
Információk a skandináv utazási piacról – A Phocuswright Scandinavian Online Travel Report alapján –

A skandináv utazási piac (Dánia, Norvégia és Svédország) a 2014-ben megfigyelhető 3%-os visszaesés után 2015-ben ismét növekedésnek indult és 1,4%-os emelkedéssel elérte a 14,8 milliárd eurót. A 2015-ös nedves és hűvös északi nyár arra ösztönözte a skandináv utazókat, hogy meleg, napsütéses úti célokat foglaljanak. A tunéziai és görögországi bizonytalan helyzet miatt megfigyelhető volt, hogy a foglalások részben más tengerparti desztinációk felé irányulnak, mint például Spanyolország, illetve az utazók Skandinávián belül is többet utaznak.

Skandináviában az átlagos, éves szabadidős utazási költségvetés 2 700 euró körül alakul háztartásonként. Továbbra is Németország az első az úti célok között, és északi küldőpiactól függően a Németországba történő utazások 70–75%-át az interneten foglalták le 2014-ben. Dániában az utazók 25%-a fő nyaralását belföldön tervezi, ugyanez az arány Norvégiában 40%, Svédországban pedig 46%.

2015 második felében a tunéziai terrortámadások miatt szinte minden piaci szereplő esetében visszaesés volt tapasztalható, ugyanakkor a bevételek összességében szinten maradtak a más úti célokra történő átfoglalások következtében. Görögország gazdasági problémái elérhetőbbé tették a desztinációt; a Ving – a Thomas Cook csoport tagja – 15%-os növekedésről számolt be a skandináv utazók körében, az előző évhez viszonyítva. Az utazók további stabil, biztonságos úti célok felé fordulnak, mint például Spanyolország.

A skandináv országok lakóinak mintegy fele mobileszközön keres utazással kapcsolatos információkat, és egyharmada az általános vásárlásokat is mobiltelefonon intézi. Habár a mobilos fizetés fokozatosan terjed, még vannak akadályok, amik visszafoghatják a növekedést, ilyen például a viszonylag kis képernyőméret és a hitelkártyák használatával kapcsolatos bizalmatlanság.

A skandináv fogyasztók megfelelő kiszolgálásában kulcsfontosságú az online és mobil lehetőségekhez történő gyors alkalmazkodás. Skandináviában a legmagasabb, 63% az online foglalások aránya a teljes utazási piacon belül. Ezzel összefüggésben az online utazási ügynökségek szerepe is jelentős. A közösségi megosztáson alapuló szolgáltatások, mint az Airbnb és az Uber egyre fontosabbá válnak, és jól illeszkednek a skandinávok gondolkodásához. Az autómegosztás is széleskörűen elterjedt már, a következő években a szállásmegosztás területén is jelentős növekedés várható. Ennek teljes hatását még korai megbecsülni, de nem kétséges, hogy az ilyen és ezekhez hasonló szereplőknek jelentős hatása lesz a hagyományos szálloda és autókölcsönző szegmensre ebben a régióban.

Forrás: Phocuswright Scandinavian Online Travel Overview Eleventh Edition (megjelenés: 2015. december)