

Konkurransesituasjonen i Tyskland

Rapport februar 2025



Epinion



Innholdsfortegnelse

- 1 Introduksjon
- 2 Norges posisjon og konkurransesituasjonen i Tyskland
- 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 utenlandsreise.

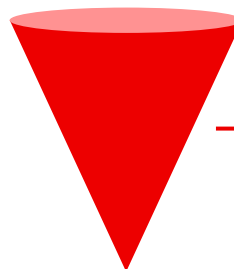
Dette er den samme måten å avgrense målgruppen på som brukes i reisebarometeret og i målgruppeundersøkelsen i 2017.

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



1 497 / 13 086

respondenter/intervju



3 880 / 33 270

feriereiser siste 3 år



1 633 / 15 239

Kartlagte reiser med detaljert data (segmenteringsgrunnlag)

■ Tyske 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. Slik som skiferier, sport og aktive ferier, helse og velvære, kulinariske reiser, vandreferier, sykkelferier og adventure/eventyrferier.

1. Introduksjon

I Tyskland er det fortsatt en lavere reiselyst en før korona

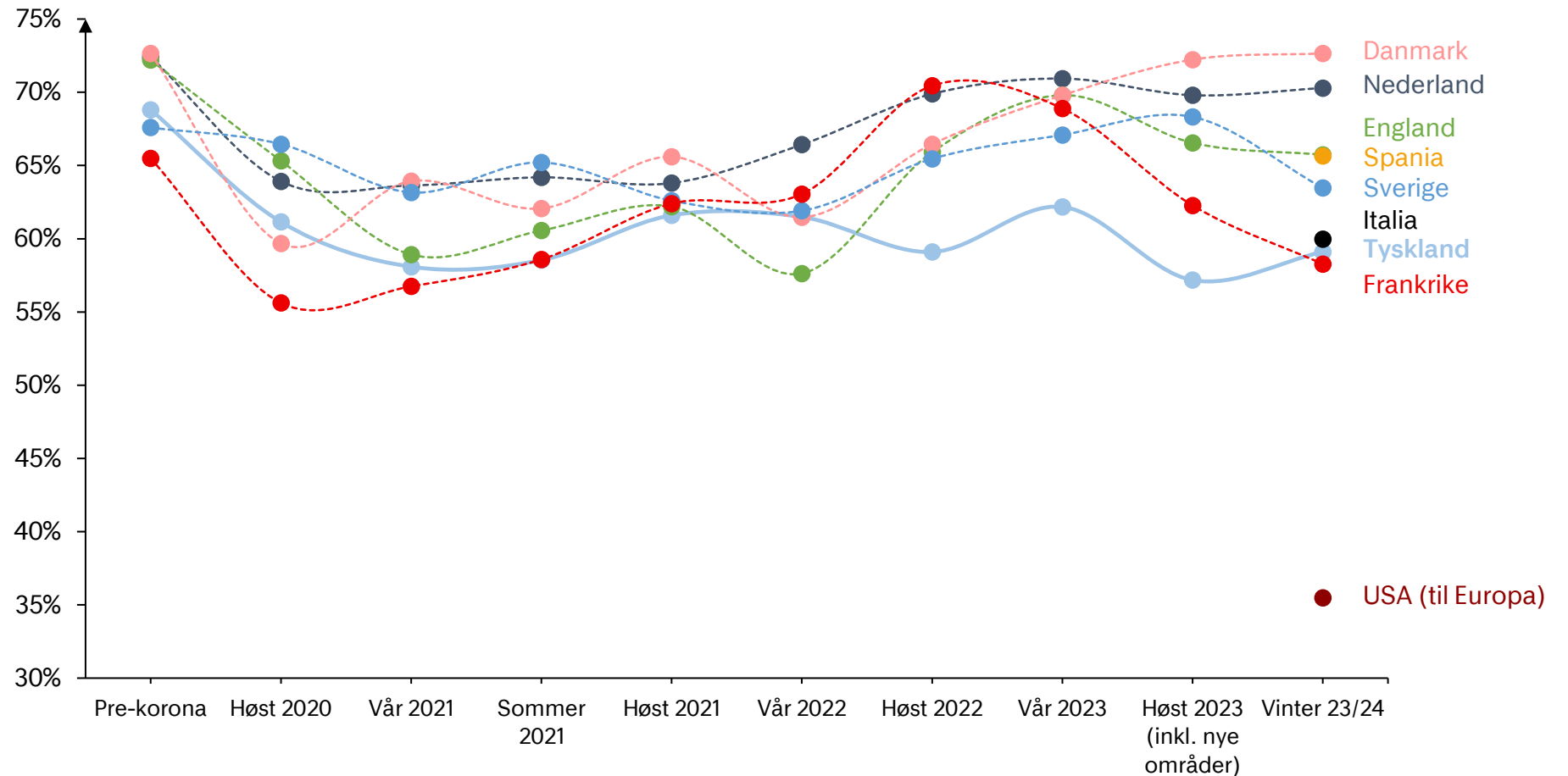
Over halvparten av den tyske befolkningen er i målgruppen aktive reisende (58%).

Tyskland er ett av de utvalgte markedene med den laveste andelen aktive reisende i befolkningen.

Sammenlignet med før pandemien har andelen aktive reisende falt fra 69% til 58%. Andelen har imidlertid vært relativt stabil mellom 58% og 62% siden høsten 2020.



Hele befolkningen



Tyske reisende



25% / 31%
18 - 34 år

35% / 37%
35 - 54 år

40% / 33%
55+ år



39% / 35%
Øverste
inntektsgruppe



4,0 / 3,9
Antall reiser
(Europa)



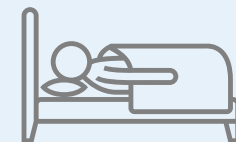
27% / 35%
Andel pakkereise



38% / 32%
Kun ektefelle/ partner

26% / 34%
Med barn

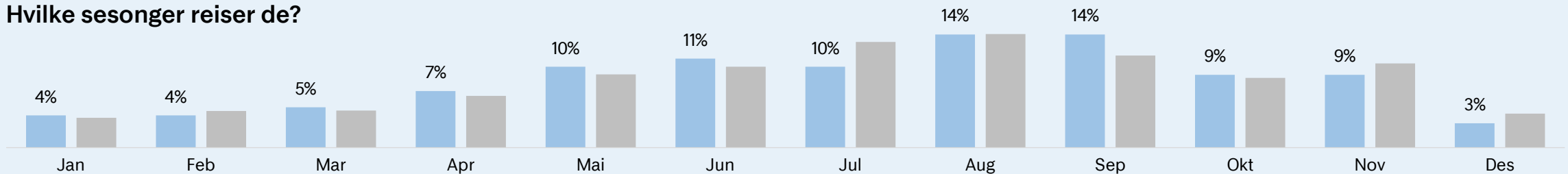
23% / 22%
Med venner



62% / 70%
Korte ferier
1-7 overnattinger

38% / 30%
Lange ferier, 8 eller flere
overnattinger

Hvilke sesonger reiser de?



Oppsummering av funn



NORGE HAR EN SOLID POSISJON FOR NATUROPPLEVELSER

Norge har en solid og posisjon som et attraktivt reisemål for å oppleve natur. Tyske reisende er over gjennomsnittet opptatt av naturopplevelser når de er på ferie.

Norge har høy troverdighet som vakker, spektakulær, aktiv og eventyrlysten. Sveits og Østerrike er sterke konkurrenter på fjellferier, og Sverige og Finland er også attraktive destinasjoner for naturferier. Stille Natur og Kultur & Natur er de dominerende segmentene i Tyskland, særlig blant de eldste.



LAVERE REISELYST ENN FØR PANDEMIEN

Reiselysten er ikke tilbake på samme nivå som før pandemien, og det er en nedgang i andelen aktive reisende.

Tyske reisende prioriterer gastronomi høyere enn andre markeder på tvers av segmenter, men ser ikke på Norge som en kulinarisk destinasjon. Norge står svakt for kulturelle ferier, byferier og kulinariske ferier, og ferier der sosiale opplevelser, folkeliv og feiringer er sentralt.



HELSE OG VELVÆRE ER VIKTIG FRAMOVER

Det er kun byferier og kulturhistoriske ferier som har høyere interesse enn helse og velvære ferier i Tyskland. De andre nordiske landene har en sterkere posisjon enn Norge på slike ferier. For tyskere er det ingen tydelig link mellom naturopplevelsene i Norge, og muligheten helse, velvære og komfort.



2. Norges posisjon og konkurransesituasjonen i Tyskland

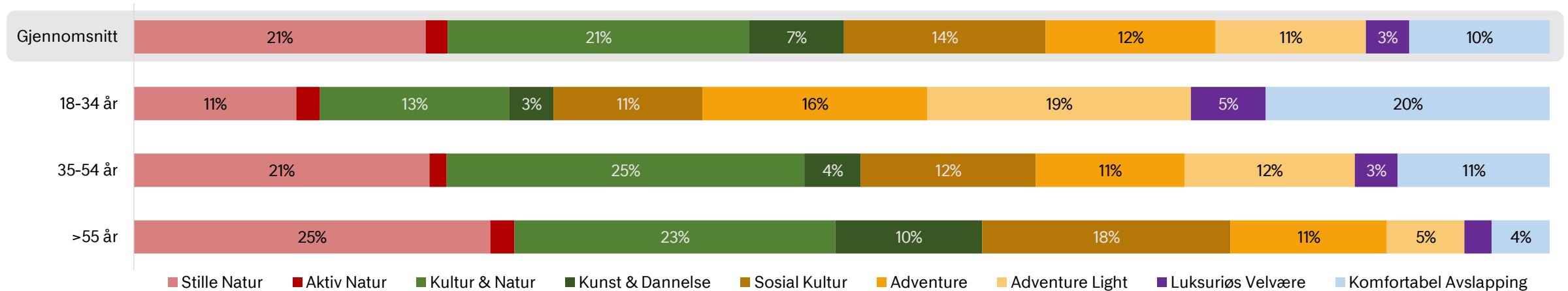


Målgruppene har ulik størrelse og betydning i ulike aldersgrupper

Det er relativt stor forskjell på hvor viktig de ulike målgruppene er i ulike aldersgrupper. Stille Natur og Kunst & Dannelse har en mye større andel av reisene blant de eldste reisende. Komfortabel Avslapping, Adventure og Adventure Light har en mye større andel av reisene blant de yngste. Disse tre segmentene utgjør mer enn halvparten av feriene i aldersgruppen 18-34 år, og kun 20 prosent av feriene for de over 55 år.

Målgruppenes størrelse (antall overnattinger)

Målgruppenes andel av overnattinger på feriereisene i fordelt på aldersgrupper



2. Norges posisjon og konkurransesituasjonen i Tyskland

Tyske ferier er mer natur, avslapping og gastronomi

Hva ferien skal inneholde er ulikt fra en målgruppe til en annen. Tyskere er gjennomgående mer opptatt av varige minner, vakre landskap og gastronomiske opplevelser, enn det reisende fra andre land er.

Det er vesentlige forskjeller mellom ulike aldersgrupper, slik oversikten over aldersgrupper og segmenter viser på forrige slide.

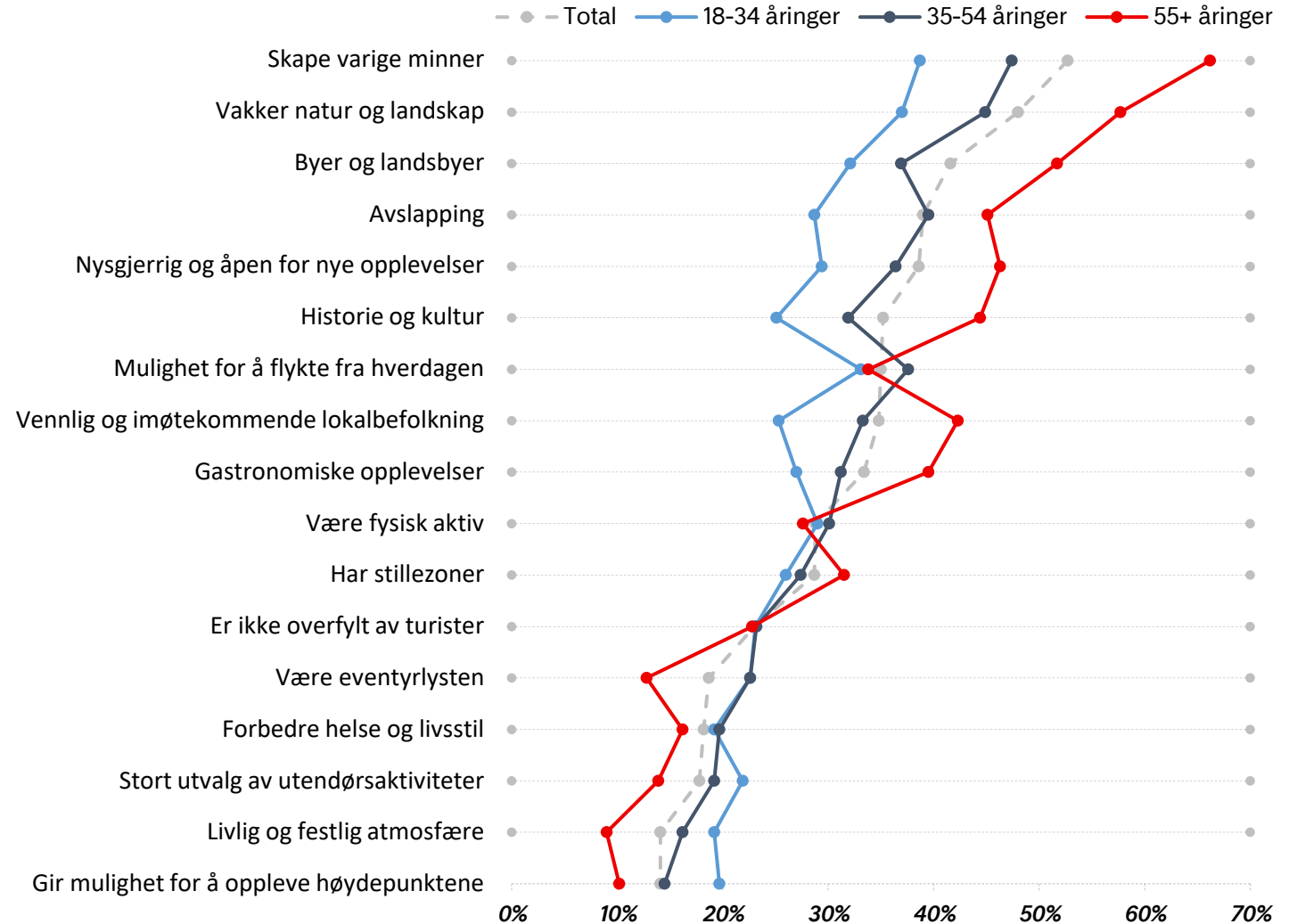
Det ulike aldersgrupper er enige om, er at ferien er en anledning til å flykte fra hverdagen, være fysisk aktiv og at reisemålet ikke er overfylt.

De eldste er mer opptatt av en imøtekommande lokalbefolkning og en hyggelig atmosfære, mens de yngre er mer opptatt av at det er liv, røre og et stort utvalg av utendørsaktiviteter.



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

Andelen av feriereisende som har angitt egenskapen

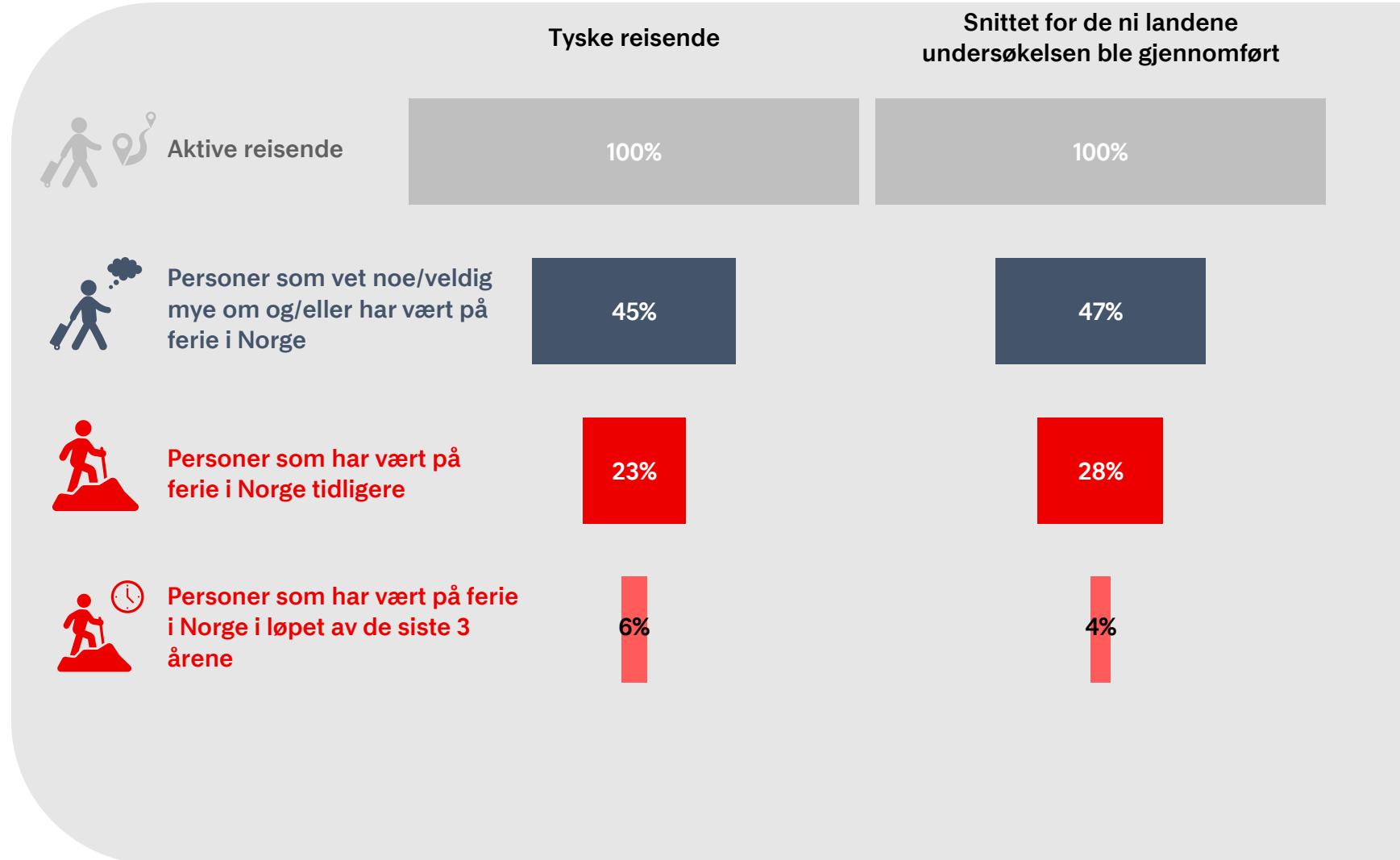




Litt under 1 av 4 tyske reisende har vært i Norge tidligere

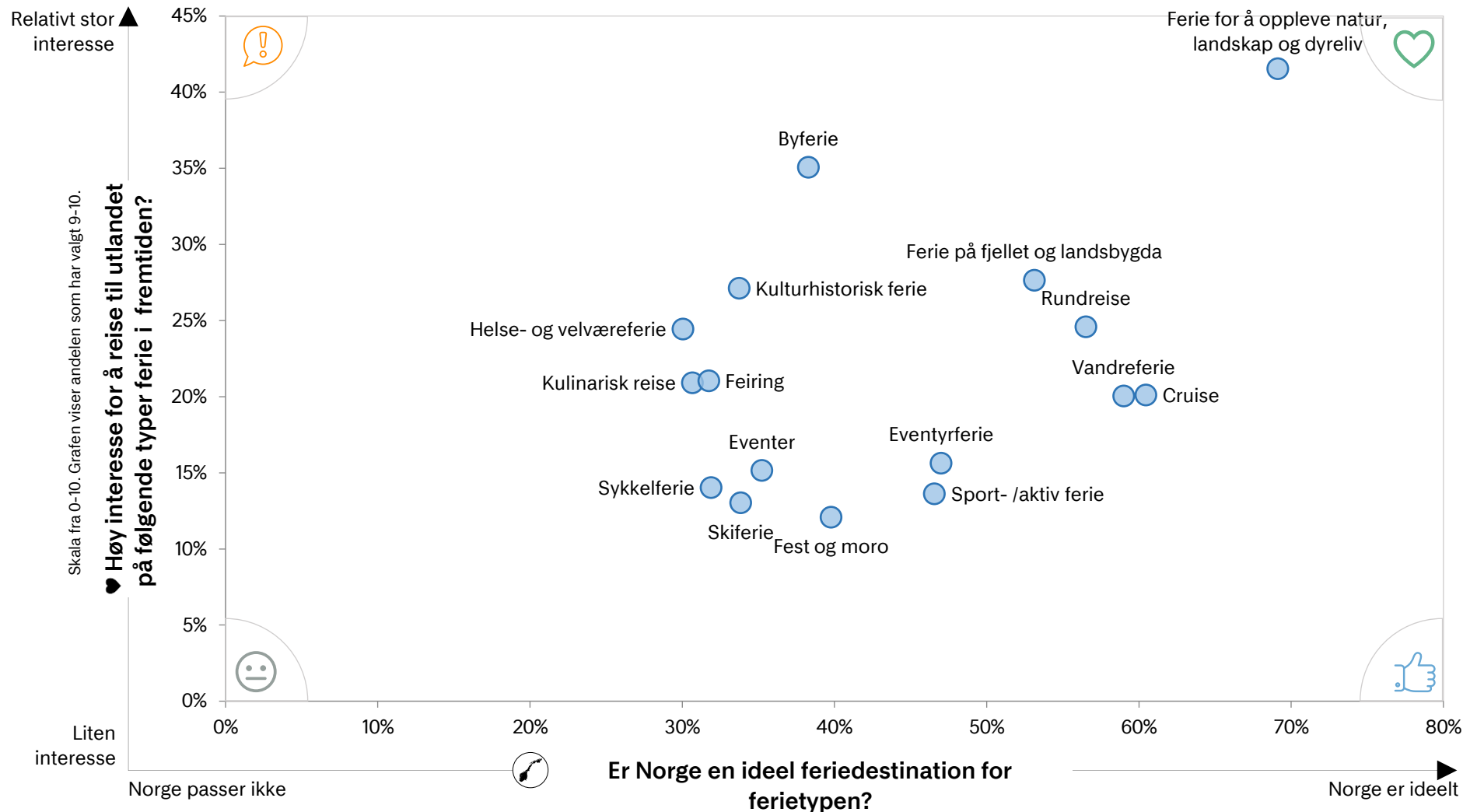
45 prosent av de aktive reisende i Tyskland har litt eller mye kjennskap til Norge og/eller har vært på ferie i Norge tidligere.

Litt over halvparten (23%) har vært på ferie i Norge, hele 6 prosent av de aktive reisende har feriert i Norge siste 3 år. Det er kun Danmark og Sverige som har en større andel reisende som har besøkt Norge siste 3 år.





Opplevelsesmatch med Norge for ulike typer ferier i det tyske markedet



Potensialkartet viser hvilke typer ferier tyskerne er svært interessert i fremover, og hvilke ferier de vurderer som helt ideelle på en norgesferie.

Grafen viser en oversikt over hvordan de som er svært interessert i en ferie (9 eller 10 på en skala fra 0-10), vurderer Norge for denne typen ferie. Den viser f.eks at 42 prosent er svært interessert i å reise på en ferie for å oppleve natur, landskap og dyreliv, og at 69 prosent av disse mener at Norge er ideell for en slik ferie. Det betyr at nesten 3 av 10 er interessert, og mener at Norge er en ideell destinasjon.

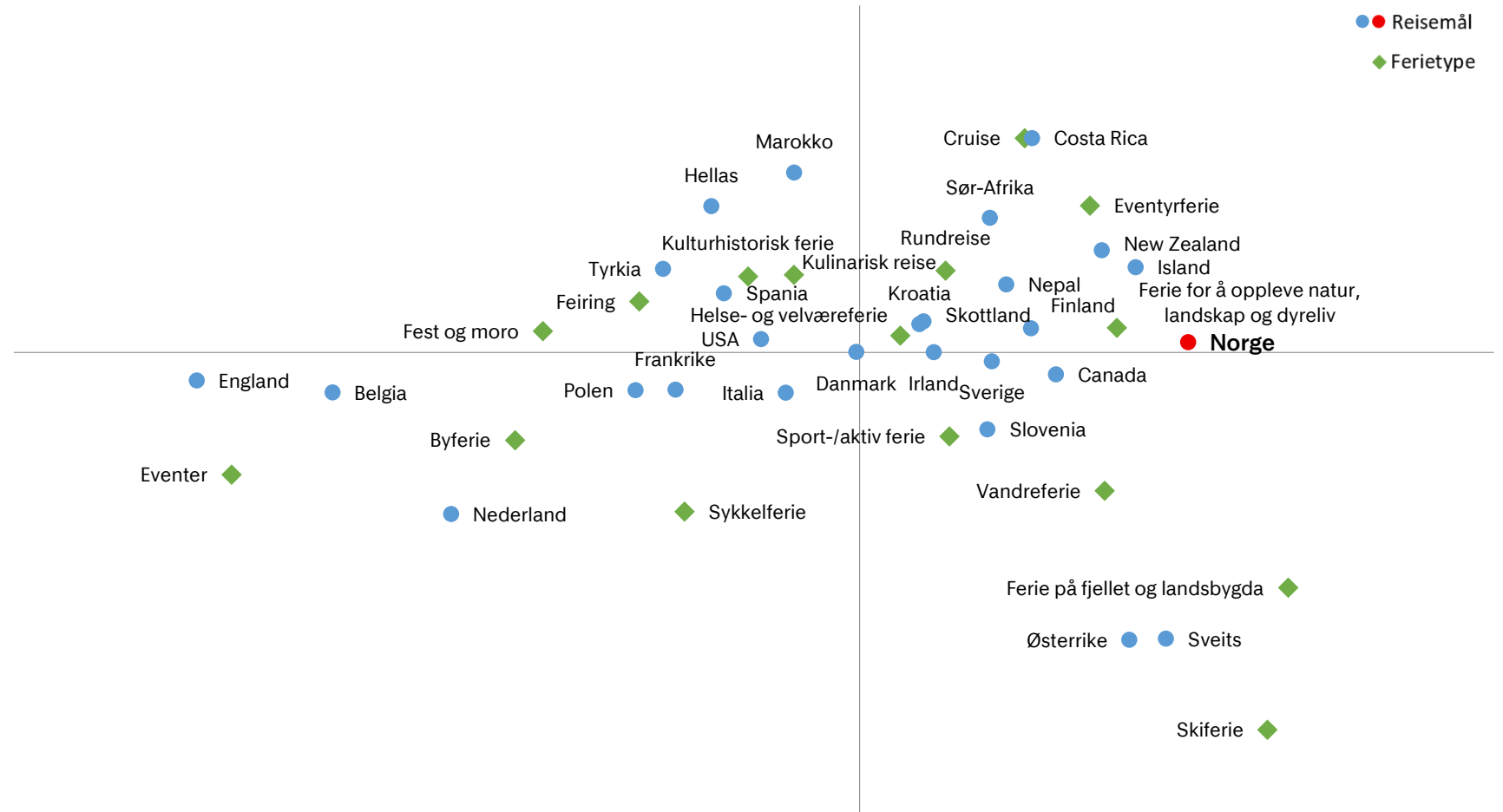
Grafen viser at Norge er mest ideell for naturferier, cruise og vandreferier (feriene som er lengst mot høyre). Det er størst interesse for naturferier, byferier og fjellferier, de høyest oppe i grafen.



En ferie i Norge assosieres først og fremst med natur, landskap og dyreliv, men også med eventyrferie og vandreferier

Korrespondansekartet viser hvilke destinasjoner (land) som assosieres med ulike typer ferier. Norge ligger nær ferier for å oppleve natur, landskap og dyreliv, og har derfor sterke assosiasjoner knyttet til denne typen ferier. Norge ligger også nært ferier på fjellet og vandreferier. Sveits og Østerrike ligger mye nærmere ferier på fjellet og skiferier, og har derfor mye sterkere assosiasjoner til slike ferier i det tyske markedet.

Norge ligger også relativt nært eventyrferier, men her ligger Island, New Zealand og mer "eksotiske" destinasjoner nærmere. Norge ligger lengst unna ferier med fest og moro, feiring, event og sykkelferier. Det betyr at dette er ferier som i liten grad assosieres med en norgesferie i det tyske markedet.



2. Norges posisjon og konkurransesituasjonen i Tyskland

4 av 10 er svært interessert i å reise på en naturferie i fremtiden

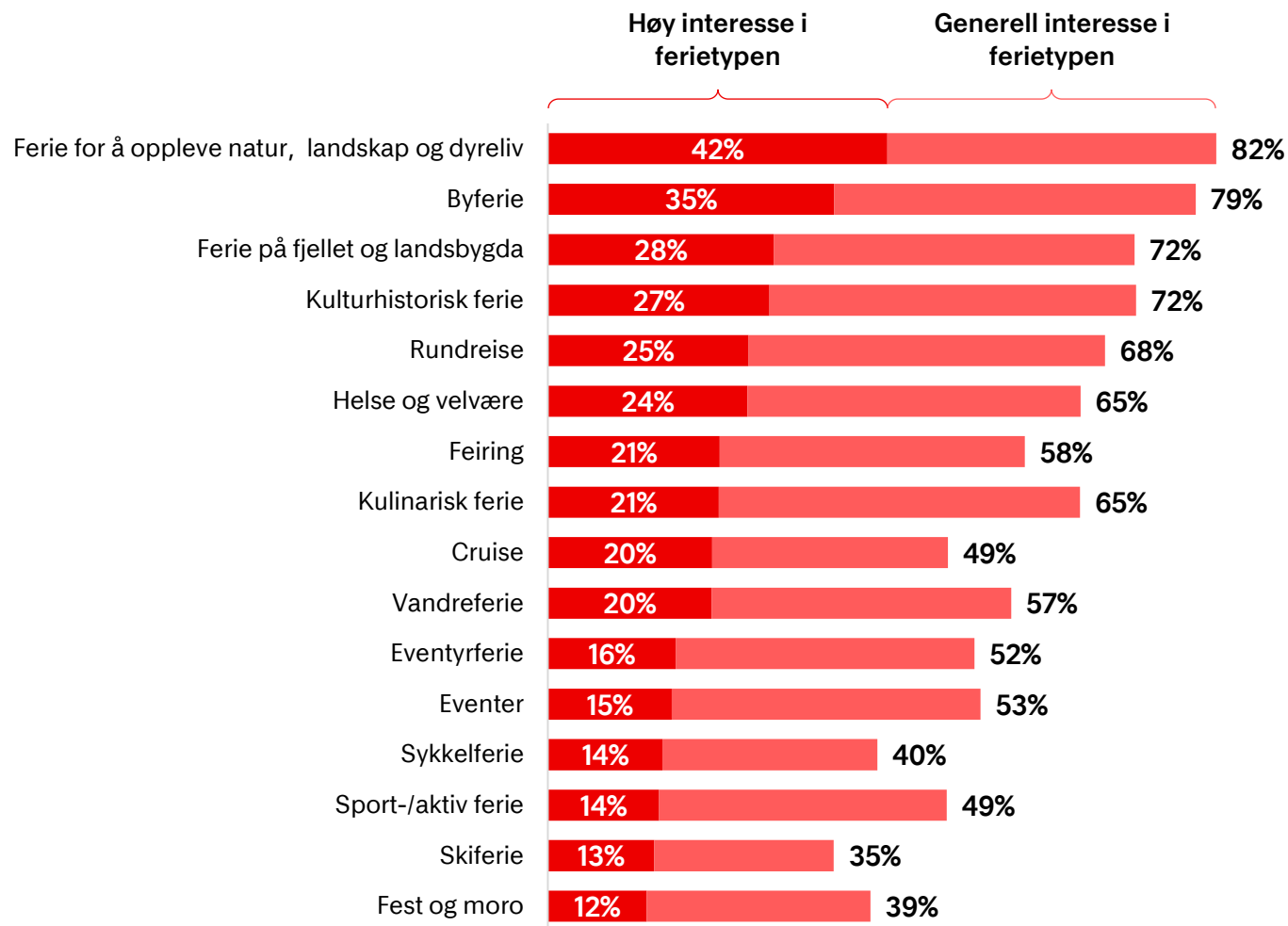
Grafen viser andelen av de aktive reisende som er interessert i ulike typer utenlandsferier fremover.

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. 42 prosent av tyskerne er svært interessert i å reise på en ferie for å oppleve natur. Det er ingen andre markeder som er like interessert i naturferier som tyskerne.

Det er kun 13 prosent som har høy interesse for skiferie, og for denne typen ferier oppfattes ikke Norge å være like ideell. 1 av 3 har svart at Norge er en ideell destinasjon, men når de skal velge land som passer til en skiferie, velger de i mye større grad Sveits og Østerrike.



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)



Nesten halvparten av de aktive reisende i Tyskland kjenner til eller har besøkt Norge

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

I undersøkelsen benyttes det 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 Spania, er med i denne listen.

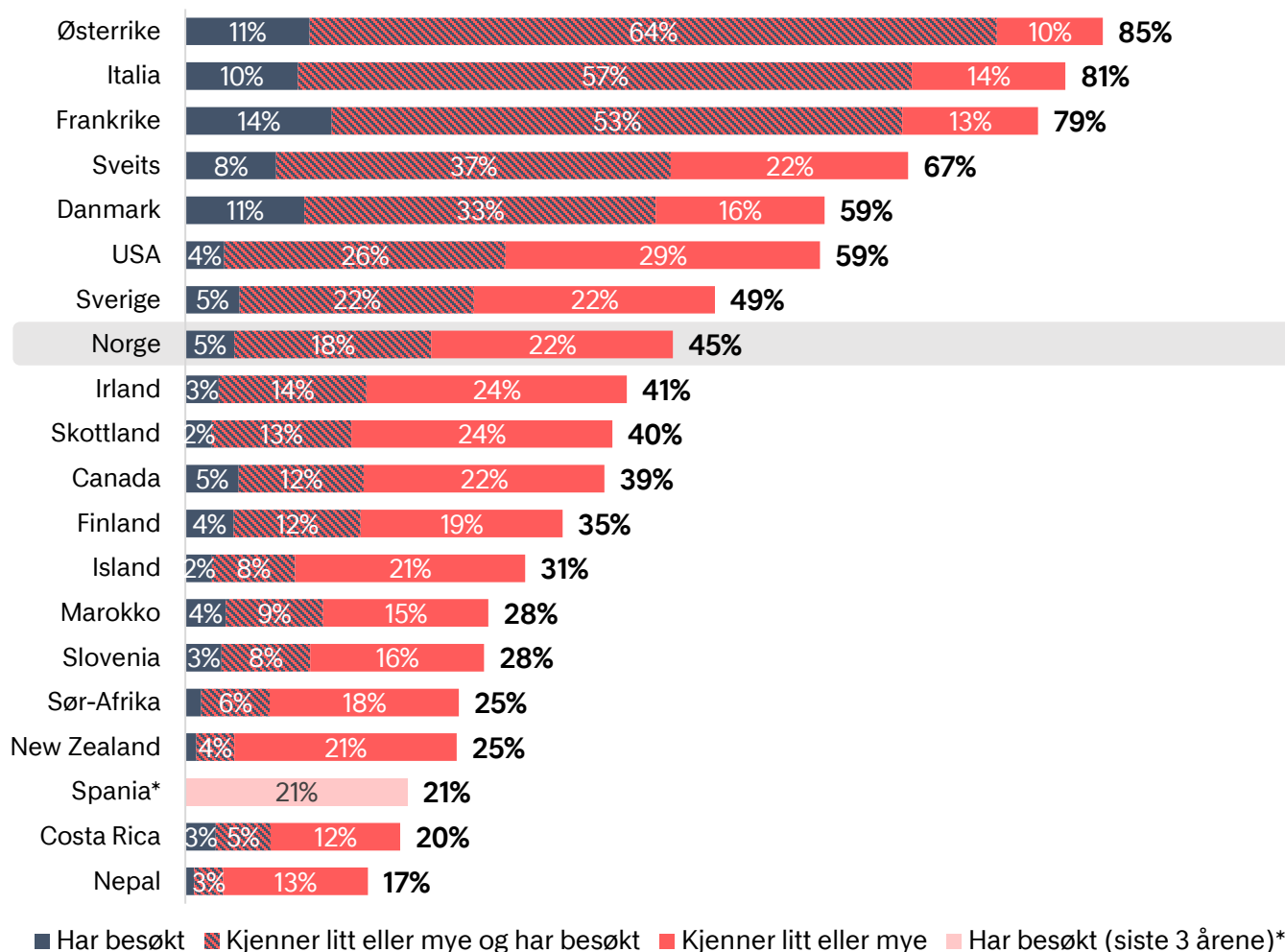
Spania kommer med i grafen fordi det er svært mange som har besøkt landet de siste 3 årene.

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

Det er flere som har besøkt Danmark og Sverige, enn som har besøkt Norge. Det er 23 prosent av de aktive reisende som har besøkt Norge og i tillegg 22 prosent som kjenner Norge som reisemål litt eller mye. Det betyr at det er 45 prosent av de aktive reisende i Tyskland, 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 Tyskland

Norge er top-of-mind naturferier og cruise

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.

Tyskerne forbinder først og fremst Norge med naturferier, cruise, eventyrferier, ferie på fjellet, skiferie og sport-/aktiv ferie.

Destinasjonene er rangert fra 1-20, der 1 er den destinasjonen som i størst grad assosieres med ferietypen, og 20 er den destinasjonen som i minst grad forbindes med ferietypen.

Det er kun de som har høy interesse (9-10) som svarer. De må også kjenne til eller ha besøkt landet for at det skal være et valg i listen over land de kan velge mellom.



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

* Figuren viser den relative rangeringen mellom destinasjonene som er valgt som benchmark i spørreskjemaet.

"-" betyr at det ikke er nok svar til å rangere landet innenfor denne typen ferier.



Norge er godt posisjonert for ferier for å oppleve natur, landskap og dyreliv

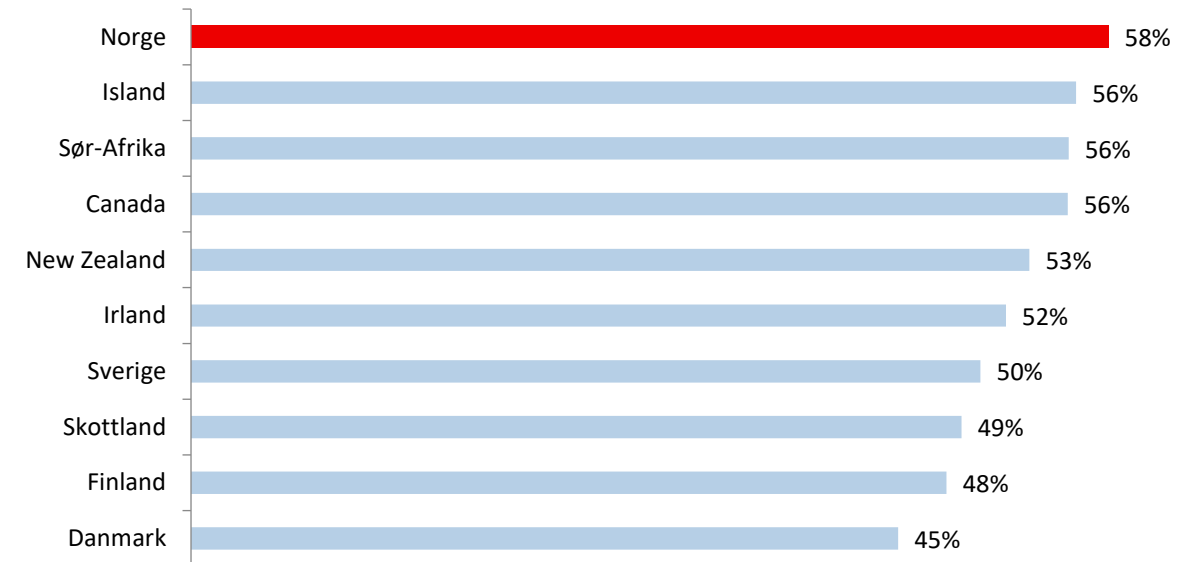
Norge er den destinasjonen som i størst grad blir valgt for ferier for å oppleve natur, landskap og dyreliv. Hele 58 prosent av de som er svært interessert i naturferier - og som kjenner til Norge - mener at Norge passer godt for denne typen ferier.

Norge er ikke alene om å egne seg for naturferier. For alle land på topp 10, mener mer enn 45 prosent at dette landet egner seg for en naturferie. Det er stor konkurranse og det er ikke mye som skiller Norge på topp, og de etterfølgende landene.

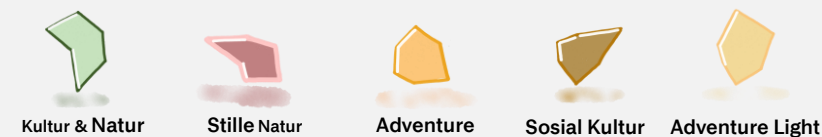
Det er verdt å merke seg at hele 48 prosent av dem som er interessert i naturferier og vandreferier, ikke kjenner Norge.

Hele 7 av 10 ferier for å oppleve natur, landskap og dyreliv er i segmentene Kultur & Natur (36%) og Stille Natur (35%). Alle andre segment utgjør mindre enn ti prosent av feriene, Adventure er størst blant de små og er 8 prosent av naturferiene.

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



Største segmenter for ferietypen er...



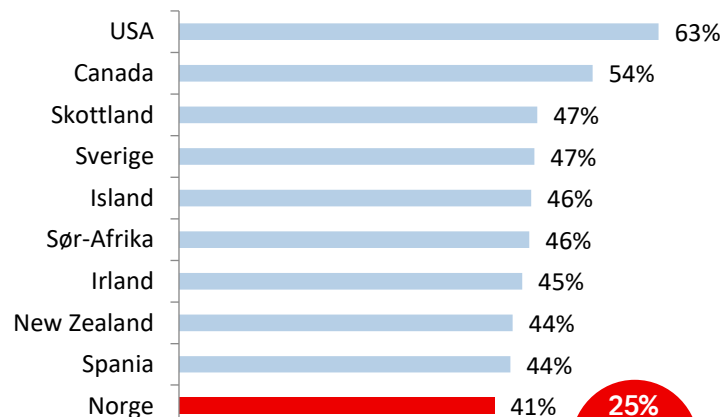
42%
... har høy
interesse for å
reise på
ferietypen



Norge egner seg godt for cruise og eventyr

Felles for rundreiser, cruise og eventyrferier er at konkurransen i stor grad kommer fra destinasjoner som er lengre unna Tyskland, enn det Norge er. Norge har en sterk posisjon som cruisedestinasjon i Tyskland. Tyskerne mener også at Norge egner seg for eventyrferier, men her er det mye færre som velger Norge, og det er mye flere land som egner seg for denne typen ferier. Derfor er prosentene lavere for eventyrferier, enn for rundreise og cruise. Når tyskerne tenker på rundreise tenker de primært på USA. Hele 6 av 10 mener at USA egner seg godt for rundreiser. Kultur & Natur er klart største for rundreiser (39%), mens sosial kultur er størst for cruise. Her er det også betydelig større innslag av segmenter som gjerne vil ha ferien tilrettelagt og komfortabel. Adventure og Adventure Light utgjør om lag 4 av 10 eventyrferier, det samme gjør Kultur & Natur og Stille Natur.

I hvilken grad forbindes ett land med rundreise



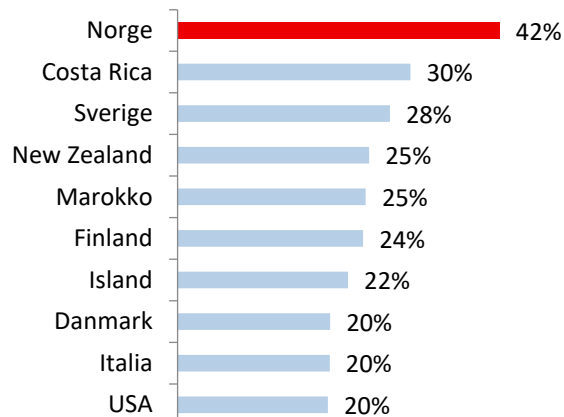
Største segmenter for ferietypen er...



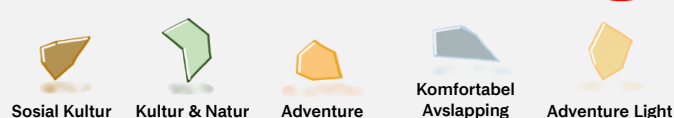
25%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med cruise



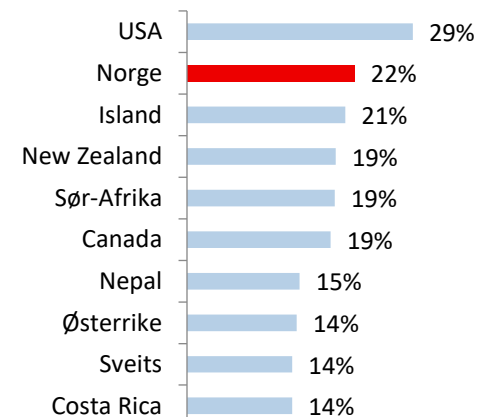
Største segmenter for ferietypen er...



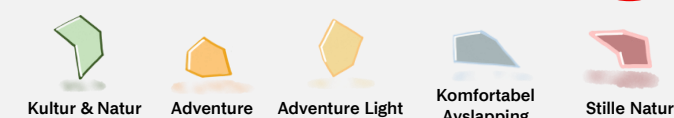
20%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med eventyrferie



Største segmenter for ferietypen er...



16%

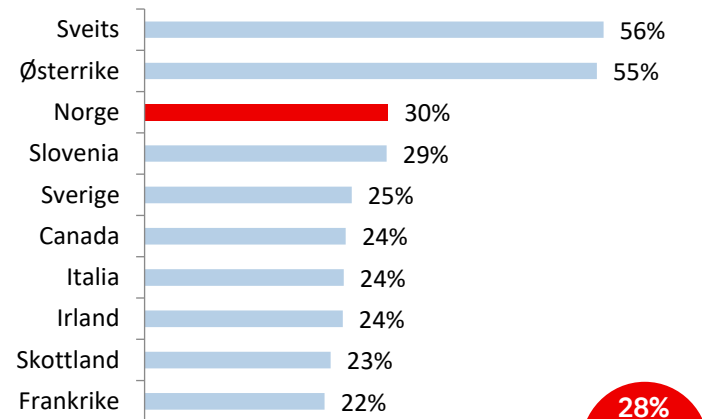
... har høy interesse for ferietypen



Østerrike og Sveits er dominerende destinasjoner for ski-, fjell- og vandreferier

Østerrike og Sveits er de landene flest tyskere forbinder med både fjellferier, skiferier og vandreferier. Mange mener at Norge også egner seg godt for alle disse feriene. For vandreferier er det betydelig flere destinasjoner som er med i konkurransen enn for ski- og fjellferier. Der har ikke Østerrike og Sveits en like dominerende posisjon som for ski- og fjellferier.

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



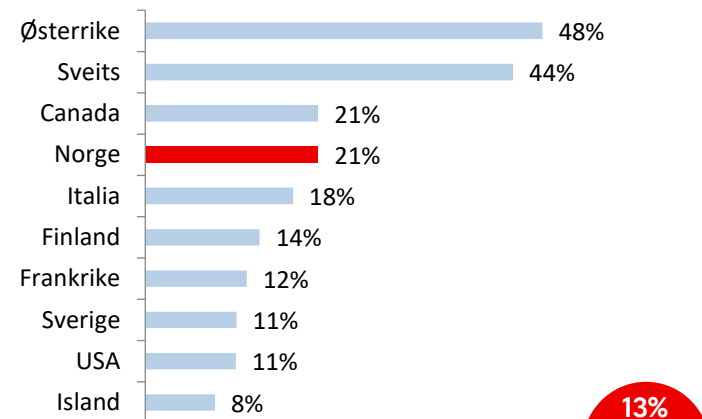
Største segmenter for ferietypen er...



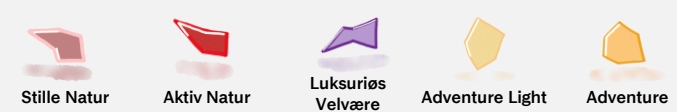
28%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med skiferie



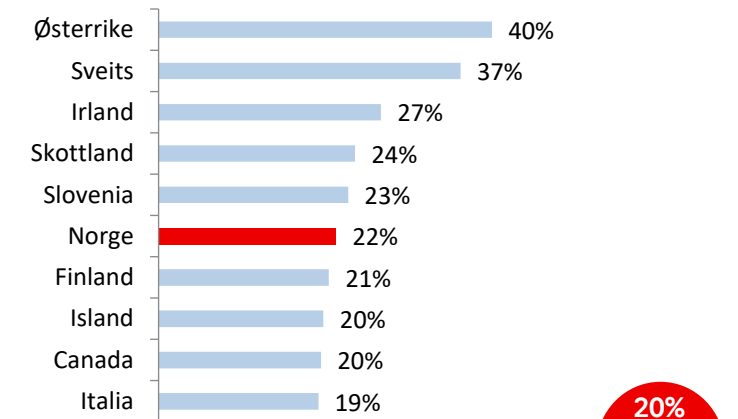
Største segmenter for ferietypen er...



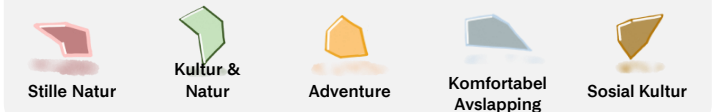
13%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med vandreferie



Største segmenter for ferietypen er...



20%

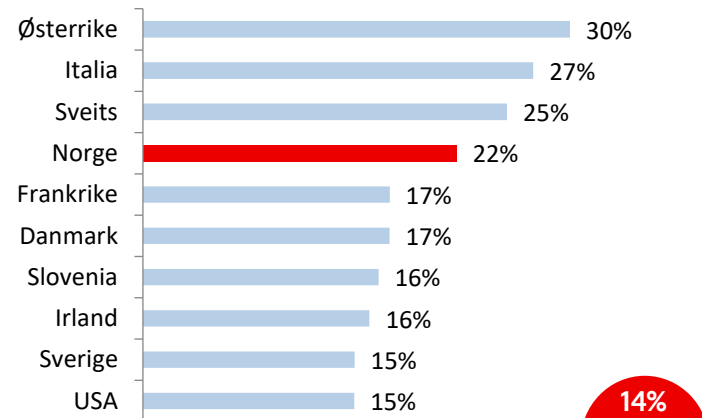
... har høy interesse for ferietypen



Norge egner seg for sport, men ikke så godt for sykkel og velvære

Våre nordiske naboland har en sterkere posisjon som destinasjoner for helse og velvære. Selv om Østerrike er klart størst er både Finland, Sverige og Danmark på topp 10. Helse og velvære er blitt betydelig viktigere på mange ferier. 4 av 10 ferier er i Stille Natur og Adventure, segmenter der Norge har en sterk posisjon, til tross for dette er det kun 17 prosent av de interesserte som mener Norge egner seg for denne typen ferier. For sykkelferier er både Danmark og Sverige betydelig bedre posisjonert. 6 av 10 sykkelferier er i Stille Natur (36%) og Kultur & Natur (23%), så her bør det også være mulig for Norge å klatre på listen.

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



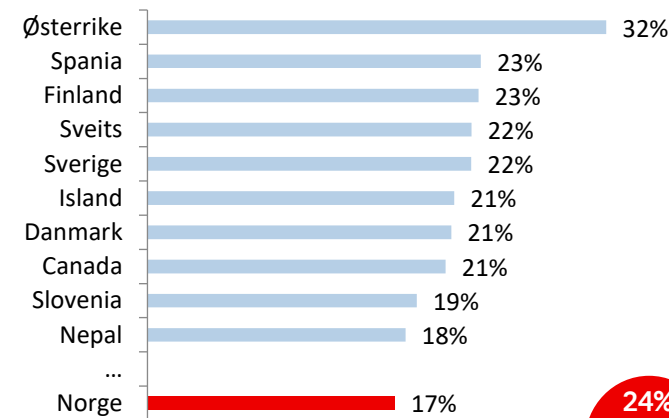
Største segmenter for ferietypen er...



14%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med helse og velvære



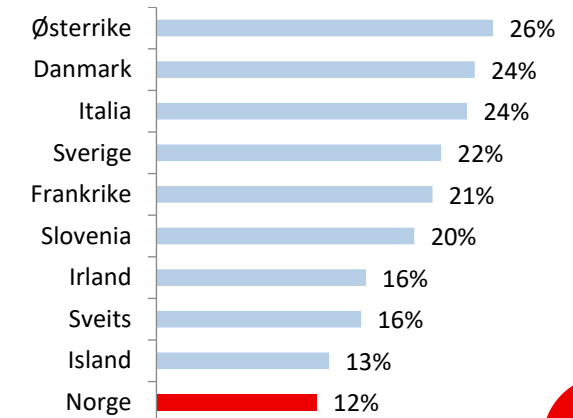
Største segmenter for ferietypen er...



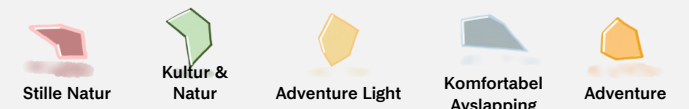
24%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med sykkelferie



Største segmenter for ferietypen er...



14%

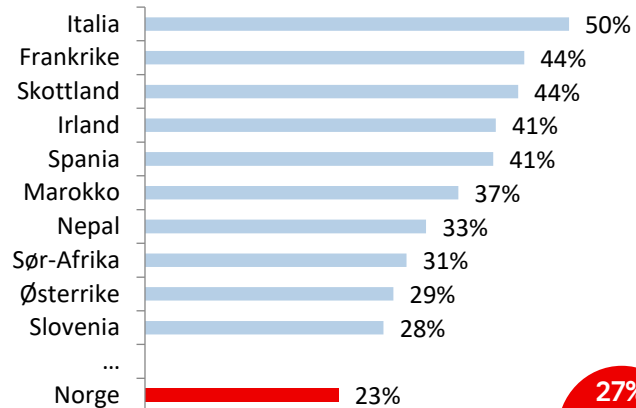
... har høy interesse for ferietypen



Italia og Frankrike har en svært sterk posisjon for kultur, by og kulinariske opplevelser

Det er mange land som egner seg for kulturhistoriske ferier, byferier og kulinariske ferier, men særlig for den siste er Frankrike og Italia ubestridte enere. Det er mellom 20 og 30 prosent som mener at Norge egner seg for disse feriene, så det er definitivt mange tyskere som mener at Norge har mye kultur, historie å by på, og spennende mat- og byopplevelser. For byferier er Sosial Kultur, Kultur & Natur og Kunst & Dannelse omtrent like store og utgjør i overkant av 60 prosent av byferiene. For Kulturhistoriske ferier er Kultur & Natur klart størst (33%) etterfulgt av Adventure (18%) og Sosial Kultur (15%). Kulinariske reiser sprer seg mye mer på flere segmenter.

I hvilken grad forbindes ett land med kulturhistorisk ferie

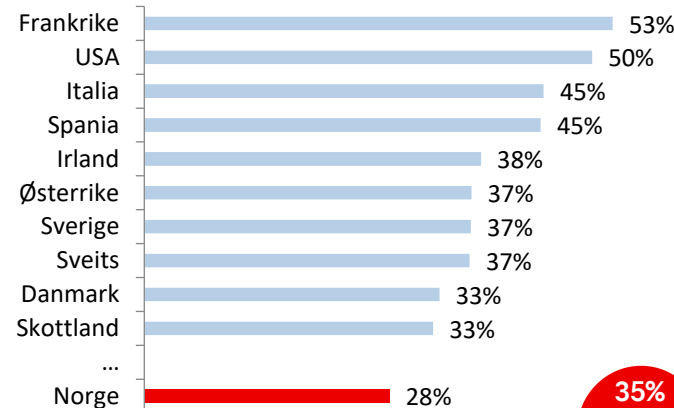


27%
... har høy interesse for ferietypen

Største segmenter for ferietypen er...

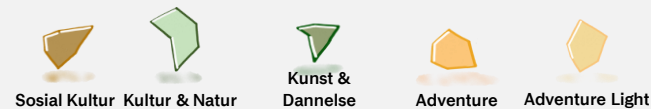


I hvilken grad forbindes ett land med byferie

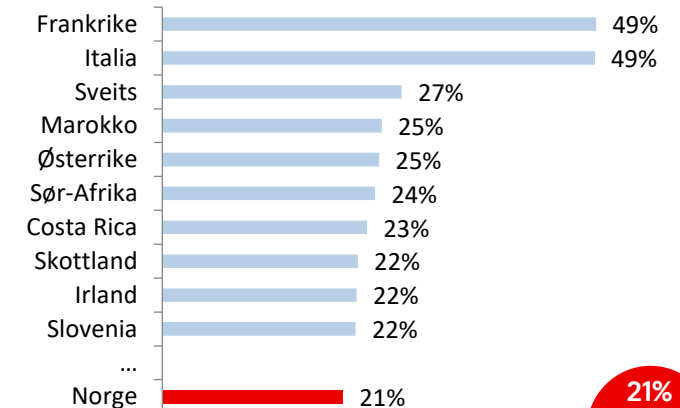


35%
... har høy interesse for ferietypen

Største segmenter for ferietypen er...



I hvilken grad forbindes ett land med kulinarisk ferie



21%
... har høy interesse for ferietypen

Største segmenter for ferietypen er...

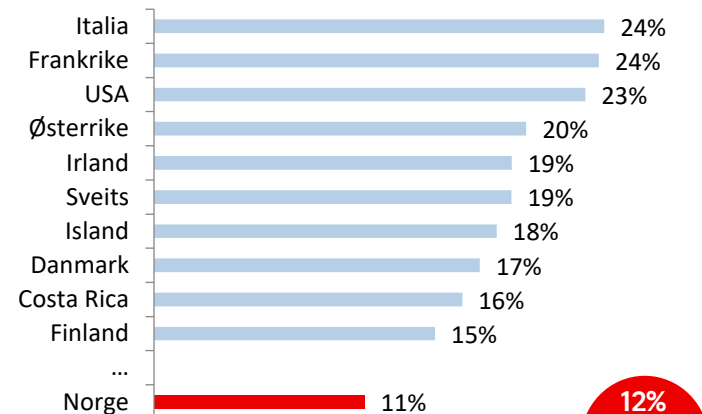




Danmark er et land for fest og feiringer

Det er ingen land som dominerer disse ferietypene. Dette er ferier som sprer seg på mange segmenter og mange destinasjoner. Danmark er i større grad et land tyskerne tenker på for jubileum, feiringer, eventer, fest og moro. For event (festivaler, sports- og kulturbegivenheter) er det en god blanding av segment, men dette er en av de største ferietypene for Kunst & Dannelse, 14 prosent av disse feriene er i denne målgruppen. Østerrike egner seg (nesten) for alle typer ferier. De er på topp 10 for alle ferier med unntak av cruise, rundreise og naturferier.

I hvilken grad forbindes ett land med fest og moro



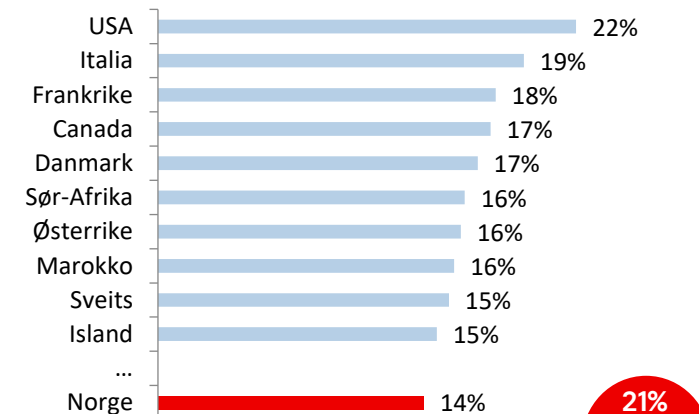
Største segmenter for ferietypen er...



12%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med feiringer



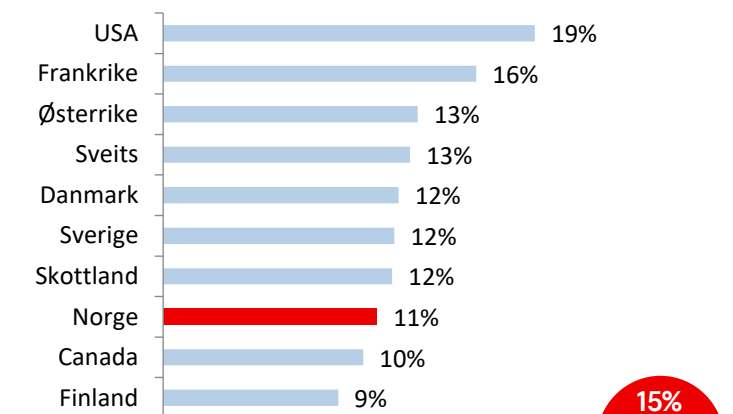
Største segmenter for ferietypen er...



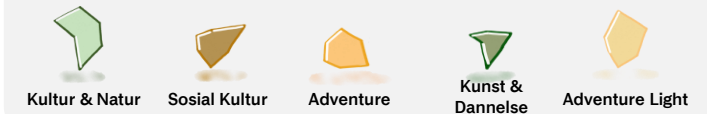
21%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med events



Største segmenter for ferietypen er...



15%

... har høy interesse for ferietypen



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



Foto: Torbjørn Sandbakk