

Ticket Collection sommaren 2009

Ticket Collection är Sveriges ledande reseundersökning som görs av Ticket två gånger om året. Drygt 300 Ticketsäljare granskar utbudet från de stora arrangörerna och flygbolagen inför kommande säsong i förhållande till vad kunderna verkligen frågar efter.

Vad utmärker kundernas efterfrågan sommaren 2009?

Turkiet är vinnaren i sommar

Turkiet är landet som snabbt ökar i popularitet så fort kunden börjar fokusera mer på kostnader i sämre ekonomiska tider, så även denna gång. Turkiet visar största ökningen med 30 % av sommarförsäljningen jämfört med förra året. Grekland och Spanien behåller dock sin första respektive andra plats på topplistan för länder. Alanya finns i topp på destinationslistan. Turkiet uppfattas som en prisvärd destination med hög kvalitet och låga levnadskostnader. Då antalet all-inclusive hotell ökat de senaste åren passar utbudet kunders önskemål som vill ha bra kontroll på totalkostnaden. Det är också en mycket solsäker destination som håller hög värme långt in på hösten. I Turkiet finns något för alla. Den som söker sol och bad i en lugn och vacker miljö, intensivt partyliv, aktiva golfresenärer eller bara en prisvärd destination hittar det i Turkiet.

Lågkonjunkturen påverkar resor

Senare inbokning och färre resor bokas just nu inför sommaren 2009 jämfört med föregående år. 80 % av Tickets kunder säger att de kommer resa utomlands i sommar, men än så länge är det bara ca 10 % som bokat. Normalt brukar det ligga mellan 15-20 %. Om förra årets utlandsresa var på två veckor så ser vi fler som bokar en vecka istället i år. Kunskapen och efterfrågan om rabatter har höjts bland kunderna. Det finns också lokala skillnader i antalet bokningar där städer och orter som drabbats hårt av varsel och arbetslöshet bokar färre resor just nu. Det är en tydlig tendens att kunderna vill vänta lite längre än tidigare med att boka sin sommarssemester.

Tryggt och säkert

Kunderna vill också ha det tryggt och säkert och är mindre benägna att "chansa" på nya resmål och destinationer. De vill ha valuta för pengarna och kunden är därför påläst och frågar mycket efter specialpriser, erbjudanden och rabatter. Vi får också fler frågor gällande reseförsäkringar, avbeställningsskydd och öppet köp. Tickets eget avbeställningsskydd, Ticket Garanti, skyddar resenären mot alla oförutsedda händelser innan avresa t.ex. arbetslöshet, flygbolagskonkurser och liknande.

Pris går före datum

Lågkonjunkturen till trots så vill svensken fortfarande ut och resa. Resenärerna är dock mindre känsliga vad det gäller avresedatum och allt fler väljer att boka sina resor utanför de populäraste veckorna. Vi såg det redan förra året och det fortsätter även i år att många väljer att lägga sin utlandsresa i för- och eftersäsong, vi ser en ökning upp mot ca 5% (jämfört med förra året) av inbokade avresor före midsommar och efter skolstarten i aug. I Tickets nyligen genomförda kundundersökning är det inte priset som är viktigast när resan ska bokas. I topp kommer i stället "fin natur" följt av "god mat". Först på en tredje plats kommer "pris".

Kronans värde mot de stora valutorna

I orostider pressas mindre valutor, däribland kronan. Länder som har sina valutor kopplade till euron och US-dollar, i både Asien och Sydamerika, blir dyrare för oss svenskar att semestra i. Men det finns ljusglimtar i länder som Sydafrika (15 % billigare), Turkiet (15 % billigare) och Australien (10 % billigare) och sist men inte minst ska Island (20 % billigare) nämnas som ett prisvärt resmål för oss svenskar.

Men vi ser också en viss fördröjning i reaktion från resenärerna vad gäller valutapåverkan för en destination. Storbritannien med London på topplistorna, ser vi en andelsökning med 25 %, trots att pundet stigit i värde mot kronan.

Men vi ser en annan utveckling när det gäller resor till USA med en nedgång i andelar jämfört med förra året på 8 % av bokade resor.

All-inclusive populärare än någonsin

Lågkonjunkturen har också gjort att intresset för all-inclusive alternativen har ökat markant. Det är inte bara barnfamiljer utan även par, både äldre och yngre, som väljer all-inclusive resorna, bl.a. för enkelheten och bekvämligheten och inte minst för prisvärdheten. Till och med bland gruppen ungdomar märker vi en ökad efterfrågan på all-inclusive.

Jubileumsresor ökar markant

Att fira sin 50- eller 60-årsdag utomlands tillsammans med familjen blir allt vanligare. Vi ser en uppgång på jubileumsresor på 30 % för 50-åringar och 15 % för 60-åringar jämfört med förra året. Det är ett bra tillfälle för kvalitativt umgänge med familjen som det finns mindre och mindre tid för i vardagen. Dessutom ses det som ett prisvärt alternativ till en stor fest på hemmaplan och jubilarer tenderar vara den som betalar hela resan.

Miljö- och klimatfrågan

Svenskarna visar fortfarande ett svalt intresse för miljöfrågor när det gäller val av semesterresa. Relativt få resenärer väljer att betala extra för miljökompensation enligt de vanligaste mätmetoderna. Låga miljöavgifter är dock mer acceptabelt. I en nyligen genomförd kundundersökning så svarar 62% att den pågående miljö- och klimatdebatten inte kommer påverka privatresandet. I samma undersökning anger 29% att de är beredda att betala en extra miljöavgift 9 % anger att de kommer att minska sitt resande. Vi ser ett något annat mönster när det gäller affärsresenärer där miljöfrågorna är mycket viktigare p.g.a. den fokus som många företag lägger på miljöfrågan.

Kraftig nedgång på efterfrågan till Bulgarien

Nu ser vi effekten av de negativa skrivelser som Bulgarien har fått de senaste två säsongerna. Det är en kraftig nedgång i efterfrågan till sol- och baddestinationerna i Bulgarien. Vi ser en nedgång på över 50 % på bokningar till Bulgarien inför denna sommar. Detta trots att valutaläget är gynnsamt för resenären. Samtliga destinationer i Bulgarien tappar kraftigt i topplistorna.

Vad utmärker kundernas efterfrågan i kundgrupp:

Ungdomar (18-25 år)

- Reser i stora grupper och efterfrågar stora lägenheter
- Hellre nära barer och nattliv än nära stranden
- Cypern och Turkiet i toppen, Bulgarien i botten
- "Studentresan" fortfarande populär, sista festen med klasskompisarna

Parresor utan barn

- Barnfria hotell populära och efterfrågade
- Söker sig till mindre, "turistfria" orter samt till storstäder
- Stort utbud av mat och dryck viktigt – Italien är favorit
- Är inte så priskänsliga
- Hyr gärna bil på resmålet och upptäcker på egen hand
- Tillhör "Mamma Mia"-resenärerna, åker gärna till Skiathos där filmen spelades in

Barnfamiljer

- All-inclusive populärt
- Fler och fler barnfamiljer åker tillsammans
- Bra poolområde och nära stranden är viktigt
- Lokala avgångar viktiga pga. mer bekväma och billigare transporter
- Korta flyg och transfertider är viktigt

Kompisgäng (oavsett ålder)

- Har ofta ett syfte med resan; golf, fotboll, shopping
- Killar reser fler tillsammans, tjejer reser färre tillsammans
- Killar och tjejer reser också tillsammans i grupper, men med skilda aktiviteter på plats
- Bra boende viktigt för killarna, medan tjejerna hellre lägger pengar på shopping

Nypensionärer (60+)

- Efterfrågar kvalitet, är inte så priskänsliga
- Nyblivna pensionärer söker upplevelser och äventyr, medan 70+ åker till resmål de känner väl
- Gör hellre många resor än enstaka långresor
- Flexibla angående resdatum
- Åker gärna med andra par, eller besöker vänner utomlands
- Äger hus utomlands t.ex. Spanska solkusten är vanligast
- Bussresor populära

Tickets tio-i-topp sommaren 2009

Vilka destinationer i sommar bokas mest just nu? Ticket har tagit fram topplistorna för bokningar gjorda fram till och med 3/3 2009 med avresa under perioden 1/5 2009 – 31/8 2009, både vad gäller charter och reguljärflyg. Föregående års placering vid samma tidpunkt anges inom parentes.

Tio-i-topp destination

1. Alanya, Turkiet (3)
2. Mallorca, Spanien (1)
3. Kreta, Grekland (2)
4. Rhodos, Grekland (5)
5. Cypern (4)
6. Barcelona, Spanien (7)
7. New York, USA (8)
8. London, England (-)
9. Sunny Beach, Bulgarien (6)
10. Paris, Frankrike (9)

Tio-i-topp land

1. Grekland (1)
2. Spanien (2)
3. Turkiet (3)
4. USA (4)
5. Cypern (5)
6. Italien (6)
7. England (10)
8. Frankrike (8)
9. Bulgarien (7)
10. Kroatien (9)

Tio-i-topp barnfamiljer

1. Alanya, Turkiet (3)
2. Mallorca, Spanien (1)
3. Kreta, Grekland (2)
4. Rhodos, Grekland (5)
5. Cypern (4)
6. Sunny Beach, Bulgarien (6)
7. Tunisien (7)
8. Zakynthos, Grekland (-)
9. Gran Canaria, Spanien (-)
10. Hurghada, Egypten (-)

Tio-i-topp 18-25 år

1. Alanya, Turkiet (1)
2. Cypern (2)
3. Mallorca, Spanien (3)
4. Rhodos, Grekland (6)
5. Kreta, Grekland (8)
6. Zakynthos, Grekland (7)
7. Barcelona, Spanien (5)
8. Sunny Beach, Bulgarien (4)
9. Tunisien (-)
10. Kos, Grekland (10)

Tio-i-topp 26-40 år

1. Alanya, Turkiet (3)
2. Mallorca, Spanien (1)
3. Kreta, Grekland (2)
4. Rhodos, Grekland (5)
5. Cypern (4)
6. Tunisien (7)
7. New York, USA (8)
8. Sunny Beach, Bulgarien (6)
9. Hurghada, Egypten (-)
10. Gran Canaria, Spanien (-)

Tio-i-topp 41-60 år

1. Alanya, Turkiet (3)
2. Mallorca, Spanien (2)
3. Kreta, Grekland (1)
4. Rhodos, Grekland (5)
5. Cypern (4)
6. Barcelona, Spanien (8)
7. Sunny Beach, Bulgarien (6)
8. London, England (-)
9. Rom, Italien (-)
10. St. Petersburg, Ryssland (-)

Tio-i-topp 61+

1. Mallorca, Spanien (1)
2. Alanya, Turkiet (3)
3. Kreta, Grekland (2)
4. Cypern (5)
5. Rhodos, Grekland (4)
6. St. Petersburg, Ryssland (-)
7. New York, USA (10)
8. Paris, Frankrike (6)
9. Rom, Italien (8)
10. Barcelona, Spanien (7)

Kommentarer

De tre destinationer som är överlägset mest populära inför sommaren 2009 är i turordning Alanya, Mallorca och Kreta. Södra Turkiet, med Alanya i topp är mer populärt än någonsin och attraherar alla ålderskategorier. Här ser vi en andelsökning upp mot 30 % jämfört med förra året.

Både Mallorca och Kreta håller sina ställningar bra som volymdestinationer men tappar ändå i andelar mot destinationer som Rhodos (40 % ökning i andelar) och Cypern (7 % ökning i andelar). Rhodos har klättrat i topplistorna i alla ålderskategorier förutom hos den äldsta gruppen +61. En av de stora anledningarna till uppgången är Fritidsresors satsning på ett nytt Blue Village hotell. Uppgången för Cypern ser vi främst i den yngre kategorin 18-25 år.

Vi ser också att storstadsresandet på sommaren fortsatt är populärt, där städer som New York, London och Paris ligger med på topplistorna med tidiga bokningar. London gör den kraftigaste klättringen med en andelsökning på 25 % mot föregående år. Anmärkningsvärt är även att St. Petersburg finns med på topplistorna för de äldre resenärerna, förklaringen till det är den stora satsningen på kryssningar i Östersjön av Royal Caribbean Cruise Line. I gruppen 61+ lyckas Mallorca behålla sin topplacering från förra året, det är den enda gruppen där Alanya inte lyckas slå igenom lika bra.

Största tappet, som vi såg början av redan under förra året, är Sunny Beach och Bulgarien. Här ser vi en nedgång på över 50 % och en klar förflyttning av kunder från Bulgarien till framför allt Turkiet, men också till Grekland och Cypern.

Utbudet sommaren 2009

Vad utmärker arrangörerna?

- Minskad kapacitet på sommarsäsongen med upp till 15 % anger arrangörerna. Ticket gör bedömningen att minskningen av kapaciteten kanske blir större ändå.
- Valutatillägg på charterresor, Solresor och Airtours först ut med valutatillägg för kunden på redan inbokade resor.
- Generellt sett få nya destinationer eller orter, man satsar på "säkra kort" och fokus läggs istället på befintliga orter och volymresmål. Arrangörerna satsar på att uppgradera basutbudet.
- Samtliga arrangörer storsatsar i Turkiet och fyller på sina redan befintliga Turkietprogram med nya orter, hotell och utflyktsalternativ.
- Mallorca får också en uppgradering av de flesta arrangörerna med fler orter och nya hotellalternativ.
- Nya resmål i Kroatien, satsning på husbilssemester och skärgårdskryssningar.
- De större charterarrangörerna ökar utbudet på all-inclusive hotell. Trots det ligger andelen all-inclusive hotell på endast 5-10% för två av de större

charterarrangörerna och där den tredje anger en så låg siffra som 3-4% av det totala utbudet av hotellalternativ.

- Kvaliteten har ökat de senaste åren på all-inclusive alternativen, men förvirringarna angående vad det innebär och vad som egentligen ingår kvarstår. Här har resebyrån en viktig uppgift att fylla. Det vanligaste är att frukost, lunch och middag samt förfriskningar som t.ex. läsk, glass, kaffe/te ingår på för- och eftermiddagarna. Ofta ingår dessutom någon form av fria aktiviteter som t.ex. tennis, vattensporter osv. Men det finns fortfarande alternativ som mer liknar halvpension. Varianterna är många och det skiljer sig mycket från hotell till hotell. Det finns numera ytterligare ett alternativ att hålla reda på "dine-around" som förenklat innebär att man som gäst kan utnyttja restaurangerna på flera olika hotell eller lokala restauranger på samma ort. Solresor på bl.a. Malta och Cypern har exempelvis ett sådant koncept.

Bästa arrangörsnyheten i sommar?

- Nya orter i Turkiet, t.ex. Camyuva med Fritidsresor
- Nya orter i Kroatien – t.ex. Drvenik, Brela, Solaris (Makarska rivieran) med Apollo
- Nya orter Mallorca – Deia, Cala Ratjada, Banyalbufar, Cala San Vicente, Port de Andrax med Ving
- Tågcharter - Både Ving och Fritidsresor fortsätter sin satsning med nya spännande orter som t.ex. Zell am See i Österrike, Budapest i kombination med Balatonsjön, fler orter i Italien,
- Rhodos, en positionsförändring från "partyö" till mer familjevänlig semesteridyll som erbjuder många bra familjeanläggningar, bra bad och fin natur.
- Storsatsningen från Royal Caribbean Cruise Line med sexton avgångar från Stockholm i sommar med kryssningar i Östersjön

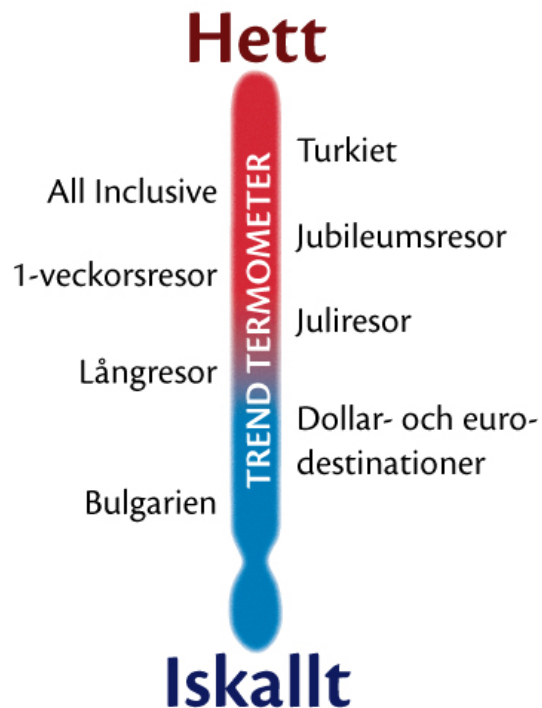
Vad utmärker reguljärflyget?

- Stor osäkerhet och tvekan hos flygbolagen, vad ska man satsa på, var finns efterfrågan? Många planerar att dra ner på långlinjer som t.ex. SAS till Peking, Bangkok, Delhi och Seattle. De flesta bolagen har stora problem med lönsamheten.
- Lågprisbolagen försöker vara aktiva och ta marknadsandelar och utökar med nya destinationer, men även de har svårt att få lönsamhet.
- Cimber Sterling, ökar med 16 nya destinationer från Köpenhamn, med stort fokus på Medelhavsområdet. Fler andra lågprisbolag storsatsar i Köpenhamn i kölvattnet på Sterlings konkurs. Detta gäller t.ex. Transavia och Norwegian.
- Norwegian, är aktiva och satsar på resor från Arlanda till Sydeuropa, 7 nya orter, bl. a. Kreta, Mallorca och Pula i Kroatien.
- Ryanair öppnar fler nya linjer från både Västerås och Skavsta. Nu till våren flyger Ryanair till 37 olika destinationer från Skavsta.
- SAS lägger också upp fler nyheter inom Europa som t.ex. Dubrovnik, Malta, Antalya, Barcelona, Aten och Nice.
- Stora flygbolag har börjat prissätta i likhet med lågprisbolagen, med låga reskostnader och höga skatter och avgifter. Vi har t.ex. sett kampanjer med KLM med priser från 5 kronor, British Airways har kört 150 kronor plus skatter och avgifter.

Hur väl stämmer utbudet överens med efterfrågan?

- Researrangörerna har i rådande lågkonjunktur pressat ner priserna, låga barnpriser, fler kampanjer och rabatter ute i marknaden för att svara upp till kundernas efterfrågan.
- Det saknas ett större utbud till Portugal, endast Fritidsresor erbjuder resor till portugisiska fastlandet.
- Efterfrågan till Franska Rivieran finns, men inget charteralternativ!

Tickets trendtermometer sommaren 2009



Restrender hos Ticket

Att planera resan viktigare än att resa?

En tydlig trend är att våra resenärer är mer pålästa inför sin resa än någonsin förr. Förklaringen till det är naturligtvis Internet och alla de möjligheter det ger resenären idag. Genom bra informationssidor, kartfunktioner, bloggar och communitys så blir det lättare och lättare att få tag på information om just ditt resmål. Det kan också skapa en viss förvirring och problem för resenären att sälla bland all information. Men möjligheten att samla på sig information har aldrig varit bättre och den växer ännu mer framöver. Många är så pålästa och intresserad att de nästan upplevt resan innan de kommit iväg på den. En hel del älskar att lägga ner mycket tid på detta informationssökande andra hatar det. Det som krävs är tid och det är en bristvara i dagens samhälle. Vi ser också att kunderna börjar drömma om och planera nästa resa redan innan de varit iväg på den första. Det här behöver inte betyda att de reser mycket mer, utan snarare att kunderna lägger mycket mer tid på att planera sin resa. Det här ser vi som ett hälsosamt tecken, för vi vet ju alla att vi mår mycket bättre om man har en resa inplanerad!

Sällskapsresan förändras

Det är sedan tidigare känt att det inte bara är den klassiska "kärnfamiljen" som reser tillsammans på semester längre. Det blir allt vanligare att vi reser tillsammans i stora familjeenheter. Tidigare har vi sett att mor- och farföräldrar gärna reser med på semestern eller tar barnbarnen själva på resan, barn från tidigare äktenskap följer med osv. Något som också blir vanligare och vanligare är att vi reser tillsammans med våra vänner och grannar. Det kan snabbt bli grupper upp mot tio personer som ska resa och bo tillsammans. Detta ställer nya krav på resebyrå och arrangörerna. Kunden vill resa ut och hem från olika lokala orter, men vill ändå kunna passa in det med samma dagar som sina vänner som reser från andra orter. Boende ska ske antingen tillsammans i stora lägenheter eller åtminstone nära varandra på samma anläggning.

Aktiviteterna behöver inte nödvändigtvis ske tillsammans utan delas upp efter intresseområden. Stereotyp exemplifierat genom att papporna åker och fiskar med sönerna, mammorna åker och shoppar med dottrarna. Barnen går på disco på kvällen och föräldrarna har vinprovning i restaurangen.

Sällskapsresan styrs alltmer av barnens intressen och deras kompisar. Har barnens kompisar varit på Disneyland, Legoland eller på barnklubb med kända seriefigurer, så är det en viktig faktor i valet av dina barns semester. Barnens upplevelse av semesterresan är mycket viktigt och måste bli lyckad därför involveras barnen mer än tidigare i semesterplaneringen.

Visa vem du är genom din resa

Det är trendigt att resa och det är viktigt att berätta för andra att man reser, vart man reser och hur man reser. På det sättet du reser visar du vem du är. I gruppen som identifierar sig starkt med sina resor var det för några år sedan viktigt att flyga flott, även på kortare distanser. Så är det inte alls idag. Boendet skulle också förr ske på välkända högklassiga hotell. Boende är fortsatt viktigt men här går det mer åt det unika, designkoncept, med fortsatt bra läge. Störst förändring ser vi på flygsidan som nu ska ske så billigt som möjligt, med kortast flygtid.

Men den kanske tydligaste trenden är att vi ska hinna uppleva så mycket som möjligt på så kort tid som möjligt. Det här är kanske tydligast på storstadsresor, men syns även inom den klassiska sol- och badsemestern. När kunderna tidigare nöjde sig med en utflykt eller en aktivitet ska de nu ha flera. Resenären vill bli underhållen, utbildad och mer aktiv på sin "lediga tid".

Vi ska hinna med så mycket som möjligt på så kort tid som möjligt. Det är kanske ett tecken i tiden i ett stressigt samhälle: vi lägger mindre tid till avkoppling och mer tid till upplevelse. Vi vill ha något mer att berätta när vi kommer hem från vår resa. Inte lika trendigt att berätta att man "bara" låg och solade i 7 dagar. Kan vi dessutom lägga till att man också besökte en lokal osttillverkare i bergen, var med och skördade ris eller dök bland hajar så är tillfredsställelsen större!