

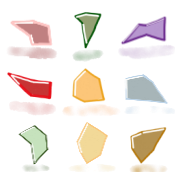
Nederlands markedsprofil



Nederlandske utenlandsferier...

...har mer fokus på å nyte fullstendig frihet, ha det så moro som mulig, få med seg høydepunktene, utforske natur, nyte stillhet, slappe av og gå korte turer og sykle. De foretrekker i større grad det velkjente og verdsetter at det er trygt og pålitelig, med en hyggelig atmosfære. De er mindre opptatt av å utvide horisonten, lære noe nytt og at det er lett å reise.

Segmentenes betydning i Nederland



Segmentene skiller mer enn marked

Det er større skille mellom segmentene enn internt i markedet. Nederland har mange flere i Stille Natur.

På tvers av segmenter er tyske reisende mer opptatt av:

1. Fysisk aktivitet, særlig korte fotturer og tursykling
2. Mer eventyrferier, rundreise, vandre- og sykkelferier.
3. Mer fullstendig frihet, avslapping, stillhet og luksuriøs nytelse

Verdt å merke seg med segmentene



Kultur & Natur, Stille Natur, Kunst & Dannels og Sosial Kultur

- 1 av 4 reiser i aldersgruppen 35 år og oppover er i Stille Natur, langt færre (8%) blant de under 35 år.
- Kultur & Natur er viktig for 55+ (19%), og mindre viktig for de yngre.
- Sosial Kultur er mer byferier, mindre nysgjerrig og meir spontant



Adventure og Adventure Light

- 4 av 10 ferier blant de yngste.
- Mer eventyrferier, utfordringer og utendørsaktiviteter
- Mer ferier med barn og

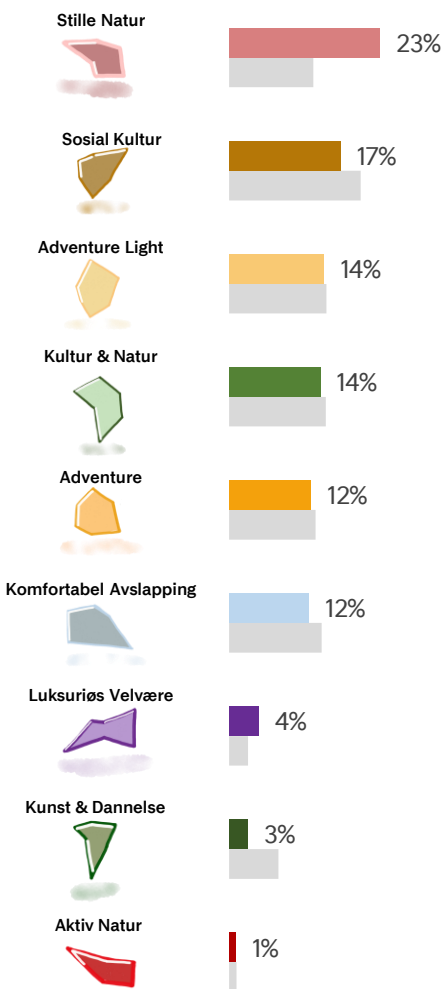


Komfortabel Avslapping, Sosial Kultur og Luksuriøs velvære

- 3 av 10 ferier for de under 35.
- Mer det beste og betale for det og en livsstil andre beundrer

70%

Av nederlenderne er aktive reisende



38% / 33%

55 år eller eldre

35% / 32%

Reiser kun med ektefelle/ partner

43% / 30%

Lange ferier, 8 eller flere overnattinger

28% / 35%

Andel pakkereise