

GOTLAND

INTERNATIONAL ACADEMY



TEMA DANMARK **Utbildningsträff # 2**

Dejlige Danmark knackade på dörren när Gotland International Academy bjöd in till utbildningsträff nummer två. Vem bättre att få tips av än experterna Anna Kron Boysen och Allan Sonne Sørensen från EHRENBORG SØRENSEN Kommunikation som delade med sig av insikter och kunskap om danska rese mönster, behov och trender.

Trettiofyra gotländska besöksnäringens företagare tog del av utbildningen.

Den danska resemaknaden har en stor potential för den gotländska besöksnäringen. Landet har 1.6 miljoner globala resenärer enligt Visit Swedens målgruppsanalys 2021. Sjuttioen procent av danskarna är intresserade av att besöka Sverige på sin semester och en fjärdedel säger att de tänker på frisk luft, natur och ökat välbefinnande.

Det danska kynnet, utan att generalisera allt för hårt, uppskattar natur, lokala mat- och dryckesupplevelser, en portion humor, avslappnat och tillgängligt ska det vara. Lite tillbakalutat men utan att tumma på ordning och reda.

Låter som Gotland, eller hur?

Tre av fyra danskar är bekanta med vad Sverige har att erbjuda, utmaningen för den gotländska näringen ligger i att visa hur mycket mer det finns att uppleva här, samt att få besökaren att stanna längre. Natur och frisk luft, kvalitetstid med sitt resesällskap nämns som viktiga skäl för en resa till Gotland.

– Bygg kännedom, det är viktigt, berättade Anna och Allan. Inspirera danskarna, lär dem mer om vad som finns att uppleva. De kommer gärna hit, de behöver få en knuff i rätt riktning.

Dansken har generellt en kortare sommarsesong, höstlov v 42 (oktober), jullov som Sverige men aningen kortare, sportlov v 7, då de gärna far till fjällen.

Påskan (april) är en stor resesäsong. Vårens helgdagar är värda att kika på, då resandet är ganska intensivt. Stora Bededag infaller 13 maj, Grundlovsdagen 5 juni och annandag pingst 6 juni.

Hur ser årscykeln för den danske resenären ut?

– Det finns sex officiella skollov, där sommarlovet är det största. Lite svårt att säga generellt när de reser och när de bokar, det hänger på målgrupp. Många är digitalt mogna, de googlar och söker efter sitt resmål på nätet.

Tumregeln är att de bokar sin resa tio veckor innan avresa. Vilket är relativt kort jämfört med andra länder, dansken är ganska spontan.

– Vi har sett att man nu är ännu mer dynamisk i sitt resande, de gör minibreaks. Och danskarna reagerade snabbt när gränserna öppnade efter pandemin, mycket snabbare än till exempel tyska resenärer, som planerar längre i förväg.

GOTLAND

INTERNATIONAL ACADEMY



Vad ska vi tänka på när vi får en bokning från Danmark?

– Man vill ha en snabb bekräftelse på att det är bokad och vad man får. Korrekt och effektivt, ordning och reda. I det fysiska mötet handlar om ett bra värdskap, glad, vänlig och tillmötesgående. Gärna lite humor.

Det finns alltså en hög förväntan på service och snabba svar vid reseförfrågningar – dessutom har säkerhet och trygghet skjutit i höjden som viktig orsak. En trolig effekt av pandemin.

Eftersom man är van att boka online är synlighet online viktigt för att nå den danska målgruppen.

Ser ni ändrade resmönster i spåret av pandemin?

– Vi behöver nog dela upp Danmark då, Jylland och Själland reser på ett smidigt sätt till Sverige tack vare närheten. Fyrtio procent av alla som reser till Sverige reser med båt, speciellt de från Jylland.

Bilsemester har ökat mest, även om flygskammen inte är lika stor i Danmark som i Sverige. De gillar friheten som de får med bil.

Hur förhåller sig dansken till svensken, finns någon dold konkurrens?

– Historiskt så finns känslan av att Sverige är storebror, och det är ett större land. Men jag skulle säga att det inte finns någon dold konkurrens. Svensken upplevs som ordningsamma, lite strikta och ibland lite humorlösa.



Foto: Roland Varsberg

GOTLAND

INTERNATIONAL ACADEMY



Hur mycket vet danskar om Sverige och svenskar?

– Några vet mycket, andra mindre. Gotland är nödvändigtvis inte högst upp på den danska resenärens radar, men det är svårt att säga hur alla är. Den stora skaran har kanske varit i Malmö eller gjort kortare utflykter in i landet. Dansken tänker nog mest på röda stugor med vita knutar, sjöar och skog.

Utifrån danskens kännedom om Sverige, hur går det att koppla till Gotland?

– Naturen är viktig att lyfta fram. Plus den spännande historiken som har kopplingar till Danmark. Design, kultur, mat och natur är de viktigaste reseanledningarna. God mat och dryck, det genuina gotländska, regional touch är viktigt.

Är de intresserade av världsarvet och Hansestäder?

– Ert världsarv är något speciellt ni kan erbjuda, det är spännande, fantastiskt och unikt. Ringmuren och medeltidsstaden Visby är intressant, utan tvekan.

Gotlands speciella flora och fauna är också speciell, den bör lyftas fram. Speciellt mot en nischad målgrupp. Golfsverige är ett jättestarkt varumärke,

dansarna gillar att åka till Sverige för att spela golf.

Hur brukar den danske gästen bo? Vad vill de uppleva där de bor?

– Mycket är förknippat med att bo i stuga eller torp. Huvudmålet är då att få lugn och ro. De vill gärna koppla sitt gotländska reseskäl med de kulturella värden som finns på ön. Naturupplevelser har exploderat i samband med pandemin, det genuina med naturen är en stor resetrend vi ser just nu, säger Allan.

Är hållbarhet en parameter när dansken väljer resmål?

– Det är en parameter och en del av beslutsprocessen, det ökar så det är viktigt att för er att positionera er i hållbarhetsarbetet. Kommunikationen i det här ämnet är jätteviktigt.

Man kan också jobba mot en målgrupp som inte är beroende av lov och helger. En målgrupp som är friare i sina reseperioder.

Uppfattas Sverige som dyrt?

– Ofta upplevs Sverige som lite billigare, men dyrare än en semestervecka i Italien.

Post-covid-19-resetrender

- Ut i naturen
- Transport – helst med bil
- Staycation; semester hemma eller nära hemmet
- ”Riktig semester” i grannländerna
- Säkerhet och trygghet först
- Miljömedveten semester

Digitalisering & synlighet

- Förväntan om service
- Flexibel bokning
- Digitalisering
- Synlighet i sociala medier

GOTLAND

INTERNATIONAL ACADEMY



Vilka är de viktigaste kanalerna för att nå danska gäster?

– Man måste bestämma sig för målgrupp, är målgruppen 55+ på långsemester på Gotland eller en barnfamilj? Man måste också skilja på information och inspiration, vi har resemagasin, men inte alls lika många som i Sverige.

De största dagstidningar i Danmark är viktiga för information, de är även de största digitala kanalerna. Google är stort, jobba med sökmotoroptimering på era hemsidor för att nå ut på Google och andra sociala medier.

– Ha gärna information på danska, de söker på sitt modersmål. De förstår engelska och svenska men de söker på danska.

Hur lockar vi de som tror att de vet allt om Sverige?

– Inspirera målgruppen genom att berätta vad ni har att erbjuda. PR i danska medier, annonser är några sätt. Bjud in danska journalister och influencers så de kan sprida bilden.

Vilka # är bäst?

– Svårt att svara på, men de ska vara på danska eller engelska. Ni har samma utmaning som Bornholm med en stark sommarsäsong men svagare off-season. De har börjar erbjuda särskilda paket till sina målgrupper för att locka besökare under andra årstider. Ta en titt på Destination Bornholm. Jobba med påsk- och höstlov, liksom de långhelger vi har under våren.

Anna & Allans bästa tips

Bygg kännedom! Samarbeta, ni blir starkare tillsammans. Samla ihop kommunikationen på några få platser (online/magasin). Gotland är ett starkt namn. Många danskar känner till och reser gärna till Sverige igen, men måste inspireras och lära mer om vad som finns att uppleva. Detta gäller i allra högsta grad Gotland.

Den **äldre målgruppen** har störst potential för Gotland, eftersom de i högre grad är både historiskt intresserade och intresserade av Gotlands särpräglade natur. De är också flexibla med sin reseperiod. Den äldre gruppen har en större resebudget, de reser flera gånger under året.

Danska besökare bokar som utgångspunkt **gärna online på egen hand**, men en äldre målgrupp kan vara lättare att nå via en researrangör som paketerar. Gör det enkelt för dansken att hitta er, **skapa en enda hub** där det går att hitta Gotland.

NÄSTA TRÄFF!



Nästa träff är **tisdagen den 22 mars, klockan 08.30-10.00**. Tema Norge. Håll utkik i mejlen, mer information kommer!