



TYSKLAND: SURFERE OG BOARDSPORTSUDØVERE



midt
regionmidtjylland

midtjysk TURISME
Central Denmark Tourism Foundation

LHBS

Surfere og boardsportsudøvere



Alder: 35+ år
Husstandsstørrelse: 2-4
Volumen: 400.000
Hjemland: Tyskland

Motiver

Baggrund for ferie:

Sol og strand
Natur
Sportsrelaterede aktiviteter

Hvad får målgruppen til at komme tilbage til samme feriested:

De naturlige omgivelser og vejret
Kvaliteten af indkvarteringen
Det generelle prisniveau

Ferietype: Ferie med fokus på surfing

Tyskland generelt

Højsæson: Juli, august, september
Opholdslængde: 9,9 dage
Samlet forbrug: 4.148 kr.
Døgnforbrug: 419 kr.

Adfærd

Hvilke typer ferie foretog de i 2012:

En ferie, hvor turistaktiviteter blev købt separat	61%
Anden form for pakkerejse	41%
All-inclusive ferie	39%

Hvilken rejse planlægger de at tage:

En kort ferie, på op til 3 sammenhængende dage	22%
En ferie på 4-13 sammenhængende dage	57%
En ferie på over 13 sammenhængende dage	36%

Har den økonomiske situation haft en indflydelse på deres ferieplaner for 2013:

Nej, det har ikke ændret deres ferieplaner	83%
Ja, de tager afsted, men vil bruge mindre	9%

Detaljer: Der er en stor andel af gengangere (51%). 32% bliver i mindst 3 uger. Størstedelen overnatter i feriehus (56%) og dernæst camping (34%)
Profilmaessigt er 62% er øvede, 12% elite og 3% professionelle.

Planlægning

Kilder til info (medier, WOM, etc.)

Da surfere og boardsportsudøvere falder ind under en 'special interest'-gruppe, så er deres netværk den store informationskilde. Det gælder specifikke fora og sites for surfere, og også hvad deres venner anbefaler.

Bookingsites:

Målgruppen finder først ud af, hvor de skal hen, og derefter booker de, hvor de skal bo. Der kan derfor være mange sider, som bruges til dette. Meget sker via søgning på nettet, hvor det for dem handler om at finde et sted tæt på vandet, hvor deres interesse kan udøves.

Mest indflydelse på rejsevalg:

Surfere og boardsportsudøvere rejser efter deres interesse. Derfor er det også interessen, som har mest indflydelse på deres rejsevalg. De skal derhen, hvor de kan surfe, og hvor forholdene er de helt rigtige til deres sport.

Google søgninger (Kategori: rejser. Tyskland generelt 2013):

Hotel, bahn og db.

Tendenser og orientering i målgruppen:

Surfere og boardsportsudøvere er en 'special interest'-gruppe. Derfor foregår meget af deres vidensdeling og -tilegnelse i fora for folk med samme interesse. Dette foregår også specifikt inden for, hvor de skal rejse hen.

Motiver og adfærd er lavet ud fra personer 35-50 år med 2+ personer i husstanden og sportsrelaterede aktiviteter el. sol/strand som primært rejsemotiv. Attitudes of Europeans towards Tourism, Eurostat januar 2013.

Opholdslængde, samlet forbrug samt døgnforbrug: På ferie i Danmark, Turistundersøgelsen 2011, VisitDenmark. Beløb er inflationsreguleret til 2013. Dansk inflation anvendt. Landet generelt. Volumener estimeret via RA Reiseanalyse 2011, FUR Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen ud fra andelen der windsurfer i hverdagen/tager dagsture. Kite surfing og board surfing der hver især ligger på et lavere niveau er ikke inkluderet i estimatet. Detaljer adfærd: "BOARDSPORTS I RKS 2013". Destination Ringkøbing Fjord og Ringkøbing-Skjern kommune.

Kilde for planlægning: Ekspertinterviews og Google. Højsæson: basis: Ferierejser til udlandet fra 5 dages varighed. Kilde: Das Reiseverhalten der Deutschen im Inland, Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT).

Surfere og boardsportsudøvere



Karakteristik

Beskrivelse

Surfere er i verden kendt som sådan nogle lidt flippede typer med langt hår og god tid i tilværelsen til at leve det frie surferliv. Når vi taler om den større gruppe turister, som rejser for at surfe eller dyrke andre boardsportsgrene, så er profilen ikke længere så tydelig. Her er tale om almindelige mennesker med job og bolig, nogle gange med hjemmeboende børn, som søger nogle særlige fysiske udfordringer og oplevelser i naturen. Surfing og boardsport er med til at give oplevelsen et særligt twist - præcis som det er tilfældet med Foodies eller Lystfiskerne. Dog er Surfere og Boardsportsudøvere kendetegnet ved, at de ved at lave disse aktiviteter i naturen oplever en frihed, som de værdsætter højt samtidig med, at de udfordres af naturens elementer.

Rejseadfærd og motiver

Surfere og Boardsportsudøvere er yderst optagede af det sted, de ønsker at dyrke deres interesse. Det betyder, at stedet de ønsker at surfe m.m. typisk styrer restens af rejsens elementer. Her læner de sig meget op ad hinanden og ligesindede med samme interesser og frekventerer diverse fora og specialsites med surf og boardsport som omdrejningspunkt.

Informationskilder – Surfere og boardsportsudøvere



Vigtigste informationskilder, når der foretages beslutning om rejseplaner

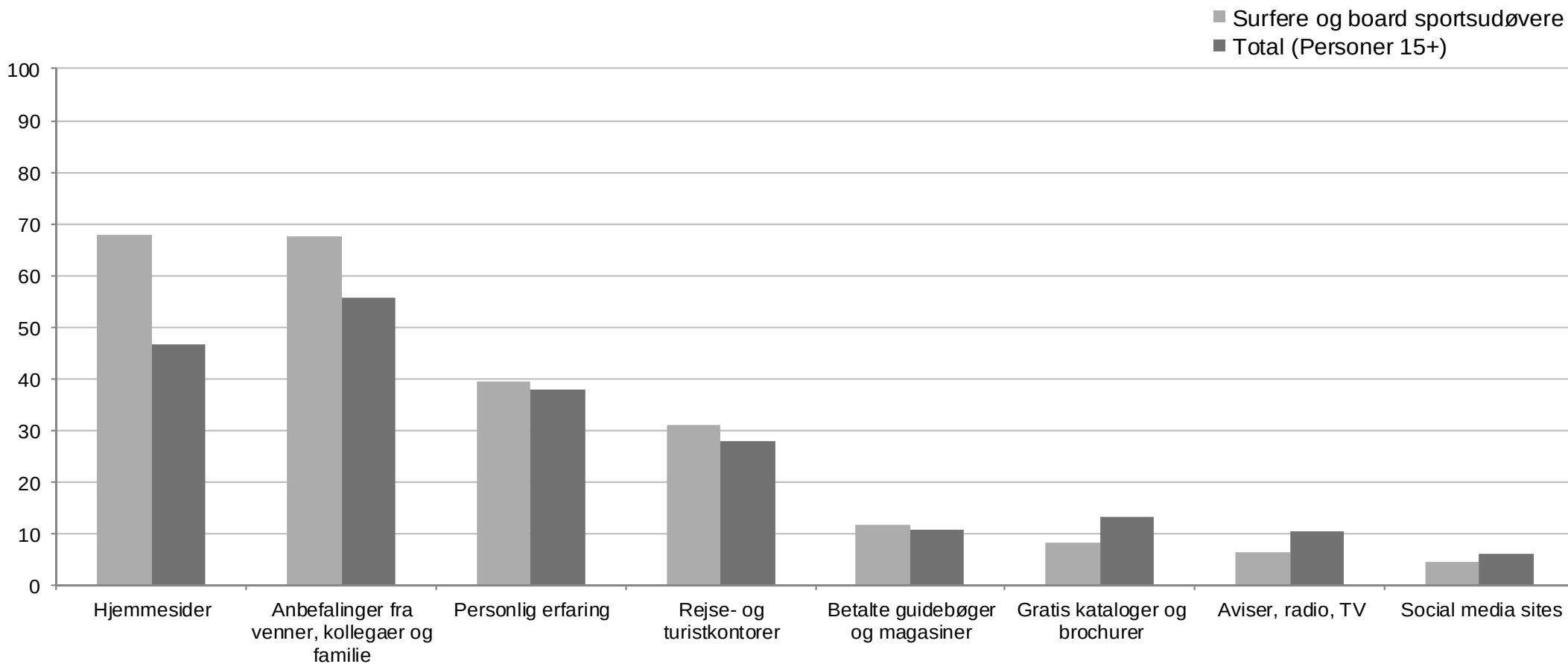


Diagram lavet ud fra personer 35-50 år med 2+ personer i husstanden og sportsrelaterede aktiviteter el. sol/strand som primært rejsemotiv. Attitudes of Europeans towards Tourism, Eurostat januar 2013.

Arrangere rejse – Surfere og boardsportsudøvere



Brugte metoder til at arrangere rejse i 2012

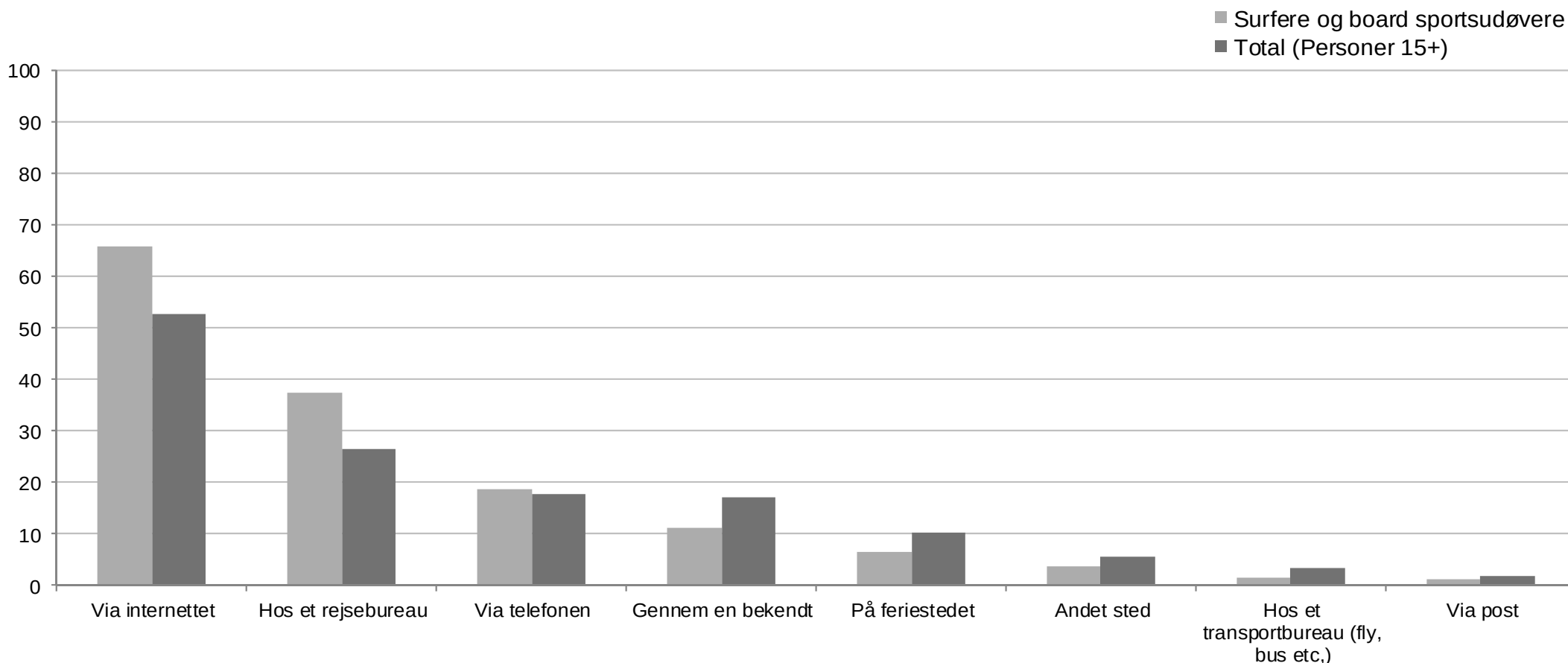


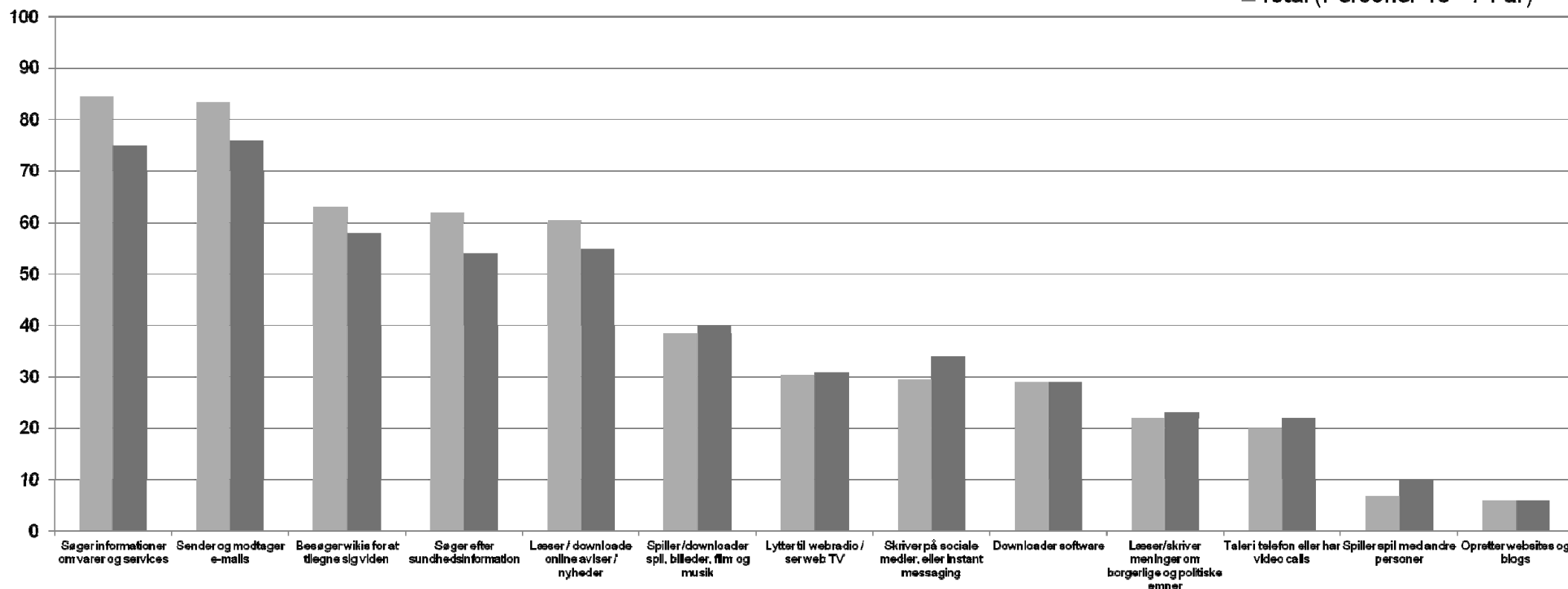
Diagram lavet ud fra personer 35-50 år med 2+ personer i husstanden og sportsrelaterede aktiviteter el. sol/strand som primært rejsemotiv. Attitudes of Europeans towards Tourism, Eurostat januar 2013.

Hvad laver de online – Surfere og boardsportsudøvere



Ugentlig internettilgang: 86%
Daglig internettilgang: 70%

■ Surfere og board sportsentusiaster
 ■ Total (Personer 16 - 74 år)

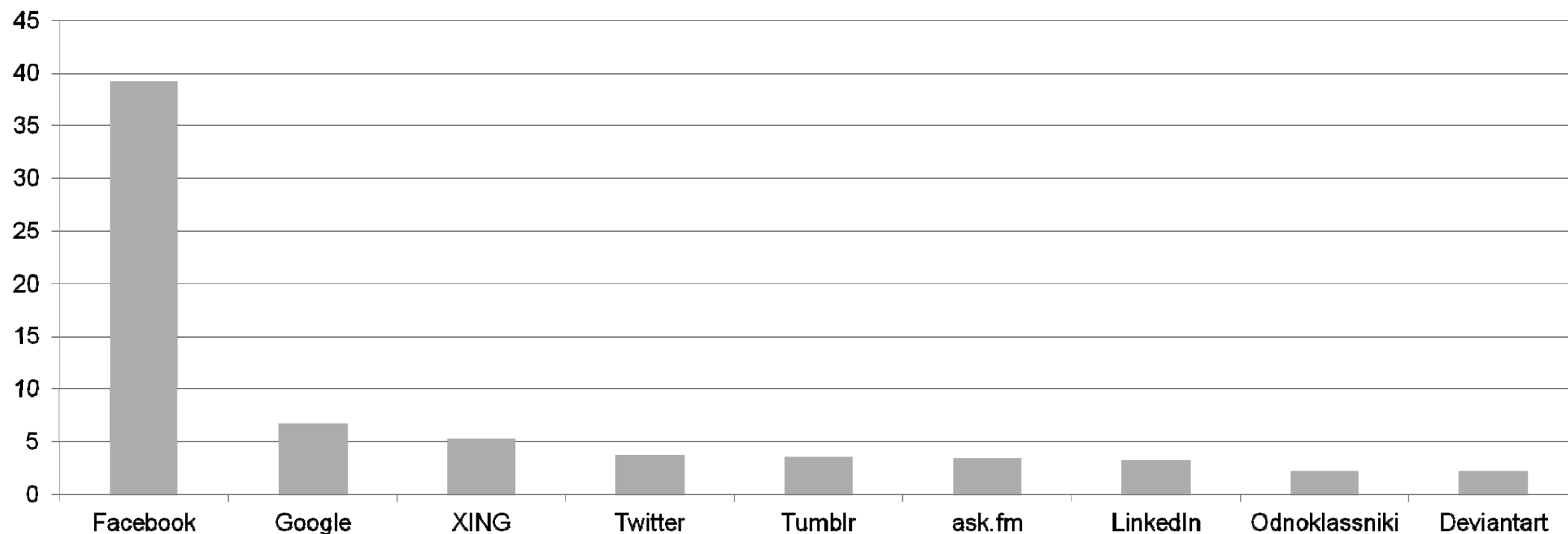


Procent som har udført emnet på nettet. Diagram lavet ud fra personer 35 – 54 år. Tal fra 2012. Tal for 'søger efter sundhedsinformationer', 'downloader software', 'læser/skriver meninger om borgerlige og politiske emner' og 'besøger wikis for at tilegne sig viden' fra 2011. Kilde: ICT usage, Eurostat.

Sociale medier – Surfere og boardsportsudøvere



Antal besøgende på sociale sites pr. måned (Tyskland generelt, marts 2013)



Kilde: <http://de.statista.com/themen/138/facebook/infografik/907/top-10-der-sozialen-netzwerke-in-deutschland/>
Tal i millioner.

Surfere og boardsportsudøvere



Digitale anbefalinger:

- Yderst aktive online.
- Her er tale om en målgruppe, som bl.a. orienterer sig på specialfora om, hvor det er særligt godt at være på bestemte tidspunkter af året m.m.
- En 'special interest'-målgruppe hvor anbefalinger fra venner og bekendte + interessefæller spiller en vigtig rolle, når rejsen besluttet.
- De lytter meget til, hvad deres andre surfere og boardsportsudøvere har at fortælle om forskellige steder.
- Her er virkelig tale om en 'special interest'-gruppe med alt, hvad hertil hører af fora, blogs, sites og communities med interessefæller.

Anvendte kilder:

- Attitudes of Europeans towards Tourism, Eurostat januar 2013
- ICT usage, Eurostat
- På ferie i Danmark, Turistundersøgelsen 2011, VisitDenmark
- RA Reiseanalyse 2011, FUR Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen
- Das Reiseverhalten der Deutschen im Inland, Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT)
- <http://de.statista.com/themen/138/facebook/infografik/907/top-10-der-sozialen-netzwerke-in-deutschland/>
- <http://www.google.com/trends/>
- Ekspertinterviews
- "BOARDSPORTS I RKSK 2013". Destination Ringkøbing Fjord og Ringkøbing-Skjern kommune