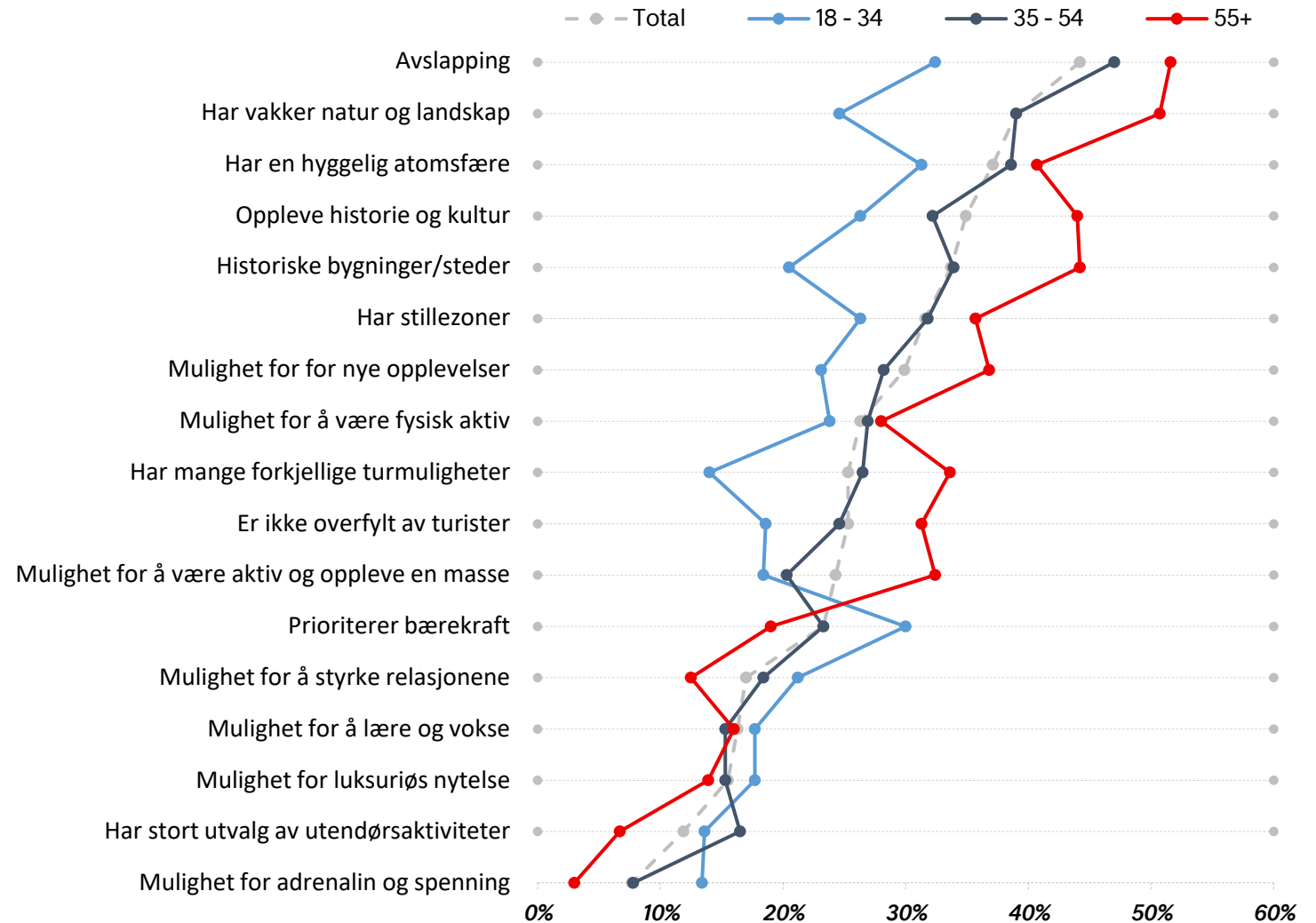
Nederlenderne er mer enn gjennomsnittet opptatt av vakker natur og landskap. Interessen øker med alderen, det gjelder også interessen for kultur og historie.

Grafen illustrerer godt at aldersgruppen mellom 35 og 55 år er et gjennomsnitt av de eldste og de yngste på nesten alle variabler, bortsett fra at de er mer opptatt av et stort utvalg av utendørsaktiviteter enn både de som er yngre og eldre.

En hyggelig atmosfære og fysisk aktivitet er viktigere for nederlandske reisende, enn for reisende fra andre markeder. Det samme gjelder turmuligheter, vandring og sykling.

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

Andelen av feriereisende som har angitt egenskapen



1 av 10 har vært i Norge siste 3 år

Det er kun 32 prosent av de aktive reisende som vet noe eller mye om Norge og/eller som har besøkt Norge tidligere. Det betyr at hele 65 prosent av de som har kjennskap til Norge har besøkt Norge tidligere.

Det som skiller nederlandske reisende mest fra reisende i andre land, er at kjennskapsnivået er lavt i forhold til hvor mange som faktisk har vært i Norge tidligere.



Aktive reisende

Nederlandske reisende

100%

Snittet for de ni landene undersøkelsen ble gjennomført

100%



Personer som vet noe/veldig mye om og/eller har vært på ferie i Norge

32%

47%



Personer som har vært på ferie i Norge tidligere

21%

28%



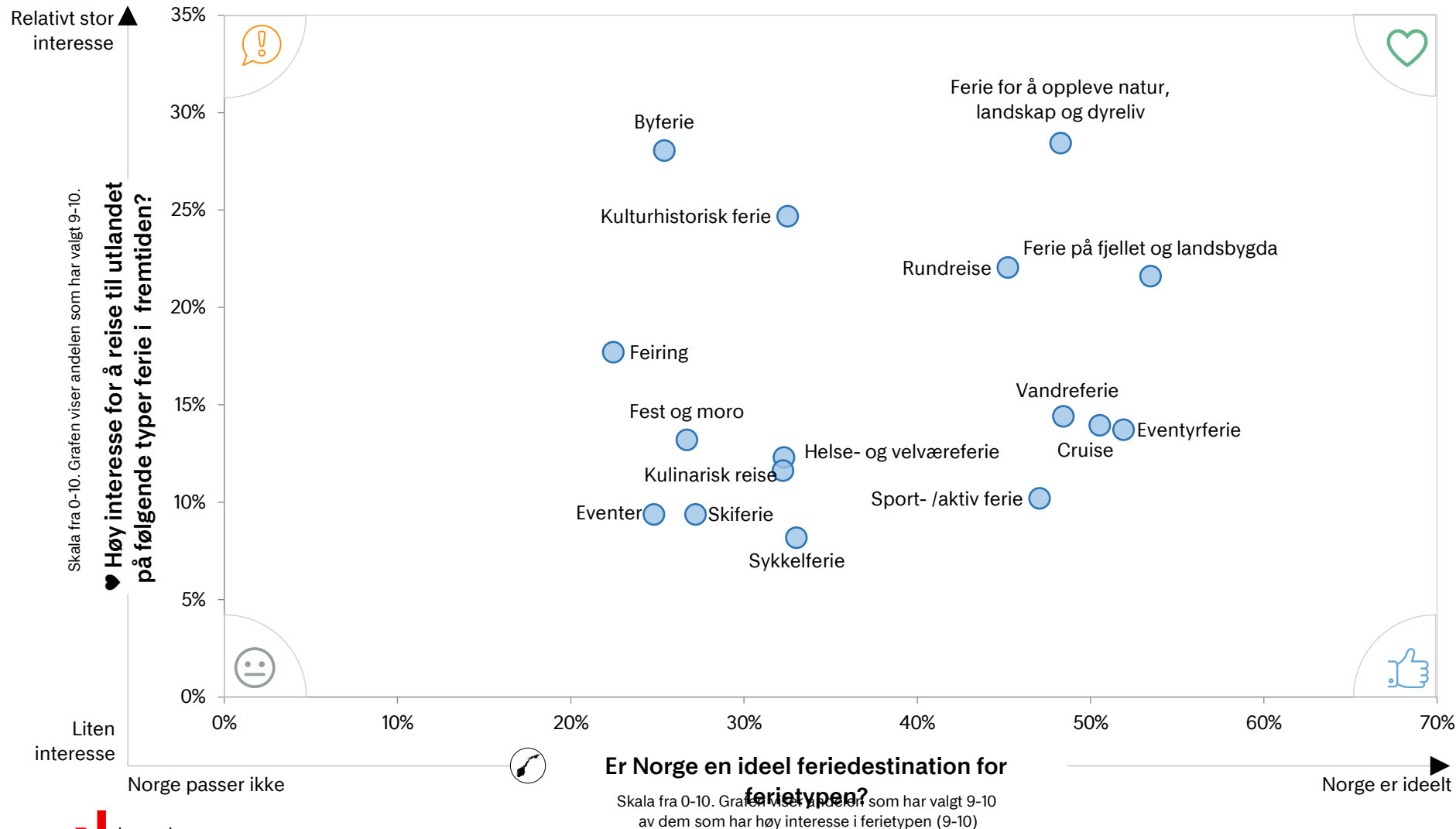
Personer som har vært på ferie i Norge i løpet av de siste 3 årene

3%

4%

2. Norges posisjon og konkurransesituasjonen i Nederland

Potensialkart for Norge i det nederlandske markedet



Potensialkartet viser hvilke typer ferier nederlendere er interessert i å reise på i fremtiden (loddrett akse), og hvilke de vurderer som ideelle på en norgesferie (vannrett akse). Her har de kun vurdert Norge, ikke andre reisemål.

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 (28 prosent svært interesserte og 48 prosent av disse mener at Norge er et ideelt reisemål for naturferier). Etter naturferier følger fjellferier og rundreiser.

Ellers er nederlenderne mindre interessert enn gjennomsnittet i alle målte ferietyper.

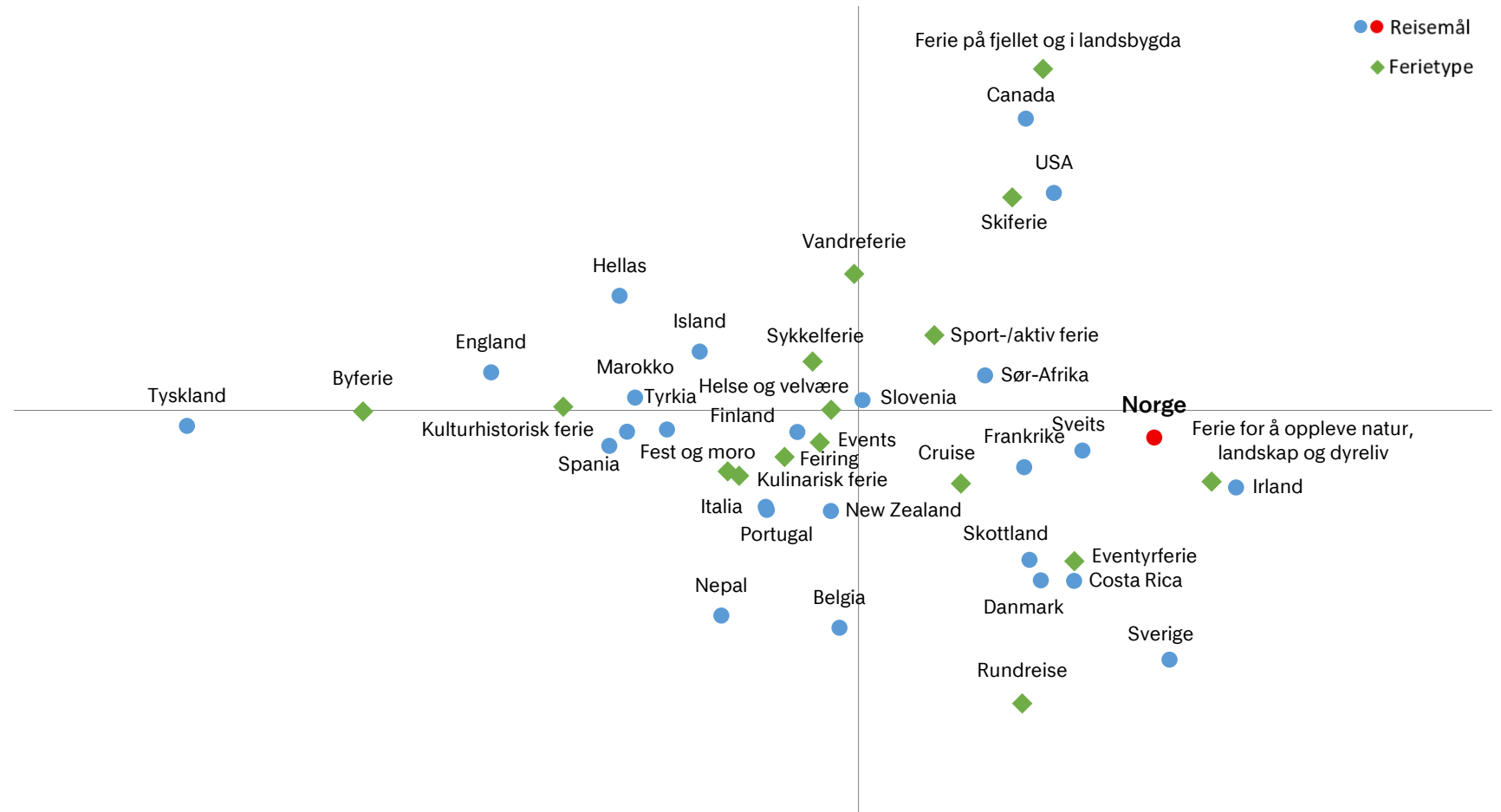
Norge assosieres først og fremst med naturferier, cruise og eventyrferier



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. Fjellferie og skiferie ligger nært Østerrike, det betyr at nederlendere i stor grad assosierer Østerrike med denne typen ferier.

Norge ligger nær natur- og eventyrferier, i tillegg til rundreise, cruise og sport- aktiv ferier. Norge er langt unna byferier og kulturhistoriske ferier. Dess lenger unna en ferie ligger i kartet, dess svakere er assosiasjonen til Norge for den ferietypen.

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



Natur- og byferier toppe listen over ferier nederlenderne er mest interessert i

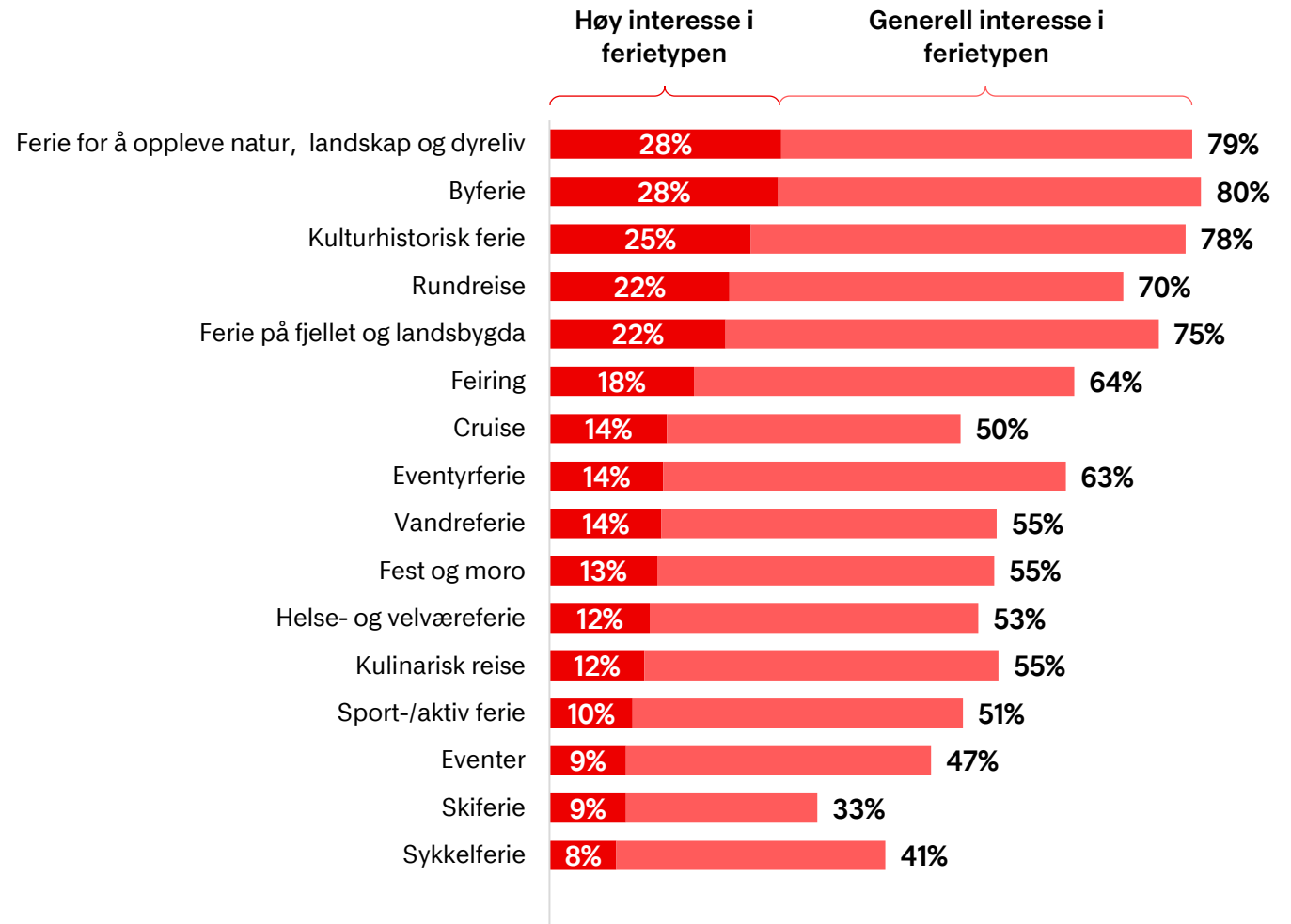
Grafen viser andelen av de aktive reisende som er interessert i ulike typer utenlandsferier i fremtiden.

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 naturferier, etterfulgt av byferier og kulturhistoriske ferier.

Nederlendere er under gjennomsnittet interessert i alle typer ferier, med unntak av vandreferier og kulinariske ferier. Selv om nederlenderne er mest interessert i naturferier (28%) er det i gjennomsnitt 36 prosent som er svært interessert i naturferier på tvers av alle målte markeder.

Den relativt sett lavere interessen for 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 (har valgt 9 eller 10) for en type ferie i utlandet i fremtiden (har valgt 9 eller 10)



1 av 3 aktive reisende kjenner eller har besøkt Norge tidligere

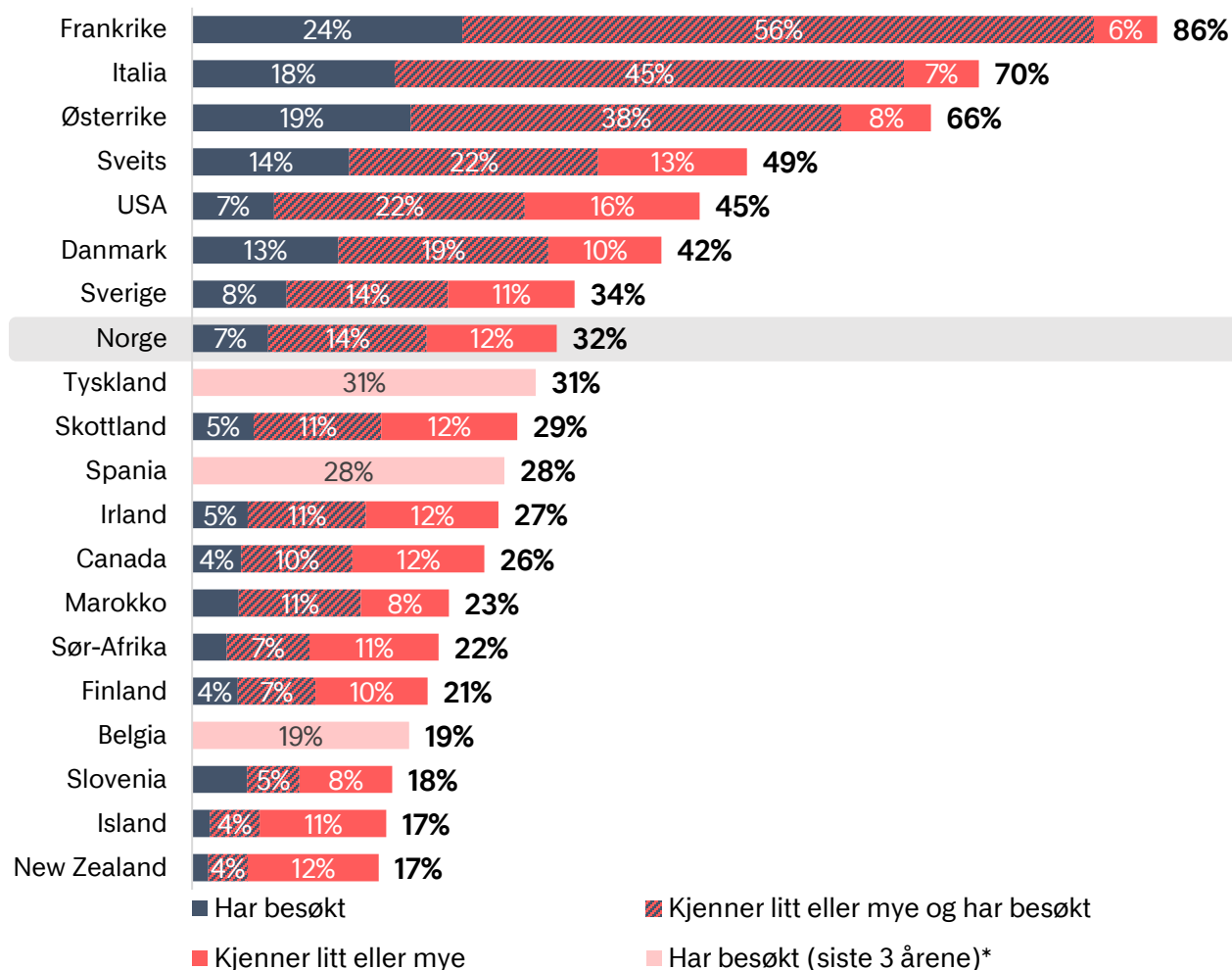
Grafen viser hvor stor andel av de aktive reisende i Nederland som kjenner til de ulike landene som reisemål og/eller har besøkt landene tidligere.

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 og Belgia, er med i denne listen. Tyskland, Spania og Belgia kommer med i grafen fordi det er svært mange som har besøkt disse landene de siste 3 årene. For disse landene er det kun målt besøk siste 3 år, ikke tidligere besøk eller kjennskapsnivå.

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

Av de destinasjonene som ligner Norge mest (side 14), er det kun Sverige som har høyere kjennskapsnivå og flere som har besøkt landet, enn Norge.

Andel av de aktive reisende som kjenner eller har besøkt destinasjonene



2. Norges posisjon og konkurransesituasjonen i Nederland

Nederlenderne assosierer først og fremst Norge med cruise, eventyr, vandring og fjell

Figuren viser i hvor stor grad en destinasjon assosieres med ulike former for ferier. Her kan respondentene velge mellom en rekke 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. Frankrike, Østerrike og Italia har høy kjennskap, naturferier, byferier, kulturhistoriske ferier og rundreiser har høy interesse. Derfor er det flere rangeringer for disse ferietypene/ destinasjonene.

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.



Aktive reisende med kjennskap til destinasjonen og høy interesse (9-10) i ferietypen

Hvilke destinasjoner assosieres med ulike typer ferier?

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

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

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

Norge assosieres i høy grad med ferier for å oppleve natur, landskap og dyreliv



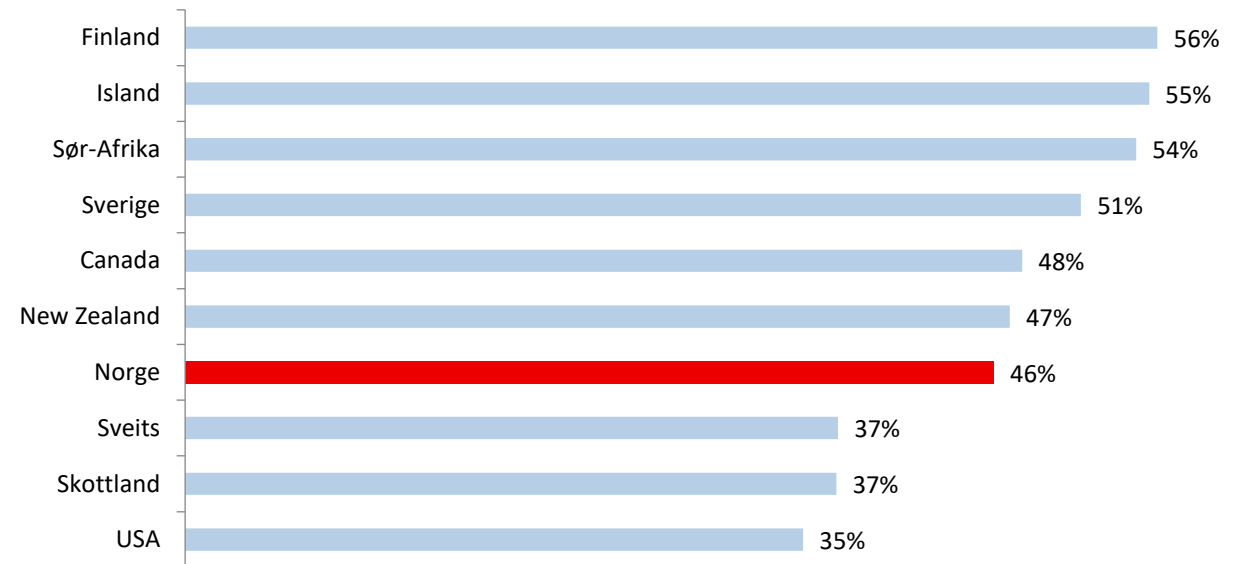
Figurene viser andelen med høy interesse for naturferier, som har svart at de assosierer denne typen ferier med disse landene. De har kun fått opp land i listen som de kjenner til eller har besøkt.

I underkant av halvparten assosierer Norge med naturferier. Det holder til en 7. plass på lista over land som nederlenderne forbinder med denne typen ferier. Alle de nordiske landene, med unntak av Danmark, assosieres imidlertid i større grad med naturferier enn Norge. Konkurransen er hard, både fra naboland og fra spektakulære land som Sør-Afrika, New Zealand og Canada.

Det er særlig aldersgruppen mellom 35-54 år som assosierer Norge med naturferier.

Naturferier domineres av Stille Natur (43%), etterfulgt av Kultur & Natur (22%), Adventure (9%) og Adventure Light (9%).

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



Største segmenter for ferietypen er...



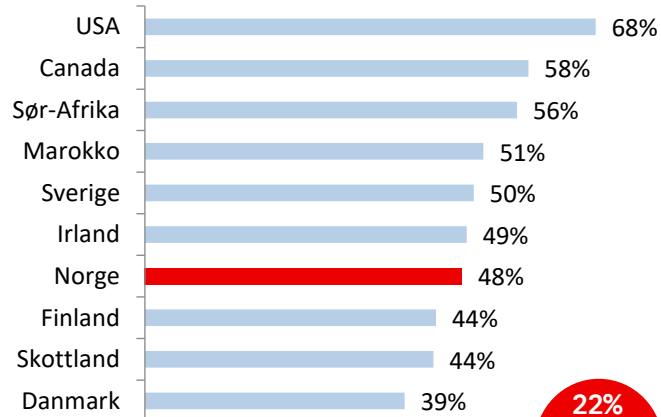
28%
... har høy
interesse for å
reise på
ferietypen

Norge topper listen for cruiseferier, er nr. 2 for eventyrferier og nr. 7 for rundreiser



Norge topper listen over destinasjoner som egner seg for cruise, men det er kun 14 prosent av nederlenderne som er svært interessert. Mer enn halvparten av cruiseferiene er i Adventure (26%) og Sosial Kultur (26%), etterfulgt av Adventure Light (18%) og Komfortabel Avslapping (15%). Nederlenderne har blikket vendt nordover når de tenker på eventyrferier, her er både Norge, Sverige og Danmark på topp 4 etter USA. Eventyrferier er mer populært i de yngre aldersgruppene, 8 av 10 ferier er i Adventure (20%), Komfortabel Avslapping (20%), Stille Natur (20%) og Adventure Light (19%). Rundreiser er nr. 4 på listen over ferietyper nederlenderne er interessert i i årene som kommer. Denne typen ferier er mest populært blant de over 55 år. USA er i en særstilling som reisemål for rundreiser, men nesten alle de nordiske landene er på topp 10. 7 av 10 rundreiser er i målgruppene Kultur & Natur (31%), Adventure (20%) og Stille Natur (19%).

I hvilken grad forbindes ett land med rundreise



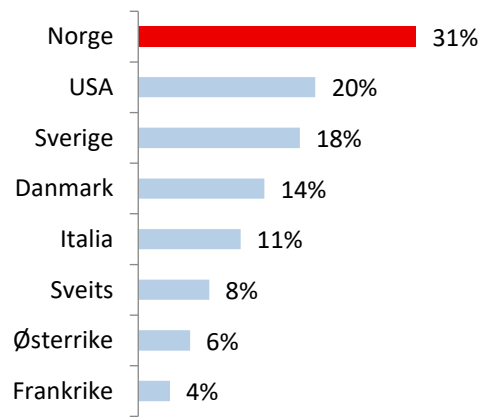
Største segmenter for ferietypen er...



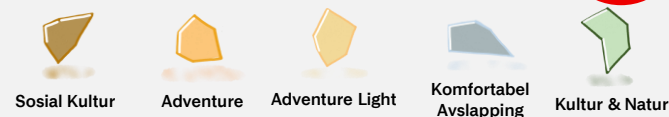
22%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med cruise



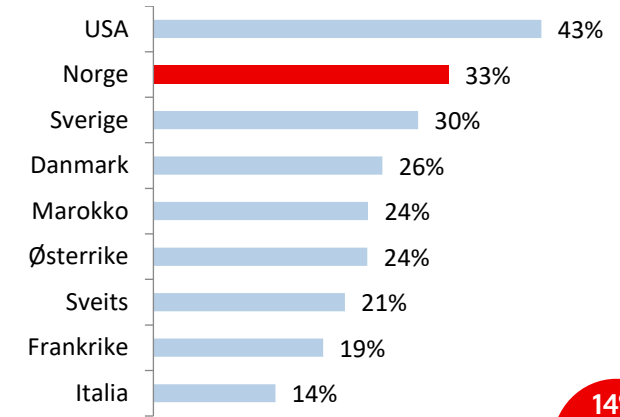
Største segmenter for ferietypen er...



14%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med eventyrferie



Største segmenter for ferietypen er...



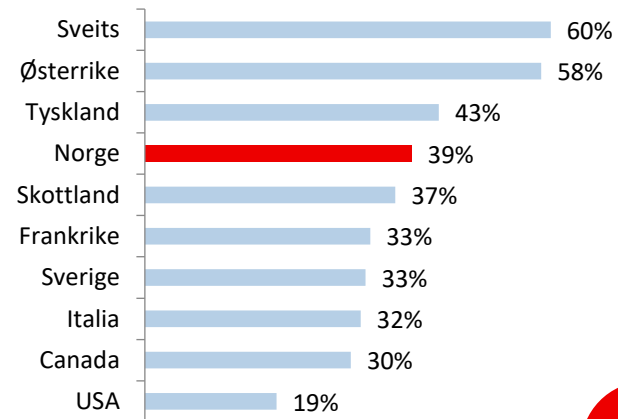
14%

... har høy interesse for ferietypen

Østerrike og Sveits forbindes i størst grad med ski-, fjell- og vandreferier

Østerrike og Sveits har en dominerende posisjon som destinasjoner som assosieres med fjell- og skiferier. Det er 9 prosent av nederlenderne som er svært interessert i å reise på en skiferie til utlandet i fremtiden. Derfor er det for få svar til å vise mer enn topp 4 skidestinasjoner. 8 av 10 skiferier er i segmentene Stille Natur (31%), Adventure Light (27%) og Aktiv Natur (23%). Sveits og Østerrike dominerer også fjellferier, med Norge på plass nr. 4. Halvparten av fjellferiene er i Stille Natur (51%), etterfulgt av Kultur & Natur (16%) og Adventure (11%). Norge kommer som nr. 4 også for vandreferier. Det er mindre forskjell mellom de syv ledende destinasjonene innenfor vandreferier, enn for fjell- og skiferier. Mer enn halvparten av vandreferiene er i Stille Natur (55%), så følger Kultur & Natur (19%) og Sosial Kultur (9%)

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



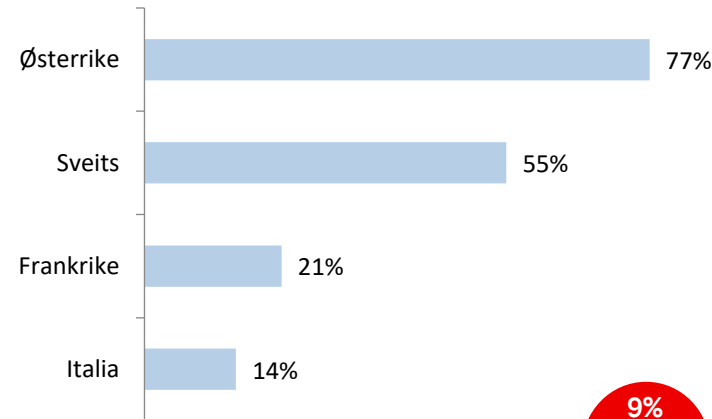
Største segmenter for ferietypen er...



22%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med skiferie



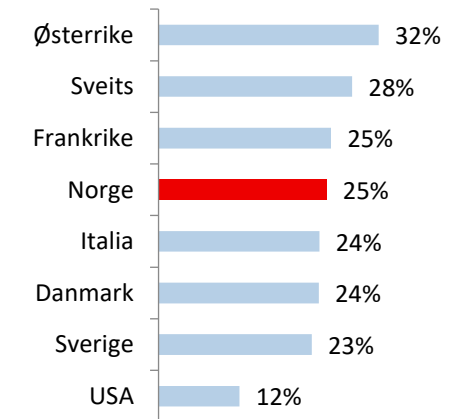
Største segmenter for ferietypen er...



9%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med vandreferie



Største segmenter for ferietypen er...



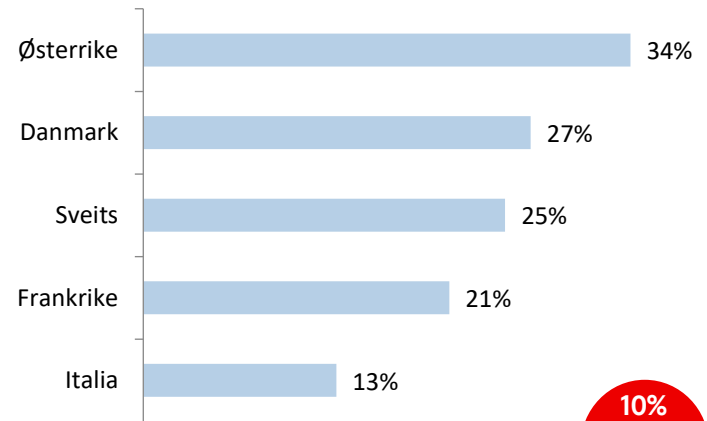
14%

... har høy interesse for ferietypen

Lav interesse, og ingen nordiske land på listen for sport-/aktiv, helse og velvære eller sykkelferier

Kun om lag 1 av 10 aktive reisende i Nederland er svært interessert i å reise til utlandet for disse ferietypene i tiden som kommer. Det er for få svar for Norge og de andre nordiske landene for alle disse ferietypene. Stille Natur er det dominerende segmentet både for Sport- Aktiv (51%) og for Sykkelferier (43%). Adventure er også viktig for sykkelferier (23%) etterfulgt av Komfortabel Avslapping (13%). For aktive ferier er segment 2 og 3 og Kultur & Natur (15%) og Adventure (11%). Helse og velvære er den største av disse ferietypene, her sprer det seg på flere segment. Sosial Kultur (24%) er størst, etterfulgt av Adventure (20%) og Adventure Light (18%).

I hvilken grad forbindes ett land med sport-/aktiv ferie



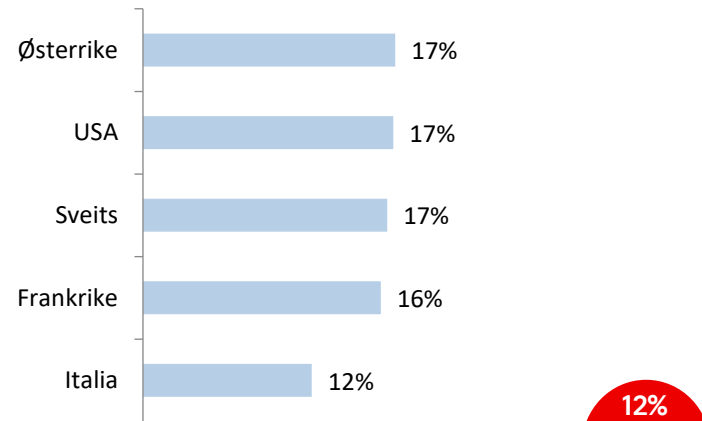
Største segmenter for ferietypen er...



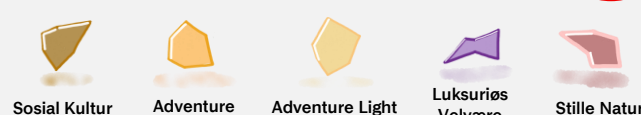
10%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med helse og velvære



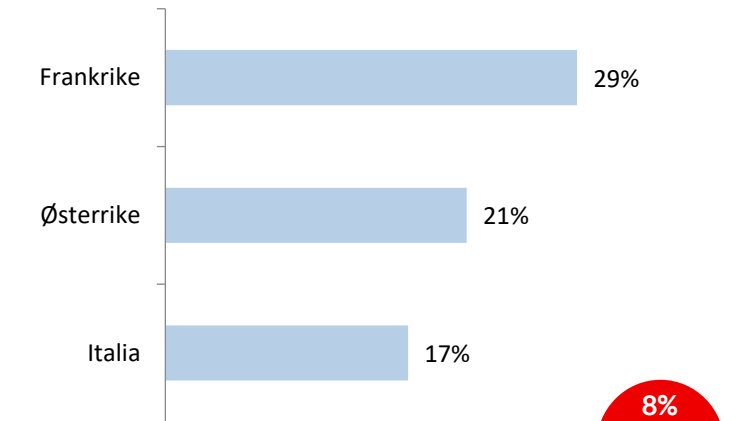
Største segmenter for ferietypen er...



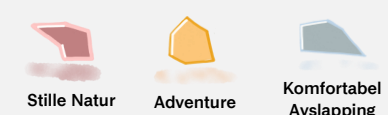
12%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med sykkelferie



Største segmenter for ferietypen er...



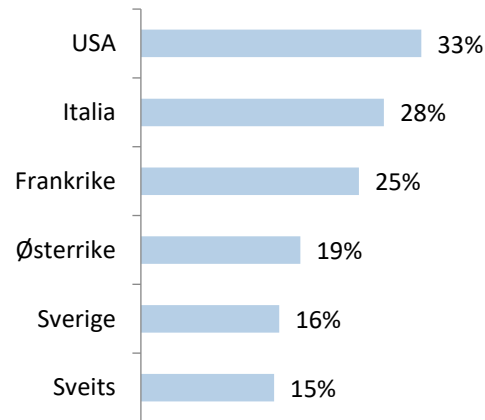
8%

... har høy interesse for ferietypen

Få som er spesielt interessert i å reise til utlandet for eventer, fest og moro

Når det er få som er svært interessert, er det også få som har svart på hvilke land som passer for denne typen ferier. Det er for få som har svart at de forbinder Norge med fest, moro og eventer til at Norge kommer med på listen. For eventer er det kun de tre landene med høyest kjennskap/besøk som har nok svar til at de kan listes opp. Norge forbindes i større grad enn de andre nordiske landene med feriringer og jubileum. Flere tenker at feiringer egner seg i USA, Italia og Frankrike, men det er også en liten andel som tenker på Norge og Norden som et aktuelt reisemål for feiringer. Det dominerende segmentet for feiringer er Sosial Kultur (36%), etterfulgt av Komfortabel Avslapping (13%) og Kultur & Natur (12%).

I hvilken grad forbindes ett land med fest og moro



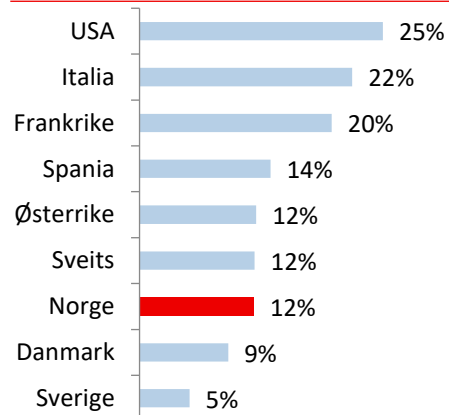
Største segmenter for ferietypen er...



13%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med feiringer



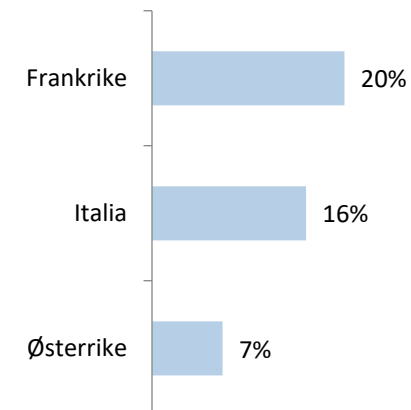
Største segmenter for ferietypen er...



18%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med events



Største segmenter for ferietypen er...



9%

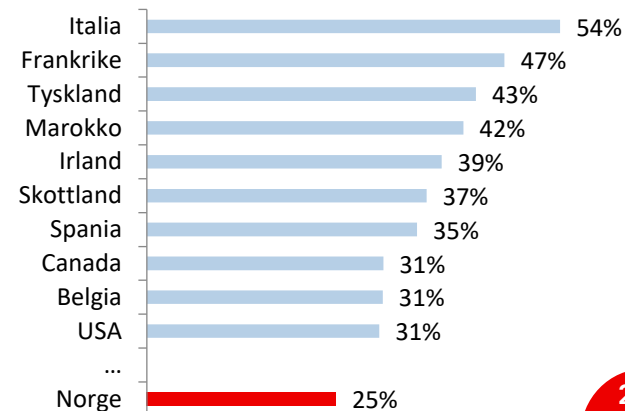
... har høy interesse for ferietypen

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



Danmark skiller seg ut som det eneste nordiske landet som har en sterk assosiasjon med byferier, Danmark er også inne på topplisten som nr. 4 som kulinarisk reisemål. Italia og Frankrike er topp reisemål for kulturhistoriske og kulinariske ferier. Selv om Norge er utenfor topplisten, er det 25 prosent som forbinder Norge med kulturhistoriske ferier. Nesten 7 av 10 kulturhistoriske ferier er i Sosial Kultur (27%), Kultur & Natur (24%) og Adventure (17%). For byferier er Sosial Kultur (32%) størst, etterfulgt av Adventure Light (18%), Adventure (14%). Komfortabel Avslapping (26%) er største segment for Kulinariske ferie, deretter kommer Adventure (18%) og Sosial Kultur (17%).

I hvilken grad forbindes ett land med kulturhistorisk ferie



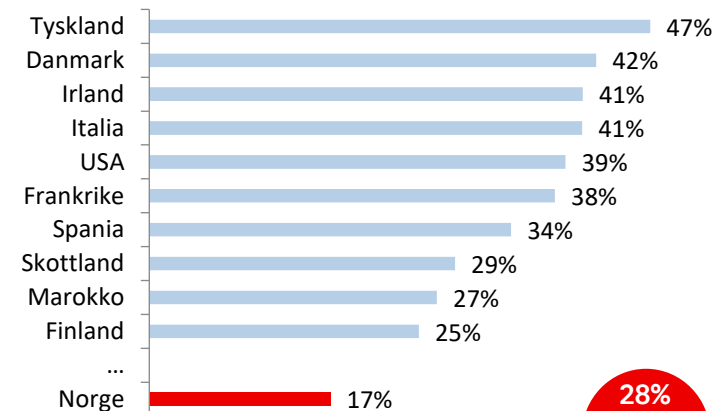
25%

... har høy interesse for ferietypen

Største segmenter for ferietypen er...



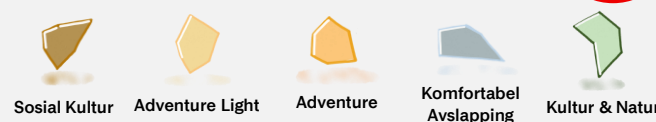
I hvilken grad forbindes ett land med byferie



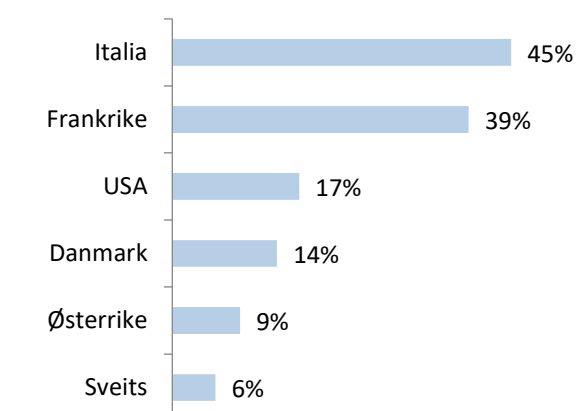
28%

... har høy interesse for ferietypen

Største segmenter for ferietypen er...



I hvilken grad forbindes ett land med kulinarisk ferie



12%

... 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

