

Autocamper-undersøgelse

Analyse af autocamperbrugere i Norge, Sverige, Tyskland og Holland

Rapport | Dansk Kyst- og Naturturisme | Maj 2020

Epinion



Indhold

03	Introduktion
07	Primære konklusioner
11	Profil og adfærd
26	Danmark som autocamperdestination
36	Udenlandske autocamperbrugeres forbrug på ture
41	Bilag

Introduktion

Undersøgelsens baggrund og formål

Baggrund

Bestanden af autocampere har over en årrække været støt stigende, og ultimo 2018 er antallet af indregistrerede autocampere i Europa nu over 2 mio. Der er i Danmark og i landende omkring indregistreret 811.000 autocampere. Tyskland alene udgør ca. 530.000 autocampere, mens Danmark udgør i relativ lille andel på ca. 10.500 indregistrerede autocampere¹.

Autocamperturisme må siges at have vundet mere og mere indpas som en ferieform i Europa og udgør i dag et stort og voksende marked og dermed er et potentialeområde inden for kyst- og naturturismen i Danmark.

Dansk Kyst- og Naturturisme har på denne baggrund gennemført en autocamperundersøgelse blandt danske og udenlandske autocamperbrugere for at indhente en bred viden om, hvad der kendetegner de danske og udenlandske autocamperbrugeres behov og adfærd. Det vil sige, hvilke forskellige behov har denne gruppe for fx overnatning, rejsemønstre og ferieadfærd, når de er afsted på en autocampertur i enten eget hjemland og/eller udlandet. Dertil også en undersøgelse af deres forbrug på turen – hvor meget og hvad bruges der penge på. Indeværende rapport indeholder resultater fra den udenlandske undersøgelse, mens danske resultater rapporteres i en særskilt rapport.

Undersøgelsen er gennemført med hjælp fra og i tæt samarbejde med AutoCamperRådet, og de tre autocamperforeninger herunder (Dansk AutoCamper Forening, Campervenner og DK-AutoCam), autocamperforeningen Danmarks Frie AutoCampere samt interesseorganisationen AutocamperGruppen. Gennem dette samarbejde har Dansk Kyst- og Naturturisme fået væsentlig sparring i forhold til undersøgelsens setup. Samarbejdspartnerne har ligeledes været behjælpelige med at skabe kontakt til udenlandske foreninger m.fl. En stor tak skal lyde til disse samarbejdspartnere. En stor tak skal også lyde til de udenlandske samarbejdspartnere, som har delt og omtalt analysen på deres platforme, eller som har givet os tilladelse til at dele den på deres facebookgrupper.

Formål

Formålet med gennemførelse af autocamperundersøgelsen er at skabe et vidensgrundlag, der kan anvendes i det videre arbejde med udvikling af autocamperturismen i Danmark.

Analysen har også til formål at tjene som afsæt for udvikling af pladser – til ophold og overnatning – og tilbud målrettet de forskellige behov og ønsker, der er blandt autocamperbrugerne.

Indeværende rapport skal ses som et videns- og inspirationskatalog målrettet kommuner, private aktører og andre, der enten arbejder med eller overvejer at udvikle autocamperturisme i deres område eller blot har interesse inden for dette felt.

Rigtig god læselyst!

⁴ Note 1: ECF (European Caravan Federation): Information of ECF members, estimates.

Datagrundlag og metode

Metode

Spørgeskemaet bag denne undersøgelse er blevet udviklet i samarbejde mellem Dansk Kyst- og Naturturisme og Epinion. Spørgeskemaudkastet har taget udgangspunkt i prædefinerede spørgsmål og emner, som er blevet kvalitetssikret og endelig udarbejdet af Epinion.

Spørgeskemaundersøgelsen er web-baseret, og er blevet kommunikeret ud på flere digitale platforme. Dette på udenlandske autocamperforeningers hjemmesider og/eller facebookgrupper. Enkelte lande har bragt det i nyhedsbreve (Holland og Norge). Dertil er undersøgelsen uploadet på autocamperrelaterede hjemmesider og facebooksider som fx PinCamp by ADAC i Tyskland og Husbilskompisar i Sverige.

Dansk Kyst og Naturturisme har været ansvarlige for at pushe spørgeskemalink ud samt for dialog med de respektive autocamperforeninger m.fl. i de pågældende lande.

Epinion har løbende stået for monitorering af dataindsamlingen. Efter endt dataindsamling har Epinion kvalitetssikret og renset data for outliers, dubletter mm.

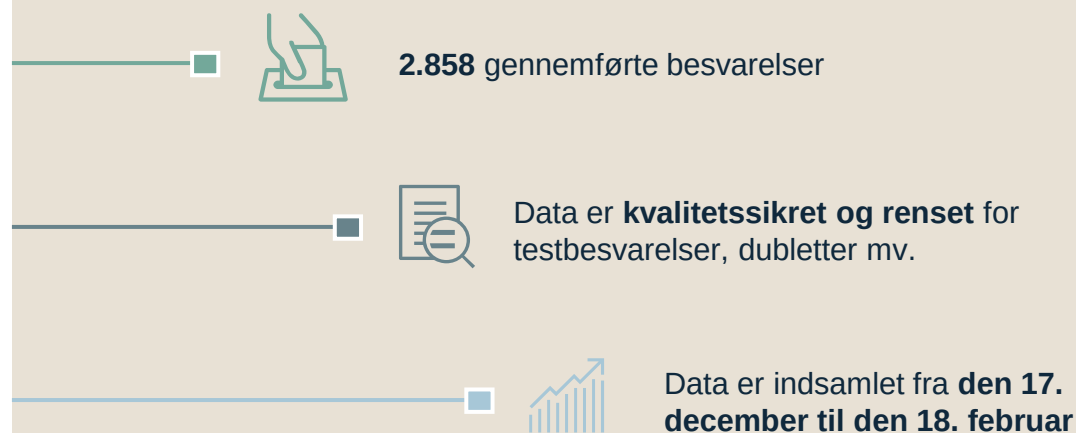
Analyse af undersøgelsens resultater samt udarbejdelse af nærværende rapport er ligeledes foretaget af Epinion.

Datagrundlag

Denne rapport bygger på i alt **2.858** gennemførte besvarelser med udenlandske autocamperbrugere. Heraf er 518 fra Tyskland, 745 fra Norge, 407 fra Sverige og 1.188 fra Holland.

For at kunne deltage i undersøgelsen skal den adspurgte inden for de seneste 12 måneder have været på minimum én autocampertur med overnatning i eget hjemland og/eller udlandet.

Data er indsamlet fra den 17. december 2019 til og med 18. februar 2020. Dette via en webbaseret spørgeskemaundersøgelse (CAWI).



Undersøgelsens datagrundlag

I figurerne til højre ses den demografiske fordeling for de autocamperbrugere, der har besvaret undersøgelsen i de fire lande.

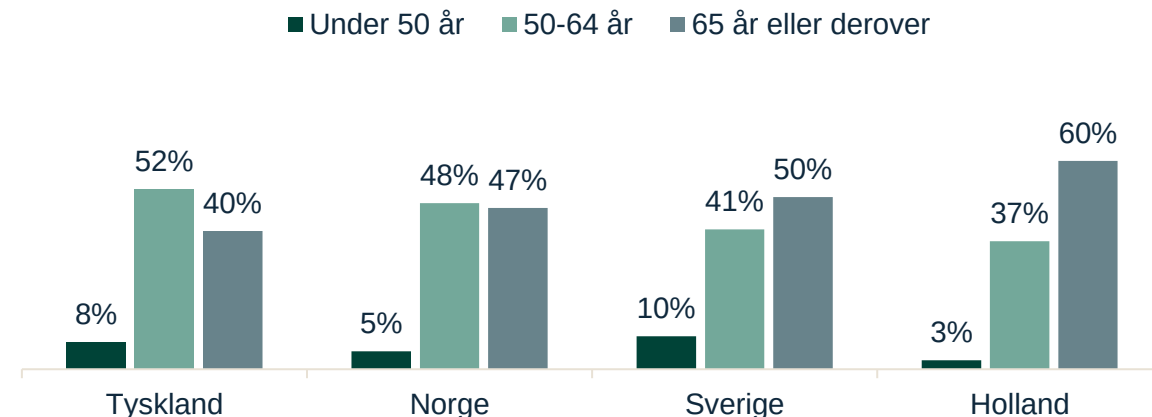
Her er det først og fremmest værd at bemærke, at respondenterne primært fordeler sig i alderskategorierne 50-64 år samt 65 år og derover, mens der kun er meget få respondenter under 50 år.

Vi kender ikke den faktiske fordeling for samtlige autocamperejere i de fire lande, men den formodes til en vis grad at ligne fordelingen i Danmark. I undersøgelsen af autocamperbrugere i Danmark så vi, at 4% af respondenterne i undersøgelsen var under 50 år, mens det faktisk er hele 23% af samtlige autocamperejere i Danmark, der ifølge Danmarks Statistik er under 50 år. Ser man på figuren til højre, kan det tyde på, at en lignende skævhed er gældende for respondenterne på de udenlandske markeder, og at de unge autocamperbrugere er underrepræsenterede i undersøgelsen.

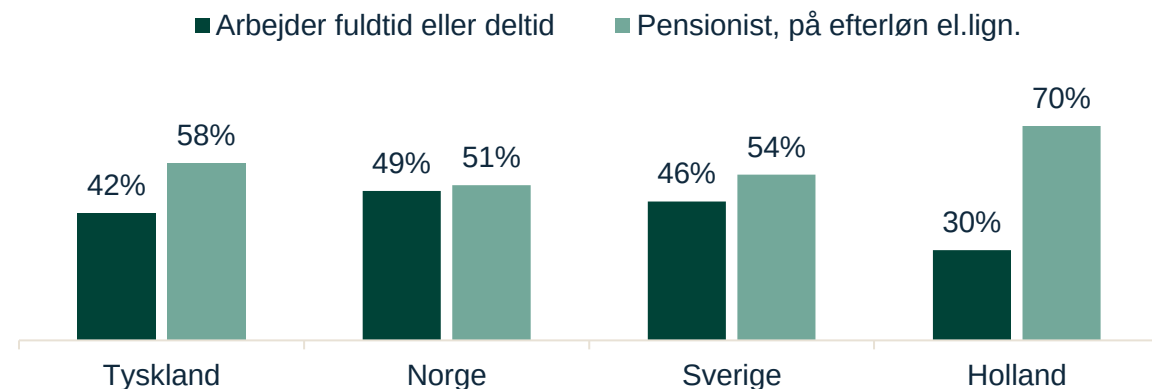
Dette forhold bør man have in mente ved læsning af rapporten, da rapportens resultater dermed først og fremmest kan bruges til at udtale sig om autocamperbrugere i alderen 50 år eller derover.

Derudover er det værd at notere sig, at de hollandske respondenter skiller sig særligt ud, ved at en større andel er pensionister. Som det fremgår senere i rapporten har pensionister generelt væsentligt flere overnatninger i autocamperen end personer i arbejde, og sammensætningen af de hollandske respondenter kan derfor være en forklaring på, at Holland ligger højere end de tre øvrige markeder ift. eksempelvis gennemsnitligt antal overnatninger (se side 17).

Autocamperbrugernes alderssammensætning



Autocamperbrugernes arbejdsstatus



Primære konklusioner

Undersøgelsens konklusioner på tværs af de fire lande



Udenlandske autocamperbrugeres rejsedage spredes hen over hele året

De udenlandske autocamperbrugere i undersøgelsen har i gennemsnit foretaget omkring 59-77 overnatninger i autocamperen i løbet af de seneste 12 måneder, hvoraf mellem 24 og hele 58 overnatninger blev foretaget i udlandet. Blandt de norske, svenske og tyske autocamperbrugere foregik lidt under halvdelen af årets overnatninger i autocamperen i udlandet, mens det blandt de hollandske autocamperbrugere gjorde sig gældende for hele 75% af overnatningerne.

Overnatningerne var generelt fordelt hen over året på nogle få lange ture og en lang række kortere ture på 1-3 overnatninger. Størstedelen af overnatningerne blev foretaget i løbet af forårs- og sommermånederne, men 80-90% af de udenlandske autocamperbrugere var også på mindst én tur i løbet af efteråret, og lidt under halvdelen var ligeledes på mindst én tur i løbet af vintermånederne.



Danmark er en populær destination blandt autocamperbrugerne på alle fire markeder

Danmark er blandt de foretrukne udenlandske feriedestinationer på alle fire markeder. 43% af de hollandske, 50% af de tyske, 61% af de svenske og hele 73% af de norske autocamperbrugere har således foretaget mindst én overnatning i Danmark i løbet af de seneste to år. Størstedelen af besøgene var korte ophold med 1-3 overnatninger, men mellem 25% og 47% af autocamperbrugerne inden for hvert af de fire lande har desuden været på mindst én længere tur i Danmark af mindst en uges varighed. For størstedelen af de tyske og norske autocamperbrugere var Danmark enten den primære destination for ferien eller en af flere lige vigtige destinationer. Det samme gælder omtrent halvdelen af de svenske og hollandske autocamperbrugere. For den anden halvdel af de svenske og hollandske autocamperbrugere var Danmark et transitland på vej til en anden og primær destination.



Danmark har et stort potentiale som feriedestination for udenlandske autocamperbrugere

En stor del af autocamperbrugerne på de fire udvalgte markeder har altså allerede besøgt Danmark i løbet af de seneste to år, og flere forhold taler for, at der er potentiale for at tiltrække de udenlandske autocamperbrugere på endnu flere eller længere ophold i Danmark fremover. For det første kender langt størstedelen af autocamperbrugerne allerede til Danmark som autocamperdestination, og hele 90% overvejer allerede eller kunne måske overveje at tage på en autocampertur til Danmark i løbet af de næste to år. For det andet vurderer de udenlandske autocamperbrugere de danske autocamperforhold positivt, de føler sig velkomne og trygge i Danmark og søger den danske natur. For det tredje er de primære årsager til ikke at have besøgt Danmark ikke knyttet an til bestemte forhold ved Danmark som autocamperdestination, men derimod at respondenterne blot havde bestemt sig for at besøge andre destinationer. Det vil sige, at der sjældent er tale om et egentligt bevidst fravalg af Danmark. Dog er der også en gruppe af udenlandske autocamperbrugere, som det formentlig vil være vanskeligt at trække til Danmark. Det gælder eksempelvis den relativt store andel af hollandske autocamperbrugere, som foretrækker at rejse mod varmere himmelstrøg og tager på lange ture til Sydeuropa, og som slet ikke overvejer Danmark som en mulig destination.

Konklusioner pr. land



Tyskland

Profil og adfærd: Langt størstedelen af de tyske autocamperbrugere, der har deltaget i undersøgelsen er over 50 år. Sammenlignet med de tre øvrige markeder tager de tyske autocamperbrugere på relativt få ture i løbet af året, men har alligevel i gennemsnit 67 overnatninger pr. år, hvilket er flere end både Norge og Sverige. 71% har været på mindst én udlandstur i løbet af året, og omtrent hver tredje af deres overnatninger foregik i udlandet. Tyskland er det marked, der oftest tager på ture i vintermånederne, med en samlet andel på 52%, der har været på mindst en tur i løbet af vinteren. Hver tredje tysk autocamperbruger i undersøgelsen har besøgt Danmark de seneste 12 måneder. Den foretrukne pladstype er autocamperpladser forbeholdt autocamperbrugere og fuldt udstyret med faciliteter (84%). Næsten alle tyske autocamperbrugere opsøger ture til stranden/havet i løbet af turen.

Danmark som autocamperdestination: For størstedelen af de tyskere (78%), der har besøgt Danmark i løbet af de seneste to år, var Danmark enten den primære destination for ferien eller en af flere lige vigtige destinationer. De primære drivere for at opleve Danmark er at komme til kysten og være i naturen. Blandt dem, der ikke har besøgt Danmark i løbet af de seneste to år, er de primære årsager, at Danmark slet ikke var med i deres overvejelser, eller at de tidligere har besøgt landet og ønsker at opleve noget nyt. Besøgspotentialet blandt tyske autocamperbrugere er relativt stort, da 58% finder det sandsynligt at besøge Danmark inden for de næste to år, og 36% af de adspurgte kender meget til Danmark som autocamperdestination.

Forbrug: Tyske autocamperbrugere har et gennemsnitligt døgnbrug på 325 kr. De største forbrugsposter er "andet", som primært dækker over udgifter til brændstof. Det gennemsnitlige totalforbrug på en autocampertur er 7.350 kr.



Norge

Profil og adfærd: Blandt de norske autocamperbrugere i undersøgelsen er knapt halvdelen 50-64 år, og den anden halvdel ældre end 64 år. Blot 5% er under 50 år. Det er særligt norske autocamperbrugere, der har en autocamper i vægtklassen 5-7,5 ton. De norske autocamperbrugere tager typisk på relativt mange ture i løbet af året, men har gennemsnitligt et samlet antal overnatninger på 57, hvilket er lidt færre end de tre øvrige lande. 80% har været på mindst én udlandstur, og over halvdelen af de adspurgte autocamperbrugere har besøgt Danmark det seneste år (57%). Generelt benyttes campingpladser med andre campister oftest af flest autocamperbrugere (67%) til overnatning. Hvad angår aktiviteter på turen, foretrækker de fleste at slappe af og gå ture på lokationen.

Danmark som autocamperdestination: For ca. 6 ud af 10 blandt de norske autocamperbrugere, der har besøgt Danmark i løbet af de seneste to år, var Danmark den primære eller en af flere lige vigtige destinationer. De primære drivere for at besøge Danmark er, at de føler sig velkomne her, at de gerne vil opleve den danske kultur, og at der er gode overnatningsmuligheder. Blandt dem, der ikke har besøgt Danmark, er den primære grund, at de hellere vil tage på ture i Norge. Besøgspotentialet blandt norske autocamperbrugere ligger på et højt niveau. 2 ud af 3 autocamperbrugere vil potentielt besøge Danmark de kommende to år, og 39% kender meget godt til Danmark som autocamperdestination.

Forbrug: Norske autocamperbrugere har et gennemsnitlig døgnbrug på 420 kr., hvilket er det højeste på tværs af de fire lande. De største forbrugsposter er "andet" og "køb af dagligvarer". Det gennemsnitlige totalforbrug på en autocampertur er 6.500 kr. Det relativt lave totalforbrug på turen skyldes, at de norske autocamperbrugere ofte tager på korte ture.

Konklusioner pr. land



Sverige

Profil og adfærd: Halvdelen af de svenske autocamperbrugere i undersøgelsen er 65 år eller derover. Lidt færre er 50-64 år, og 10% er under 50 år. Ligesom de norske tager også de svenske autocamperbrugere på relativt mange ture i løbet af året. De foretager gennemsnitligt 69 overnatninger om året, hvilket er mere end både de norske og tyske autocamperbrugere. 70% har været på mindst en udlandstur, og 44% har besøgt Danmark inden for de seneste 12 måneder. Ca. 3 ud af 4 svenske autocamperbrugere foretrækker oftest at gøre brug af lystbådehavne/marinaer som pladstype til overnatning, og de fleste værdsætter afslapning og gåture på lokationen, når de er afsted med autocamperen.

Danmark som autocamperdestination: Blandt dem, der har besøgt Danmark, var Danmark for 31% den primære og vigtigste destination på turen. For hele 46% fungerede Danmark som transitland. Dette er det højeste niveau på tværs af de fire lande. De primære årsager til at have besøgt Danmark er specifikke byer/lokationer, som de gerne ville besøge, samt at de føler sig velkomne. Årsagen til ikke at besøge Danmark er primært, at de tidligere har besøgt landet og gerne vil prøve noget andet. En stor andel (65%) finder det sandsynligt at besøge Danmark på en autocampertur de kommende to år. 38% af de adspurgte svenske autocamperbrugere kender meget godt til Danmark som autocamperdestination.

Forbrug: Svenske autocamperbrugere har et gennemsnitlig døgnbrug på 320 kr., hvilket ligger under det gennemsnitlige døgnforbrug på tværs af de fire lande. De største forbrugsposter er "andet" og "køb af dagligvarer". Det gennemsnitlige totalforbrug på en autocampertur er 4.900 kr., hvilket er det laveste blandt de fire markeder. Det skyldes dels det relativt lave døgnforbrug, og dels at svenskerne typisk tager på forholdsvis korte ture.



Holland

Profil og adfærd: Blandt de hollandske deltagere i undersøgelsen er hele 60% 65 år eller derover. Sammenlignet med de øvrige markeder tager de hollandske autocamperbrugere på færre ture i løbet af året. Til gengæld er nogle af disse ture af en længere varighed, og hollænderne har samlet set i gennemsnit 77 overnatninger i autocamperen hen over året, hvilket er betydeligt flere end de øvrige nationaliteter. Hele 92% af de hollandske autocamperbrugere har været på mindst en udlandsrejse i løbet af det seneste år. Turen er særligt gået til Tyskland, Frankrig eller Spanien, mens blot 23% har haft en overnatning i Danmark. Når hollænderne tager på autocamperture, benytter de oftest autocamperpladser fuldt udstyret med faciliteter (70%). Hollandske autocamperbrugere ligner i høj grad de svenske og norske autocamperbrugere, hvad angår foretrukne aktiviteter på turen.

Danmark som autocamperdestination: Blandt de, der har besøgt Danmark på en autocampertur, angiver 31% Danmark som den primære og vigtigste destination på turen. For 41% var Danmark et transitland, som man kørte igennem på vej til den endelige destination. Den primære årsag til at besøge Danmark er for at opleve den danske natur og kyst. Den primære årsag til, at man ikke har besøgt Danmark skyldes, at Danmark som autocamperdestination slet ikke har været med i deres overvejelser. 62% har angivet dette som årsag, hvilket er markant højere end hos de øvrige markeder. 35% vurderer, at de potentielt vil besøge Danmark med autocamperen inden for de kommende to år. Blot 3 ud af 10 har et højt kendskab til Danmark som autocamperdestination.

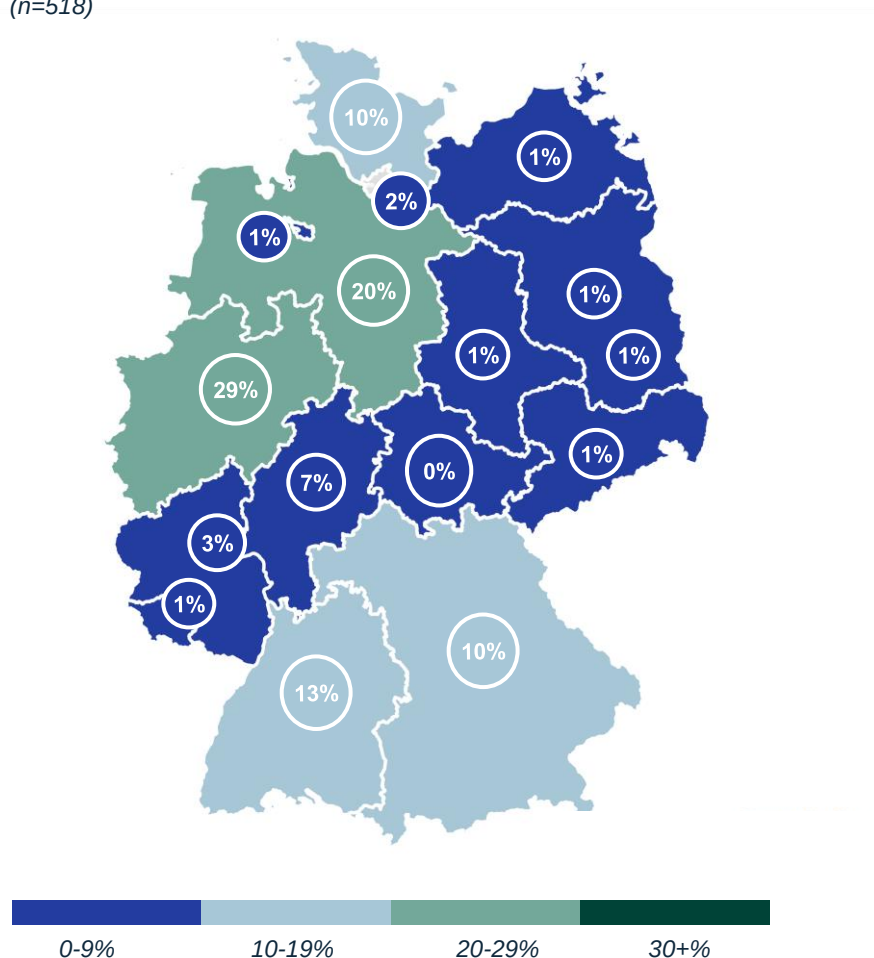
Forbrug: Hollandske autocamperbrugere har et gennemsnitlig døgnbrug på 265 kr., hvilket er det laveste sammenlignet med de andre lande i undersøgelsen. De største forbrugsposter er "andet" og "køb af dagligvarer". Det gennemsnitlige totalforbrug på en autocampertur er 8.400 kr. Det lave døgnforbrug og det relativt høje totalforbrug skyldes først og fremmest, at hollænderne typisk er på lange ture.

Profil og adfærd

Profil af de tyske autocamperbrugere fra undersøgelsen

I hvilken region bor du?

(n=518)



70% af de adspurgte er mænd



70% af de adspurgte kører i en hel- eller delintegreret autocamper



88% af de adspurgte er 50 år eller derover



50% af de adspurgte autocamperbrugere har en autocamper i følgende vægtklasse: under 3,5 ton



58% af de adspurgte er ude af erhverv (pensionist, efterløkker el.lign.)



Autocamperbrugerne havde i gennemsnit **67 overnatninger** i autocamperen i løbet af de seneste 12 måneder



På den tilfældigt udvalgte autocampertur havde autocamperbrugerne et gennemsnitlig døgnforbrug på **325 DKR**



Rejsegruppen per autocampertur indeholder i gennemsnit **2,0 voksne over 18 år**



Autocamperbrugerne havde i gennemsnit **13 overnatninger** på den tilfældigt udvalgte autocampertur



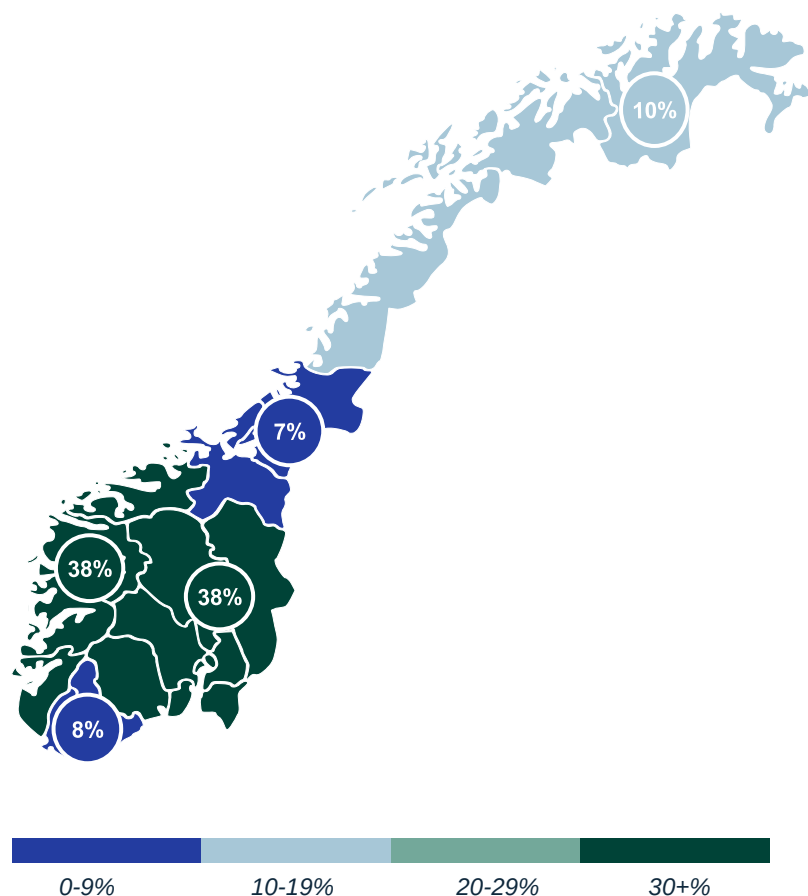
13% af de tyske autocamperbrugere rejste med mindst et barn under 18 år på den tilfældigt udvalgte tur

(n=518)

Profil af de norske autocamperbrugere fra undersøgelsen

I hvilken region bor du?

(n=745)



82% af de adspurgte er mænd



87% af de adspurgte kører i en hel- eller delintegreret autocamper



91% af de adspurgte er 50 år eller derover



45% af de adspurgte autocamperbrugere har en autocamper i følgende vægtklasse: under 3,5 ton²



51% af de adspurgte er ude af erhverv (pensionist, efterløkker el.lign.)



Autocamperbrugerne havde i gennemsnit **59 overnatninger** i autocamperen i løbet af de seneste 12 måneder



På den tilfældigt udvalgte autocampertur havde autocamperbrugerne et gennemsnitlig døgnforbrug på **420 DKR**



Rejsegruppen per autocampertur indeholder i gennemsnit **1,9 voksne over 18 år**.



Autocamperbrugerne havde i gennemsnit **9 overnatninger** på den tilfældigt udvalgte autocampertur



12% af de norske autocamperbrugere rejste med mindst et barn under 18 år på den tilfældigt udvalgte tur

(n=745)

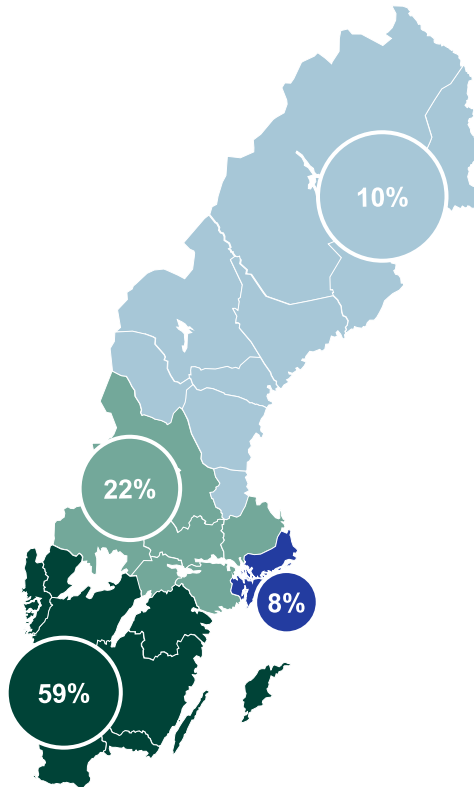
Note 1: Procentsatserne kan summere til mere end 100% i grafen. Årsagen hertil er, at procentsatserne rundes ned/op til nærmeste hele tal (fx bliver 12,3 til 12% og 12,7 bliver til 13%).

Note 2: 12% af autocamperbrugerne i Norge har en autocamper i vægtklassen 5-7,5 ton, hvilket er mere end de øvrige markeder.

Profil af de svenske autocamperbrugere fra undersøgelsen

I hvilken region bor du?

(n=407)



79% af de adspurgte er mænd



70% af de adspurgte kører i en hel- eller delintegreret autocamper



88% af de adspurgte er 50 år eller derover



35% af de adspurgte autocamperbrugere har en autocamper i følgende vægtklasse: under 3,5 ton²



54% af de adspurgte er ude af erhverv (pensionist, efterlønnere el.lign.)



Autocamperbrugerne havde i gennemsnit **69 overnatninger** i autocamperen i løbet af de seneste 12 måneder



På den tilfældigt udvalgte autocampertur havde autocamperbrugerne et gennemsnitlig døgnforbrug på **320 DKR**



Rejsegruppen per autocampertur indeholder i gennemsnit **1,9 voksne over 18 år**.



Autocamperbrugerne havde i gennemsnit **10 overnatninger** på den tilfældigt udvalgte autocampertur



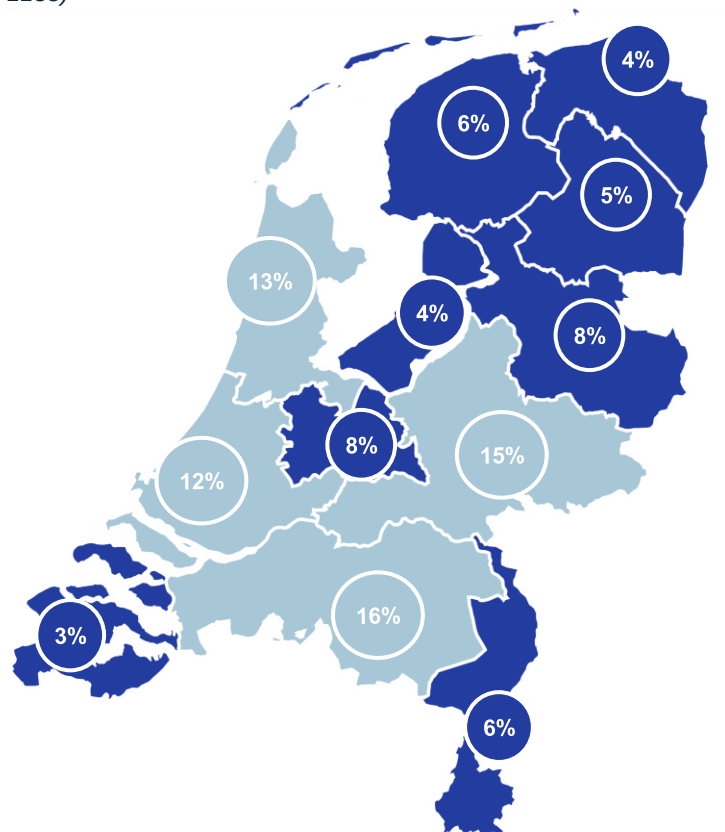
11% af de svenske autocamperbrugere rejste med mindst et barn under 18 år på den tilfældigt udvalgte tur.

(n= 407)

Profil af de hollandske autocamperbrugere fra undersøgelsen

I hvilken region bor du?

(n=1188)



78% af de adspurgte er mænd



69% af de adspurgte kører i en hel- eller delintegreret autocamper



95% af de adspurgte er 50 år eller derover



85% af de adspurgte autocamperbrugere har en autocamper i følgende vægtklasse: under 3,5 ton



70% af de adspurgte er ude af erhverv (pensionist, efterløkker el.lign.)



Autocamperbrugerne havde i gennemsnit **77 overnatninger** i autocamperen i løbet af de seneste 12 måneder



På den tilfældigt udvalgte autocampertur havde autocamperbrugerne et gennemsnitlig døgnforbrug på **265 DKR**



Rejsegruppen per autocampertur indeholder i gennemsnit **2,0 voksne over 18 år**.



Autocamperbrugerne havde i gennemsnit **18 overnatninger** på den tilfældigt udvalgte autocampertur



8% af de hollandske autocamperbrugere rejste med mindst et barn under 18 år på den tilfældigt udvalgte tur.

(n= 1188)

Størstedelen af autocamperbrugere tager på mellem 1-4 lange ture og på væsentligt flere kortere ture i løbet af året

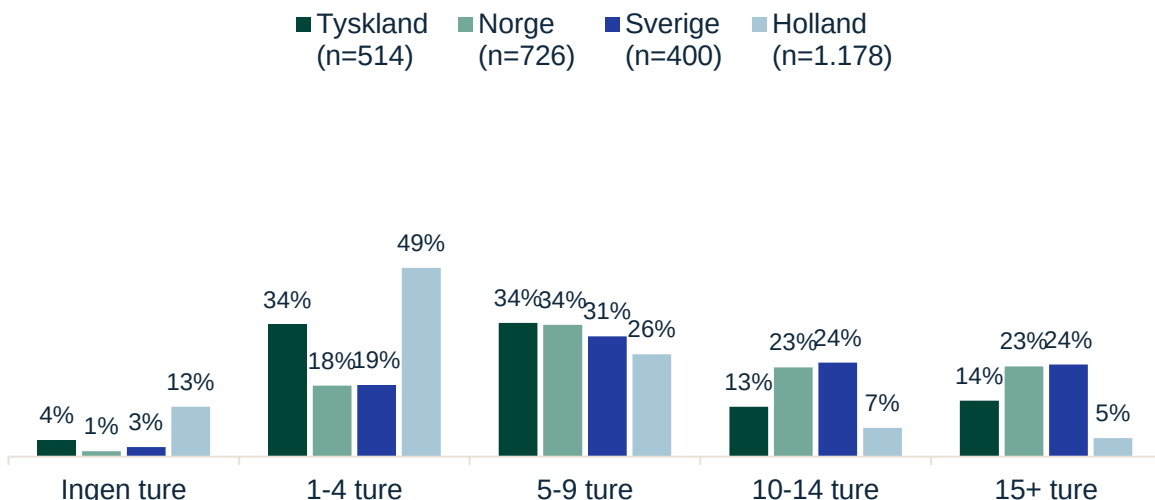
De norske og svenske autocamperbrugere tager på relativt mange korte autocamperture på 1-3 overnatninger: Knap halvdelen af dem er på mindst 10 korte ture i løbet af et år.

De hollandske og delvist de tyske autocamperbrugere tager generelt på færre korte ture. Halvdelen af hollænderne tager på 1-4 korte ture i løbet af året, mens kun 12% tager på 10+ korte ture.

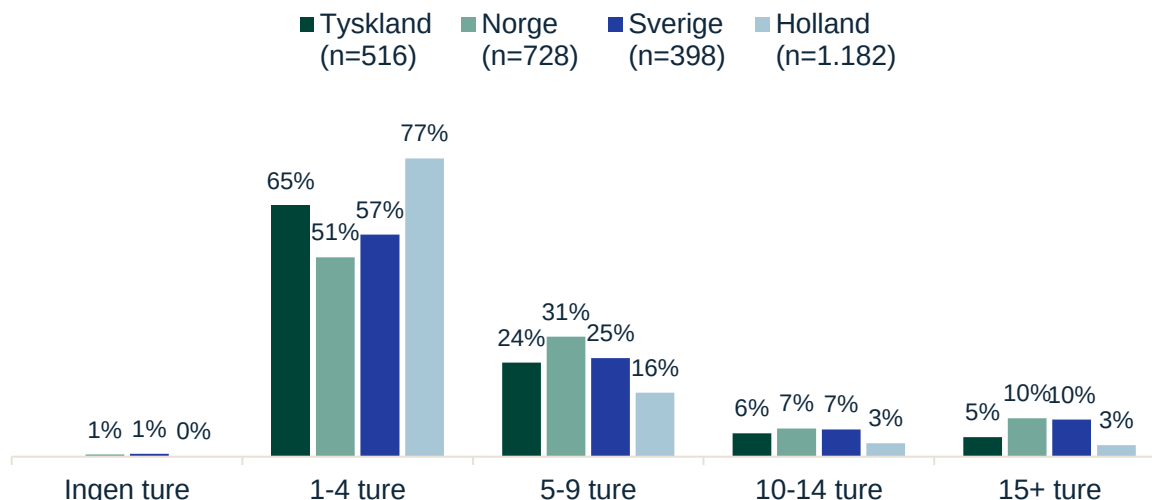
Autocamperbrugere på de fire markeder tager generelt på færre lange end korte ture i løbet af året. For alle fire markeder gælder det, at størstedelen af autocamperbrugere tager på mellem 1-4 lange ture (mindst 4 overnatninger) i løbet af året.

Også her er det særligt de hollandske og de tyske autocamperbrugere, der tager på relativt få ture, mens de norske og svenske autocamperbrugere generelt er af sted på flere ture.

Antal korte ture pr år



Antal lange ture pr år



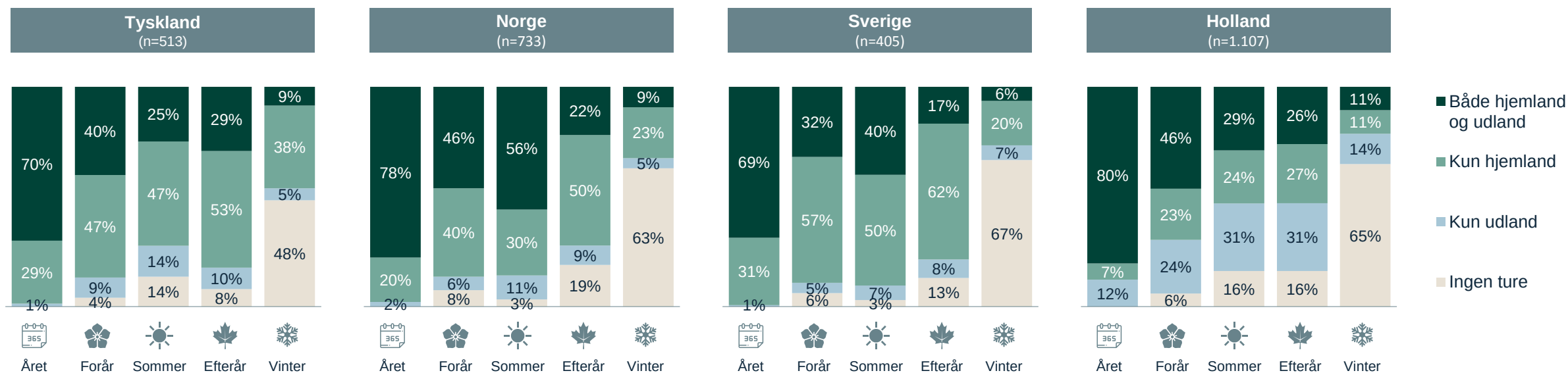
Autocamperbrugerne i de fire lande tager på ture med autocamperen hele året

Brugen af autocamperen hen over året er forholdsvis ensartet på tværs af de adspurgte autocamperbrugere i de fire lande. Længst størstedelen tager på ture i både foråret, sommeren og efteråret, mens omtrent halvdelen eller færre er af sted på tur i løbet af vintermånederne. Det er især de tyske autocamperbrugere, der tager på ture i løbet af vinteren, og her er det oftest på ture inden for landets grænser.

For alle fire markeder gælder det, at størstedelen af autocamperbrugerne i løbet af et år både tager på udlandsture og ture inden for hjemlandets grænser.

Alligevel adskiller de hollandske autocamperbrugere sig fra de tre øvrige markeder. Mens en højere andel af de tyske, norske og svenske autocamperbrugere har foretaget autocamperture i eget hjemland end i udlandet, er det modsatte tilfældet blandt de hollandske. Her er der inden for de enkelte sæsoner flere, der tager på udlandsture end på ture i hjemlandet.

Andel der har haft mindst én overnatning i hjemlandet og/eller udlandet pr. sæson



De har også gennemsnitligt mange overnatninger i autocamperen om året

De hollandske autocamperbrugere i undersøgelsen havde i gennemsnit 77,2 overnatninger i autocamperen sidste år, og Holland er således det marked, der foretager flest overnatninger i autocamperen. Langt størstedelen blev foretaget i udlandet. Dette hænger i høj grad sammen med forrige side, hvor vi så, at hele 93% af de hollandske autocamperbrugere var på mindst én udlandstur sidste år.

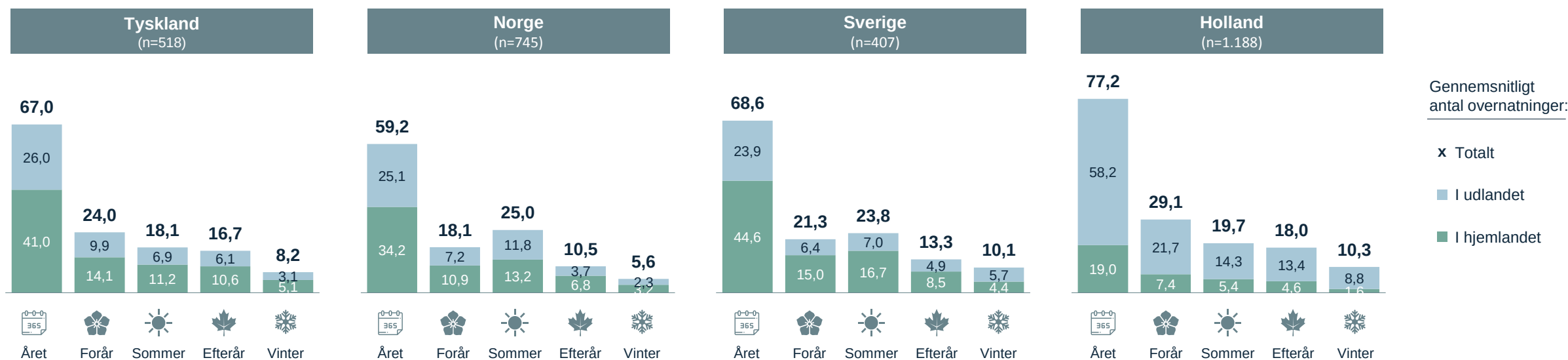
De norske autocamperbrugere havde i gennemsnit færrest overnatninger i autocamperen. 59,2 overnatninger blev det til sidste år. De tyske og svenske autocamperbrugere havde hhv. 67,0 og 68,6 overnatninger. Fælles for de tre lande er, at størstedelen af overnatningerne blev foretaget i eget hjemland.



Pensionisterne i de fire lande har gennemsnitligt væsentligt flere overnatninger pr. år end dem, der er i arbejde. I Holland har de gennemsnitligt 39 flere overnatninger end dem i arbejde, i Tyskland 30 flere, i Sverige 20 flere og i Norge 13 flere end dem i arbejde.

På alle fire markeder er det især et højere antal overnatninger i udlandet, der trækker op for pensionisterne.

Antal overnatninger i autocamper i hhv. hjemland og udland i løbet af de sidste 12 måneder

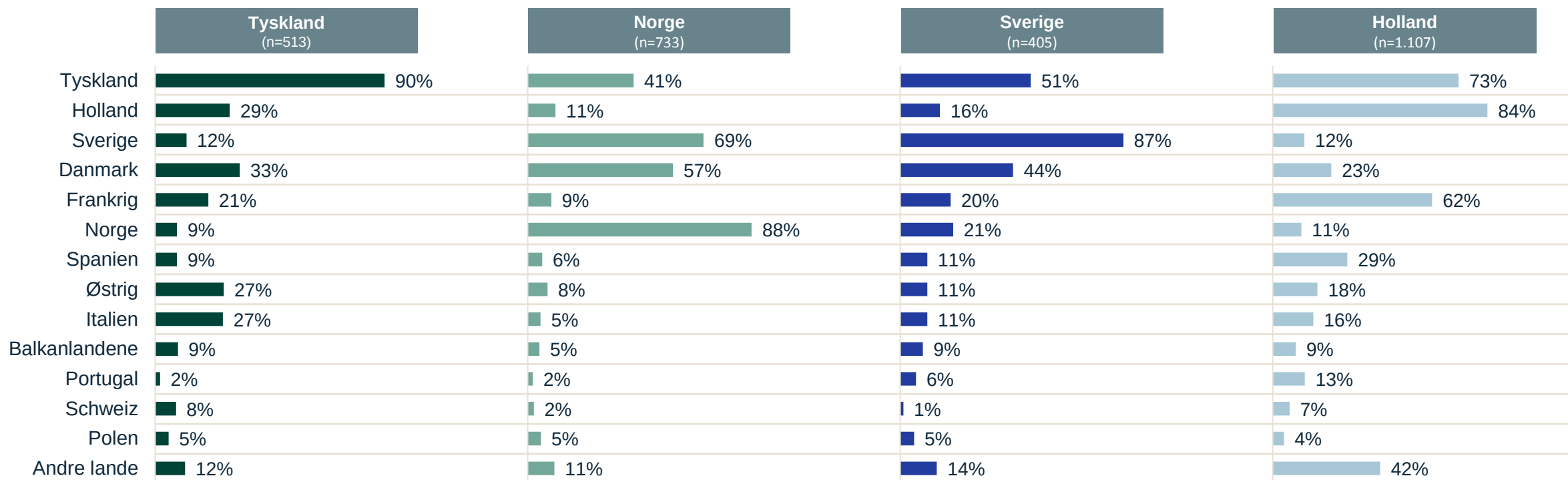


Danmark ligger i top 3 over udenlandske autocamperdestinationer blandt tyske, norske og svenske autocamperbrugere

En relativt stor andel af de udenlandske autocamperbrugere i undersøgelsen har besøgt Danmark på en autocampertur i løbet af de seneste 12 måneder. Blandt de norske og svenske autocamperbrugere har hhv. 57% og 44% foretaget mindst én autocamperovernatning i Danmark i løbet af det seneste år. Hver tredje tyske autocamperbruger og hver fjerde hollandske (23%) autocamperbruger har besøgt Danmark det seneste år.

Danmark er den udenlandske destination blandt de tyske autocamperbrugere, hvor flest har haft mindst én overnatning. Hos de norske og svenske autocamperbrugere, overgås Danmark af hhv. Sverige og Tyskland som udenlandsk autocamperdestination.

I hvilke af følgende lande har du foretaget min. 1 overnatning på dine autocamperture i de seneste 12 måneder?



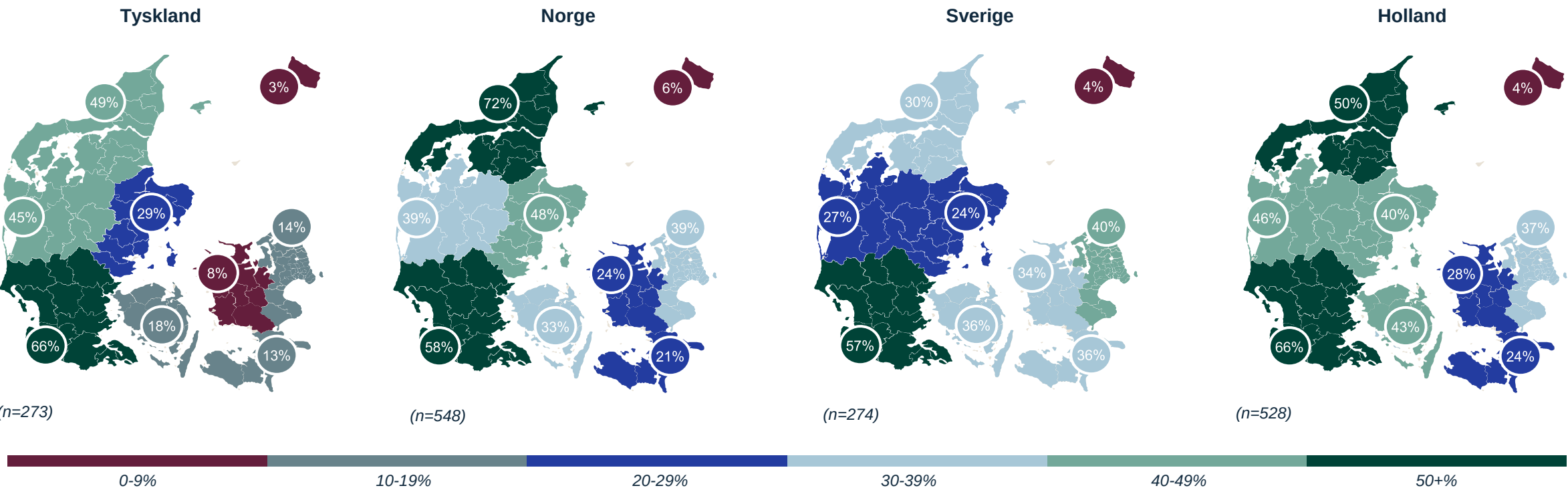
Og de har særligt været på tur med autocamperen i Jylland

Ses der bort fra autocamperbrugerne i Norge, har flest af de udenlandske autocamperbrugere gjort ophold/overnattet i Sydjylland. Flest af de adspurgte norske autocamperbrugere har besøgt Nordjylland.

På tværs af alle fire markeder er Bornholm den landsdel, som færrest har besøgt i løbet af det seneste år.

I hvilke af følgende landsdele i Danmark har du gjort ophold/overnattet med autocamperen?

Har besøgt Danmark inden for de seneste 12 måneder



Autocamperpladser forbeholdt autocampere anvendes oftest som overnatningsform på autocamperture med overnatning

Tyske autocamperbrugere anvender oftest autocamperpladser forbeholdt autocampere (84%), når de er af sted på autocampertur med overnatning. De norske autocamperbrugere benytter oftest campingpladser sammen med andre campister (67%) samt autocamperpladser forbeholdt autocampere (66%) som overnatningsform.

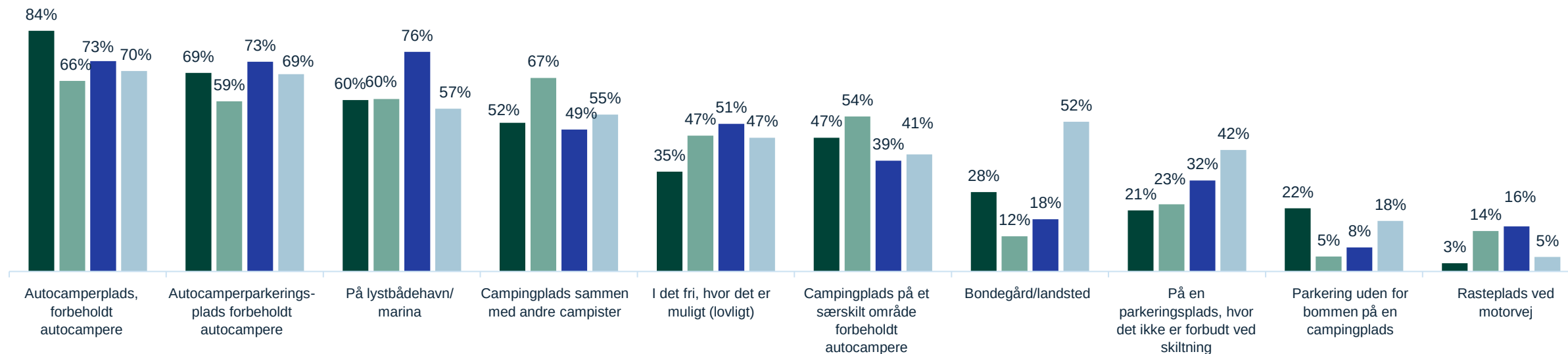
Svenske autocamperbrugere bruger hyppigst lystbådehavn/marina (76%), mens de hollandske benytter autocamperpladser og autocamperparkeringspladser, som begge

er forbeholdt autocamperbrugere (hhv. 70% og 69%).

Samlet set anvender 72% af autocamperbrugerne på tværs af de fire lande oftest en autocamperplads forbeholdt autocampere som overnatningsmulighed på en autocampertur med overnatning. Dette gør denne pladstype til den hyppigst anvendte overnatningsform.

Hvilke overnatningsmuligheder anvender du oftest, når du er på tur med autocamperen?

Tyskland (n=518), Norge (n=745), Sverige (n=407) og Holland (n=1.188)



Størstedelen af autocamperbrugerne kombinerer overnatning på flere forskellige pladstyper i løbet af året

Langt størstedelen af autocamperbrugerne overnatter på mange forskellige pladstyper i løbet af året, og illustrationerne nedenfor viser nogle af de hyppigste kombinationer. Her ses det bl.a., at størstedelen af dem, der overnatter på betalingspligtige overnatningsformer som campingpladser, også vælger andre betalte overnatningsformer som autocamperpladser (fuldt udstyret med faciliteter). Omvendt vælger dem, der overnatter på fx parkeringspladser, typisk også andre gratis/billige overnatningsformer som autocamperparkeringspladser eller overnatning i det fri.



Størstedelen overnatter på flere forskellige pladstyper i løbet af en tur på mindst 4 overnatninger.

Under 3% af de udenlandske autocamperbrugere angiver, at de foretrækker at blive det samme sted i mere end en uge. For omtrent halvdelen af brugerne træffes beslutningen meget spontant og opholdslængden varierer fra sted til sted, inden man kører videre til et nyt sted.

Kombination af forskellige pladstyper til overnatning

Den pladstype, der hyppigst kombineres med hver enkelt pladstype

Dem der ofte overnatter på...

... overnatter også ofte på:

	Tyskland (n=518)	Norge (n=745)	Sverige (n=407)	Holland (n=1.188)
Campingplads med andre campister	Autocamperplads (84%)	Autocamperplads (69%)	Autocamperplads (83%)	Autocamperplads (74%)
Autocamperområde på campingplads	Autocamperplads (92%)	Autocamperplads (77%)	Autocamperplads (89%)	Autocamperplads (86%)
Autocamperplads	Autocamperparkeringsplads (68%)	På lystbådehavn/marina (66%)	På lystbådehavn/marina (83%)	Autocamperparkeringsplads (69%)
Parkeringsplads uden for bommen på en campingplads	Autocamperplads (91%)	Autocamperparkeringsplads (82%)	Autocamperplads (91%)	Autocamperparkeringsplads (88%)
På lystbådehavn/marina	Autocamperplads (86%)	Autocamperplads (72%)	Autocamperplads (80%)	Autocamperparkeringsplads (78%)
Bondegård/landsted	Autocamperplads (86%)	På lystbådehavn/marina (78%)	På lystbådehavn/marina (92%)	Autocamperplads (74%)
Autocamperparkeringsplads	Autocamperplads (83%)	Autocamperplads (70%)	På lystbådehavn/marina (79%)	Autocamperplads (70%)
Parkeringsplads	I det fri (83%)	I det fri (87%)	Autocamperparkeringsplads (91%)	Autocamperparkeringsplads (92%)
I det fri	Autocamperparkeringsplads (88%)	Autocamperparkeringsplads (68%)	Autocamperparkeringsplads (84%)	Autocamperparkeringsplads (86%)
Rasteplads	Autocamperplads (87%)	I det fri (79%)	Autocamperparkeringsplads (84%)	Autocamperparkeringsplads (83%)

Note: Figuren viser, hvilken pladstype, der oftest anvendes i kombination med hver enkelt pladstype. Eksempelvis overnatter 84% af de tyskere, som ofte overnatter på campingplads med andre campister, også på autocamperpladser. Bemærk, at spørgsmålet vedrører, hvilke pladstyper, man oftest anvender på autocamperture generelt. Pladstyperne er altså ikke nødvendigvis anvendt på den samme tur.

Afslapning og gåture på lokationen er de aktiviteter, autocamperbrugere finder særligt attraktive

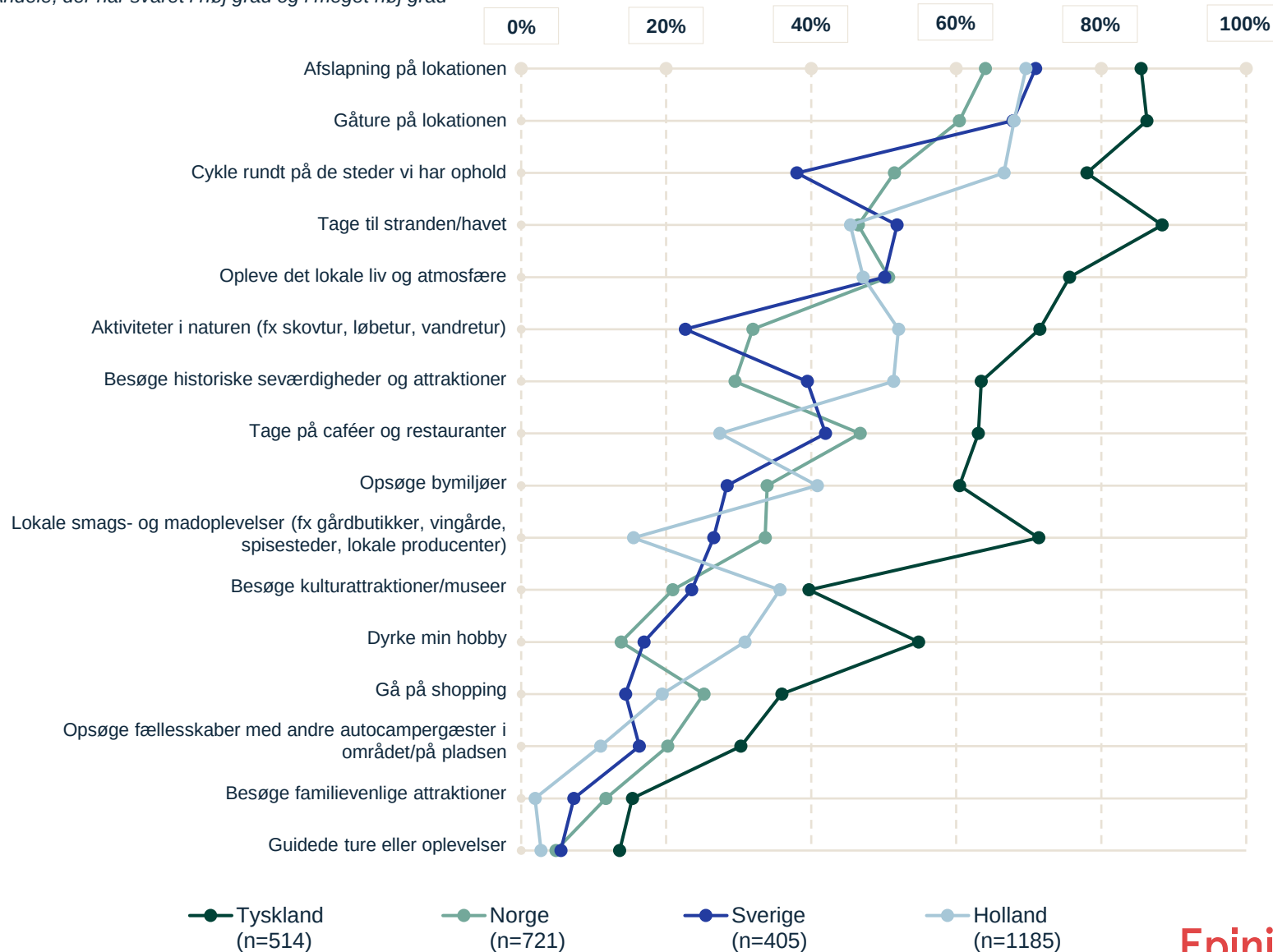
Ser man overordnet på de fire lande, vurderer flest autocamperbrugere i undersøgelsen, at de mest attraktive oplevelser på autocamperture er afslapning og gåture på lokationen. Færrest opsøger guidede ture samt familievenlige attraktioner.

Tyskerne finder generelt alle aktiviteter og oplevelser mere attraktive end de øvrige markeder. De skiller sig særligt ud på to områder: Blandt de tyske autocamperbrugere er ture til stranden/havet den mest attraktive aktivitet, hvilket hele 88% af dem opsøger, mens det samme gælder 45-52% på de øvrige markeder. Derudover opsøger de tyske autocamperbrugere i langt højere grad end de andre nationaliteter lokale smags- og madoplevelser.

Interessant er det også, at en markant højere andel af de tyske autocamperbrugere dyrker deres hobby, når de er på tur med autocamperen.

Hvilke typer af aktiviteter og oplevelser finder du attraktivt at opsøge på en autocampertur?

Andele, der har svaret i høj grad og i meget høj grad



Søgning på internettet samt autocamperguides anvendes særligt, når der søges information om overnatningsmuligheder

De udenlandske autocamperbrugere i undersøgelsen søger typisk information om pladser til ophold/overnatning i online autocamperguides og via generelle søgninger på nettet. Dertil kommer også online kort, som især de norske, svenske og tyske autocamperbrugere i høj grad benytter sig af.

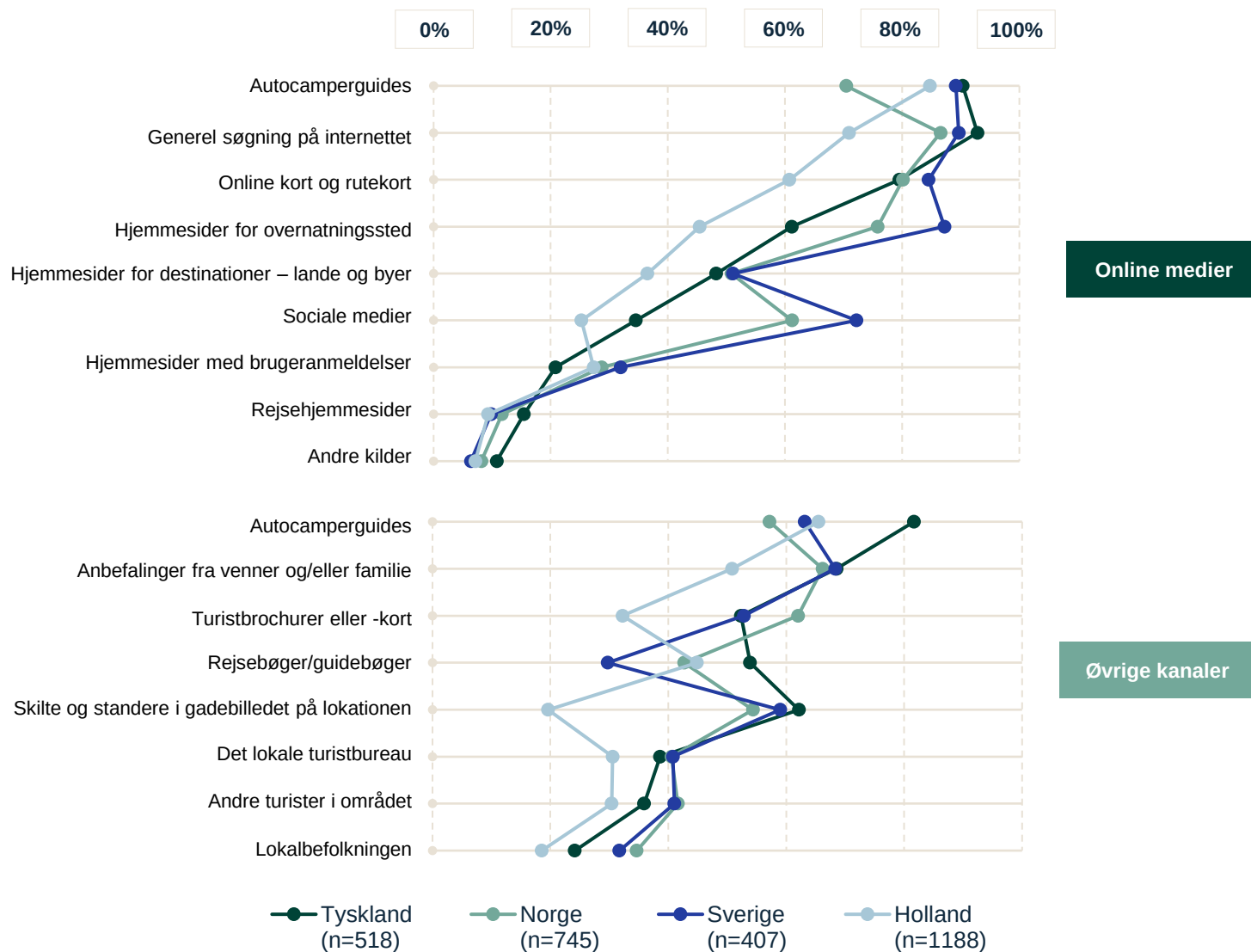
Omtrent 2 ud af 3 norske og svenske autocamperbrugere søger information om pladser via sociale medier, mens det samme kun gælder 1 ud af 3 hollandske og tyske autocamperbrugere.

Blandt de offline kanaler er det særligt trykte autocamperguides, der anvendes. De trykte autocamperguides anvendes næsten lige så ofte som de online autocamperguides, og dette af særligt de tyske autocamperbrugere



20% af de hollandske autocamperbrugere anvender udelukkende offline kanaler, når de søger information om pladser til ophold og overnatning. Det samme gør gennemsnitligt 10% på de øvrige tre markeder.

Hvor søger du typisk information om pladser til ophold og overnatning?

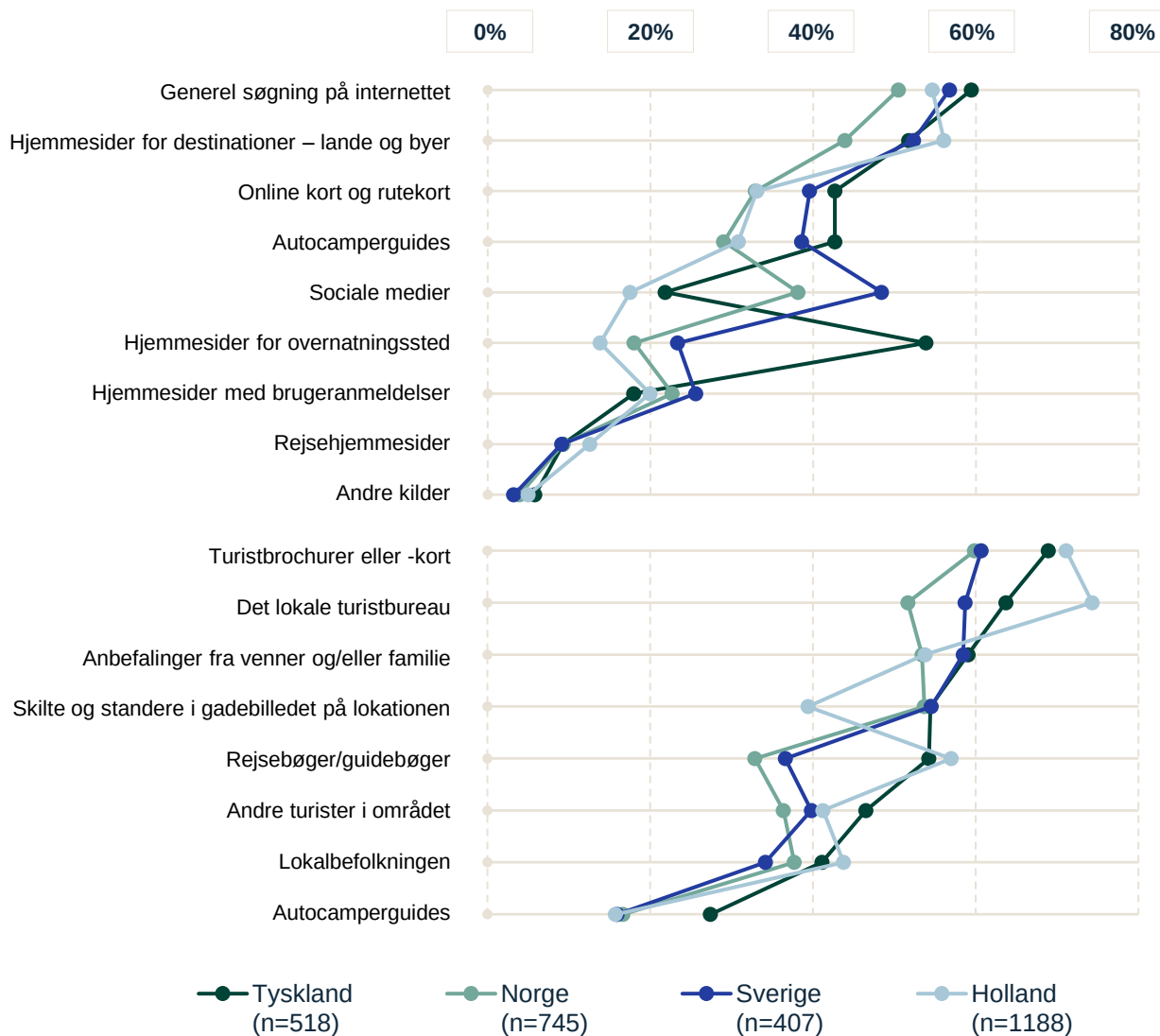


Turistbrochurer eller -kort samt det lokale turistbureau benyttes, når der søges information om aktiviteter og oplevelser

Størstedelen af autocamperbrugerne på tværs af landene bruger turistbrochurer eller -kort (61-71%) samt det lokale turistbureau (52-74%), når der søges information om aktiviteter og oplevelser. Derudover foretager de generelle søgninger på internettet (50-59%) samt bruger destinationernes hjemmesider (44-56%). Færrest benytter rejsehjemmesider, hjemmesider med brugeranmeldelser eller fysisk publicerede autocamperguides.

Særligt de tyske autocamperbrugere anvender i langt højere grad overnatningsstedernes hjemmesider end de øvrige markeder. Dette bruges af hver anden blandt de adspurgte tyskere i undersøgelsen, hvorimod det kun bruges 15-23% i de øvrige markeder.

Hvor søger du typisk information om aktiviteter og oplevelser (fx attraktionsbesøg, stedet at spise mv.)?



Danmark som autocamperdestination

På tværs af markederne har flest autocamperbrugere besøgt Danmark på korte ophold (1-3 overnatninger)

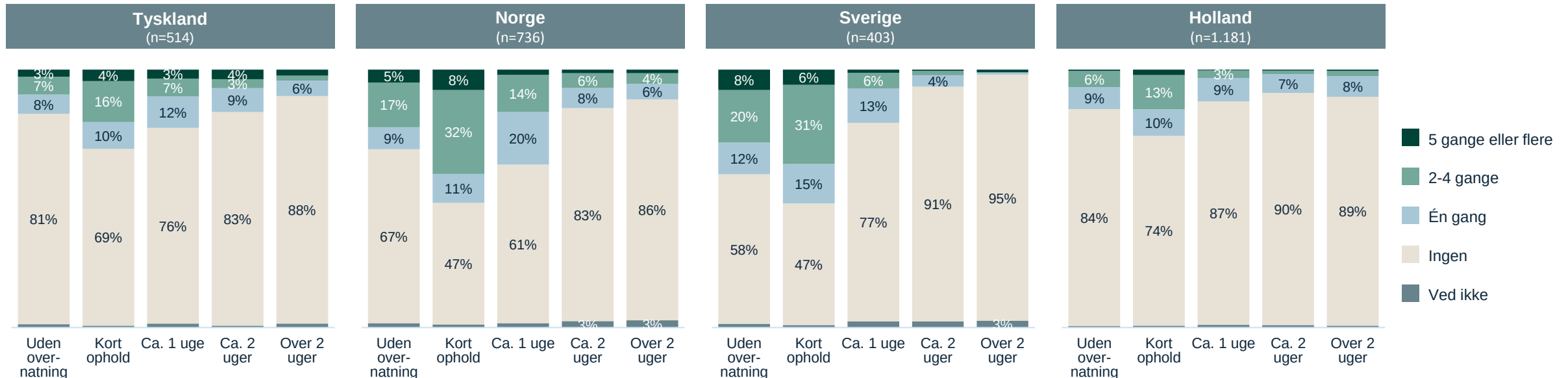
I alt 50% af de tyske, 73% af de norske, 61% af de svenske og 43% af de hollandske autocamperbrugere har i løbet af de seneste to år besøgt Danmark på mindst én tur med mindst én overnatning. I alle fire lande er der flest, der har besøgt Danmark på korte ophold med 1-3 overnatninger: Det er eksempelvis lige godt halvdelen af hhv. de norske og de svenske autocamperbrugere, der har besøgt Danmark på et kort ophold. Af de norske autocamperbrugere har 40% været på mindst to korte ophold, og 8% har været på hele 5 korte ophold i Danmark eller flere.

Ser man på de hollandske autocamperbrugere, er der generelt lidt færre, der har besøgt Danmark, og mange har kun gjort det på én tur. Til gengæld var en stor andel af disse ture lange ture på over to uger – dog blev alle overnatningerne på de lange ture formentlig ikke foretaget i Danmark, da Danmark i mange tilfælde var et transitland på vej til den primære destination (se næste side).



Blandt de autocamperebrugere, der har foretaget mindst én overnatning i Danmark i løbet af de sidste to år, har 36% af de tyske, 47% af de norske, 25% af de svenske og 26% af de hollandske autocamperbrugere været på mindst én tur af mindst en uges varighed i Danmark.

Hvor mange gange har du besøgt Danmark med autocamperen inden for de seneste to år?



Danmark er oftest den primære destination for tyske autocamperbrugere, mens det i højere grad er et transitland for de besøgende fra Holland og Sverige

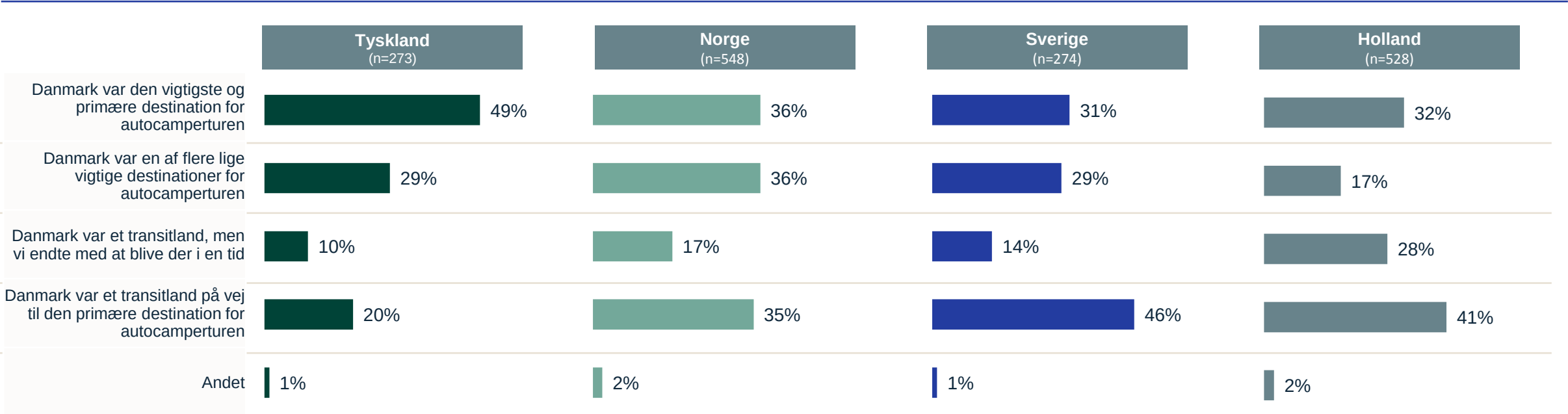
For i alt 76% af de tyske autocamperbrugere, der har besøgt Danmark i løbet af de seneste to år, var Danmark enten den primære destination eller en af flere lige vigtige destinationer. Det samme er tilfældet for 66% af de norske, 57% af de svenske og 48% af de hollandske autocamperbrugere.

For hele 49% af de tyske besøgende var Danmark den primære destination.

Omvendt er det over halvdelen af de svenske og hollandske besøgende, der kun besøgte Danmark på transit til den primære destination.

Danmark ser ud til at overraske en nævneværdig andel hollandske autocamperbrugere, da knapt 3 ud af 10 angiver, at Danmark i første omgang var et transitland, men at de endte med at blive der i længere tid end planlagt.

Var Danmark en primær destination på din tur med autocamperen, eller et land du kørte igennem på vej til en primær destination?



Autocamperbrugerne har besøgt Danmark, fordi de gerne vil til den danske kyst og føler sig velkomne

At opleve den danske natur er den primære driver for at besøge Danmark på en autocampertur blandt de adspurgte tyske og hollandske autocamperbrugere. Markant flere (hhv. 62% og 47%) angiver dette som årsag end autocamperbrugerne i de to andre lande. Dertil angiver 8 ud af 10 af de tyske og halvdelen af de hollandske autocamperbrugere den danske kyst som årsag til besøget. Ca. 3 ud af 10 af de adspurgte tyskere besøgte Danmark for at dyrke deres hobby.

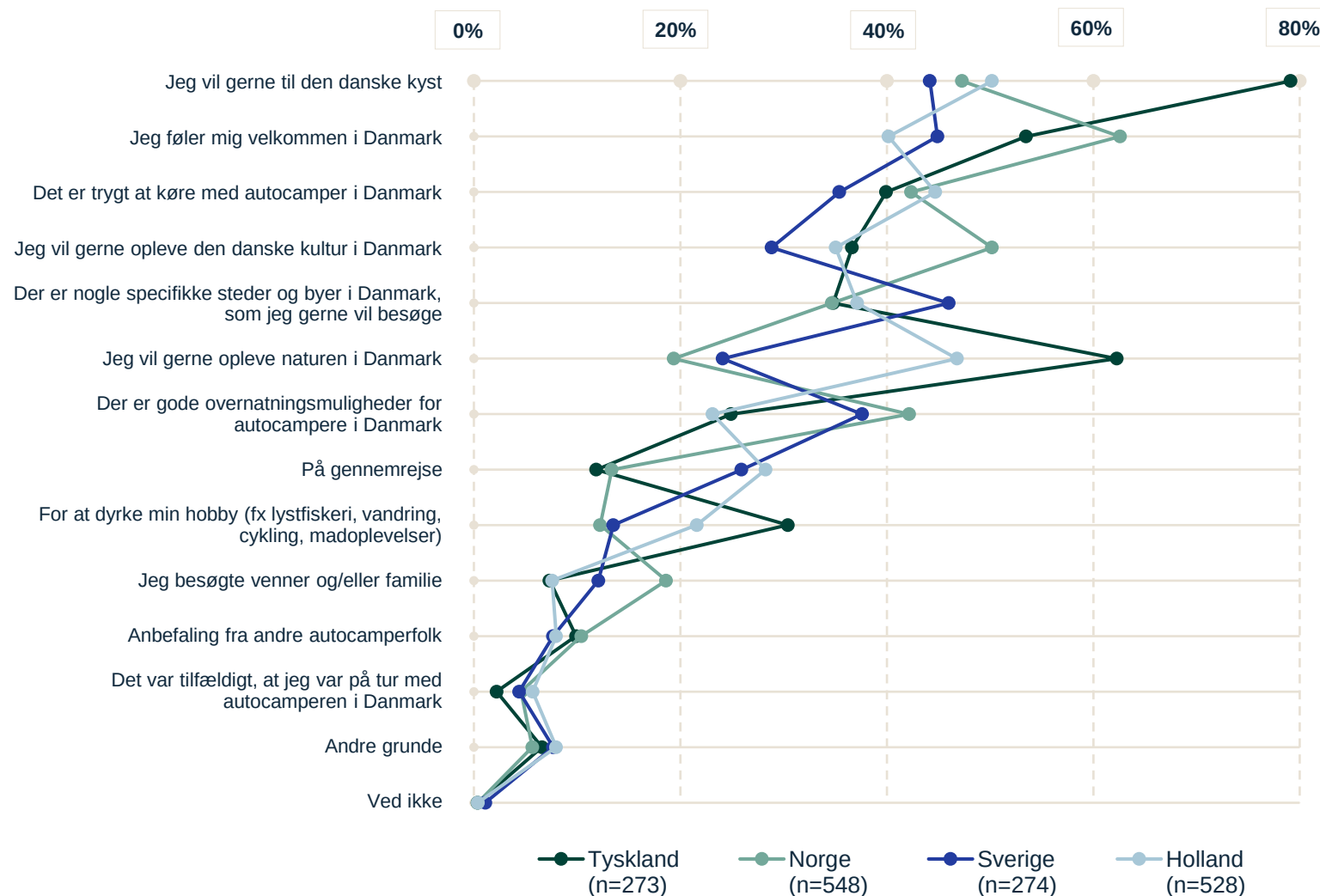
Den danske kultur og kyst er de primære årsager til, hvorfor de norske autocamperbrugere besøgte Danmark. Dertil føler 6 ud af 10 sig velkomne i landet.

Svenskernes primære grunde til at besøge Danmark skyldes, at der var specifikke steder og byer, de gerne ville besøge (46%), og at de vil til den danske kyst. For mange skyldes det også, at de føler sig velkomne i Danmark.

Autocamperbrugerne har i gennemsnit angivet 2,2 grunde, der bedst beskriver, hvorfor de var på tur med autocamperen i Danmark.

Hvilke udsagn beskriver bedst, hvorfor du var på tur med autocamperen i Danmark?

Har besøgt Danmark inden for de seneste to år



Kun få har aktivt fravalgt Danmark som autocamperdestination

Blandt de udenlandske autocamperbrugere, der ikke har besøgt Danmark i løbet af de seneste to år, hænger de primære årsager sammen med, at de blot havde valgt at besøge andre destinationer i stedet: For nogle var Danmark slet ikke med i overvejelserne, andre havde tidligere besøgt Danmark og ville derfor gerne prøve andre destinationer, og andre igen overvejede at besøge Danmark, men endte med at vælge andre destinationer. Særligt en stor del af hollænderne overvejede slet ikke Danmark som destination.

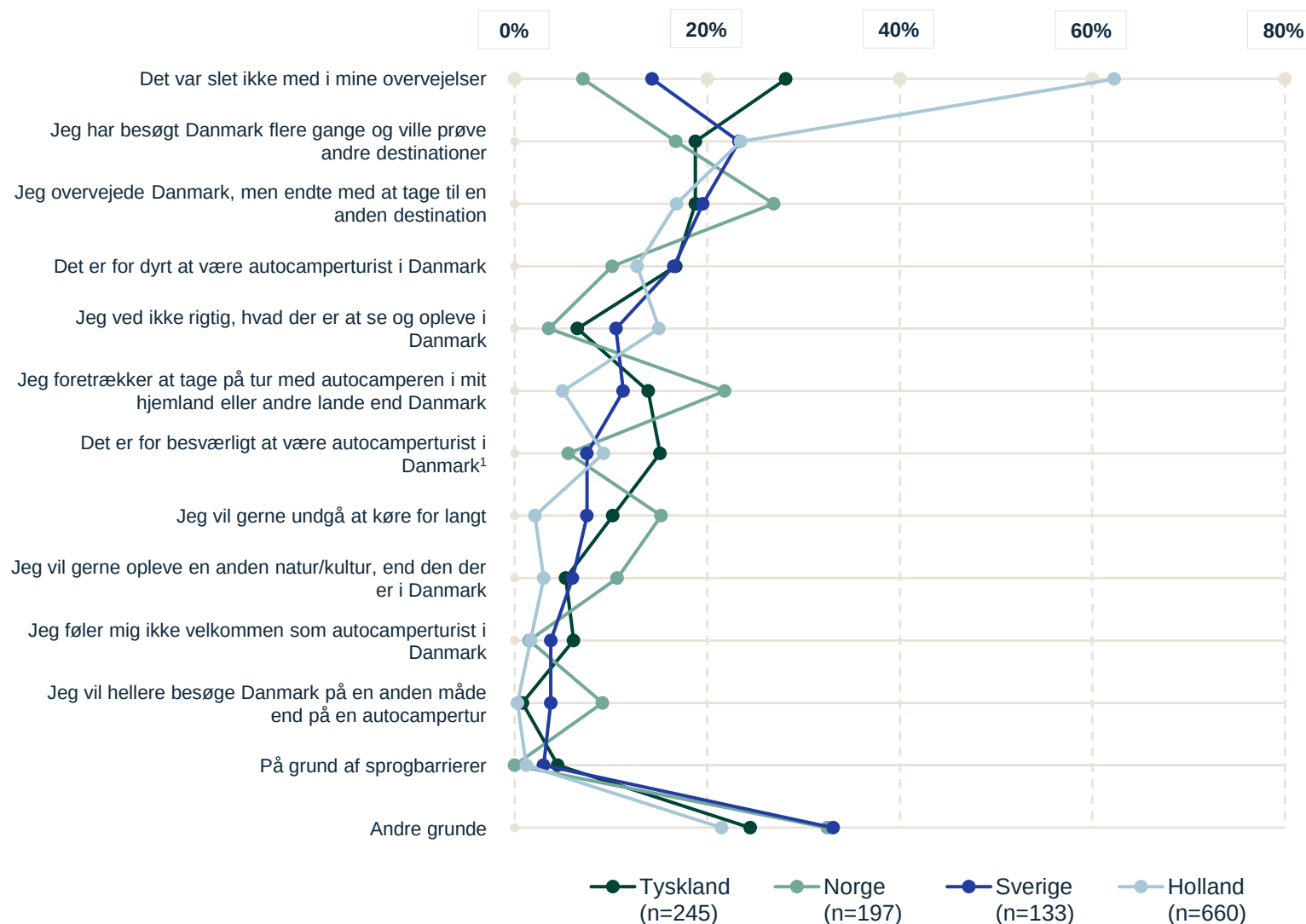
Blot 10-17% fravalgte Danmark som feriedestination, fordi det er for dyrt at være autocamperturister i Danmark, og endnu færre gjorde det, fordi det er besværligt at være autocamperturist i Danmark.

Af andre grunde nævnes primært, at de er i gang med at planlægge en tur til Danmark, og at den eksisterende hundelov afholder dem fra at besøge Danmark. Sidstnævnte nævnes primært af tyske brugere (ca. 20%). Derudover påpeger en del i Holland, at vejret er en hindring (ca. 30%).



De hollandske autocamperbrugere, der ikke har besøgt Danmark i løbet af de seneste to år, har i højere grad besøgt sydeuropæiske lande som Spanien, Frankrig, og Italien. En del af forklaringen på, at så mange hollændere slet ikke havde overvejet at besøge Danmark, og at vejret i høj grad er en barriere, er altså sandsynligvis, at mange hollændere rejser sydpå med autocamperen.

Du har svaret, at du ikke har besøgt Danmark i forbindelse med en autocampertur inden for de seneste to år. Angiv venligst årsagerne hertil.

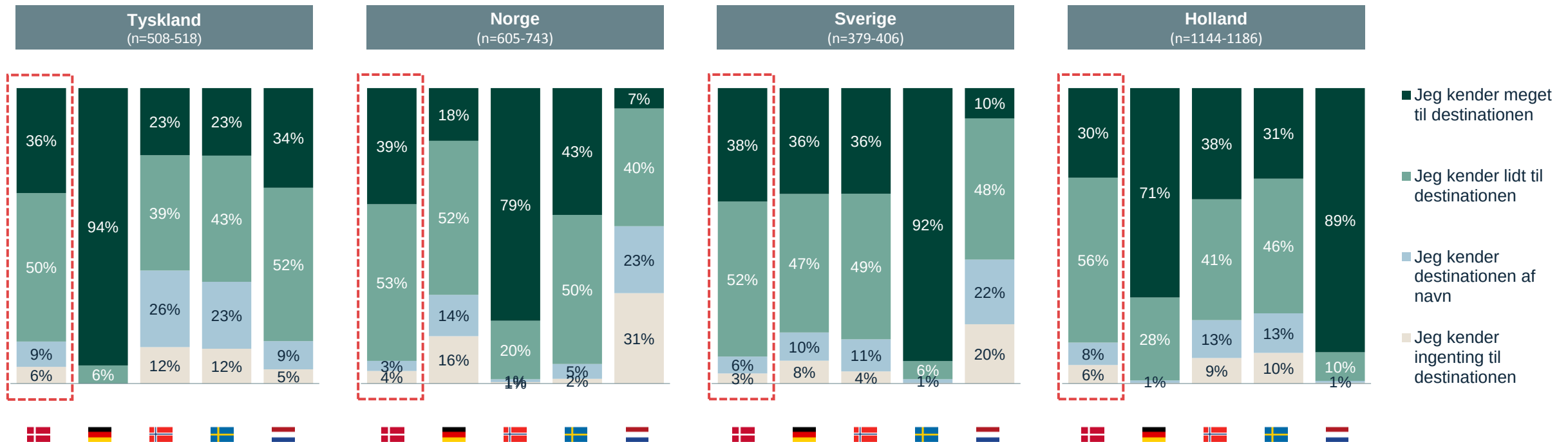


35% af de adspurgte autocamperbrugere på tværs af de fire lande kender meget godt til Danmark som en autocamperdestination

Fordelt på de enkelte lande er kendskabet til Danmark som en autocamperdestination på samme niveau i tre ud af fire lande, hvor hhv. de norske (39%), svenske (38%) og tyske (36%) autocamperbrugere har et meget godt kendskab til Danmark. Autocamperbrugerne i Holland ligger derimod lavere end gennemsnittet (30%). Dog er der hele 86-92% på tværs af de udenlandske markeder, der kender lidt eller meget til Danmark som autocamperdestination.

Ikke overraskende er autocamperbrugernes kendskab til de enkelte markeder størst hos autocamperbrugernes hjemland. Ellers ligger kendskabet til Danmark på et solidt niveau ift. de øvrige markeder. Dette er med undtagelse af Holland, hvor kendskabet til Danmark sammen med Sverige er lavest ift. de to andre lande i undersøgelsen.

Hvor meget eller lidt kender du til hvert af de følgende lande som destinationer for en autocampertur?

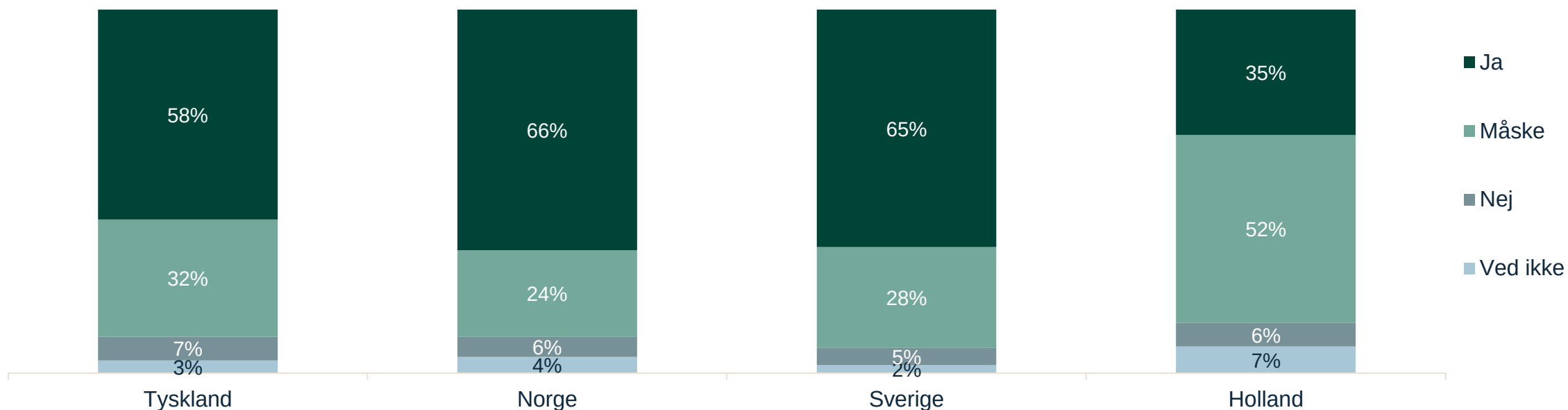


Særligt de svenske, norske og til dels de tyske autocamperbrugere overvejer Danmark som en autocamperdestination inden for de kommende to år

Flest autocamperbrugere i Norge og Sverige (65-66%) overvejer at tage på en autocampertur i Danmark inden for de kommende to år. I Tyskland er det lidt over hver anden autocamperbruger, mens det er ca. en tredjedel i Holland. Dog er godt halvdelen af de adspurgte hollændere ikke helt afvisende over for det.

En relativ lille andel er helt afvisende over for at besøge Danmark i de kommende år. Blot 5-7% på tværs af de udenlandske markeder vurderer, at de ikke vil besøge Danmark på en autocampertur.

Overvejer du at tage på en autocampertur i Danmark inden for de kommende to år?



De danske pladser til ophold/overnatning vurderes til over middel på samtlige parametre

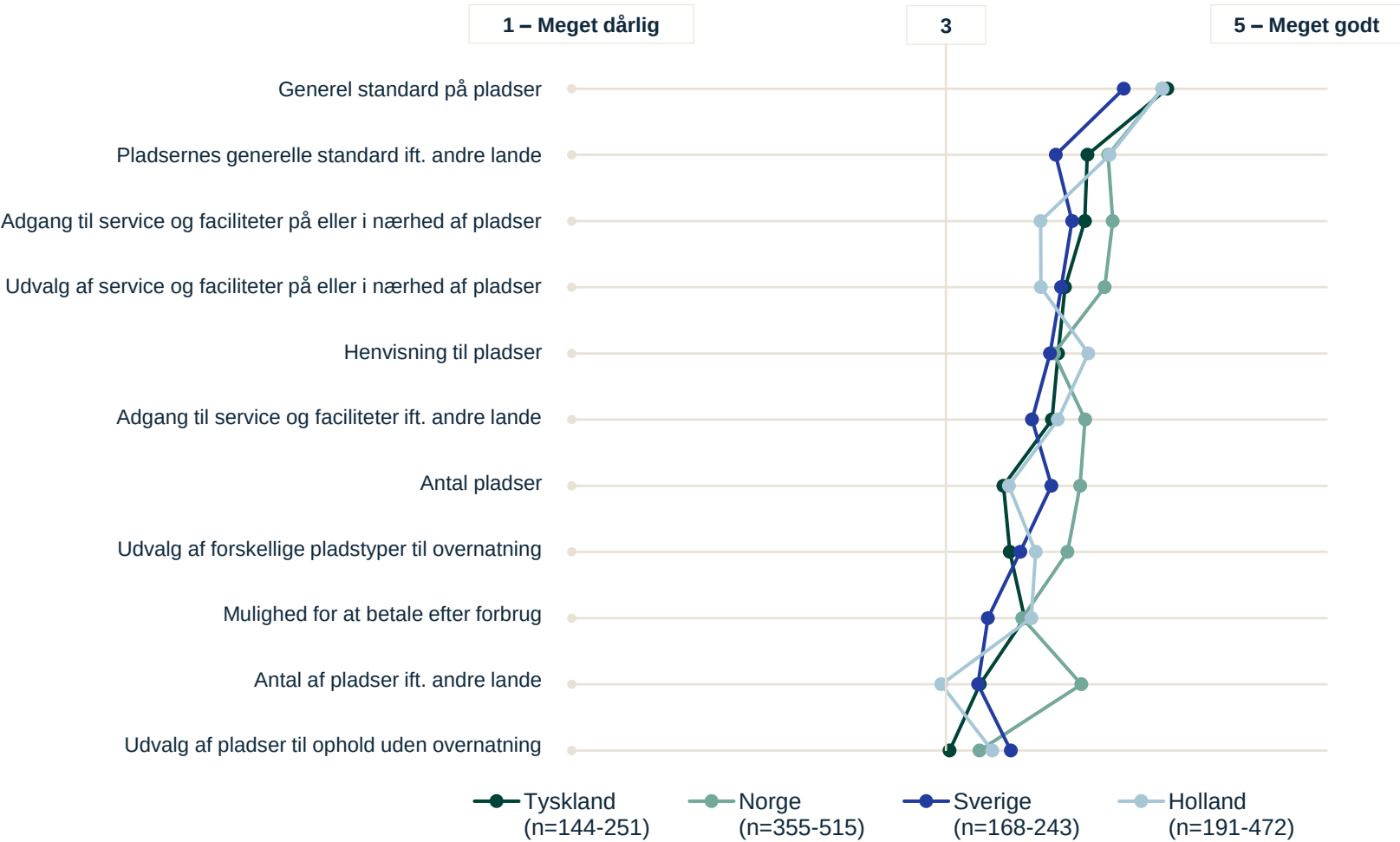
På tværs af de fire lande er der overordnet set ikke de store forskelle i autocamperbrugernes vurderinger af pladser til ophold/overnatning for autocampere i Danmark. Dette på samtlige opstillede parametre. En vurdering der ligger over middel.

De adspurgte udenlandske autocamperbrugere er især glade for den generelle standard på de danske pladser og pladsernes standard sammenlignet med andre lande. Også adgangen til og udvalget af service og faciliteter i nærheden af pladserne får også en fin vurdering.

Særligt de norske autocamperbrugere i undersøgelsen vurderer de enkelte parametre gennemsnitligt bedre end de øvrige markeder. Dette gælder fx adgangen og udvalget af service og faciliteter, antallet af pladser ift. andre lande mv.

På en skala fra 1-5, hvor 1 er ‘meget dårlig’ og 5 er ‘meget godt, hvor godt vurderer du pladser og ophold/overnatning for autocampere generelt i Danmark på følgende parametre?

Har besøgt Danmark inden for de seneste 12 måneder



Mulighed for at parkere/overnatte på campingplads eller lystbådehavn/marina i Danmark vurderes højt

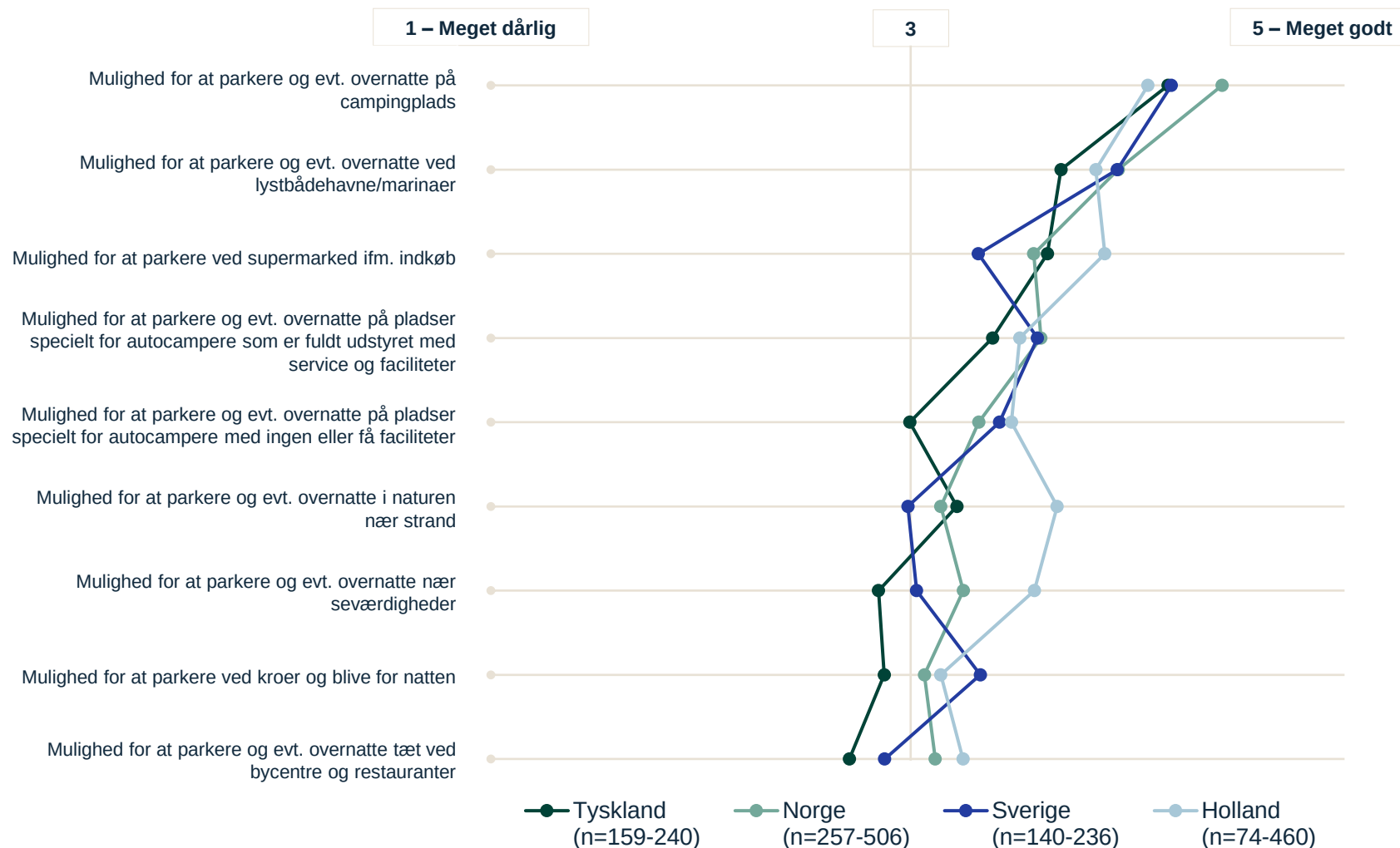
Autocamperbrugernes vurderinger af pladser til ophold/overnatning generelt for autocampere i Danmark viste ikke de store forskelle (jf. forrige side) på tværs af de målte parametre. Hvad angår deres vurderinger af udvalget af pladser i Danmark, træder flere forskelle frem.

De hollandske autocamperbrugere vurderer mulighed for at parkere og evt. overnatte i naturen (evt. nær stranden) og mulighed for at parkere og evt. overnatte nær seværdigheder samt mulighed for at parkere ved supermarked ifm. indkøb signifikant bedre end de andre autocamperbrugere i undersøgelsen. De tyske autocamperbrugere vurderer derimod flere af parametrene lavere end de tre lande med en gennemsnitlig vurdering på 3 eller lige under.

På tværs af de fire lande er de særligt tilfredse med muligheden for at parkere og overnatte på campingplads og ved lystbådehavn/marina i Danmark.

På en skala fra 1 til 5, hvor 1 er ”meget dårlig” og 5 er ”meget godt”, hvor godt vurderer du udvalget af forskellige pladstyper til ophold/overnatning for autocampere i Danmark?

Har besøgt Danmark inden for de seneste 12 måneder



De primære indsigter i autocamperbrugernes vurderinger af overnatningsmuligheder for autocampere i hjem- og udland



Praktiske forhold

Særligt skiltning/vejvisning til pladsen samt informationstavler skal som minimum være til stede på pladser, der anvendes til overnatning. 50% af de adspurgte tyskere angiver dette, mens dette er tilfældet for 33% af de adspurgte hollændere. En nævneværdig andel på tværs af landene vurderer ligeledes, at pladsbelysning som minimum skal være til stede (ml. 23%-38%).

- **Tyskland:** For 23% er det vigtigt at have muligheden for at tjekke ind/ud 24/7. Under 1 ud af 10 er villig til at betale ekstra for nogle af de praktiske forhold
- **Norge:** 15% vurderer, at det kan forlænge deres ophold på pladsen, hvis det er muligt at betale efter forbrug. 14% vurderer, at de vil betale ekstra for at kunne tjekke ind/ud 24/7
- **Sverige:** For 28% er det vigtigt, at pladsen tillader husdyr, og at man kan tjekke ind/ud 24/7. Mindre end 1 ud af 10 vil forlænge sit ophold eller betale ekstra for nogle af de praktiske forhold
- **Holland:** Autocamperbrugere vil ligeledes ej heller betale ekstra for nogle af forholdene. 15% vurderer dog, at det vil forlænge deres ophold, hvis det er muligt at betale efter forbrug. Mulighed for at tjekke ind/ud 24/7 er ligeledes vigtigt for hollænderne – 28% har angivet dette



Faciliteter

De vigtigste faciliteter, som forventes at være til stede på overnatningspladser for autocampere generelt, er muligheden for at tømme toiletkassette og gråt spildevand samt at kunne tappe frisk drikkevand.

- **Tyskland:** 17% vurderer, at det kan forlænge deres ophold, hvis pladsen er fuldt udstyret med faciliteter og services. 17% vil også betale ekstra for dette. Hhv. 22% og 20% vurderer ligeledes, at de vil betale ekstra for adgang til brusebad og rent drikkevand
- **Norge:** 19% vil betale ekstra for strømtilslutning
- **Sverige:** 16% vil gerne betale ekstra for strømtilslutning. For en ganske lille andel vil adgang til nogle af de opstillede faciliteter kunne forlænge deres ophold på en plads
- **Holland:** Hvis pladsen er fuldt udstyret med faciliteter og services vil dette kunne forlænge opholdet med en ekstra nat for 13%. 13% vil betale ekstra for adgang til brusebad, strømtilslutning eller frisk vand



Omgivelser

Særligt de adspurgte tyske og norske autocamperbrugere forventer, at pladsen har et kørefast og vandret underlag, at det er tilladt at bruge borde og stole udendørs, samt at der er god plads om autocamperen. De svenske og hollandske angiver også disse parametre som vigtige om end i noget mindre grad. Resultaterne fra undersøgelsen viser ligeledes, at rolige omgivelser og en beliggenhed i/ved naturen kan få autocamperbrugere på tværs af landene til at blive en ekstra nat. Andelen varierer på tværs af markederne, og i begge tilfælde vurderer flest tyskere, at de vil forlænge opholdet på baggrund heraf. Det ses for færrest svenskere.

- **Tyskland:** Henholdsvis 16% og 13% vil betale ekstra for en plads, der ligger i/ved naturen, og for at få ekstra plads om camperen
- **Norge:** Hver tiende vil gerne betale ekstra for flere af forholdene (fx at pladsen er indhegnet)
- **Sverige:** 13% vil betale ekstra for, at pladsen er beliggende centralt i en større by
- **Holland:** 11% vil betale ekstra for god plads om camperen eller en indhegnet plads

Autocamperbrugernes forbrug

Hvad indgår i autocamperbrugernes forbrug?

Sådan beregnes forbruget

Respondenterne er i undersøgelsen blevet bedt om at angive deres samlede forbrug på en række forbrugsposter (jf. forklaringsboksen til højre) på en tilfældig udvalgt tur¹. Forbruget er angivet som det samlede forbrug for hele turen og for alle personer, der var med i autocamperen. Udgifter, der ligger forud for selve turen (fx dagligvarer, der er medbragt hjemmefra), indgår *ikke* i forbruget.

Totalforbruget er omregnet til døgnforbrug pr. person ved at dividere det angivne totalforbrug med antal overnatninger på turen og antal personer i autocamperen.

Respondenterne har angivet forbruget i deres egen valuta, og angivelserne er efterfølgende omregnet til danske kroner for at øge sammenligneligheden².

Håndtering af outliers

I databehandlingen er hver forbrugspost gennemgået, og der er sat en kritisk øvre grænse for, hvad der kan betragtes som et realistisk døgnforbrug på hver enkelt forbrugspost. Enkelte besvarelser lå over disse grænser og er fjernet fra analyserne for at undgå at skævvride gennemsnittene. Personer, der ikke har et forbrug på en given forbrugspost, indgår i gennemsnittet med et forbrug på 0 kr.

Forbrug pr. autocamper

Ønsker man at kende døgnforbruget for alle voksne i autocamperen, kan det beregnes ved at fordoble det gennemsnitlige døgnforbrug pr. person, da der i hver autocamper er gennemsnitligt 2,0 voksne personer.

Forklaring af de enkelte forbrugsposter



Overnatning foretaget i autocamper

Udgifter i forbindelse med overnatning i autocamperen inklusiv evt. facilitetsudgifter til fx vand, strøm, affaldshåndtering.



Dagligvarer



Café- og restaurantbesøg



Shopping



Attraktioner og aktiviteter

Fx entre til museum, svømmehal, forlystelsespark, festival mv.



Offentlig transport og anden overnatning

Udgifter til transport med fx bus eller tog samt udgifter til overnatning andre steder end i autocamperen, fx på hotel, B&B eller i sommerhus.



Andet

Fx udgifter til brændstof og mindre reparationer på turen.

Da denne forbrugspost gennemsnitligt udgør mindre end 5 kr. pr. person pr. døgn, sammenlægges den med forbrugsposten 'Andet'.

De norske autocamperbrugere har det højeste gennemsnitlige døgnforbrug, mens de hollandske autocamperbrugere har det laveste

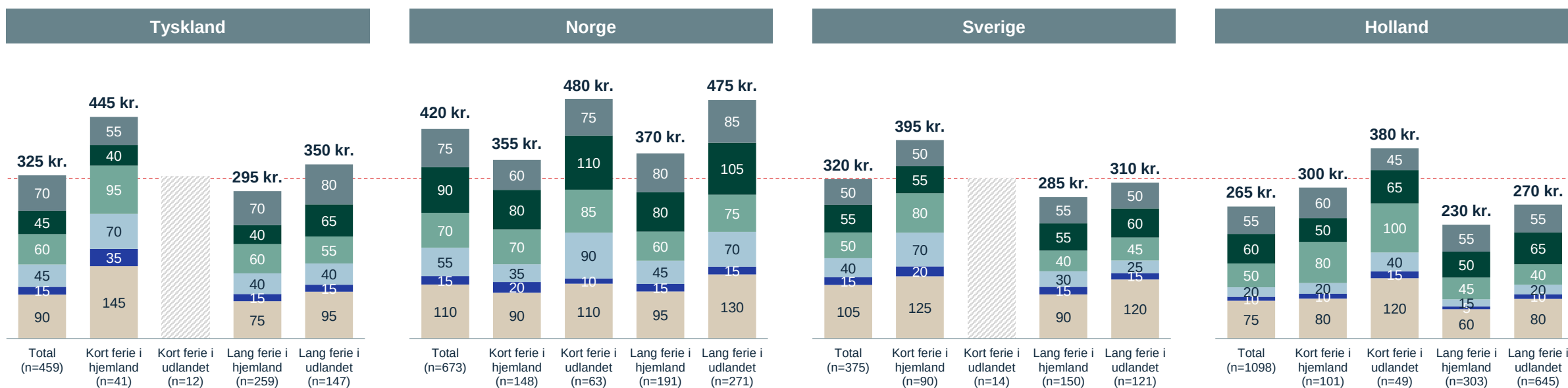
Det samlede gennemsnitlige døgnforbrug pr. person på tværs af de fire lande er ca. 325 kr. Døgnforbruget er generelt højere på korte ture på mellem 1-3 overnatninger end på ture med mindst 4 overnatninger. Ses der udelukkende på de lange ture, er døgnforbruget højere på de lange udlandsture end på de lange ture i hjemlandet.

Den største forbrugspost er for alle fire lande og turtyper posten 'Andet', som bl.a. dækker over brændstof.

De norske autocamperbrugere i undersøgelsen har det højeste gennemsnitlige døgnforbrug med 420 kr. pr person. Tyskerne og svenskerne ligger på omtrent samme niveau med hhv. 325 og 320 kr. pr person, mens de hollandske autocamperbrugere har det laveste gennemsnitlige døgnforbrug på blot 265 kr. pr. person.

-  Overnatning i autocamper
-  Dagligvarer
-  Café- og restaurantbesøg
-  Shopping
-  Attraktioner og aktiviteter
-  Andet

Gennemsnitligt døgnforbrug per person



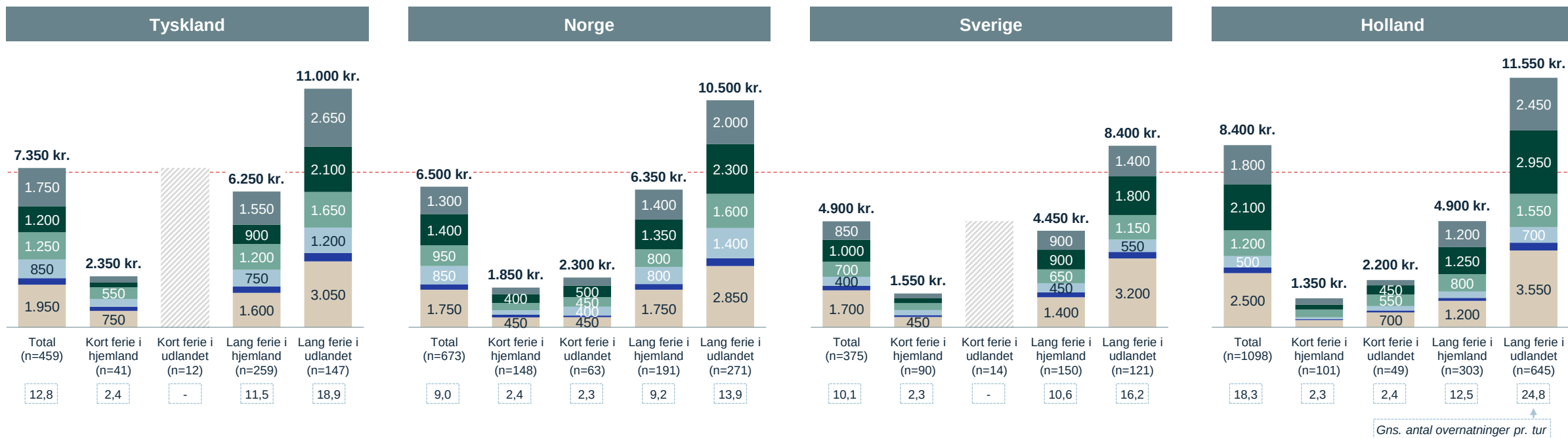
Note 1: Alle værdier er afrundet til nærmeste 5 kr. **Kort ferie** = 1-3 overnatninger. **Lang ferie** = 4 overnatninger eller flere. Den røde linje markerer det gennemsnitlige døgnforbrug på tværs af alle markederne. Døgnforbruget på korte ferier i udlandet fremgår ikke for Tyskland og Sverige pga. lavt datagrundlag. Personer, der både havde overnatninger i hjemlandet og udlandet, falder i kategorien 'Udlandet'. Kategorien 'Hjemlandet' indeholder dermed kun de personer, som udelukkende overnattede i hjemlandet.

Det gennemsnitlige totalforbrug på hele turen er lavest hos de svenske autocamperbrugere og højest hos de hollandske

Ser man på det samlede forbrug på hele turen for alle personer i autocamperen, bruger de svenske autocamperbrugere i undersøgelsen 4.900 kr. på en autocampertur, mens hollænderne bruger 8.400 kr. De tyske og norske autocamperbrugere har et totalforbrug, der ligger på hhv. 6.500 kr. og 7.350 kr.

Det samlede forbrug er højest på de lange udlandsture. Det højeste samlede forbrug på lange udlandsture findes blandt de hollandske autocamperbrugere til trods for, at de havde det laveste gennemsnitlige døgnforbrug på de lange ture (se forrige side). Dette skyldes, at hollænderne generelt tager på meget lange udlandsture på hele 24,8 overnatninger i gennemsnit.

Gennemsnitligt totalforbrug på hele rejsen for hele autocamperen



De, der bruger flere penge på overnatning, bruger generelt også flere penge på turen

Figuren herunder illustrerer sammensætningen af døgnforbruget for hhv. de autocamperbrugere, der vælger dyre overnatningsformer (100 kr. pr. person pr. nat eller mere), og de, der vælger billigere overnatningstilbud.

Den viser, at de autocamperbrugere, der bruger flere penge på overnatning, generelt har et højere forbrug, end de, der vælger at betale mindre for overnatning på autocamperturen. Dette på tværs af de fire lande. Det gælder især posterne dagligvarer, café- og restaurantbesøg samt shopping, hvor der også lægges flere penge blandt denne gruppe.

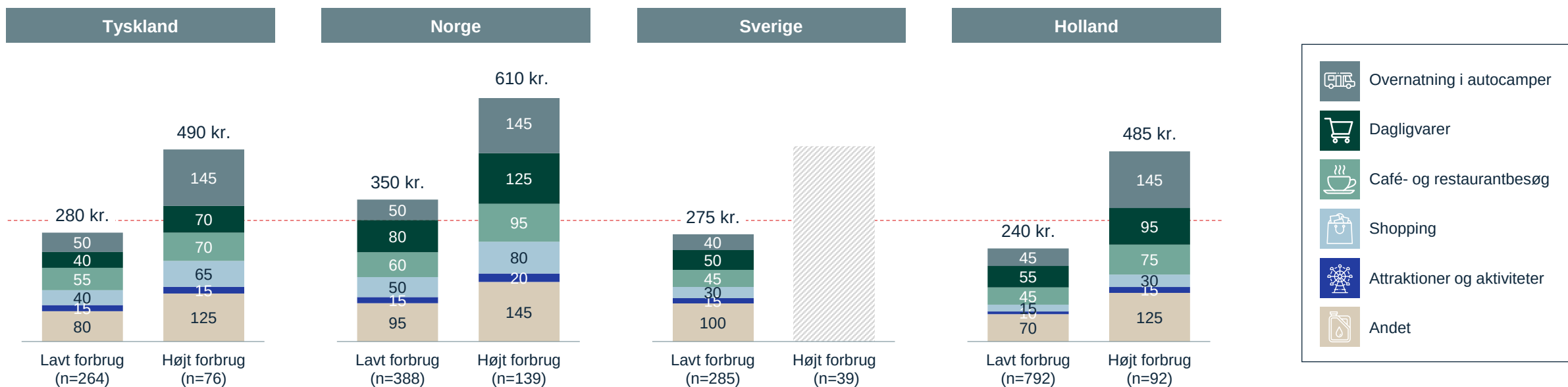


På alle fire markeder overnatter de autocamperbrugere, der har et højt forbrug på overnatning, i højere grad på campingpladser med andre campister og på autocamperpladser (fuldt udstyret med faciliteter).

Mange norske autocamperbrugere har et højt forbrug på overnatning (27%) – og i endnu højere grad på udlandsture end på ture i Norge. Lidt færre tyskere har et højt forbrug (22%), men også blandt dem gælder det, at flere har et højt forbrug, når de er på udlandsture. De svenske og hollandske autocamperbrugere har generelt et lavere forbrug på overnatning (hhv. 12% og 10%). Det gælder både på udlandsture og ture inden for hjemlandets grænser.

Andelen af autocamperbrugerne, der har et højt forbrug på overnatning, er højere blandt dem, der besøger Danmark, end dem, der besøger andre lande.

Sammensætning af døgnforbruget for de højt- og lavtforbrugende



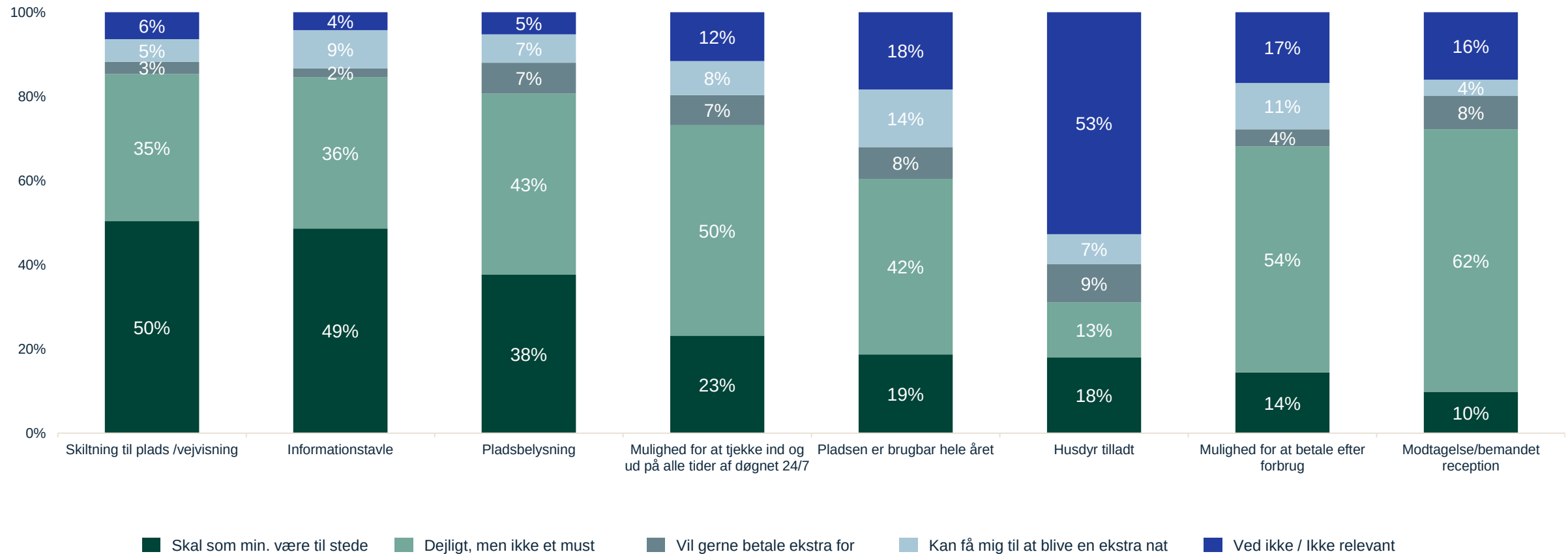
Note: **Højt forbrug:** 100 kr. pr. person pr. døgn eller højere (17% af respondenterne). **Lavt forbrug:** Under 100 kr. pr. person pr døgn (83% af respondenterne). Den røde linje markerer det gennemsnitlige døgnforbrug på tværs af alle markederne. Grundet lavt datagrundlag indgår de svenske autocamperbrugere med højt forbrug på overnatning ikke i figuren.

Bilag

Vurdering af overnatningsmuligheder for autocampere generelt på **praktiske forhold**

Hvor vigtig vil du vurdere nedenstående parametre i forhold til overnatningsmuligheder for autocampere generelt?

(n=518)

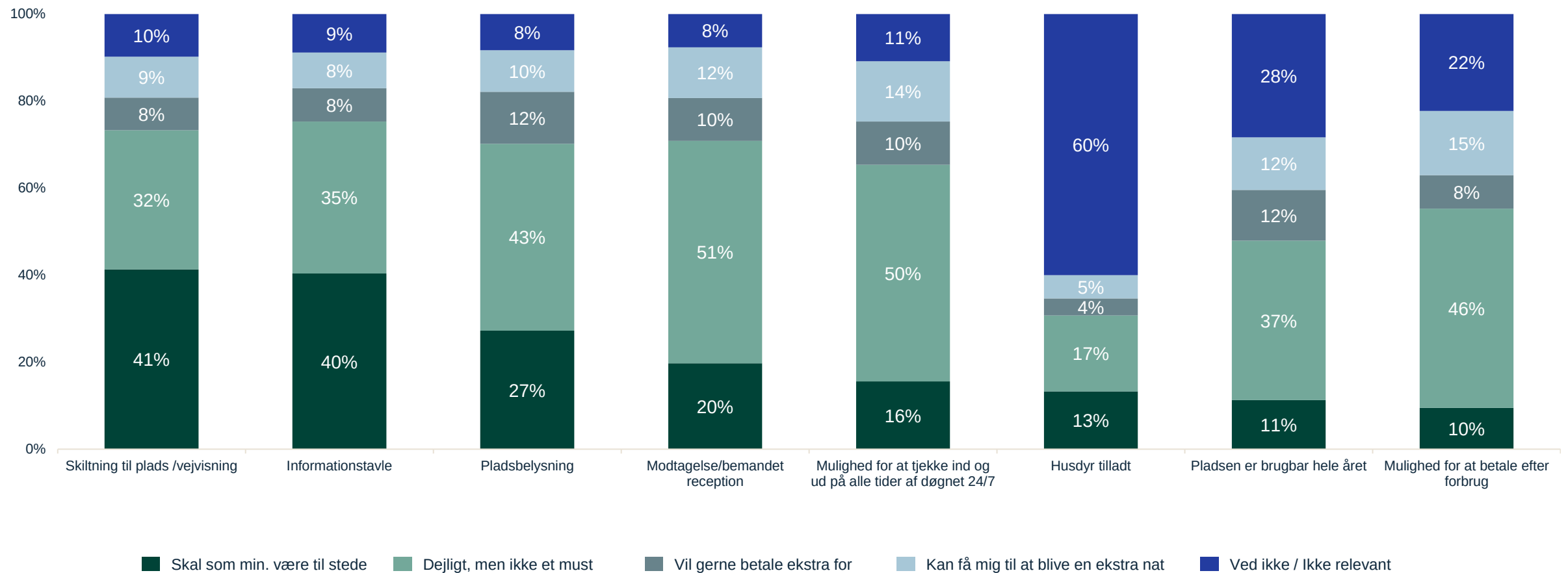


Vurdering af overnatningsmuligheder for autocampere generelt på **praktiske forhold**



Hvor vigtig vil du vurdere nedenstående parametre i forhold til overnatningsmuligheder for autocampere generelt?

(n=745)

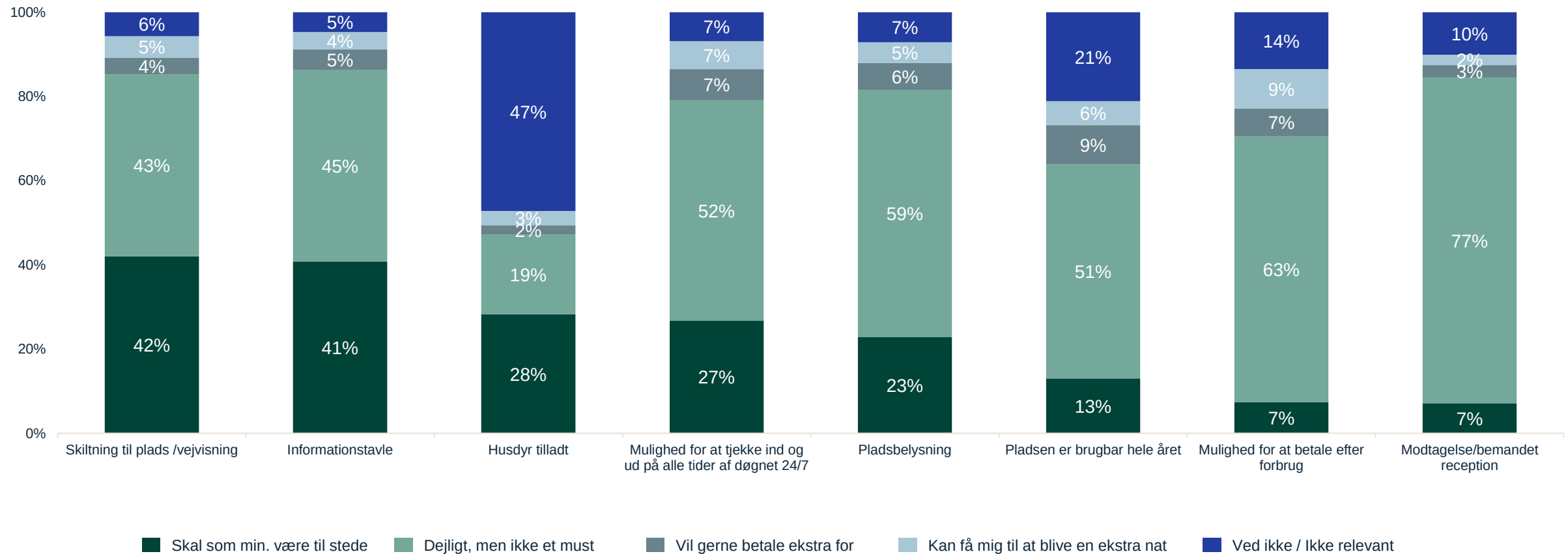


Vurdering af overnatningsmuligheder for autocampere generelt på **praktiske forhold**



Hvor vigtig vil du vurdere nedenstående parametre i forhold til overnatningsmuligheder for autocampere generelt?

(n=407)

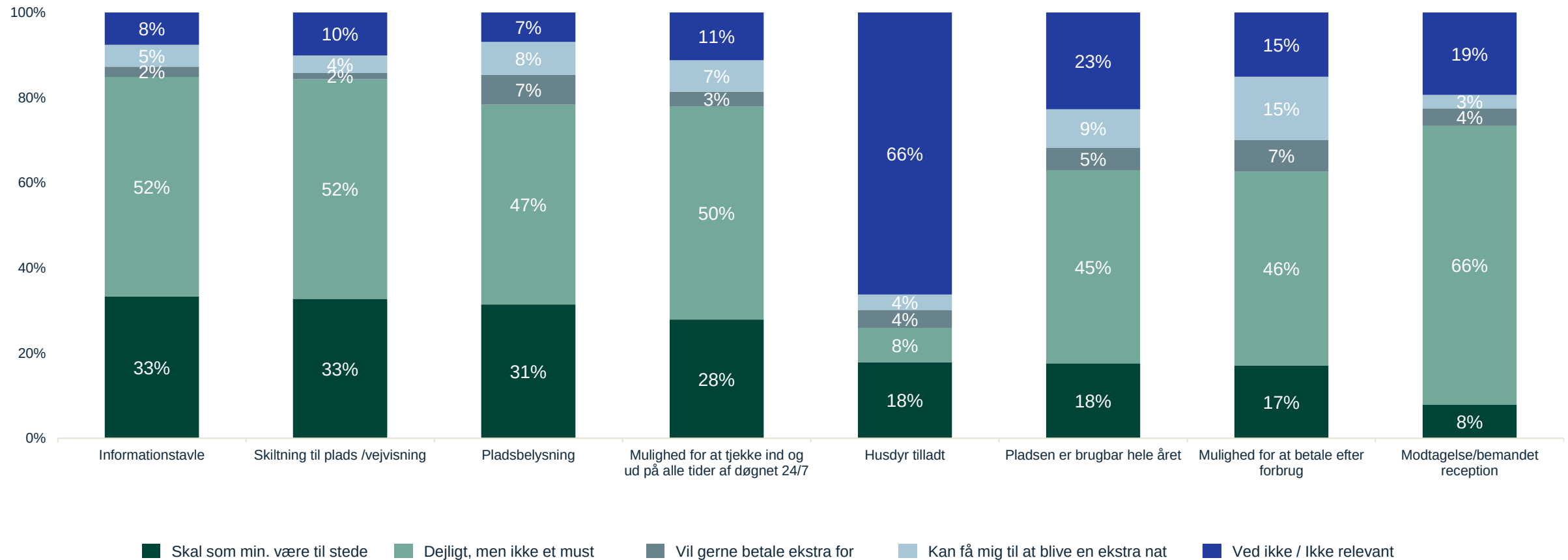


Vurdering af overnatningsmuligheder for autocampere generelt på **praktiske forhold**



Hvor vigtig vil du vurdere nedenstående parametre i forhold til overnatningsmuligheder for autocampere generelt?

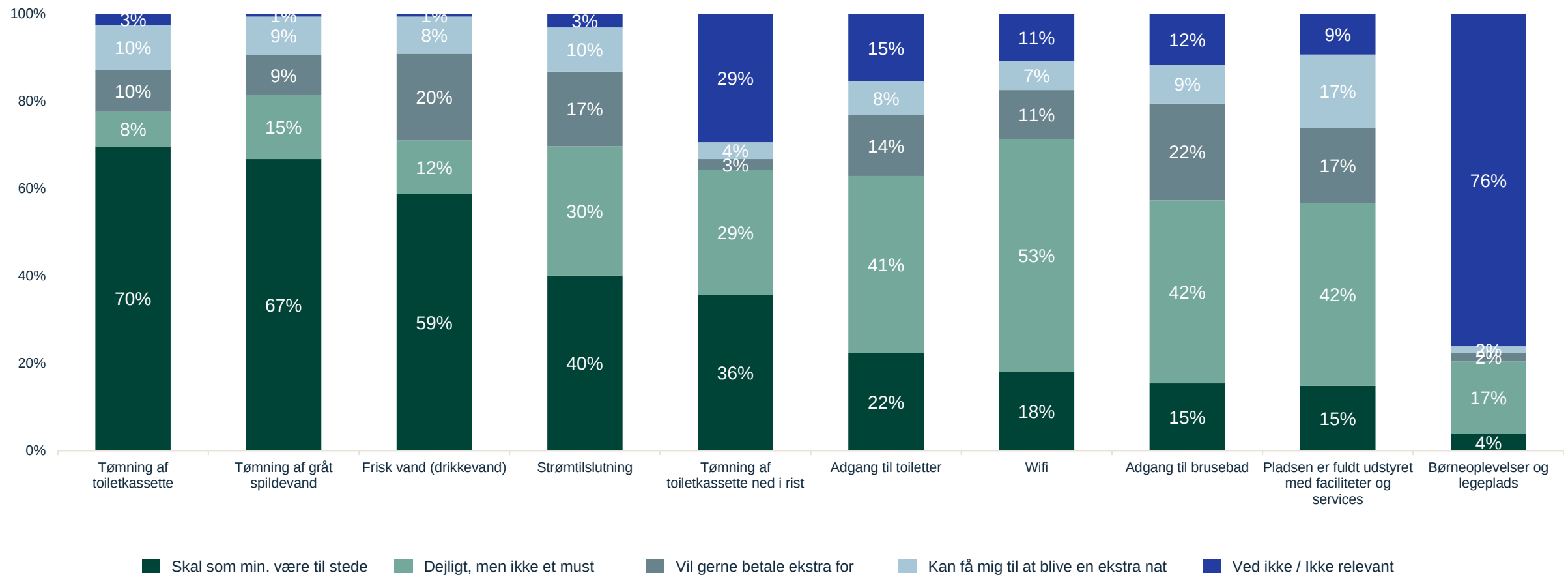
(n=1.188)



Vurdering af overnatningsmuligheder for autocampere generelt på **faciliteter**

Hvor vigtig vil du vurdere nedenstående parametre i forhold til overnatningsmuligheder for autocampere generelt?

(n=518)

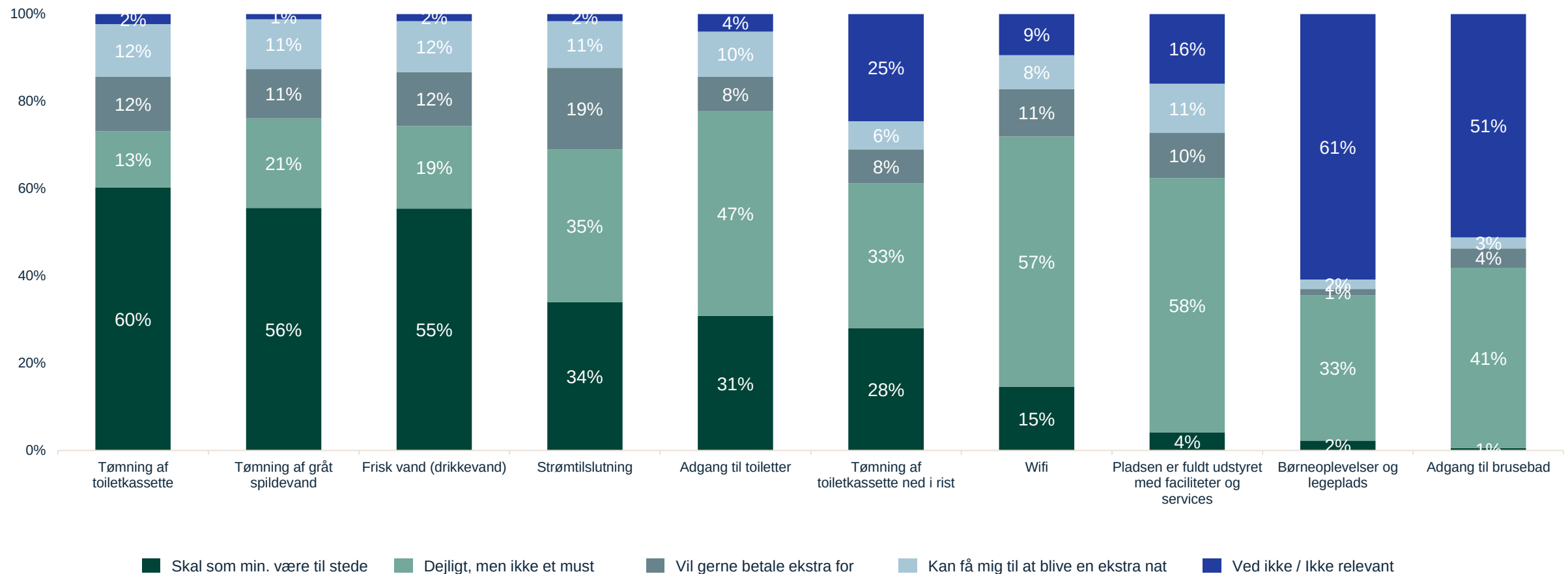


Vurdering af overnatningsmuligheder for autocampere generelt på **faciliteter**



Hvor vigtig vil du vurdere nedenstående parametre i forhold til overnatningsmuligheder for autocampere generelt?

(n=745)

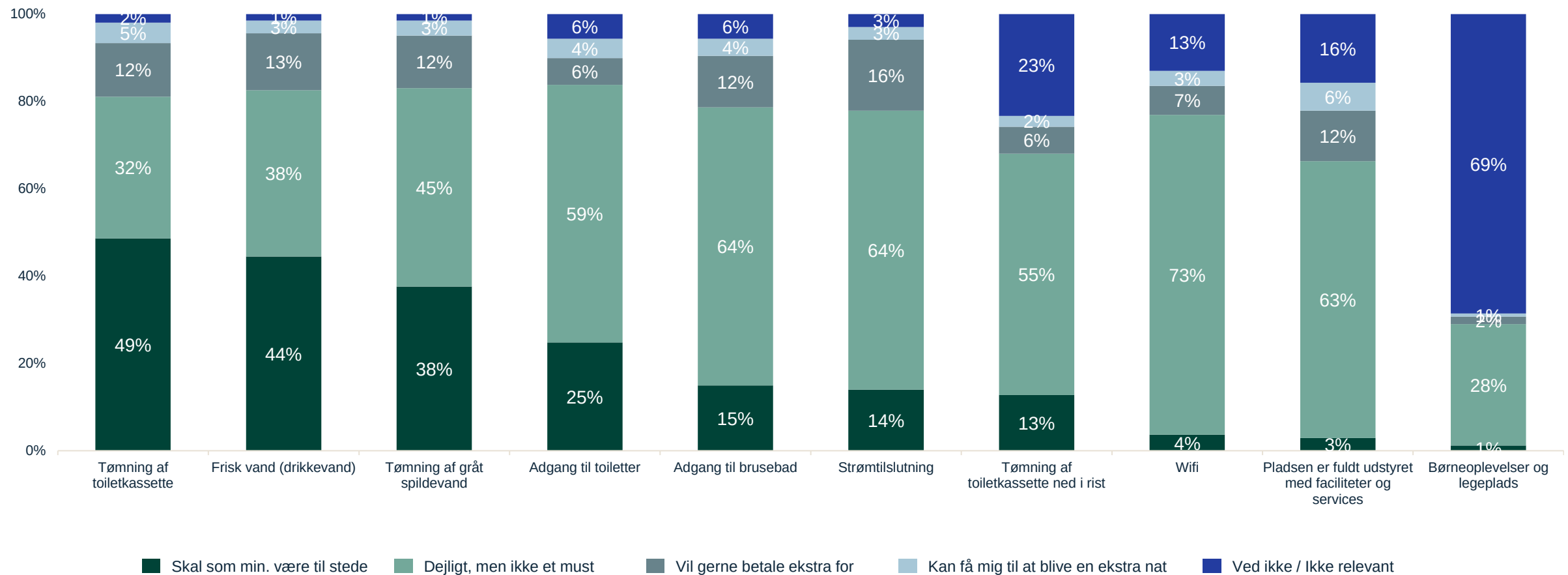


Vurdering af overnatningsmuligheder for autocampere generelt på **faciliteter**



Hvor vigtig vil du vurdere nedenstående parametre i forhold til overnatningsmuligheder for autocampere generelt?

(n=407)

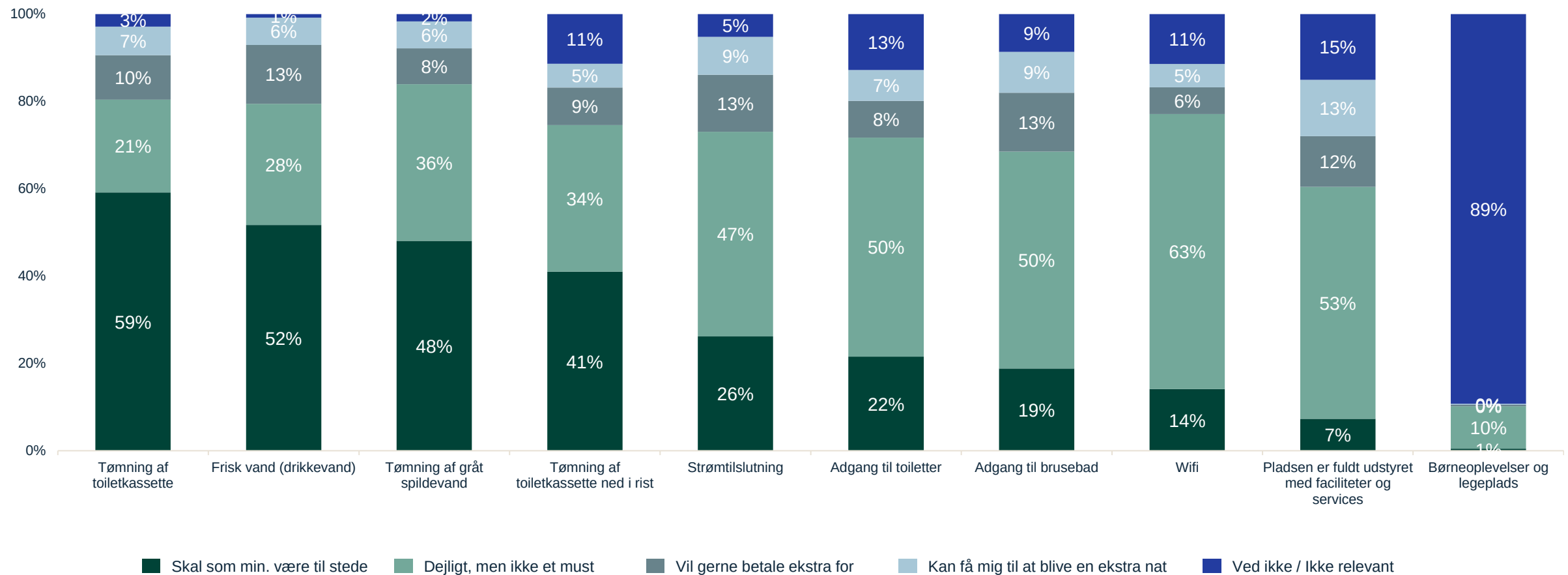


Vurdering af overnatningsmuligheder for autocampere generelt på **faciliteter**



Hvor vigtig vil du vurdere nedenstående parametre i forhold til overnatningsmuligheder for autocampere generelt?

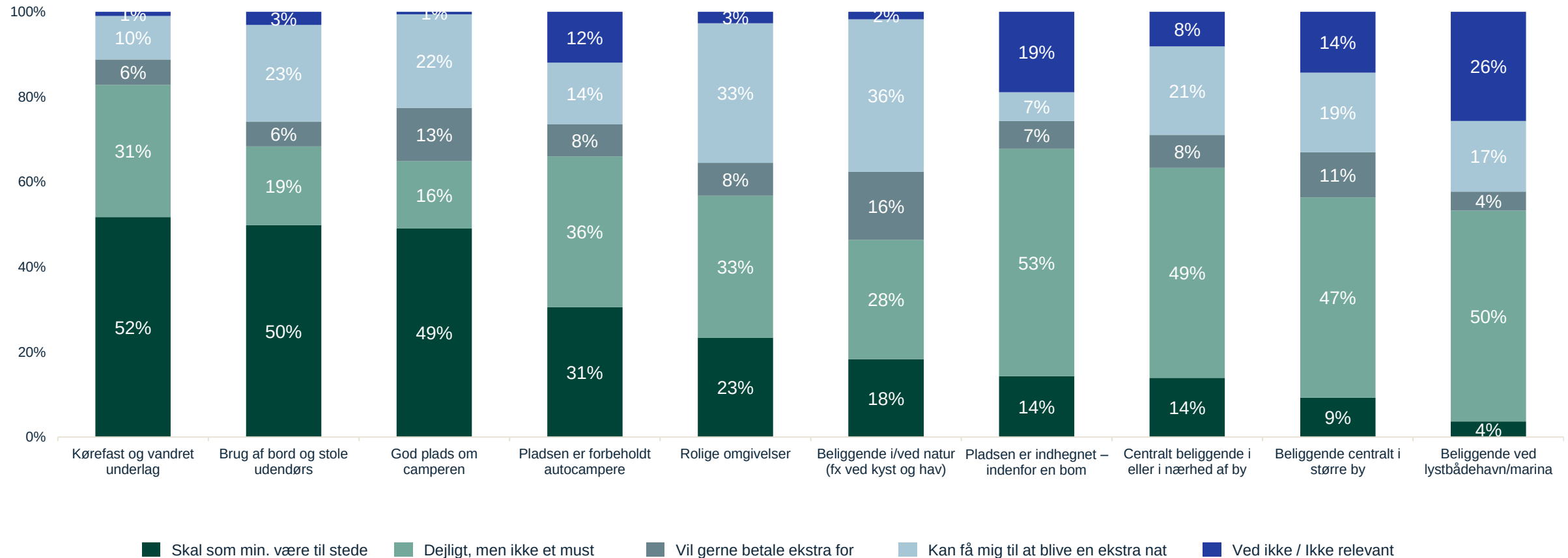
(n=1.188)



Vurdering af overnatningsmuligheder for autocampere generelt på **omgivelser**

Hvor vigtig vil du vurdere nedenstående parametre i forhold til overnatningsmuligheder for autocampere generelt?

(n=518)

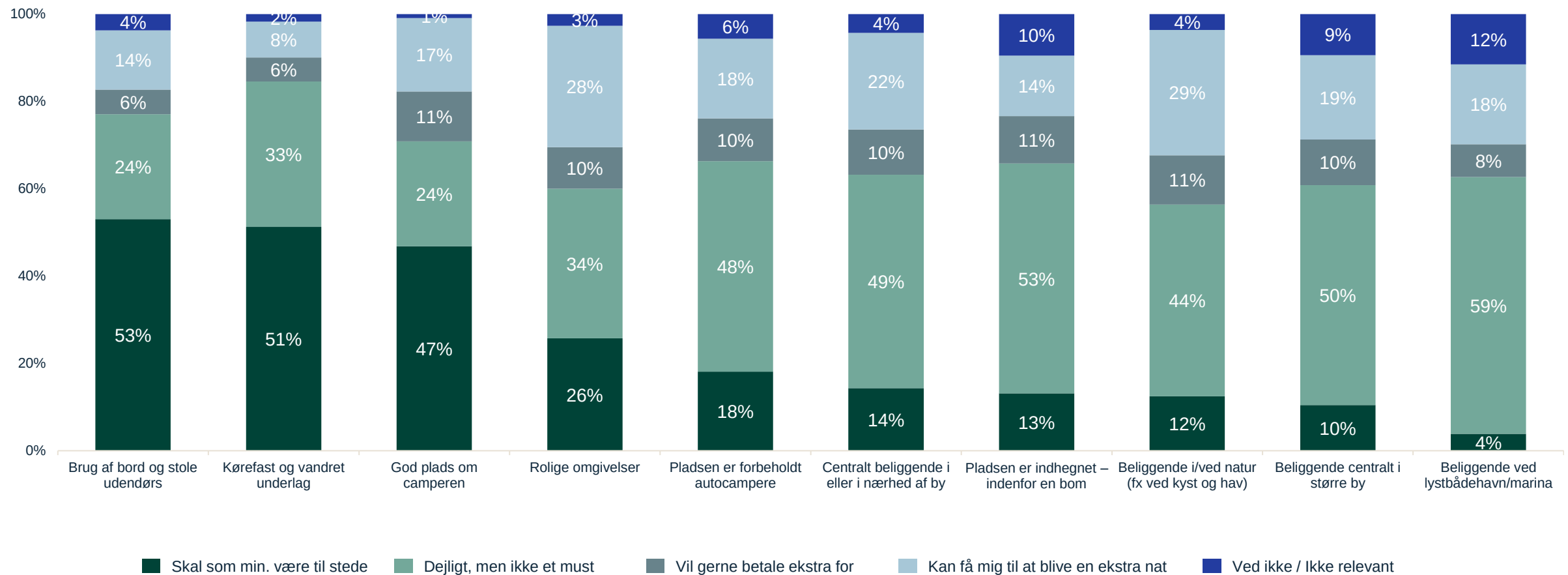


Vurdering af overnatningsmuligheder for autocampere generelt på omgivelser



Hvor vigtig vil du vurdere nedenstående parametre i forhold til overnatningsmuligheder for autocampere generelt?

(n=745)

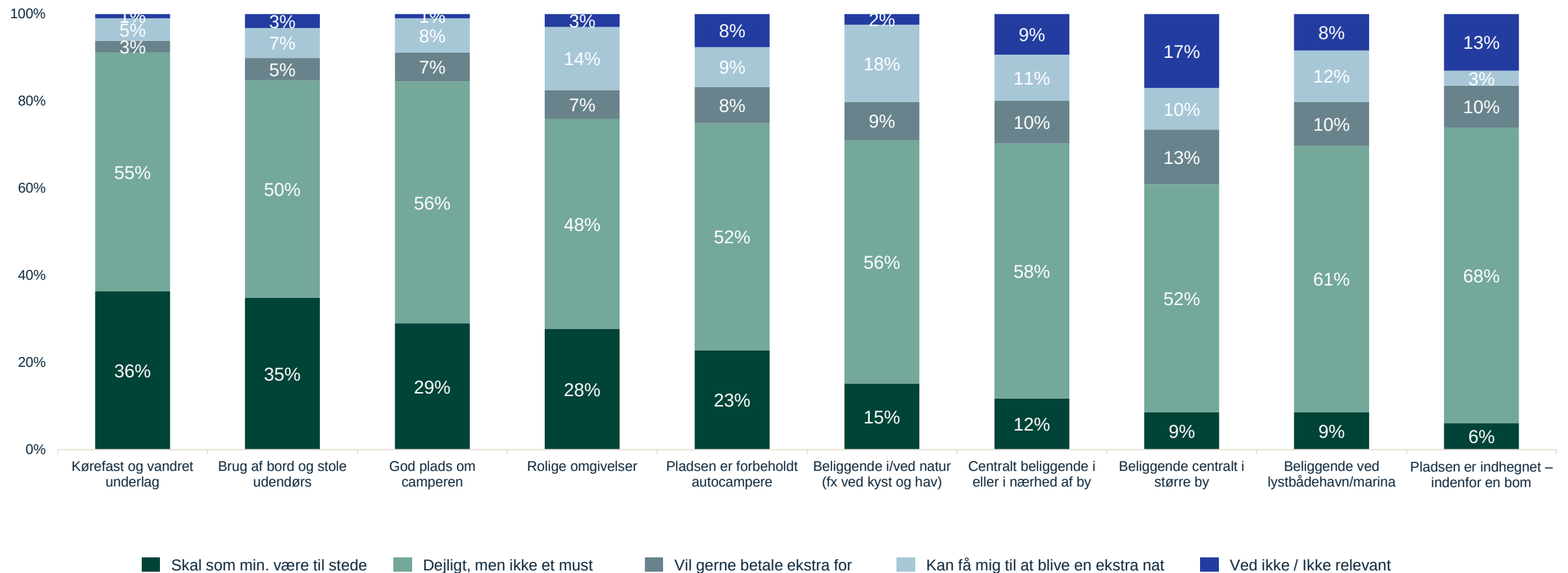


Vurdering af overnatningsmuligheder for autocampere generelt på omgivelser



Hvor vigtig vil du vurdere nedenstående parametre i forhold til overnatningsmuligheder for autocampere generelt?

(n=407)

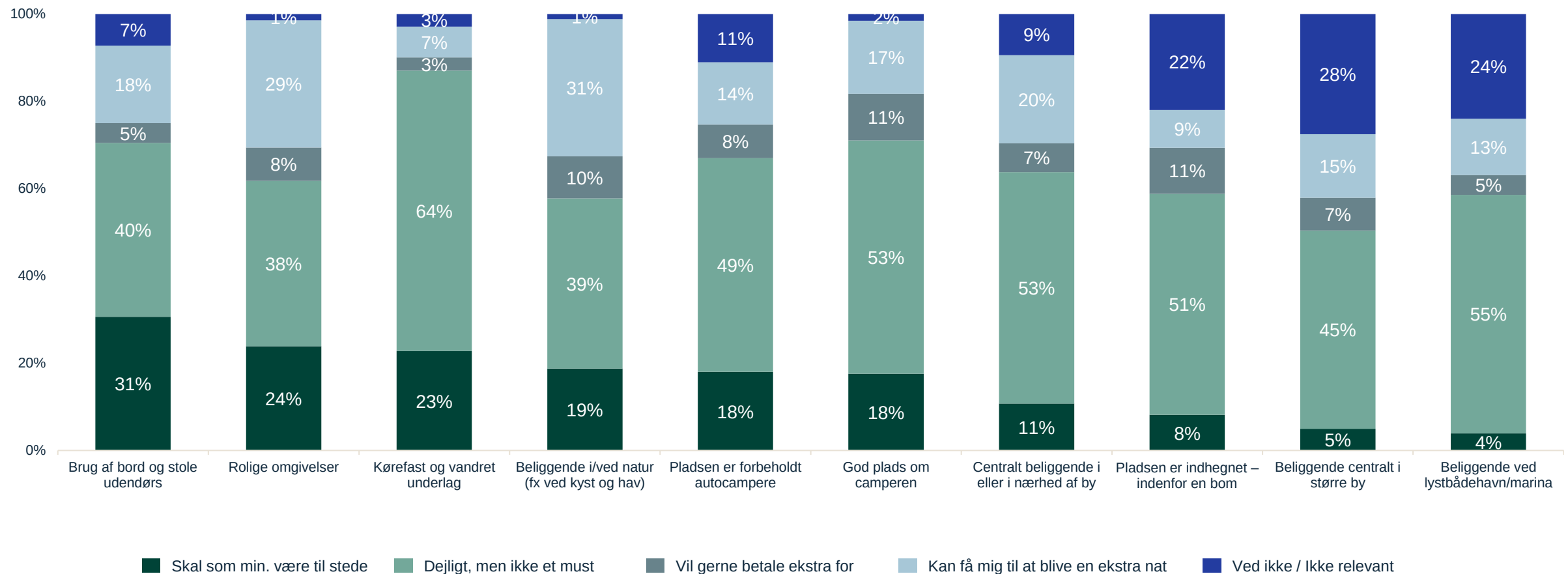


Vurdering af overnatningsmuligheder for autocampere generelt på omgivelser



Hvor vigtig vil du vurdere nedenstående parametre i forhold til overnatningsmuligheder for autocampere generelt?

(n=1.188)



Forklaring af de enkelte pladstyper

Uddybende forklaring af forskellige pladstyper

Campingplads med andre campister	Campingplads sammen med andre campister
Autocamperområde på campingplads	Campingplads på et særskilt område forbeholdt autocampere
Autocamperplads	Autocamperplads, forbeholdt autocampere og fuldt udstyret med faciliteter
Parkering uden for bommen på en campingplads	Parkering uden for bommen på en campingplads
Lystbådehavn/marina	På lystbådehavn/marina
Bondegård/ landsted	Bondegård/landsted
Autocamperparkeringsplads	Autocamperparkeringsplads – parkeringsplads eller områder af en parkeringsplads forbeholdt autocampere – med/uden faciliteter (fx affalds- og spildevandshåndtering)
Parkeringsplads	På en parkeringsplads, hvor det ikke er forbudt ved skiltning
I det fri	I det fri, hvor det er muligt og lovligt
Rasteplads	Rasteplads ved motorvej

Epinion Aarhus

Hack Kampmanns Plads 13

8000 Aarhus C

Danmark

T: +45 87 30 95 00

E: aarhus@epinionglobal.com

www.epinionglobal.com

Epinion København

Ryesgade 3F

2200 København N

Danmark

T: +45 87 30 95 00

E: copenhagen@epinionglobal.com

www.epinionglobal.com