

**12. OKTOBER 2021**

# **TURISTERNE OG BÆREDYGTIGHED**

**DESTINATION LIMFJORDEN**



## DAGSORDEN

- Dansk Kyst- og Naturturisme – kort fortalt
- Nøgletal for Destination Limfjorden
- Bæredygtighed i dag
- Bæredygtighed i fremtiden

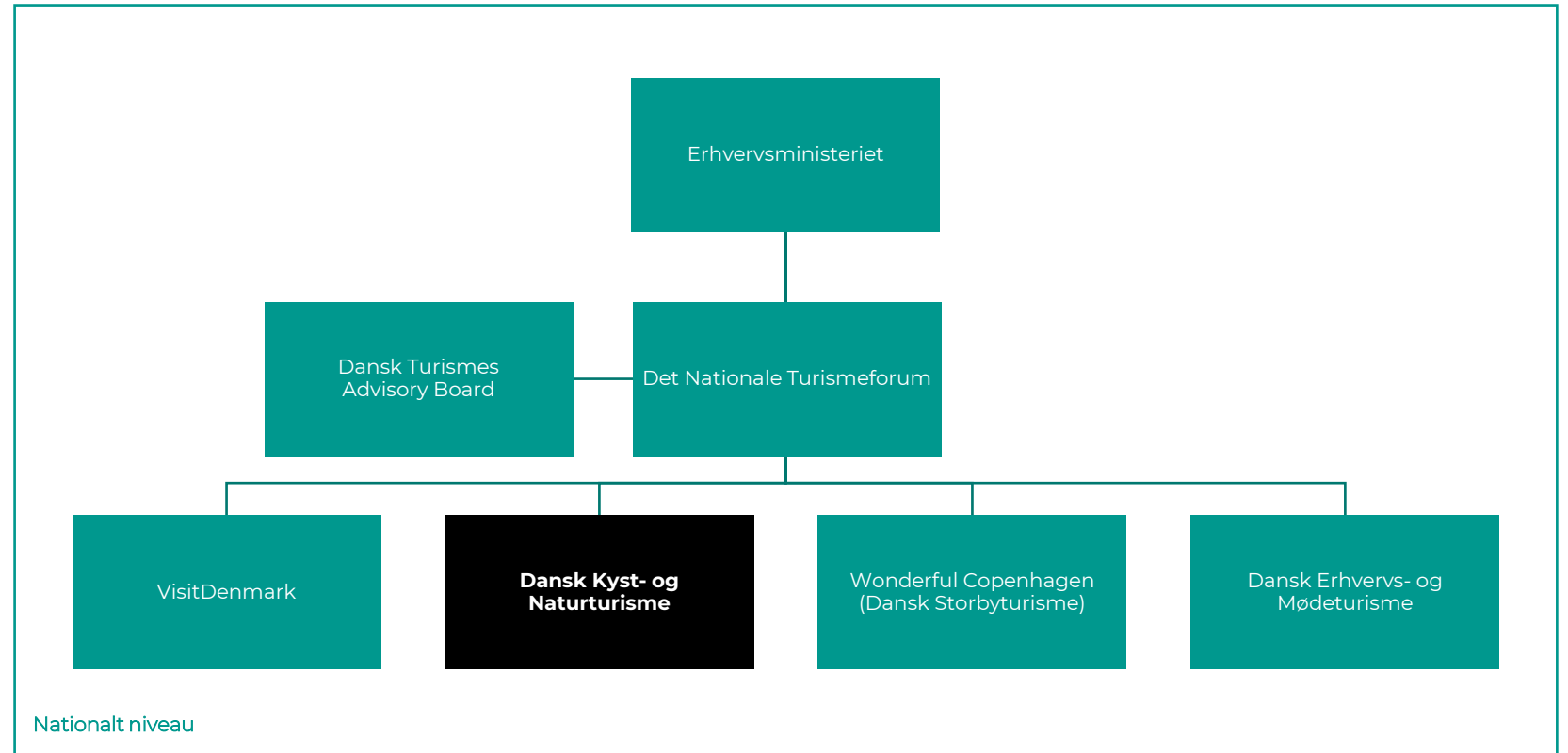


# 1. DKNT – KORT FORTALT

# HVEM ER DANSK KYST- OG NATURTURISME?

Danmarks nationale organisation for udvikling af **kyst- og naturturismen i hele Danmark.**

Er en del af den offentlige turismefremmeindsats og eksekverer på **Den nationale strategi for dansk turisme.**





# HVAD ER VORES OPGAVE?



At udvikle kyst- og naturturismen i Danmark og sætte en **fælles agenda** med vision, ambition, prioritering og fokus



At sikre en **kontinuerlig vækst**, og at kyst- og naturturismen vinder **nye markedsandele** i et stadigt mere konkurrencepræget marked



# UDVIKLINGSPRINCIPPER

## Markedsdrevet vækst

Tag udgangspunkt i markedspotentialet og skab langsigtet kommerciel udvikling. Sammentænk investeringer og skab en positiv spiral.

## Koncentrer udviklingen – skab kritisk masse

Stedbundne potentialer er omdrejningspunkt for opbygning af stærke destinationer. Fokuser og koncentrer udviklingen på udvalgte steder og skab kritisk masse gennem fortætning, udbygning og geografisk samling af overnatningskapacitet, oplevelser og servicefunktioner.

## Tænk bæredygtigt

I såvel økonomisk som ressourcemæssig forstand. Lad bæredygtig vækst være udgangspunkt for produktudvikling og destinationsudvikling. Koncentrer udviklingen i og omkring allerede bebyggede områder og tilpas nye anlæg naturligt i landskabet.

## Skab flere sæsoner

Tænk i differentierede oplevelsesmuligheder og produkter, så det samme sted og de samme faciliteter kan anvendes i flere sæsoner og til flere målgrupper for at skabe stærkere forretningsmæssigt grundlag.

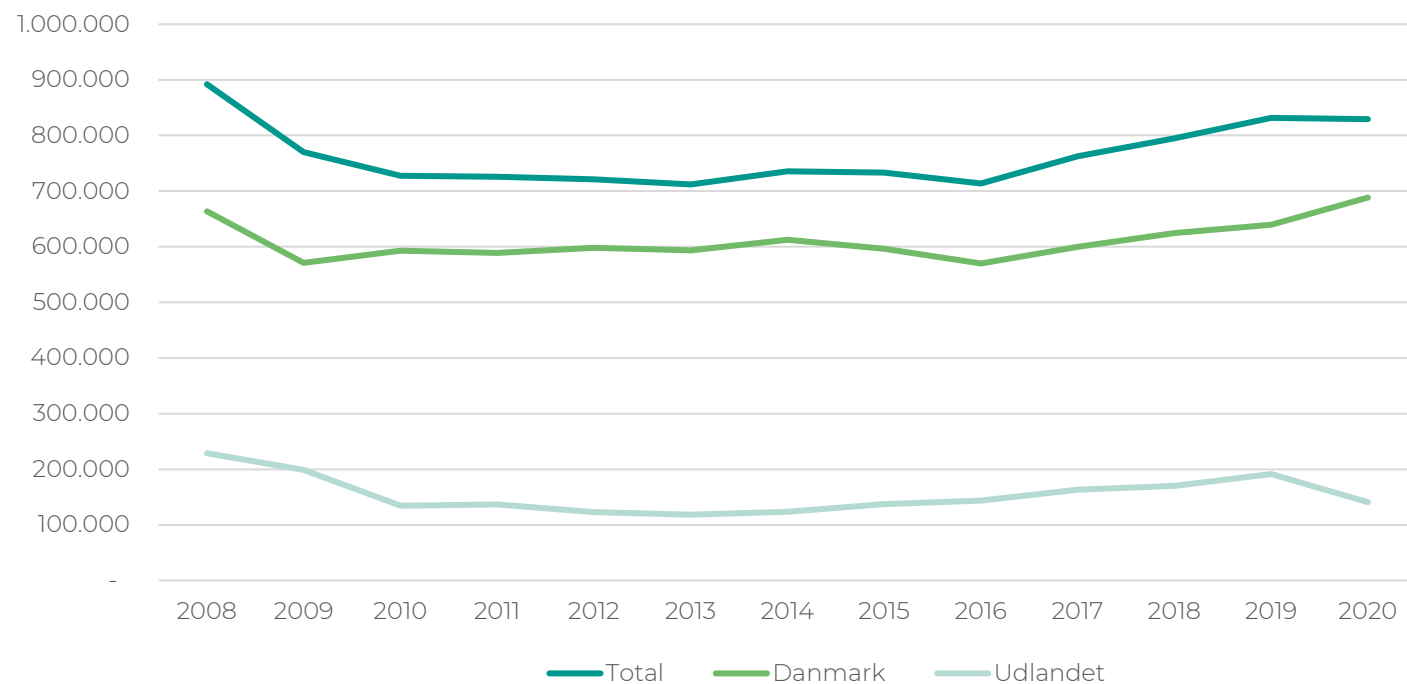
## Øg tilgængeligheden

Skab øget adgang til det danske kystturismeprodukt på flere niveauer. Øg tilgængeligheden til Danmark og øg tilgængeligheden mellem feriesteder. Oplev det enkelte feriested uden trængsel via forbedret infrastruktur.

## 2. NØGLETAL DESTINATION LIMFJORDEN

# STATUS 2020

## DESTINATION LIMFJORDEN



**829.000**

overnatninger i  
2020

Status quo ift.  
2019

**1,5 mia.**

kroner i  
turismeforbrug  
i 2019

**73%** skabt af  
danske turister

**2.200**

Turismeskabt  
beskæftigelse  
(2019)



# **BÆREDYGTIGHED I DAG**

## **- i en feriekontekst**

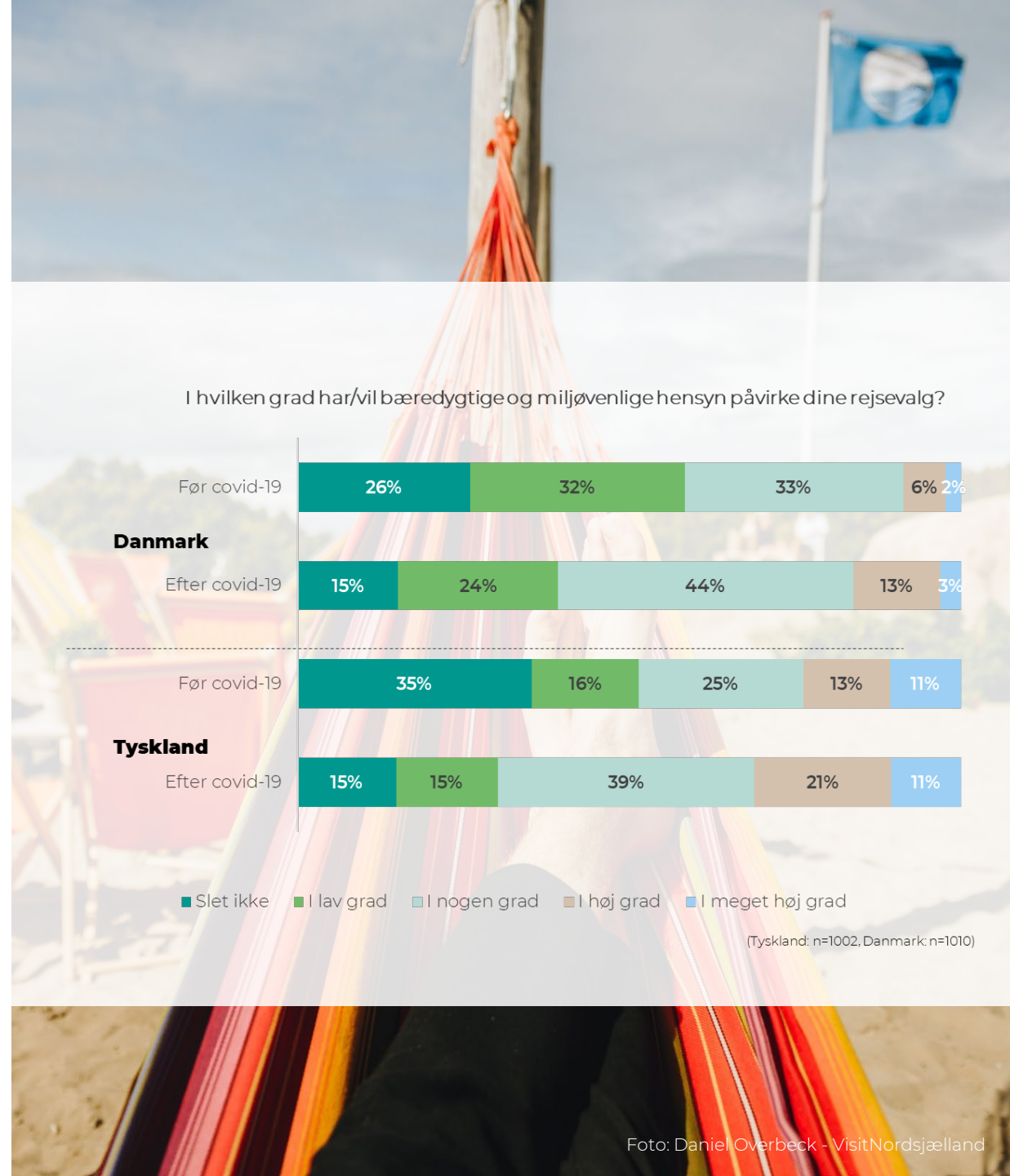
# BÆREDYGTIGHED - ER DET PÅ RADAREN?

Booking.com (2019) har lavet analyser, der viser, at 72% af turisterne efterspørger mere handling i forhold til bæredygtighed, og at der skal være flere bæredygtige rejsemuligheder at vælge imellem.

I 2019 blev 935 personer spurgt om deres rejseadfærd. Her sagde 45%: "Jeg vil forsøge at gøre mine fremtidige ferier mere bæredygtige" (Epinion, 2019).

I sommeren 2020 er +3.000 gæster langs Vestkysten blevet spurgt om deres holdning til bl.a. bæredygtighed. Her viser det sig – på tværs af nationaliteter – at 58% af gæsterne forventer at ændre deres rejsemønstre i en mere bæredygtig retning fremover (Epinion, 2020).

I efteråret 2020 gennemførte DKNT en analyse blandt danskere og tyskere ift. bæredygtighed og ferier, og her ses en tydelig bevægelse henimod, at bæredygtige og miljøvenlige hensyn påvirker rejsevalgene mere efter covid-19 (DKNT 2021).



# BÆREDYGTIGHED

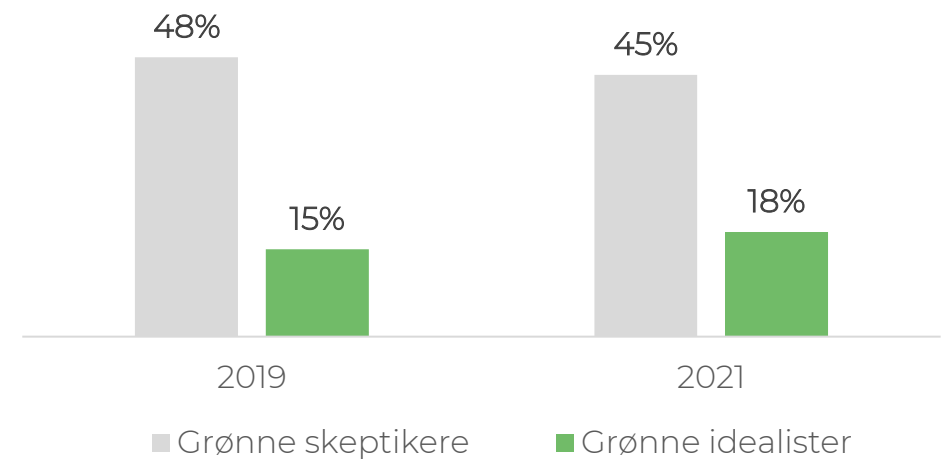
## - DE GRØNNE IDEALISTER

Vi har i analyser zoomet ind på segmentet **"de grønne idealister"**. Segmentet er defineret ved, at de i høj eller meget høj grad forventer, at bæredygtige hensyn vil præge deres fremtidige rejseadfærd.

Gruppen holdes op imod **"de grønne skeptikere"**, som slet ikke eller i mindre grad forventer, at bæredygtige hensyn vil påvirke deres fremtidige rejseadfærd.

I Danmark er der flere grønne skeptikere (45%) end idealister (18%). Tendens til flere grønne idealister i 2021 set ift. 2019.

Andel grønne skeptikere og grønne idealister i Danmark i 2019 og 2021



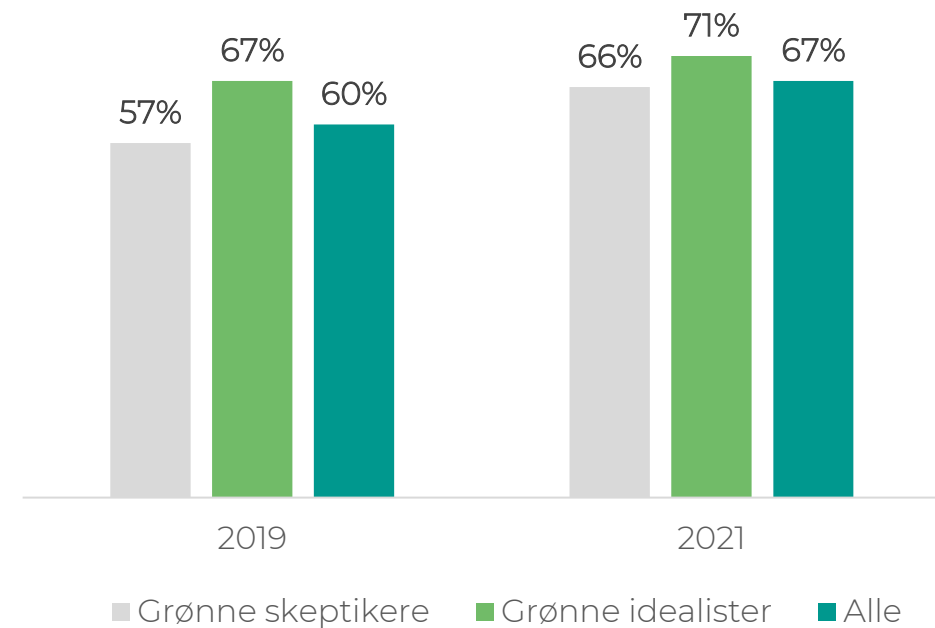
# DANMARK SOM ET ATTRAKTIVT REJSEMÅL

Danmark opfattes i høj grad som en attraktiv feriedestination blandt danskerne.

Den høje attraktivitet ses både blandt de grønne idealister og grønne skeptikere.

En signifikant stigning attraktivitet fra 2019 til 2021. Dette på tværs af segmenterne og total set.

Anser Danmark som en attraktiv feriedestination



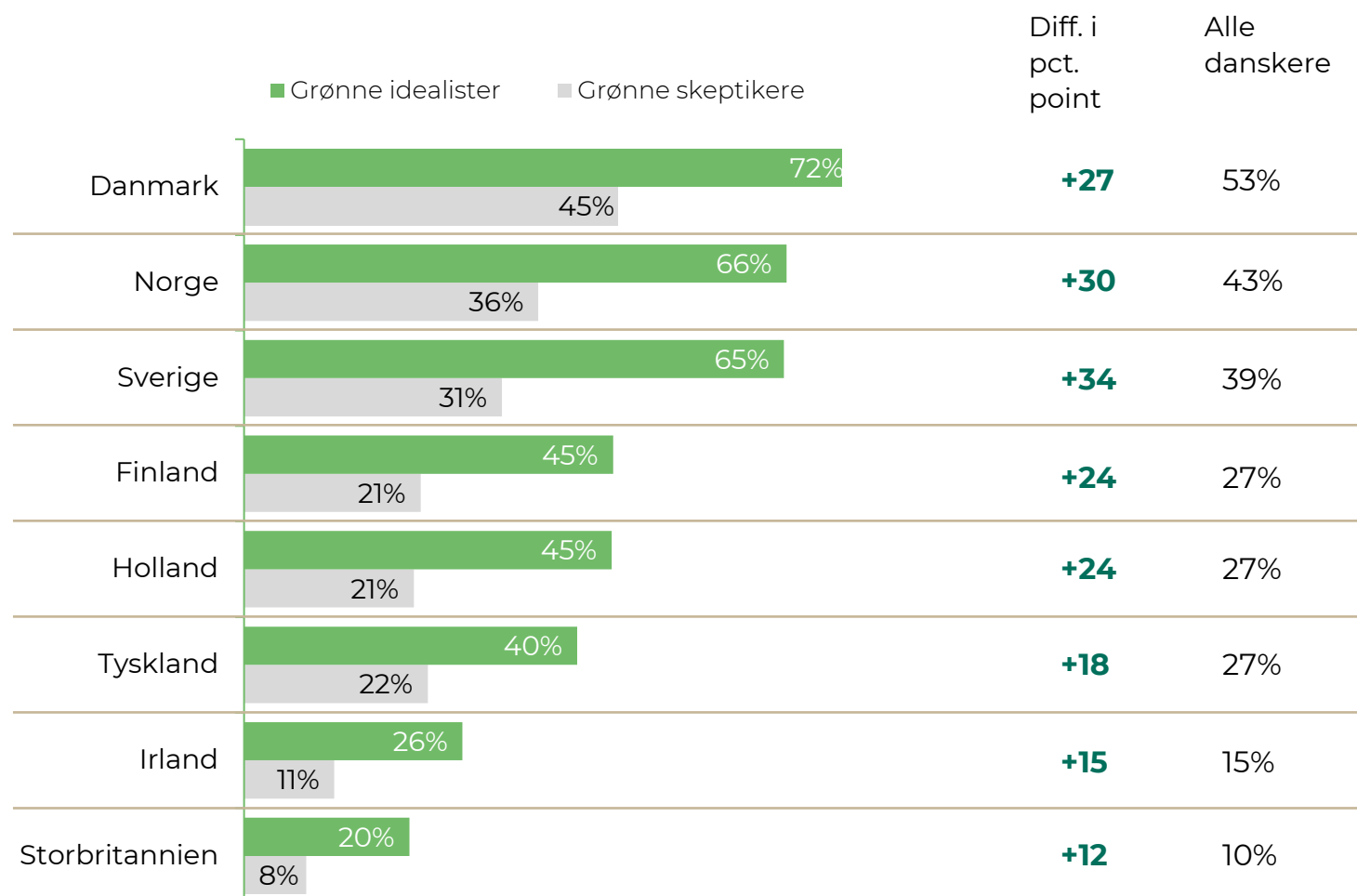
# DANMARK OG KONKURRENTFELT SOM MILJØVENLIGE REJSEMÅL

På tværs af alle otte nordeuropæiske destinationer opfattes disse betydelig mere miljøvenlige blandt de grønne idealister end skeptikerne.

Danmark topper listen og opfattes som et miljøvenligt rejsemål blandt 72% af grønne idealister, hvor det for Norge og Sverige er to ud af tre.

53% af den danske befolkning opfatter deres hjemland som et miljøvenligt rejsemål.

I hvilken grad opfatter du hvert af følgende lande som et miljøvenligt rejsemål? Du behøver ikke at have besøgt landene for at tilkendegive din opfattelse.



Note 1: Respondenter, der har svaret 'i høj grad' eller 'i meget høj grad' er medtaget i grafen.

Kilde: Image og potentialeanalyse 2021 – VisitDenmark + Dansk Kyst- og Naturturisme



# REJSEMOTIVER (1/2)

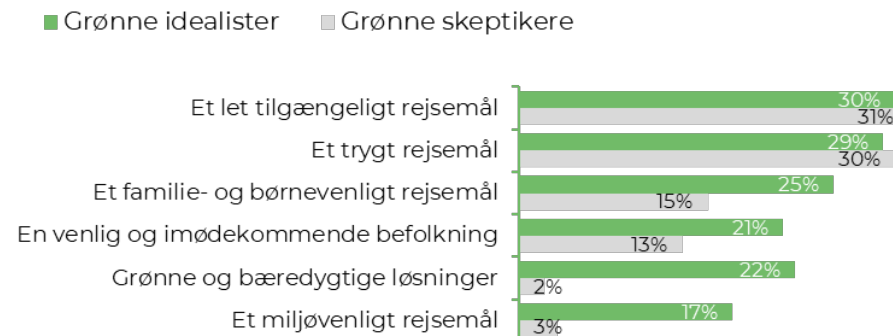
Mere end hver anden efterspørger afslapning og muligheden for at lade op på ferien.

3 ud af 10 søger trygge og let tilgængelige rejsemål.

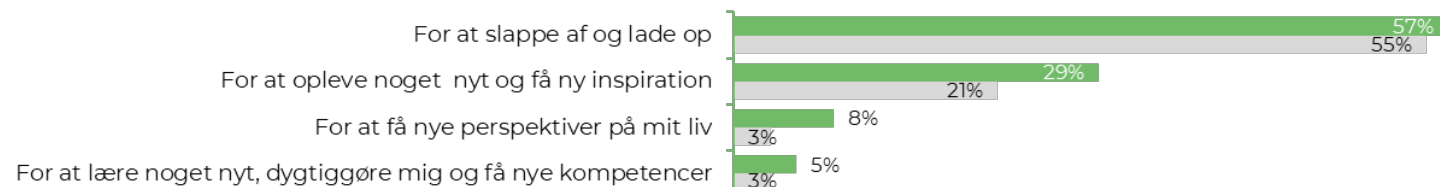
Markant flere grønne idealister prioriterer grønne og bæredygtige løsninger samt et miljøvenligt land som et rejsemotiv.

Muligheden for at holde afstand og andre rejsemotiver knyttet til COVID-19 er vigtigere for de grønne idealister end de grønne skeptikere.

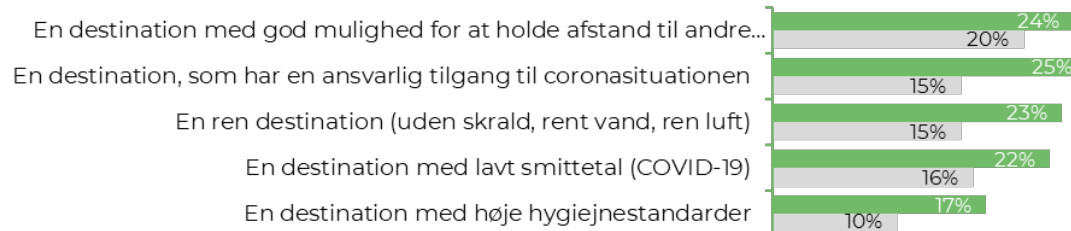
## Generelle



## Emotionelle



## COVID-19



Note 1: Spørgsmålet er kun stillet til de danskere, der har været på minimum én ferie i 2020 med betalt indkvartering

Kilde: Image- og potentialeanalyse 2021 – VisitDenmark + Dansk Kyst- og Naturturisme

# REJSEMOTIVER (2/2)

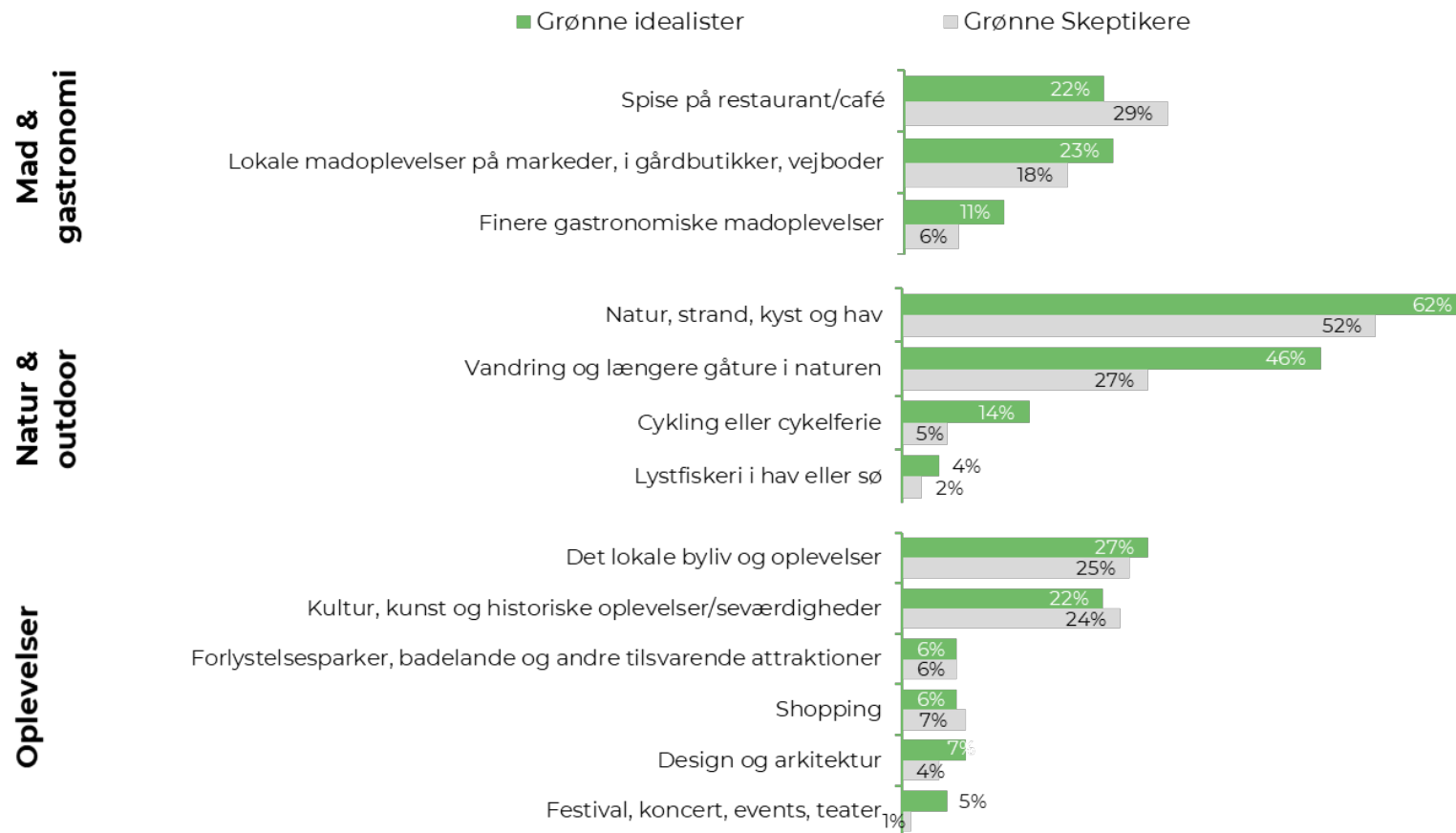
"Natur, strand, kyst og hav" er overordnet set et af de mest vigtige rejsemotiver for danskerne uanset syn på bæredygtighed.

Aktiviteter i naturen som vandring og længere gåture i naturen er i højere grad vigtigt for de grønne idealister.

Både det lokale byliv og oplevelser samt kunst og kultur efterspørges på ferien.

Det at spise ude på restaurant eller café er også et vigtigt rejsemotiv for danskerne. Motivet er vigtigere for de grønne skeptikere.

Lokale madoplevelser på markeder mm. er også vigtige, særligt for de grønne idealister.

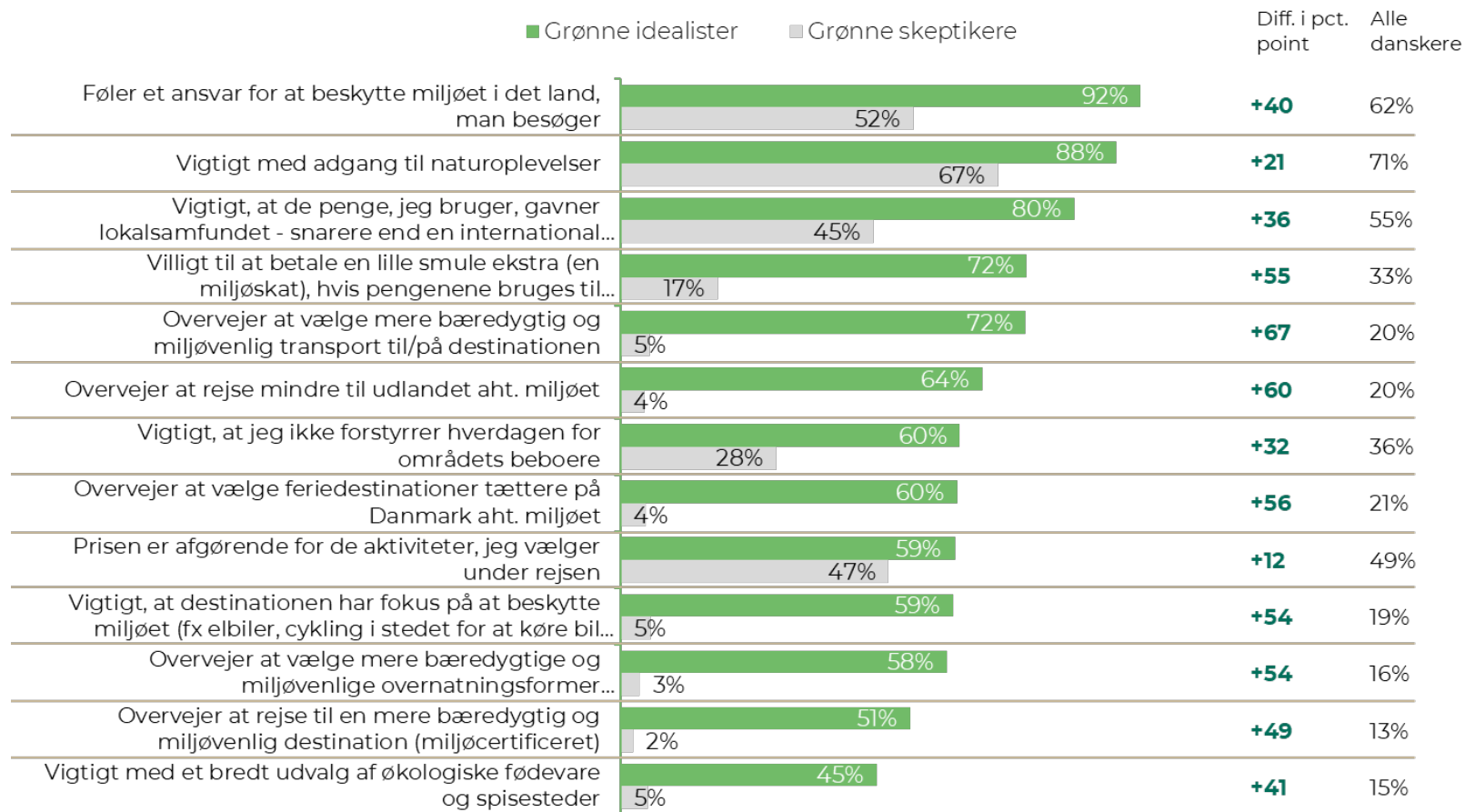


Note 1: Spørgsmålet er kun stillet til de danskere, der har været på minimum én ferie i 2020 med betalt indkvartering

Kilde: Image og potentialeanalyse 2021 – VisitDenmark + Dansk Kyst- og Naturturisme

# BÆREDYGTIGE UDSAGN OM REJSEADFÆRD

## I hvilken grad er du enig eller uenig i følgende udsagn om din rejseadfærd?



De grønne idealister føler et ansvar for at beskytte miljøet i det land, de besøger.

Det er også vigtigt med adgang til naturoplevelser.

De vil gerne bidrage økonomisk til lokalsamfundet på destinationen via deres forbrug.

# BÆREDYGTIGHED ER DET VIGTIGT?

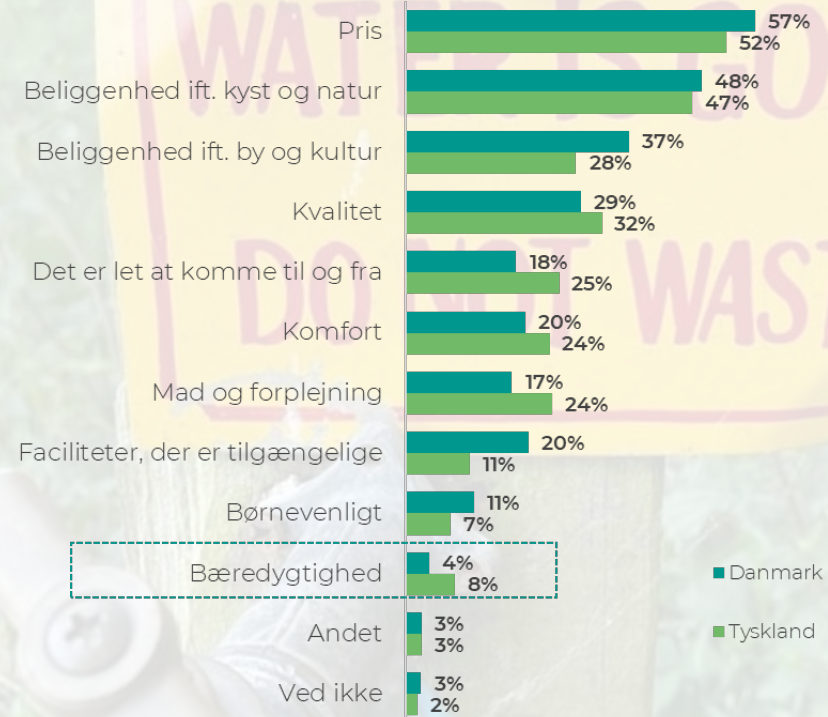
Bæredygtighed er ikke en udslagsgivende parameter, når det kommer til valg af overnatningssted på ferien for et stort flertal – blandt danskere og tyskere.

Blot 4% af danskerne og 8% af tyskerne har bæredygtighed som et af deres tre vigtigste parametre, når de vælger overnatningssted.

Andre ting fylder såsom pris, beliggenhed og kvalitet.

- Også blandt de grønne idealister.

Hvilke tre parametre er vigtigst for dig, når du vælger overnatningssted på en ferie?



# BÆREDYGTIGHED ER DET FORBEHOLDT DE UNGE ELLER DE ÆLDRE?

De grønne idealister er især at finde blandt de yngre kvinder. Uddannelsesniveaulet er forholdsvis højt, og husstandsindkomsten er middel og i den lidt lavere ende.

## Køn



Kvinder

## Husstandsindkomst



Lav

Høj

## Bopæl



## Alder



De 18-30 årige og  
til dels også de  
31-50 årige

## Uddannelsesniveau



Lav

Høj

Being sustainable isn't  
just buying eco-friendly  
products

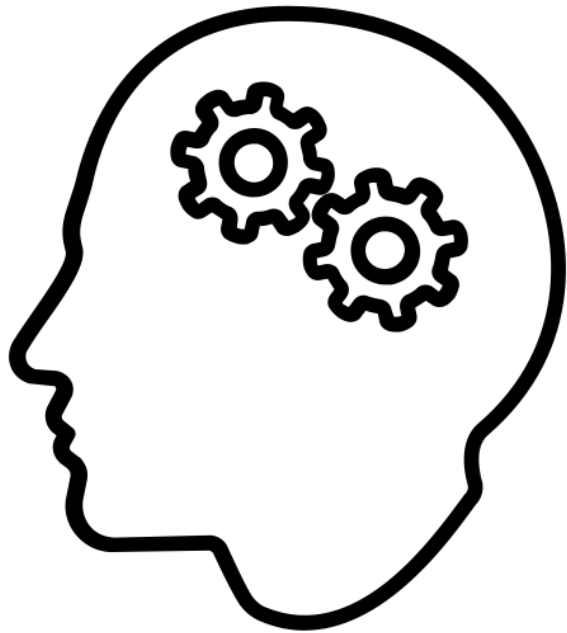
Its also buying quality  
equipment so that it  
lasts years and not  
days...





**FREMTIDEN ER KOMPLEKS, MEN...**

# BÆREDYGTIGHED I DAG



Turisterne mener, at bæredygtighed er godt og vigtigt – men det skal være let og prismæssigt godt for dem.

En feriesituation er en fornøjelsesbaseret aktivitet. Bæredygtigt forbrug og adfærd skal derfor være let og bekvemt.

Det betyder, at det er virksomhederne der skal påtage sig rollen som initiativtager til bæredygtighed – Virksomhederne skal hjælpe turisterne med at agere bæredygtigt på deres ferie. De gør det ikke af sig selv!

Bæredygtighed er en hygiejnefaktor og turisterne vil i udgangspunktet ikke betale ekstra for det – ligesom de heller ikke vil betale ekstra for at få fjernet affald, venlig betjening eller adgang til internettet.

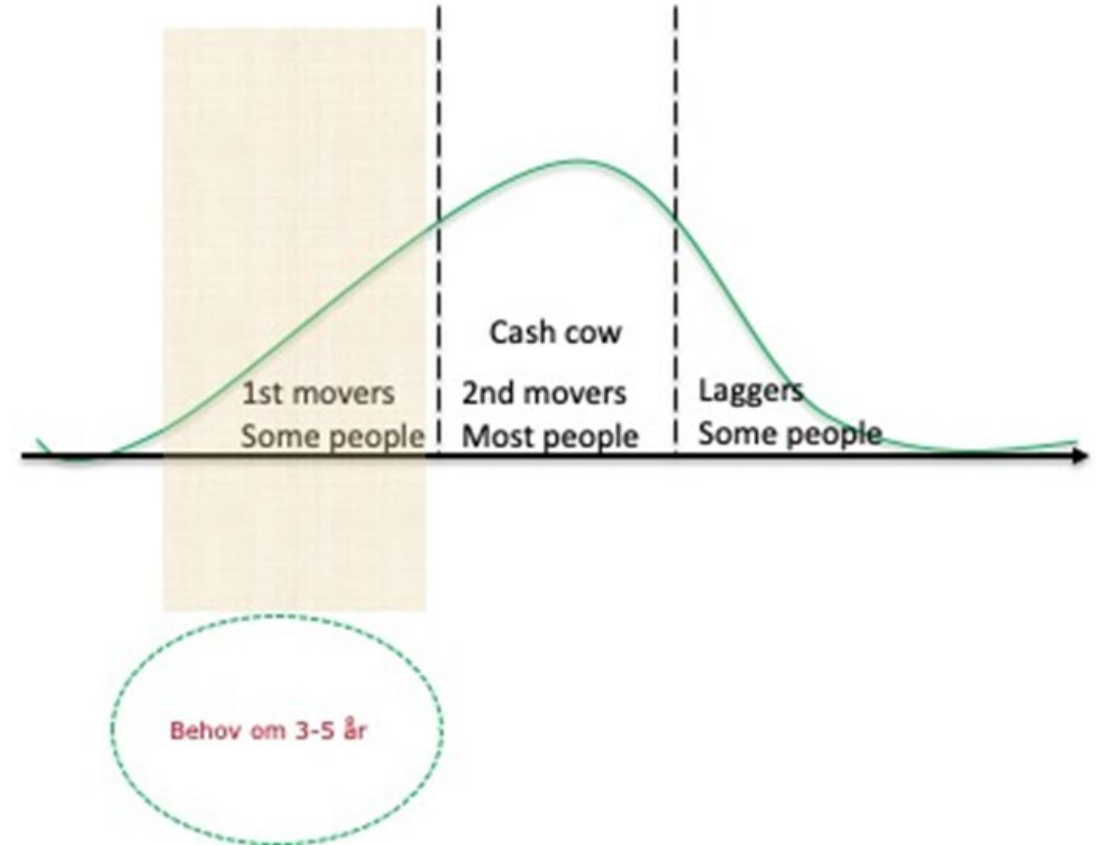
# SÅ HVORDAN SER FREMTIDENS GÆSTER UD?

Firstmovere på bæredygtige ferier mener, at man ikke kan sove godt, hvis klimaet ikke får hvile. Man kan ikke spise med god samvittighed, hvis klimaet har lidt.

Bæredygtighed er og bliver væsentligste konkurrenceparameter.

Retningen er sat – og det er uden tvivl den bæredygtige retning!

Ingen virksomheder kan derfor ikke længere undsige sig bæredygtighed – der er et stigende krav om dette.



**Skaber ikke et  
tilvalg – men  
årsag til et  
fravalg!**

**Det handler om  
at forny og  
fremtidssikre  
kerneprodukter**

**Så start den  
bæredygtige  
rejse – også de  
små ting tæller!**

# HVORDAN DKNT ARBEJDER MED GRØN OMSTILLING AF OVERNATNINGSKAPACITET

- Bæredygtig kapacitet relateret til feriehuse og camping:
  - Målgruppeanalyse – bæredygtighed til hverdag og ferie
  - Test af overnatningskapacitet ift. turisternes efterspørgsel af bæredygtighed i feriehuse og på campingpladser
- 100% bæredygtigt feriehus:
  - Kortlægning af feriehusenes tilstand ift. bæredygtighed
  - Katalog over teknologiske løsninger ift. grøn omstilling af feriehusene
- Green Invest:
  - Inspirationskatalog over best cases ift. certificeringsordninger i bæredygtigt byggeri og miljømærkeordninger
- Transformation af eksisterende overnatningstilbud: mindre hoteller, B&B og vandrerhjem





# TAK FOR ORDET

**HENRIETTE MØLGAARD HANSEN**

**HMH@KYSTOGNATURTURISME.DK / 2859 3937**

