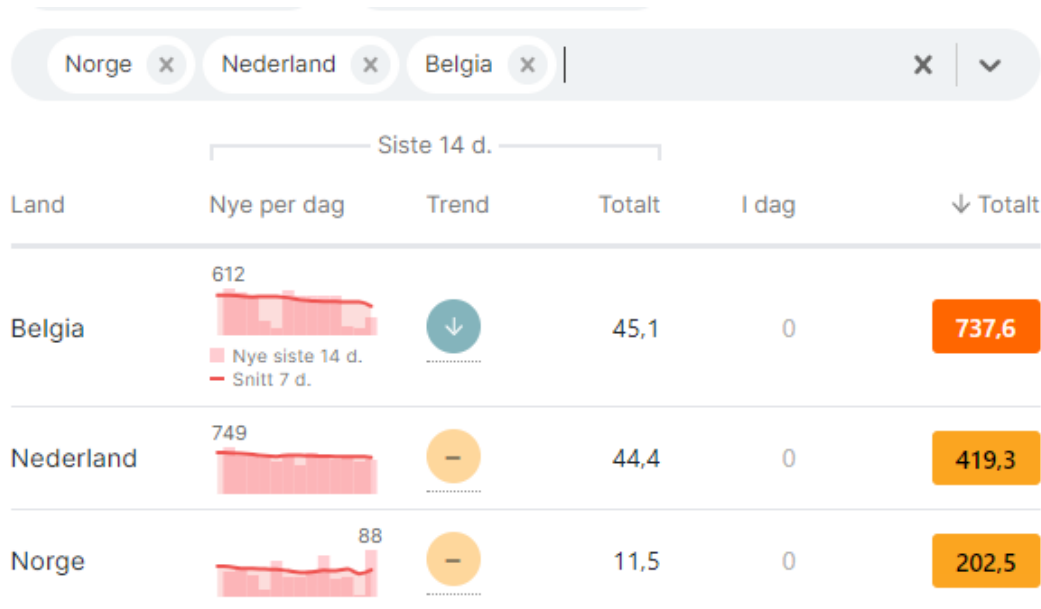


Nederland og Belgia

En status i disse corona tider 03.09.20

COVID19 status



Nederland Markedsprofil



Attraktiviteten i perioden 2012-2019

% = Turister som sannsynligvis vil besøke Norge i løpet av de neste 12 måneder (8-10)



Bærekraftig reiseadferd

Vurderer å endre måten de reiser på av hensyn til miljøet og klima

38%



% = Turister som er «enig» eller «helt enig» i utsagnet

Hvordan vil de endre sin reiseadferd?

- #1 Reise mindre med fly 59%
- #2 Velge land som er nærmere 45%
- #3 Velge mer bærekraftig overnatting 37%
- #4 Velge destinasjoner som tar vare på det lokale miljøet 30%
- #5 Velge destinasjoner med større utvalg av bærekraftige alternativer 27%
- #6 Velge destinasjoner med bærekraftig, lokal transport 25%
- #7 Reise mindre til utlandet 23%



Share of Voice

% = Andelen av markedets reklameeksponering for feriedestinasjoner per land

Frankrike	#1	12%
Italia	#2	12%
Tyskland	#3	11%
Østerrike	#4	11%
Norge	#5	9%
Sveits	#6	7%
Island	#7	6%
Canada	#8	6%
Skottland	#9	6%
Sverige	#10	5%
Danmark	#11	5%
New Zealand	#12	4%
Finland	#13	3%
Alaska	#14	2%



Norges merkevere som feriedestinasjon

% = Turister som er «helt enig» i merkeveret

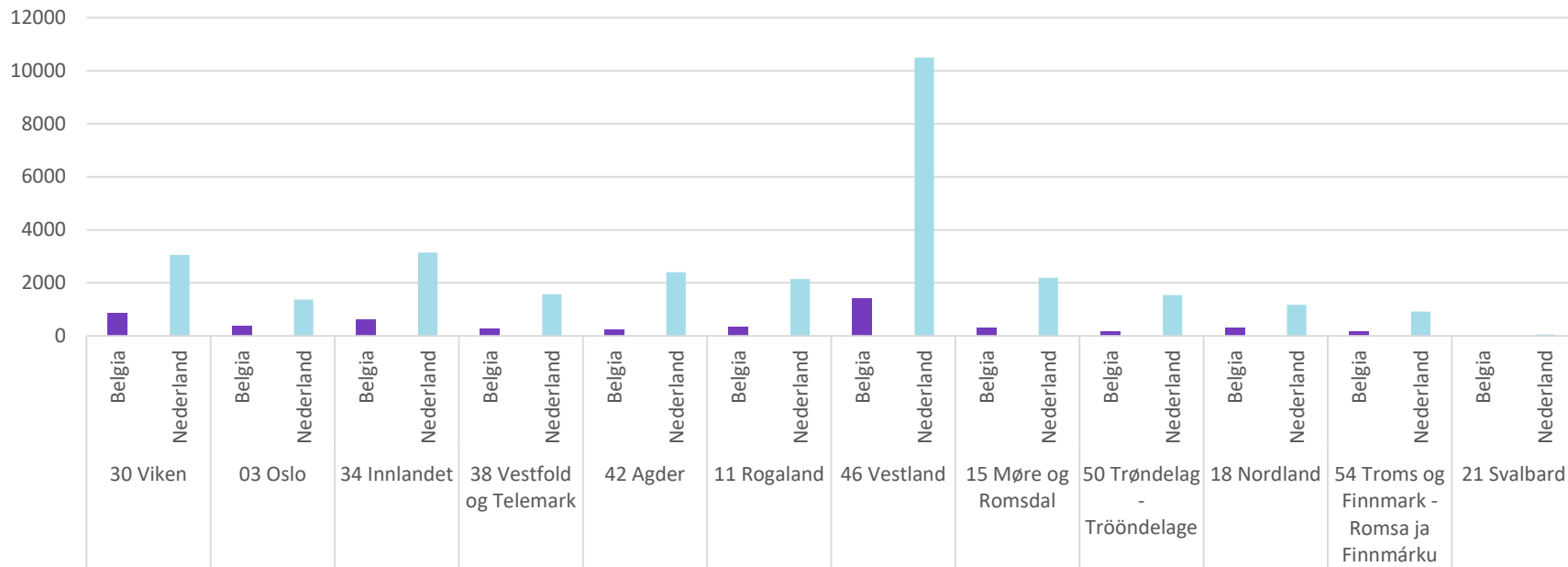


Hovedfunn

England, Danmark, Nederland og Frankrike

		England	Danmark	Nederland	Frankrike
Målgruppe		Omtrent 1/3 i den engelske målgruppen er i aldersgruppen 18-35 år , og 60 prosent har ingen barn . De er hovedsakelig motivert av dramatisk, vill natur og vakkert landskap, ren og urørt natur, storbyer, og lokal kultur, kunst og levemåte . Syv av ti sier at de er interessert i utendørsaktiviteter .	Nesten halvparten av danskene er 56 år eller eldre , og kun én av fem har barn . De er hovedsakelig motivert av lokal kultur, kunst og levemåte, storbyer, dramatisk, vill natur og vakkert landskap, og ren og urørt natur , og er generelt mindre motivert av utendørsaktiviteter enn gjennomsnittet for de øvrige markedene.	Den nederlandske målgruppen ligger omtrent på nivå med gjennomsnittet. En tredjedel er i aldersgruppen 18-35 år , og fire av ti har barn . De interesserer seg for storbyer, ren og urørt natur, lokal kultur, kunst og levemåte, og dramatisk, vill natur og vakkert landskap . De er også over gjennomsnittet interessert i sykling .	Den franske målgruppen reiser mindre, er litt yngre , og har i noe større grad barn . Franske turister motiveres av dramatisk, vill natur og vakkert landskap, ren og urørt natur, lokal kultur, kunst og levemåte, og storbyer . De er også betydelig mer motivert av utendørsaktiviteter, særlig vinteraktiviteter.
Norges merkevarer	Top of mind	Fjords, the northern lights, beautiful scenery, cold, snow	Natur, ski/skiferie, sne, smuk, bjerge, dyrt	Natuur, fjorden, Noorderlicht, moose, sneeuw, Bergen	Neige, froid, nature, fjords, paysages
	Merkereverdier	<ul style="list-style-type: none"> + Gode tilbud på ferier i Norge + Gode matopplevelser og lokale spesialiteter + Spennende kultur og historie ÷ Spektakulære fjorder ÷ Gå tur i naturen ÷ Gode fiskemuligheter 	<ul style="list-style-type: none"> + Familievennlige skiopplevelser + Gode fiskemuligheter + Gå tur i naturen + Spektakulære fjell ÷ Gode tilbud på ferier i Norge ÷ Stort utvalg av bærekraftige alternativer ÷ Gode matopplevelser og lokale spesialiteter 	<ul style="list-style-type: none"> + Ikke overfylt på norske skidestinasjoner + Gode matopplevelser og lokale spesialiteter + Det beste stedet å oppleve nordlyset ÷ Garantert mye snø på skiferie i Norge ÷ Familievennlige skiopplevelser ÷ Lett å komme rundt i Norge 	<ul style="list-style-type: none"> + Det beste stedet å oppleve nordlyset + Garantert mye snø på skiferie i Norge + Stort utvalg av bærekraftige alternativer ÷ Gå tur i naturen ÷ Muligheter for sykling ÷ Gode fiskemuligheter
Besøkende og ikke-besøkende		De som har besøkt Norge er i større grad enig i at; Norge har gode muligheter for sykling, at det ikke er overfylt på norske skidestinasjoner, at det er gode fiskemuligheter, og at det er lett å planlegge en reise i Norge, enn de som ikke har besøkt Norge.	Dansker som har besøkt Norge er i større grad enig i at det er lett å planlegge en reise i Norge og at Norge har en gjestfri lokalbefolkning, enn de som ikke har besøkt Norge.	Det er sannsynlig at nederlandske turister som har besøkt Norge særlig kommer til å si at det er gode tilbud på ferier i Norge, sammenlignet med de som ikke har besøkt Norge.	De som har besøkt Norge er i større grad enig i at Norge har gode muligheter for sykling, og at det er gode tilbud på ferier i Norge, enn de som ikke har besøkt Norge.
SoV		Norges SoV i 2019 ligger på mellom 6 og 11 prosent. Den ligger litt høyere om vinteren enn resten av året. Norge har den høyeste SoV av de nordiske landene.	Norges SoV i 2019 ligger på mellom 9 og 13 prosent. Den er særlig høy fra høsten og utover vinteren, men faller litt under de tradisjonelle sommerdestinasjonene resten av året.	Norges SoV i 2019 holder seg nokså stabil på mellom 9-10 prosent i de fleste måneder. Norge er fortsatt det landet med høyest SoV av de nordiske land.	Norges SoV i 2019 ligger på mellom 8-10 prosent i gjennom store deler av året, noe som er betydelig høyere enn for de andre nordiske landene.

Hvor i Norge reiste Nederlendere og Belgiere (juli)



DESTINASJONSSKAPER

Ny direkte flyrute til Scandinavian Mountains fra Nederland

Nederlandske **BBI-Travel** starter til vinteren ei ny flyrute til **Scandinavian Mountains Airport Sälen-Trysil**. Med to avganger i uka, torsdager og søndager, fra **Groningen Airport Eelde** kan nederlendere og andre internasjonale gjester besøke Trysils og Sälens fantastiske fjellverden og nyte ordentlig vinter og skikjøring.

Rutetabell:

Torsdag 17. desember 2020 – 11. mars 2021

- Groningen – Scandinavian Mountains 09.45-11.30
- Scandinavian Mountains – Groningen 12.00-13.45

Søndag 20. desember 2020 – 14. mars 2021

- Groningen – Scandinavian Mountains 9.45-11.30
- Scandinavian Mountains – Groningen 12.00-13.45

“Bad medicine”

(song by Bon Jovi)

General status

- 1,5m distancing
- No big assemblies/groups, max 5 persons
- Masks obligatory (B) /i kollektivtrafikk (NL)
- Entering shops one and one (B)

- Support ending October (NL)– important with signals for Winter season..
 - Probably over 30% of the touroperators / travelagency's need to close down in October
 - Small TO has fallen outside of the support system/did not qualify
- Support out the year (B)
- economy is decreasing significantly and unemployment is growing rapidly
 - just to give you an idea : Swissport, which was one of both companies that are doing the luggage handling at Brussels Airport went bankrupt, which resulted in 1.500 job losses

“How do you do”

(song by Roxette)

Travel organizers

- 200% busy with rebookings, cancellations, getting clients back
 - no time for new products, new trips, new bookings
- enough requests for wintertime but people don't book because of the uncertain situation
- Many clients have a 'wait-and-see' feeling now, so at the moment we only have some clients who already book a Winter journey (however it normally starts now-beginning of September, so there is still hope 😊).
- In many travel agencies/tour operators, the employees work 40% instead of 100%. There are enough employees to answer customer's phone calls or emails and provide a good customer service.

Travel organizers

- Vi planlegger å tilby turer snart som tidligst skal starte i løpet av februar. Men stor tillit i at vi kan utføre dem har vi ikke
- No demand at all also not for the future (next winter/summer) people can't see the red as something temporary

Challenges

- dealing with changing colours and travel advice
- different rules at every country in Europe
 - clients can travel right now to Denmark & Sweden but not to Norway, Finland and Baltics but next week that can be different
- no dates when it will be better / open
 - no future planning possible
- I do not want to book Norway because of the strict and unpredictable measure
- Also because the ferryboat companies are not flexible
- The feeling is that the winter will be a difficult season as people are not sure what is going to happen with the virus. Is there going to be a test that gives at a very short time the outcome if you are positive or negative and is there going to be a vaccine at all in a short notice.

UUUUPPS!

- Not all suppliers (both ferry companies and accommodations) are updating information to us, so sometimes it was not clear that an accommodation was closed at a certain period. Sometimes they had cancelled our bookings, without giving us any notice.

Needs

- flexible booking / option;
 - no cancellation fee because of covid
 - no rebooking fee because of covid
- No increasing the rates next year because this year many Norwegians came and they paid a lot more than the Dutch. If we want the Dutch to come back next year the rates should be the same or lower, but definitely not higher.
- Local rules in the hotel, on the tours??

Trends

- People are either staying home, staying in their own country or taking a car holiday to countries nearby
- More interest in car holiday than flight
- More flexibility
- I hope that wintersport Norway (and Scandinavia) will be popular because people might avoid the European Alps because of the problems last winter, and they also are looking for more nature because off lock down
- more customers who will take their own car + short ferry to go to Norway. Luckily the Nordic countries are known for nature, lot of space,... So that's a USP! I think Belgian customers will even more appreciate the small scale accommodations/cabins.

Trends

- We did see more bookings coming in when the borders to Norway opened on the 15th of July. But now the borders are closed again we see that people are less willing to book, because they don't know when the borders will re-open again. I think we will have more last-minute bookings the coming months and maybe also for Summer 2021. People wait before they make a booking for their holiday to see where they can travel. And are certain they can travel to that country.

What happened this Summer?

- Market respond opening borders:
clients travelled from the 1st day allowed and where extremely happy
 - feedback afterwards was mainly that Norwegians didn't follow the distance rules as we are used to in the Netherlands
 - Oslo was way too crowded and the same on board the ferry's. Once people arrived in a cabin in the nature they were happy!
 - People were really looking forward to their trips in Norway. We changed bookings in departure dates when possible so roundtrips could take place. Everyone was enthusiastic about coming to Norway and was also very pleased to hear that borders opened again.
 - Also when the news came that the borders will be closed again beginning of August, several clients took a ferry earlier to be in Norway before the borders closed.
- They are willing to take a test before arrival in Norway to show them they are not a covid patient.

“I will survive”

(song by Gloria Gaynor)

We still get requests. People are interested to leave in the winter but are awaiting. ...

As we have a good service towards clients even in corona times, people rely very much on us to handle things right.

We might say our 'customer service' has gained a lot of extra trust with our clients. We do inform them correctly and handle cancellation if necessary.



Tusen takk!
www.innovasjon norge.no