



VELKOMMEN TIL
KUNSTNERGÅRDEN

PARTNERMØDE NR. 2. – TIRSDAG DEN 9. MAJ 2023



PROGRAM NETVÆRKS møde

- Kl. 8.00 Ankomst, kaffe og brød
- Kl. 8.15 Ny feriehusanalyse v/Louise
 - Status fra DESJ
 - Velkommen til Kunstnergården v/Linda og Søren
- Kl. 9.00 NETVÆRK
- Kl. 9.15 Trends og tendenser - sæson 2023 v/Christian Helm, Wilke
- Kl. 10.00 Tak for i dag (pause til jer der skal arbejde med årshjul)

- Kl. 10.30 Arbejdende værksted – SoMe årshjul/planlæg opslag

FERIEHUSANALYSE 2023

Sendt via e-boks/mit.dk til alle feriehusejere i Kalundborg, Slagelse og Holbæk Kommuner

- 2990 besvarelser
- 600 har skrevet sig op til vores 'feriehuspanel'

Temaer i spørgeskemaet:

- Profil af feriehusene i de tre kommuner samt en profil af ejerne.
- Ejernes egen anvendelse af feriehuset
- Omfang af udlejning og udlån
- Fremtidig udlejningsvillighed

Analysen er støttet af:

 Danmarks
Erhvervsfremmebestyrelse



SAMMEN OM
destinationsjaelland.dk



FERIEHUSANALYSE 2023

Feriehusejernes profil

- 80% er 50+
- 96% bor i Hovedstadsområdet (53%) eller Region Sjælland (43%).
- 22% er 'nye' feriehusejere som har købt huset i 2020 eller senere
- Benytter primært huset med deres nærmeste familie

Feriehusejernes benyttelse af eget feriehus

- Ejere benyttede i gennemsnit selv deres huse 13,4 uger i 2022, svarende til en udnyttelse på ca. 25% - naturligvis markant højere i juli og august hvor udnyttelsen var ca. 50%.
 - Husene i Holbæk benyttes i gennemsnit en uge mere om måneden udenfor højsæsonen end i de øvrige kommuner
- Ejernes væsentligste drivere for brug af feriehuset er ro og afslapning samt socialt samvær med familie og venner.
- Ture til stranden og aktiviteter i naturen udgør de hyppigste oplevelsesparametre
 - Dog bonner xx og xx også ud som fortrukne aktiviteter



FERIEHUSANALYSE 2023

Feriehusejernes udlejnings- og udlånsvillighed

- Cirka 7% af husene blev udlejet kommercielt i 2022
- Mens 47% blev udlånt til familie og venner (gratis)
- 45% hverken udlejede eller udlånte.

Udlejning

- Husene der blev udlejet var i gennemsnit udlejet 8-9 uger (hvoraf 4 uger var i juli/august)
 - Hvis de 7% hver udlejede 3 uger mere årligt svarer det til
- 69% af ejerne der udlejer, gør det for at få bidrager til at dække nogle af udgifterne ved feriehuset

Argumenter der kunne få ejerne til at udleje/udleje mere:

- At de selv bruger huset mindre (24%)
- At omkostningerne til huset stiger (20%)

Primær grunde til ikke at udleje feriehuset

Hvor enig eller uenig er du i følgende overvejelser om ikke at udleje dit feriehus?



1 = Meget enig, 2 = Enig, 3 = Hverken enig eller uenig, 4 = Uenig, 5 = Meget uenig

DESTINATION
SJÆLLAND



SOMMERFERIE PÅ SJÆLLAND

SJOV FOR BØRN

DESTINATION
SJÆLL



FERIE PÅ SJÆLLAND
**NATUREN HOLDER
ALTID ÅBEN**

DESTINATION
SJÆLLAND



FERIE PÅ SJÆLLAND

**HVOR SKAL VI
SOVE I NAT?**

DESTINATION
SJÆLLAND



FERIE PÅ SJÆLLAND
**HØJ PÅ HISTORIENS
VINGESUS**



SOMMERKAMPAGNE

Facebook & Google, 13/3-30/4
100% online

Facebook

Lige under 5 mio. eksponeringer – unikke 700.000 personer
16.454 klikk
879 leads

Google

5 mio. eksponering fordelt på search & display
23.678 klikk

Aktiviteter og oplevelser i sommerferien

Uge 25-32

Landingsside: desj.dk/sommer

SAMMEN OM
destinationsjaelland.dk

OPMÆRKSOMHEDS- PUNKTER FRA DESTINATION SJÆLLAND

Et par hurtige indspark på den korte og lange bane

Præsentation af ny kollega	MJ
Krydstogt – siden sidst	LT
Indsats gruppesegment	MD
Nyt Sjællandsprojekt til 15 mio.	MJ
Dataprojekt	AW/LT
Outdoor – siden sidst	SF
Sjællands spisekammer – siden sidst	TB
Efterårskampagne	MJ





KUNSTNERGÅRDEN



ET KIG PÅ ..

TRENDS OG TENDENSER 2023
V/CHRISTIAN HELM, WILKE



TAK FOR I DAG

**VI SES TIL PARTNERDAG
DEN 30. AUGUST**

A family of four is shown from behind, standing on a grassy hill overlooking a large body of water. The woman on the left is pointing towards the water. The man on the right is holding a bicycle. Two children are also on bicycles. In the background, there are houses and a forested hill under a clear sky. The foreground is filled with tall, dry grass.

Turismeundersøgelser i Danmark 2023

Indsigter der skaber fremdrift

Wilke 2023

w



Dansk ejerledet analyse-
og indsigtssbureau

Etableret i 1999

50 fastansatte &
200 freelancere fordelt på
vores tre lokationer i
København, Odense &
Aarhus

Vi rådgiver inden for CEM,
forretningsudvikling & tracking
- alt sammen med afsæt i
kundeindsigter

150+ kunder i både
B2B og B2C

Ekspertter i 12 forskellige
sektorer

OM WILKE

En erfaren partner inden for turisme



+10 års erfaring inden for turisme



Landsdækkende team af interviewere



175 interviewere som kan interviewe på flere sprog



Konkrete anbefalinger som kan stimulere efterspørgsel og forbrug blandt turisterne



Dybdeinterviews, fokusgrupper og onlineundersøgelser
- både i ind- og udland



25.000 interviews med turister i Danmark i 2022



VI SAMARBEJDER MED EN LANG RÆKKE DESTINATIONSSKABER

Vi har mange års erfaring inden for turisme i Danmark

VisitDenmark 

VISITHORSENS

- en del af Destination Kystlandet

 **mojn**
Sønderjylland

 RIBE ESBJERG FANØ
VADEHAVSKYSTEN

VISITNORDFYN 

VISITODENSE 

 **VISIT
NORDVESTKYSTEN**

VisitHerning 

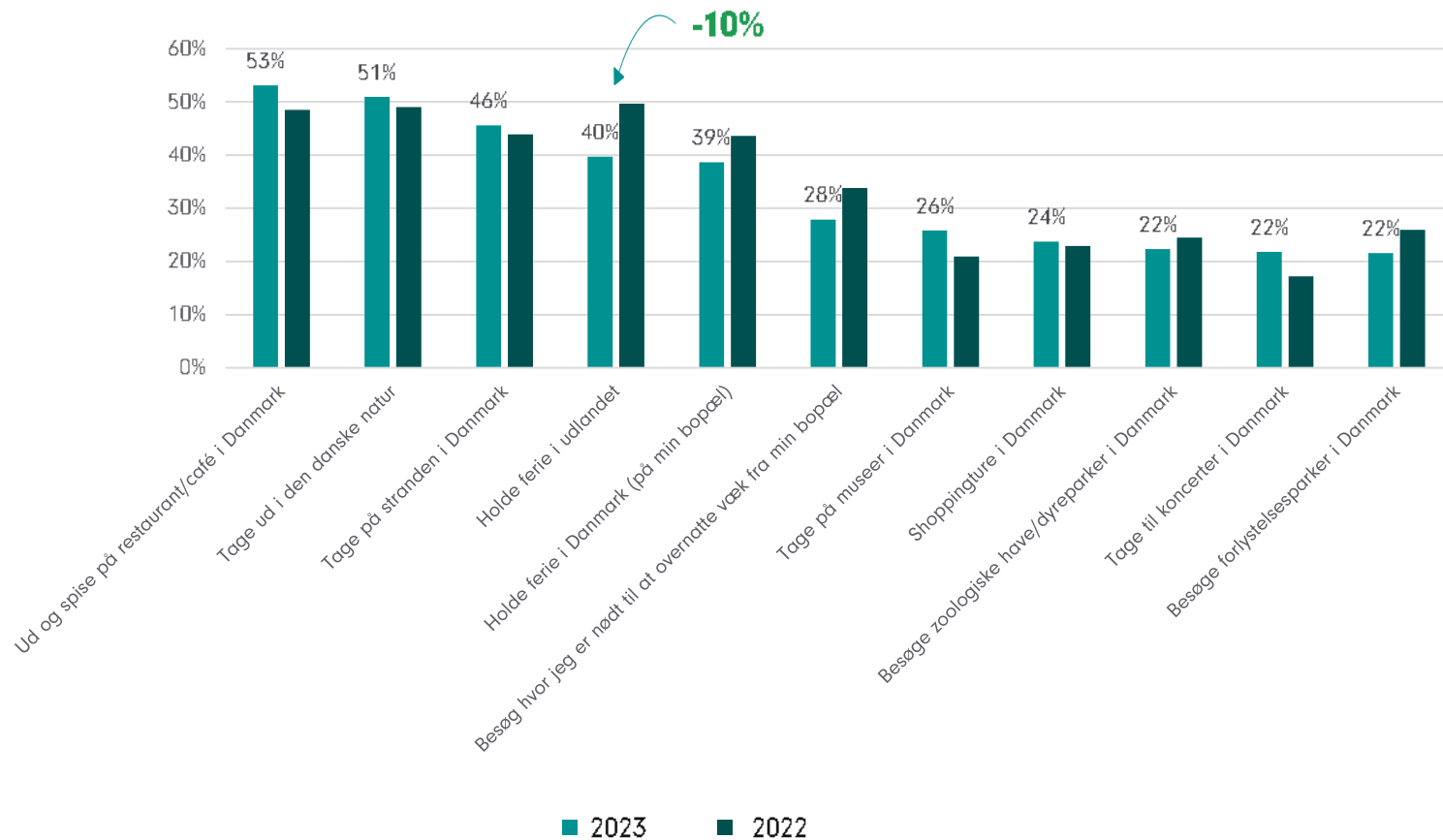

DESTINATION NORD



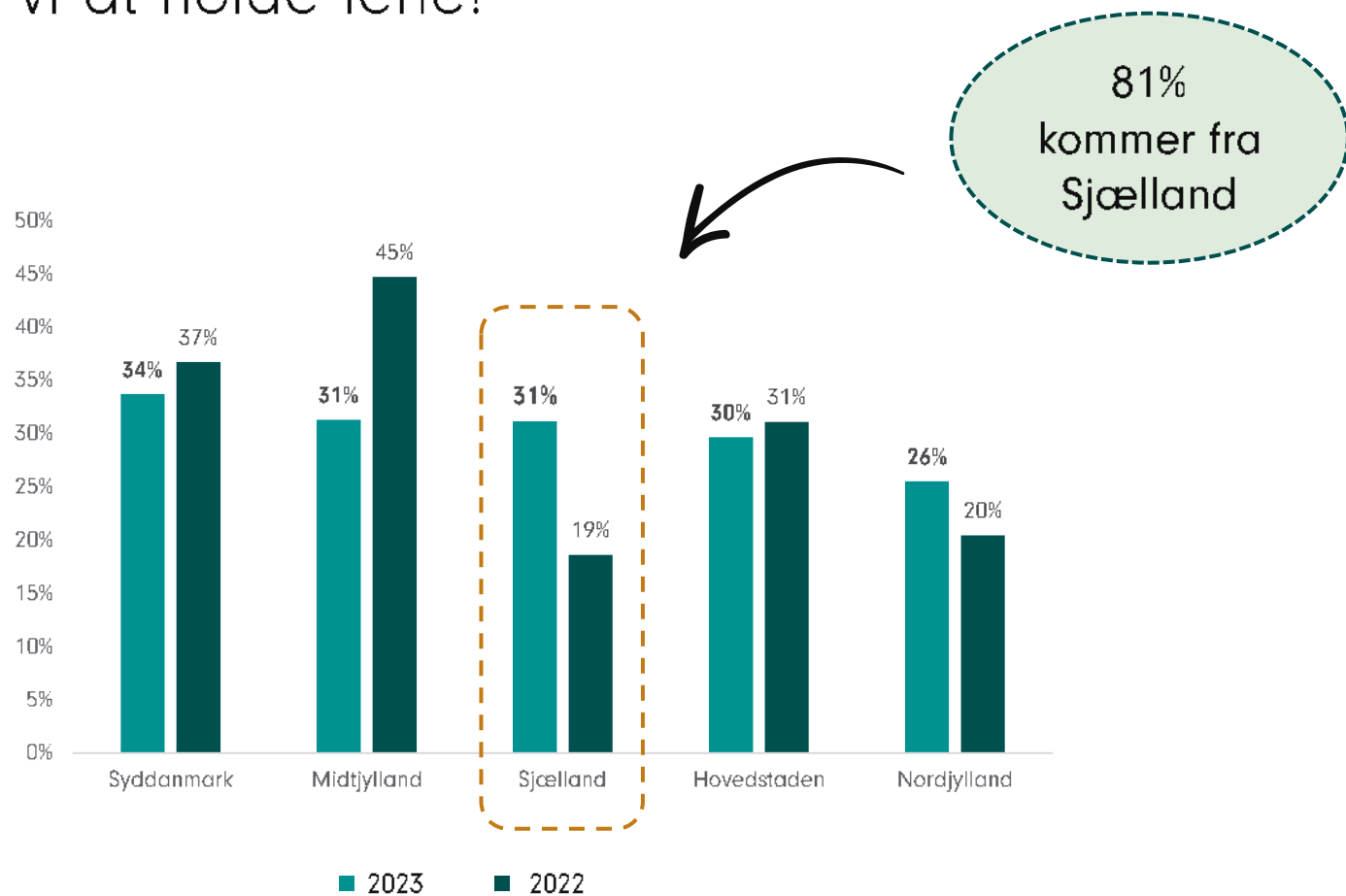
A Danish flag (Dannebrog) is flying on a white flagpole against a blue sky with light, wispy clouds. The flag is red with a white Scandinavian cross. The text 'Turisme 2023' is overlaid in white, bold font on the left side of the image.

Turisme 2023

Aktiviteter i løbet af sommeren



Hvor forventer vi at holde ferie?



Uændret (forventet) forbrug



Dem, der har haft naturoplevelser på deres ferie i Danmark, er også (overordnet) gladere for den ferie, de har haft.



Tryghed og imødekommende lokalbefolkning er blandt andet primære drivere til ferie i Danmark.



Folk er væsentligt mere bekymrede for samfundsøkonomien end deres privatøkonomi.



Måske den økonomiske situation faktisk gavner den danske turisme, idet udenlandsrejsen måske byttes ud med en billigere ferie i Danmark.



Opadgående ferieforsøg i 2022, trods økonomisk situation.





**Bedre
kundeoplevelser**

Det skal være *nemt* at være kunde!



■
■
—
NEMT

Det skal nemt at
komme og være i
kontakt



■
■
■
■
—
LØSNING

Det er vigtigt at
kundens problem
bliver løst



■
■
—
PERSONLIGHED

Medarbejderens
imødekommenhed og
personlighed

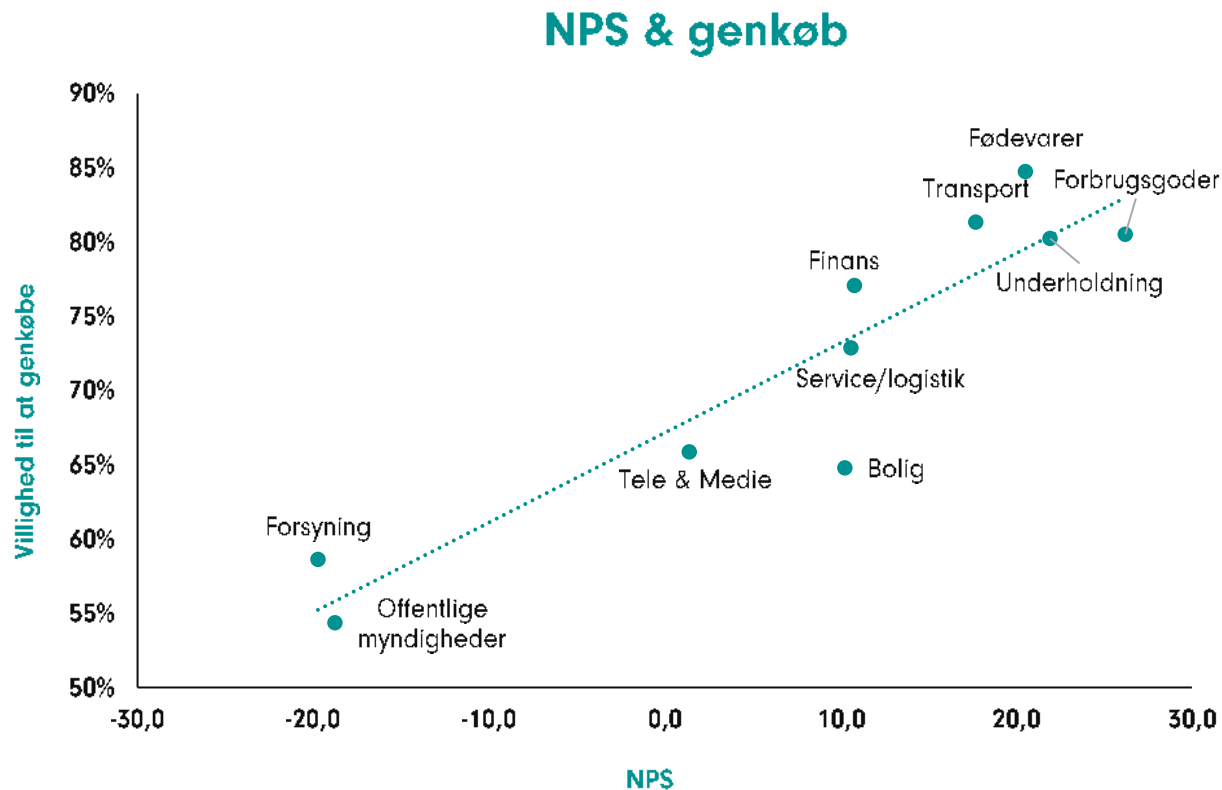


■
■
■
■
—
INFORMATION

Informér kunden om
status undervejs i
processen



Har du en høj NPS, kommer dine kunder igen.



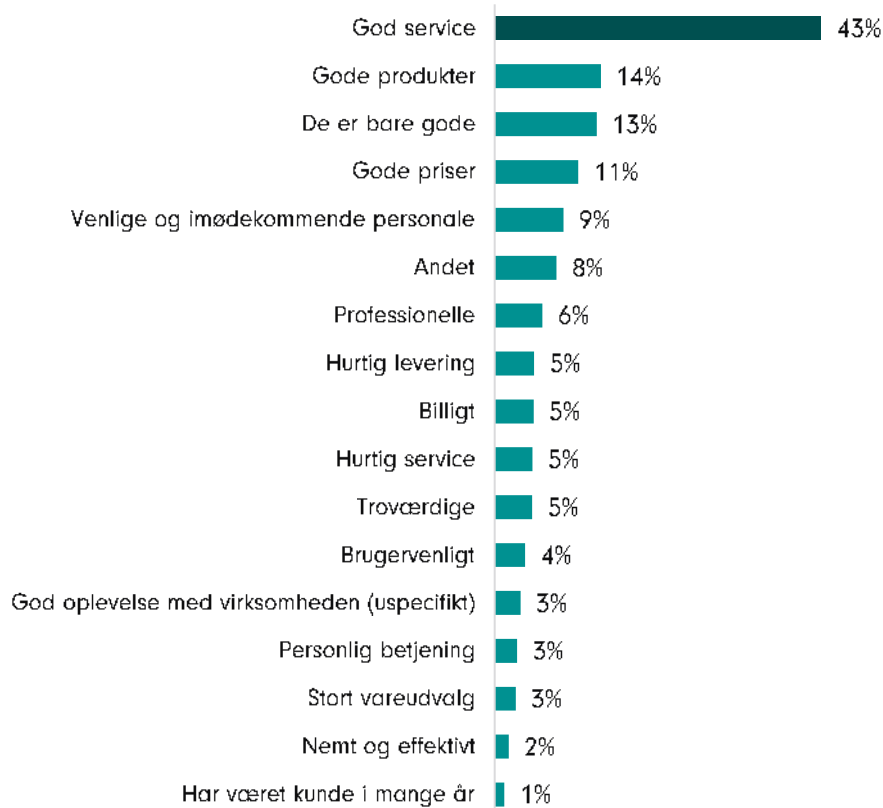
Det er vigtigere at have **god service** end billige priser, hvis dine kunder skal anbefale dig igen og igen

Når man spørger danskerne, hvad der får dem til at ville anbefale en virksomhed igen og igen, så er svaret klart: **god service!**

43% svarer, at de vil anbefale en virksomhed til venner og bekendte, fordi de selv har oplevet at få en god service.

Skal man skabe anbefalelsesværdige oplevelser, er god service altså en forudsætning.

Selvom gode priser også har betydning for, om man vil anbefale virksomheden, er denne faktor ikke nær så vigtig som den gode service.





Christian Helm

Client Consultant

chhe@wilke.dk

+45 50 50 47 30

København
Oversø
1450

Odense
Gråbrødrepassagen 9, 2.sal
5000 Odense C

Aarhus
Vestergade 24, baghuset
8000 Aarhus C

