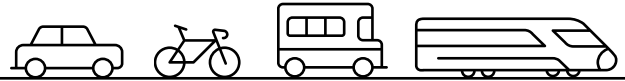


# DÄNEMARK



Wissenswertes zum Markt auf einen Blick



## Warum in Dänemark aktiv werden?

Die dänischen Gäste sind treu und ausgabefreudig. Österreich ist das beliebteste Urlaubsland, wenn es um Schnee-Ferien geht. Punkten kann Österreich damit, dass die Tage länger sind als in Norwegen und Schweden sowie mit Skihütten.

## Die Top-Headlines in Dänemark

Eine Million Dänen und Däninnen sind bereit für die Herbstferien im In- und Ausland.

Prinz Christian feiert seinen 18. Geburtstag:  
Sehr wichtig in Dänemark!

Krieg in Israel und der Ukraine.  
Wird es heuer Schnee in den Alpen geben?



## Was beschäftigt die Menschen in Dänemark? Worüber spricht die Reisebranche?

Krieg, Inflation und wie viel man arbeiten soll - die Staatsministerin kämpft gegen den Trend zu weniger Arbeit. Das sind Themen, die die Menschen in Dänemark beschäftigen und interessieren. Ganz neu sind auch die staatlichen Bewertungen von Immobilien ins Rampenlicht gerückt, da dies für viele Menschen großen Einfluss auf die Privatfinanzen hat.

TUI Nordic bietet erstmals Ski-Reisen nach Österreich an. Die Teuerungen in Österreich und die schwache Krone in Schweden und Norwegen machen diese Länder günstiger, allerdings sind dänische Gäste traditionell und fahren dorthin, wo sie schon mit ihren Eltern waren.



## Wie wirken sich Inflation und Energiekrise auf das Reisen aus?

Die Inflation sinkt weiter (2,4 %) und die Prognose für das BIP-Wachstum wurde um 0,6 % auf 1,2 % angehoben, was gute Vorzeichen für Reisen im Winter sind. Allerdings ist das Vertrauen der Verbraucher:innen leicht zurückgegangen.



## Top-Trends aus Freizeit, Gesundheit und Informationsverhalten

Seit Corona ist ein neues Bewusstsein für Aktivitäten im Freien entstanden. Jegliche Outdoor-Aktivitäten, allen voran Spazierengehen, Wandern und Radfahren sind sehr populäre Aktivitäten, die auch gerne im Urlaub gemacht werden.



## Besteht Lust auf Reisen?

Die Lust der dänischen Bevölkerung auf Reisen ist auf 44 % gestiegen (2022: 38 %). Sehr erfreulich ist auch, dass wesentlich mehr Geld für Urlaub zur Verfügung ist - mit 49 % (Vergleich 2022: 43 %) ist dies der höchste Wert im Ländervergleich unserer Winterpotenzialstudie.

## Wussten Sie schon ...?

...dass im Durchschnitt jede erwachsene Dänin und jeder Däne zwei Mal im Jahr ins Ausland reist, 84 % davon wählen Europa als Reiseziel. 14 % (400.000 Personen) planen höchstwahrscheinlich ihren Winterurlaub in Österreich.



# DER GAST



auf den Punkt gebracht

---

Die familiengeführten Hotels, Restaurants und Skihütten in Österreich, in denen serviert wird und es keine Selbstbedienung gibt, sind ein sehr positiver Aspekt. Dazu kommt, dass die Dänen und Däninnen - ähnlich wie die Österreicher:innen - gemütliches Ambiente sehr schätzen.

Jegliche Outdoor-Aktivitäten in schöner Landschaft umgeben von Bergen, kombiniert mit unaufdringlicher Gastlichkeit sprechen die dänischen Gäste an. Trotzdem ist es den dänischen Gästen wichtig, sich zu entspannen, Spaß zu haben und gutes Essen und Trinken zu genießen.



Die immer größer werdende Zielgruppe der „grünen Idealisten“ sucht entsprechende Angebote, und reagiert sehr kritisch auf nicht eingehaltene Versprechen in Bezug auf Nachhaltigkeit. Beeindrucken kann man sie mit Lebensmitteln aus nachhaltiger, lokaler Produktion.

Nachhaltige Initiativen sollten prominent aufgezeigt werden - z.B. dass der Strom für Liftanlagen aus Wasserkraft kommt. Eine aktuelle Umfrage von Visa Dänemark zeigt, dass 65 % der Dänen und Däninnen bei der Suche nach nachhaltigeren Reisemöglichkeiten diese Informationen schwer finden.

# IM GESPRÄCH MIT ...



Gabriele Lenger

---

*Welche Entwicklungen beobachtest du auf deinem Markt, die sich auf die Nachfrage nach Urlaub in Österreich auswirken könnten? Könnten sich daraus zukünftige Chancen in der Bearbeitung ergeben?*

Ich sehe ein großes Potenzial für Sommerurlaub in Österreich als Alternative zum Mittelmeer mit einem umfangreichen Angebot an Freizeitaktivitäten. Auch Reiseveranstalter setzen verstärkt auf den Verkauf von Sommer-Produkten. Große Reiseveranstalter mit eigenen Hotels in Österreich öffnen diese auch vermehrt im Sommer.

*Was sind derzeit die wichtigsten Marketing-Aktivitäten, um den Gast auf deinem Markt für Urlaub in Österreich zu begeistern? Worin siehst du relevante Marketing-Potentiale der Zukunft?*

Ein ausgewogener Marketingmix mit Schwerpunkt Online, ergänzt um DOOH und - nach wie vor - Print wirkt am Markt. 2024 werden wir in Dänemark nach vielen Jahren wieder eine Sommerkampagne durchführen. Auch hier werden wir den Schwerpunkt auf Nachhaltigkeit, sportliche Aktivitäten und Berge setzen.

*Welche neuen Interessen und Sehnsüchte zeichnen sich derzeit innerhalb der Zielgruppe am Markt ab, die es zukünftig in (Marketing-) Aktivitäten zu adressieren gilt?*

Entspannung und Erholung in der Natur, verbunden mit sportlicher Aktivität und Spaß zu haben. Wichtig ist auch Zeit mit der Familie, Partner:in und Freunden verbringen - mit gemeinsamen kulinarischen Erlebnissen.

*Sind in letzter Zeit Veränderungen in den Werten oder Lebensstilen der Zielgruppe auf deinem Markt erkennbar, die für Urlaub in Österreich von wachsender Relevanz sind?*

Das Thema Nachhaltigkeit ist zwar schon sehr verankert, wird aber trotzdem noch weiter zunehmen. Es werden vermehrt Urlaubsziele gesucht, die Akzente für nachhaltigen Urlaub setzen, auch wenn es noch kleine Schritte sind.

*Gibt es Geschäftspraktiken auf deinem Markt, die du besonders interessant oder herausfordernd findest? Welches persönliche Learning möchtest du österreichischen Partner:innen in diesem Zusammenhang mitgeben?*

Die Gleichstellung von Mann und Frau ist weitaus ausgeprägter als in Österreich, die Familie steht im Mittelpunkt. Vater und Mutter teilen sich die Betreuung der Kinder. Das heißt, dass dies auch im Geschäftsleben berücksichtigt werden muss: Keine Meetings nach 15.00 Uhr! Home-Office und flexible Arbeitszeiten sind seit der Pandemie selbstverständlich und werden bleiben.

*Welche strategischen Maßnahmen planst du gemeinsam mit deinem Team in den kommenden Jahren, um die Nachfrage nach Urlaub in Österreich aus dem Markt heraus nachhaltig zu entwickeln?*

Wir werden Österreich noch stärker als Sommerdestination positionieren. Die Kombination aus Freizeit- und Sportmöglichkeiten, kulturellen Erlebnissen und Erholung in traumhafter Kulturlandschaft werden wir in den Mittelpunkt stellen. Schwerpunkte bleiben das nachhaltige Reisen und nachhaltige Urlaubsziele.



**Gabriele Lenger**

Head of Markets

Dänemark und Schweden

gabriele.lenger@austria.info

Mehr Informationen zum Markt Dänemark finden Sie auf unserer [Märkteseite!](#)