

Markkinat	sivu
Saksa	2
Britannia	5
Ruotsi	8
Ranska	11
USA	14
Alankomaat	17
Espanja	20
Italia	23

# Saksa | Travellers Portrait



**Trips**  
**377,403 t.**



**Overnights**  
**3,150 milj.**



**Share of overnights**  
**85 %**  
In main destination

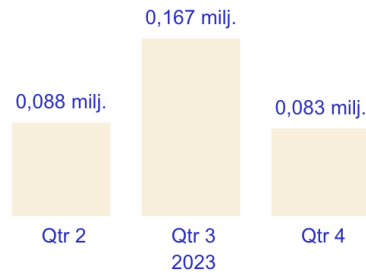


**Median length of stay**  
**4**  
Days

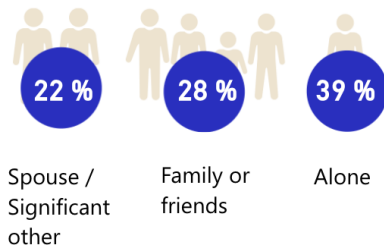


**Carbon footprint**  
**132,200 t.**  
Tons CO2

## Trips to Finland

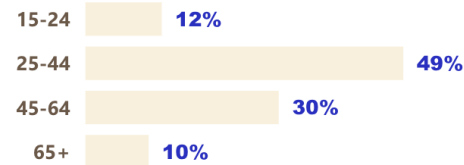


## Travelling with

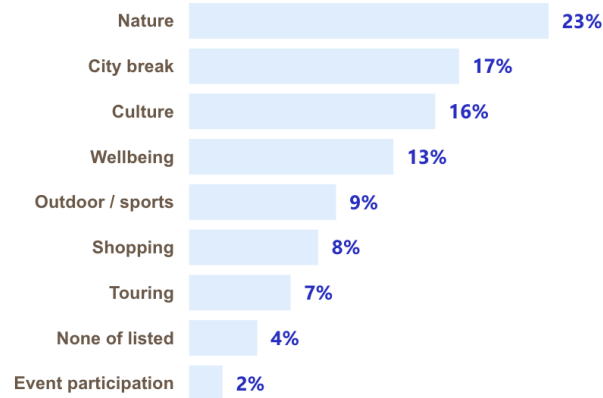


\* Categories Other and Not filled in are not displayed in this Travelling with visual

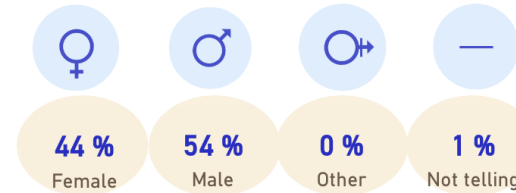
## Age



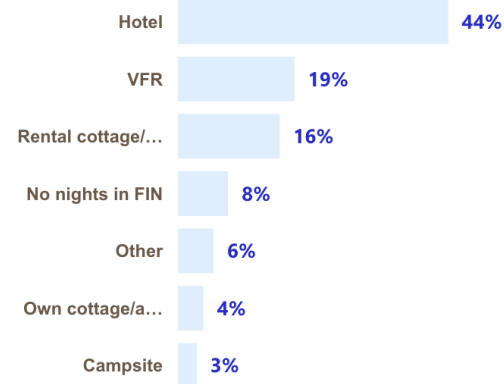
## Experiences & attractions



## Gender



## Accommodation



Province Municipality

## Most visited destinations (provinces)



● Leisure trips ● Business trips

## Profiili



Keskimääräinen  
ennakkovarausaika



2,3kk



Valmismatkojen  
osuus

4 %

## Rahankäyttö

262 M€ , yhteensä



Per matka:

694 €

Per päivä:

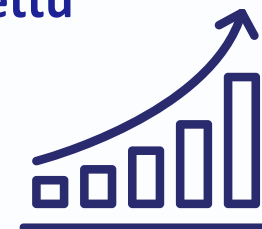
74 €

GINI-  
kerroin

0,22

Markkinan ennustettu  
vuosikasvu

11 %



## Markkinaosuus % Pohjoismaisista yöpymisistä

Talvi 2023 (joulukuu 22–huhtikuu 23)

Tanska

41 %

Ruotsi

23 %

Suomi

17 %

Norja

12 %

Islanti

7 %

Kesä 2023 (kesäkuu–elokuu)

Tanska

43 %

Ruotsi

30 %

Norja

21 %

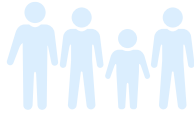
Suomi

4 %

Islanti

2 %

## Segmentit



POTENTIAALI

## Nature lover

Luonnon, luonnon ilmiöiden ja ihmeiden ihailija.



PROFILOIVA

## Active Hobbyist

Seikkailuhakuinen eri urheilulajien harrastaja. (yöelämäkin voi kiinnostaa)



PROFILOIVA

## Outdoor explorer

Luontoa arvostava aktiviteetti-lomailija. (esim. pyöräilyä, patikointia)



Lähde: [Visit Finland Segmentointitutkimus](#)

## Digikanavat



1. Google

2. Youtube

Myös Pinterest korostuu

## Varauskanavat



1. Booking.com

2. Trivago &gt; korostuu

3. Expedia &gt; korostuu

Lähde: [Visit Finland Segmentointitutkimus](#)

## Matkailuaiheiset hakukonehaut



1. Northern Lights

2. Saunas

3. Camping

4. Cities

5. Santa Claus

Lähde: [D2 Digital Demand \(2023\)](#)



**Trips**  
**358 t.**



**Overnights**  
**2 099 t.**



**Share of overnights**  
**94 %**  
In main destination

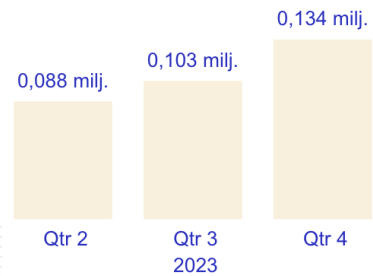


**Median length of stay**  
**3**  
Days

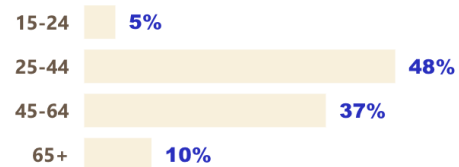


**Carbon efficiency**  
**1,8**

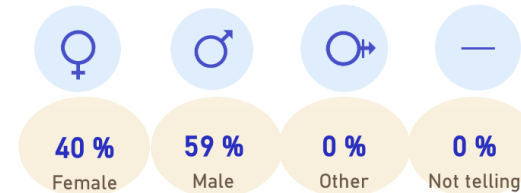
## Trips



## Age



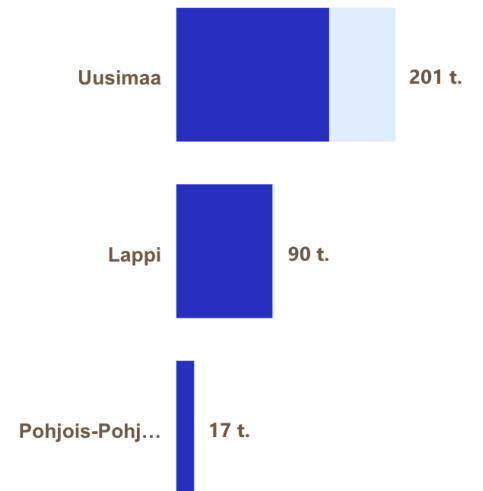
## Gender



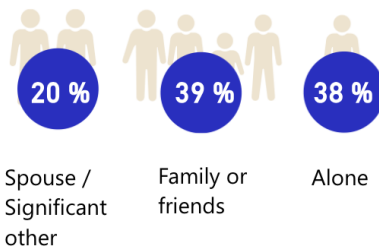
Province

Municipality

## Most visited destinations (provinces)

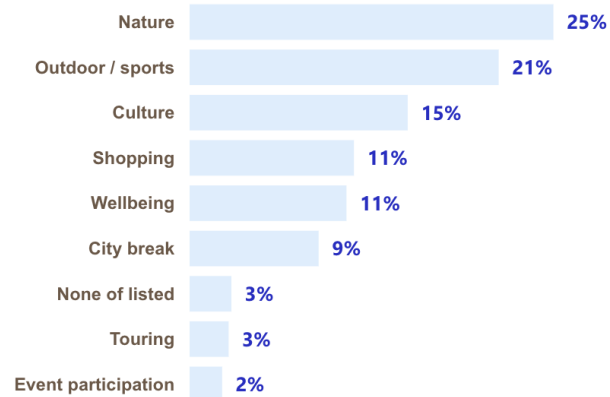


## Travelling with

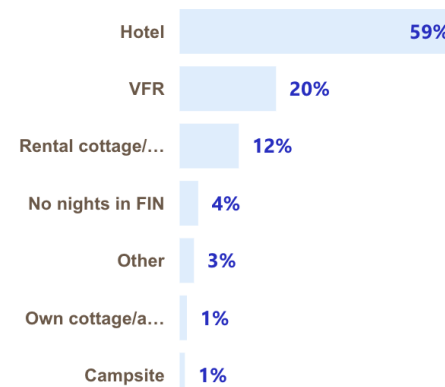


\* Categories Other and Not filled in are not displayed in this Travelling with visual

## Experiences & attractions



## Accommodation



● Leisure trips ● Business trips

## Profiili



Keskimääräinen  
ennakkovarausaika



4.4kk



Valmistatkojen  
osuus

23 %

## Rahankäyttö

259 M€ , yhteensä



Per matka:

725 €

Per päivä:

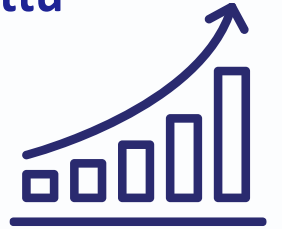
106 €

GINI-  
kerroin

0,47

Markkinan ennustettu  
vuosikasvu

10 %



## Markkinaosuus % Pohjoismaisista yöpymisistä

Talvi 2023 (joulukuu 22–huhtikuu 23)

Islanti

26%

Suomi

24%

Tanska

21%

Ruotsi

15%

Norja

14%

Kesä 2023 (kesäkuu–elokuu)

Tanska

33%

Ruotsi

27%

Norja

22%

Islanti

10%

Suomi

8%

# Britannia | Segmentit x Digikanavat

## Segmentit



POTENTIAALI

### Nature lover

Luonnon, luonnon ilmiöiden ja ihmeiden ihailija.



PROFILOIVA

### Lifestyle Traveller

Paikalliskulttuuria ja elämäntapaa etsivä.



Lähde: [Visit Finland Segmentointitutkimus](#)

## Digikanavat



1. Google > korostuu
2. Youtube
3. Facebook

Myös, twitter ja linkedin korostuvat

## Varauskanavat



1. Booking.com
2. Tripadvisor
3. Expedia

Kaikki korostuvat

Lähde: [Visit Finland Segmentointitutkimus](#)

## Matkailuaiheiset hakukonehaut



1. Skiing
2. Santa Claus
3. Saunas
4. Cities
5. Ice Hotels

Lähde: [D2 Digital Demand \(2023\)](#)

# Ruotsi | Travellers Portrait



**Trips**  
454 t.



**Overnights**  
2 834 t.



**Share of overnights**  
**94 %**  
In main destination

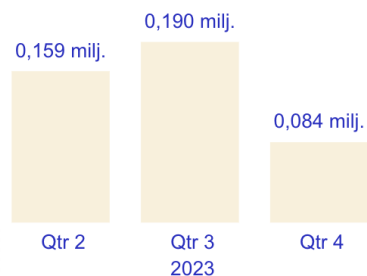


**Median length of stay**  
**3**  
Days

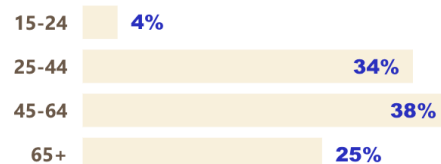


**Carbon efficiency**  
**2,1**

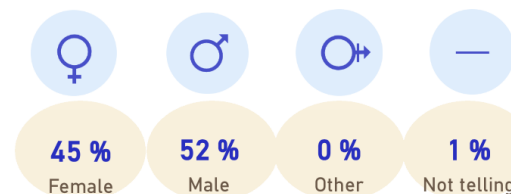
## Trips



## Age

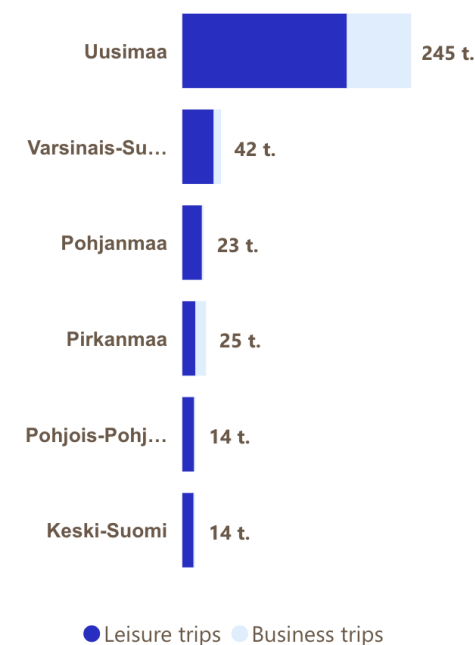


## Gender

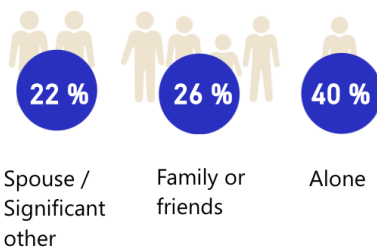


Province Municipality

## Most visited destinations (provinces)

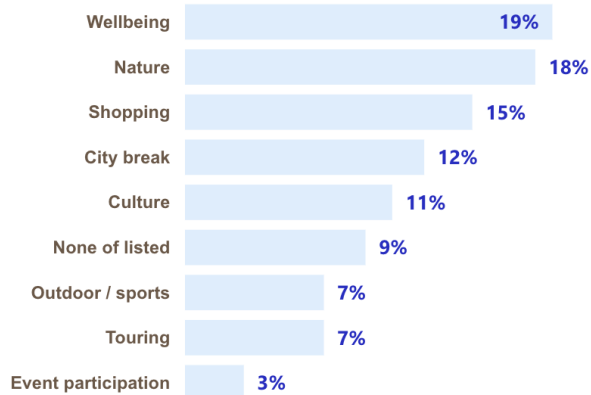


## Travelling with

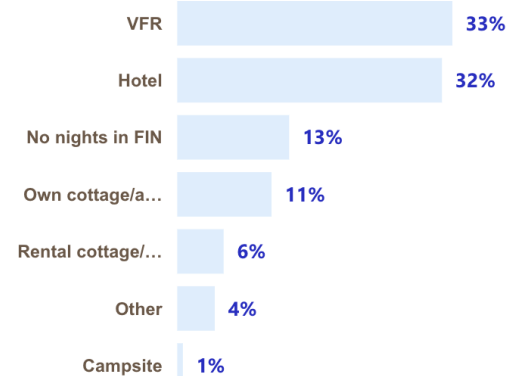


\* Categories Other and Not filled in are not displayed in this Travelling with visual

## Experiences & attractions



## Accommodation





# Ruotsi | Travellers Portrait

## Profiili



Keskimääräinen  
ennakkovarausaika



1,4kk



Valmistatkojen  
osuus

4 %

## Rahankäyttö

201 M€ , yhteensä



Per matka:

444 €

Per päivä:

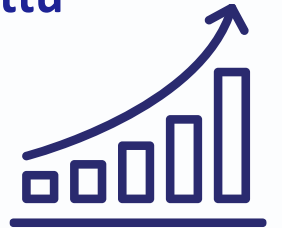
61 €

GINI-  
kerroin

0,29

Markkinan ennustettu  
vuosikasvu

10 %



## Markkinaosuus % Pohjoismaisista yöpymisistä

Talvi 2023 (joulukuu 22–huhtikuu 23)

Tanska

45 %

Norja

36 %

Suomi

17 %

Islanti

2 %

Kesä 2023 (kesäkuu–elokuu)

Tanska

45 %

Norja

35 %

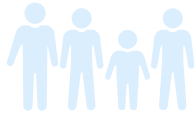
Suomi

18 %

Islanti

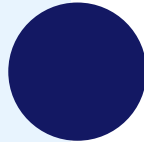
2 %

## Segmentit



POTENTIAALI

Useimmat segmentit



PROFILOIVA

Culture traveller

Urbaanin kulttuurin monipuolinen kuluttaja.



Lähde: [Visit Finland Segmentointitutkimus](#)

## Digikanavat



1. Facebook > korostuu
2. Google > korostuu
3. Youtube

Myös LinkedIn ja Snapchat korostuvat

## Varauskanavat



1. Hotels.com > korostuu
2. Booking.com
3. Trivago > korostuu

Myös TUI korostuu

Lähde: [Visit Finland Segmentointitutkimus](#)

## Matkailuaiheiset hakukonehaut



1. Cities
2. Cruises
3. Boating
4. Ferry Connections
5. Saunas

Lähde: [D2 Digital Demand \(2023\)](#)

# Ranska | Travellers Portrait



**Trips**  
**159,817 t.**



**Overnights**  
**2,003 milj.**



**Share of overnights**  
**82 %**  
In main destination

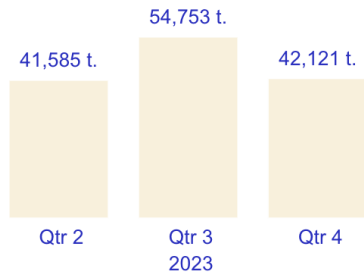


**Median length of stay**  
**6**  
Days

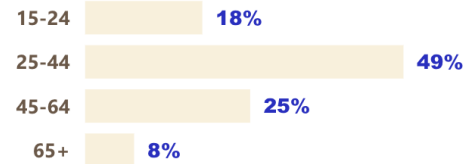


**Carbon footprint**  
**79,879 t.**  
Tons CO2

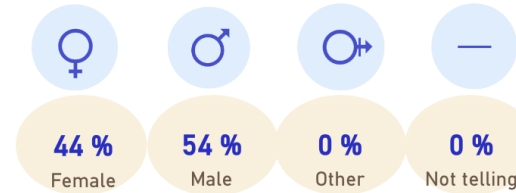
## Trips to Finland



## Age

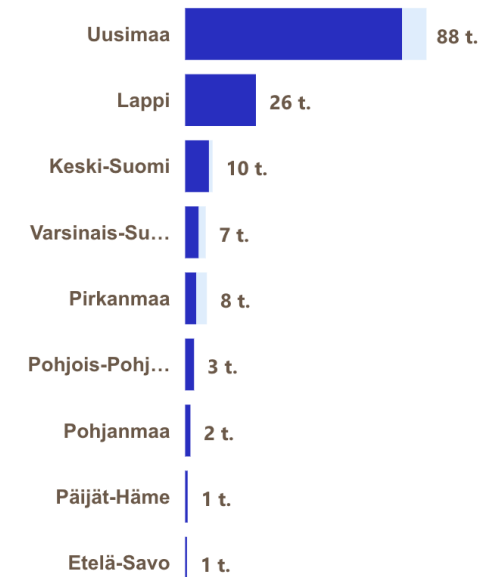


## Gender

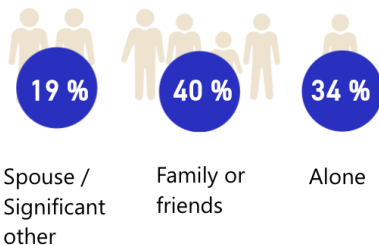


Province Municipality

## Most visited destinations (provinces)

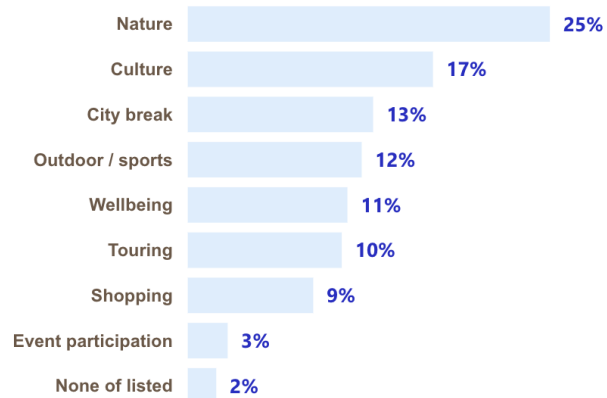


## Travelling with

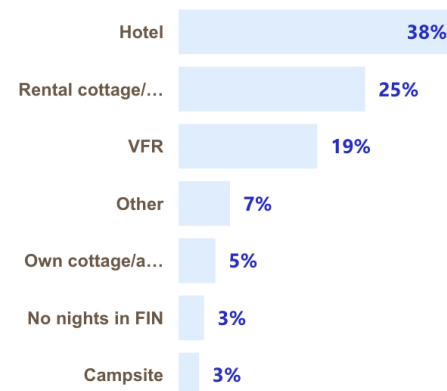


\* Categories Other and Not filled in are not displayed in this Travelling with visual

## Experiences & attractions



## Accommodation



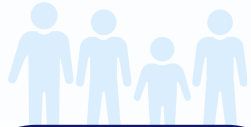
● Leisure trips ● Business trips

# Ranska | Travellers Portrait

## Profiili



Keskimääräinen  
ennakkovarausaika



2,7kk



Valmistatkojen  
osuus

10 %

## Rahankäyttö

164 M€ , yhteensä



Per matka:

1023 €

Per päivä:

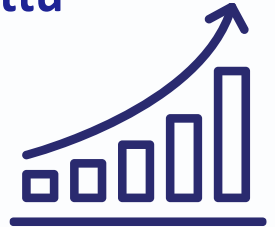
76 €

GINI-  
kerroin

0,4

Markkinan ennustettu  
vuosikasvu

12 %



## Markkinaosuus % Pohjoismaisista yöpymisistä

Talvi 2023 (joulukuu 22–huhtikuu 23)

Suomi

36 %

Ruotsi

26 %

Tanska

18 %

Norja

10 %

Islanti

10 %

Kesä 2023 (kesäkuu–elokuu)

Norja

36 %

Tanska

25 %

Ruotsi

22 %

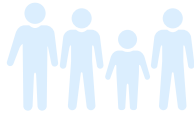
Islanti

9 %

Suomi

8 %

## Segmentit



POTENTIAALI

### Nature Lover

Urbaanin kulttuurin monipuolinen kuluttaja.



POTENTIAALI

### Lifestyle traveller

Paikalliskulttuuria ja elämäntapaa etsivä



POTENTIAALI

### Active hobbyist

Seikkailuhakuinen eri urheilulajien harrastaja. (yöelämäkin voi kiinnostaa)



## Digikanavat



1. Facebook
2. Youtube
3. Google

Myös Snapchat korostuu

## Varauskanavat



1. Booking.com
2. Airbnb > korostuu
3. Tripadvisor

## Matkailuaiheiset hakukonehaut



1. Northern Lights
2. Saunas
3. Cities
4. Restaurants
5. Skiing

Kiinnostusta useilla segmenteillä

Lähde: [Visit Finland Segmentointitutkimus](#)

Lähde: [D2 Digital Demand \(2023\)](#)

# Yhdysvallat (USA) | Travellers Portrait



**Trips**  
**270,462 t.**



**Overnights**  
**3,137 milj.**



**Share of overnights**  
**90 %**  
In main destination

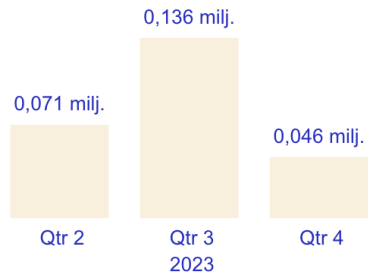


**Median length of stay**  
**5**  
Days

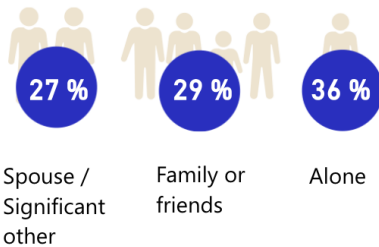


**Carbon footprint**  
**228,968 t.**  
Tons CO2

## Trips to Finland

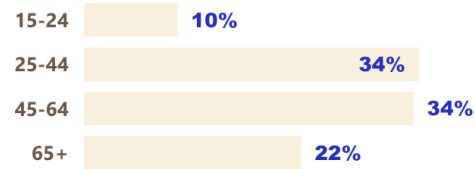


## Travelling with

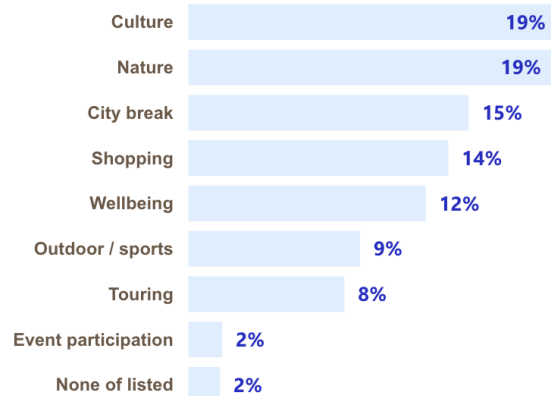


\* Categories Other and Not filled in are not displayed in this Travelling with visual

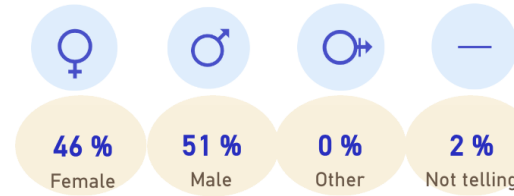
## Age



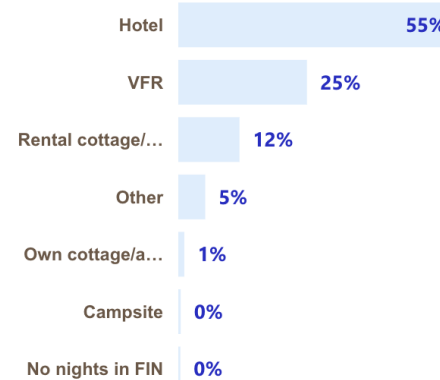
## Experiences & attractions



## Gender

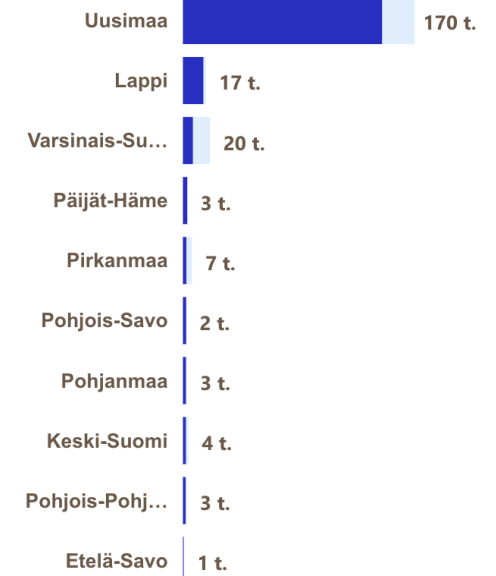


## Accommodation



Province Municipality

## Most visited destinations (provinces)



● Leisure trips ● Business trips

### Profiili



Keskimääräinen  
ennakkovarausaika



3 kk



Valmistatkojen  
osuus

7 %

### Rahankäyttö

285 M€ , yhteensä



Per matka:

1053 €

Per päivä:

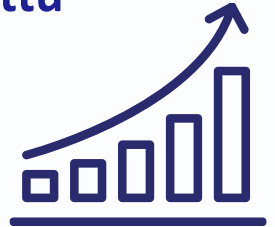
84 €

GINI-  
kerroin

0,18

Markkinan ennustettu  
vuosikasvu

3 %



### Markkinaosuus % Pohjoismaisista yöpymisistä

Talvi 2023 (joulukuu 22–huhtikuu 23)

Islanti 29 %

Ruotsi 29 %

Tanska 18 %

Norja 16 %

Suomi 8 %

Kesä 2023 (kesäkuu–elokuu)

Ruotsi 27 %

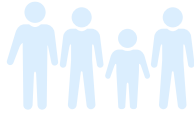
Islanti 24 %

Norja 23 %

Tanska 19 %

Suomi 7 %

### Segmentit



POTENTIAALI

#### Active hobbyist

Seikkailuhakuinen eri urheilulajien harrastaja. (yöelämäkin voi kiinnostaa)



PROFILOIVA

#### Outdoor explorer

Paikalliskulttuuria ja elämäntapaa etsivä



PROFILOIVA

#### Lifestyle traveller

Paikalliskulttuuria ja elämäntapaa etsivä



Lähde: [Visit Finland Segmentointitutkimus](#)

### Digikanavat



1. Facebook > korostuu
2. Youtube > korostuu
3. Google

### Varauskanavat



1. Expedia
2. Hotels.com
3. Tripadvisor

Kaikki korostuvat

Lähde: [Visit Finland Segmentointitutkimus](#)

### Matkailuaiheiset hakukonehaut



1. Saunas
2. Golf
3. Cities
4. Santa Claus
5. Restaurant

Lähde: [D2 Digital Demand \(2023\)](#)



# Alankomaat | Travellers Portrait



**Trips**  
**80,011 t.**



**Overnights**  
**572,200 t.**



**Share of overnights**  
**92 %**  
In main destination

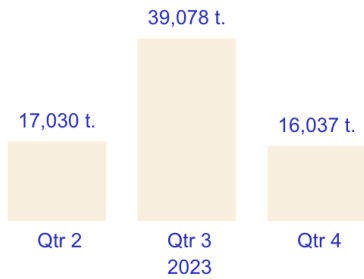


**Median length of stay**  
**5**  
Days

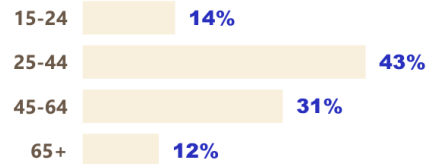


**Carbon footprint**  
**29,149 t.**  
Tons CO2

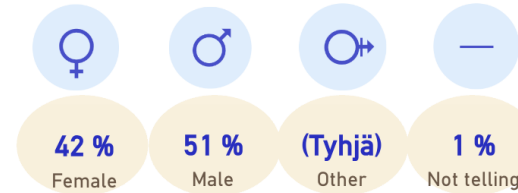
## Trips to Finland



## Age

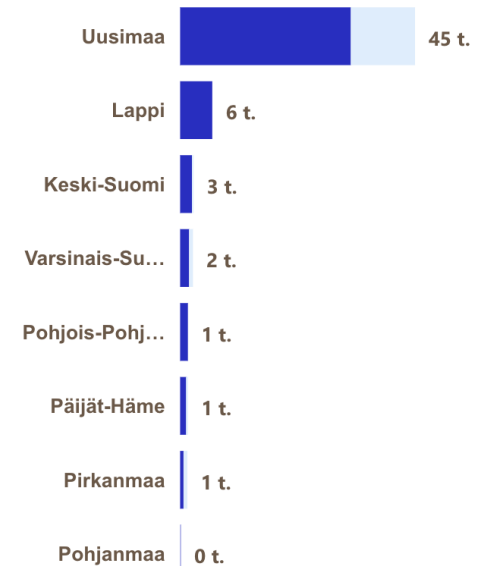


## Gender

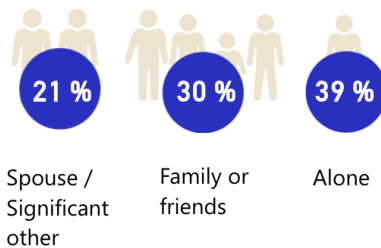


Province Municipality

## Most visited destinations (provinces)

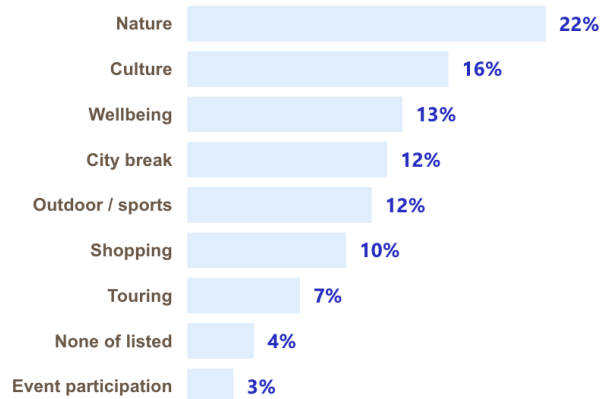


## Travelling with

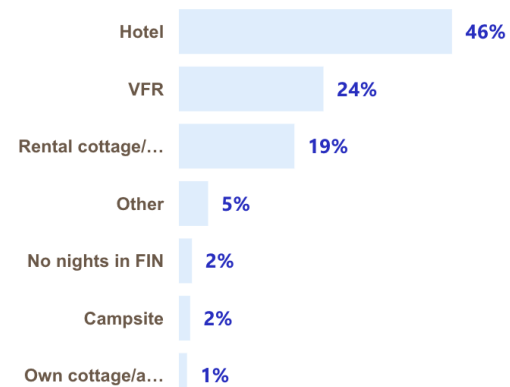


\* Categories Other and Not filled in are not displayed in this Travelling with visual

## Experiences & attractions



## Accommodation



● Leisure trips ● Business trips

# Alankomaat | Travellers Portrait

## Profiili



Keskimääräinen  
ennakkovarausaika



2,3 kk



Valmistatkojen  
osuus

5 %

## Rahankäyttö

58 M€ , yhteensä



Per matka:

719 €

Per päivä:

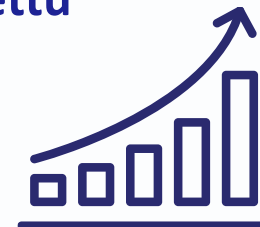
88 €

GINI-  
kerroin

0,35

Markkinan ennustettu  
vuosikasvu

14 %



## Markkinaosuus % Pohjoismaisista yöpymisistä

Talvi 2023 (joulukuu 22–huhtikuu 23)

Tanska

29 %

Suomi

27 %

Ruotsi

22 %

Norja

16 %

Islanti

6 %

Kesä 2023 (kesäkuu–elokuu)

Tanska

38 %

Norja

31 %

Ruotsi

26 %

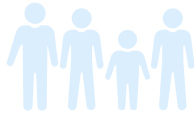
Suomi

3 %

Islanti

2 %

### Segmentit



POTENTIAALI

#### Active hobbyist

Seikkailuhakuinen eri urheilulajien harrastaja. (yöelämäkin voi kiinnostaa)



POTENTIAALI

#### Lifestyle traveller

Paikalliskulttuuria ja elämäntapaa etsivä



POTENTIAALI

#### Nature lover

Luonnon, luonnon ilmiöiden ja ihmeiden ihailija.



Lähde: [Visit Finland Segmentointitutkimus](#)

### Digikanavat



1. Facebook

2. Youtube

2. Google

Myös LinkedIn ja Pinterest korostuvat

### Varauskanavat



1. Booking.com

2. Trivago

3. TUI > korostuu

Lähde: [Visit Finland Segmentointitutkimus](#)

### Matkailuaiheiset hakukonehaut



1. Santa Claus

2. Nothern Lights

3. Saunas

4. Skiing

5. Cities

Lähde: [D2 Digital Demand \(2023\)](#)

# Espanja | Travellers Portrait



**Trips**  
**170,512 t.**



**Overnights**  
**2,136 milj.**



**Share of overnights**  
**88 %**  
In main destination

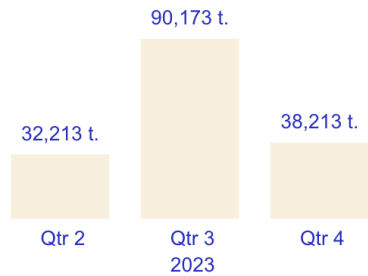


**Median length of stay**  
**4**  
Days

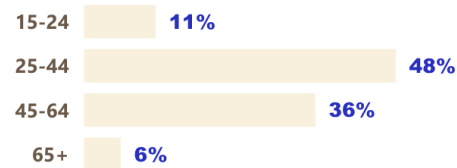


**Carbon footprint**  
**104,014 t.**  
Tons CO2

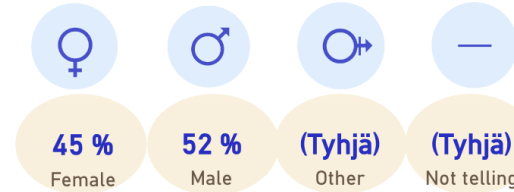
## Trips to Finland



## Age

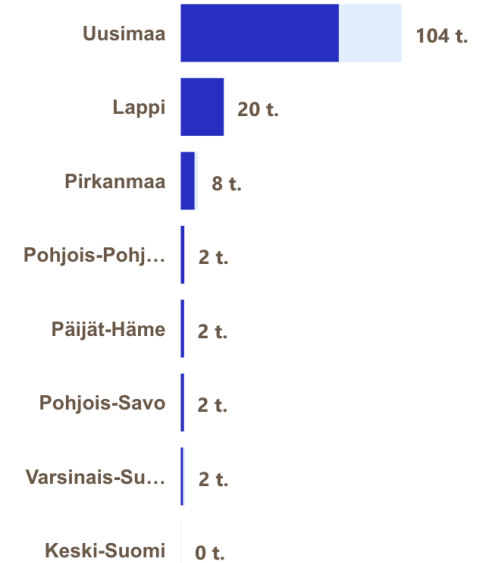


## Gender

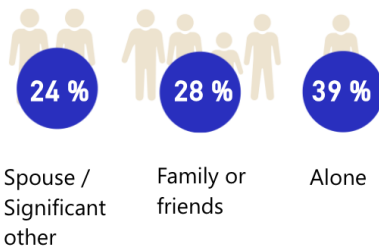


Province Municipality

## Most visited destinations (provinces)

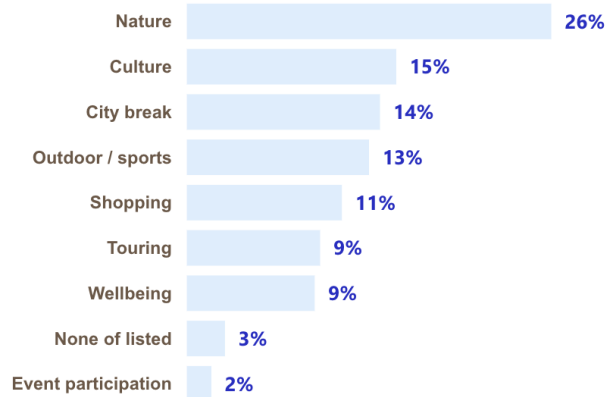


## Travelling with

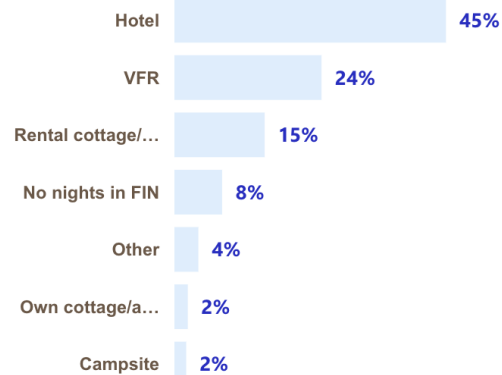


\* Categories Other and Not filled in are not displayed in this Travelling with visual

## Experiences & attractions



## Accommodation



● Leisure trips ● Business trips

# Espanja | Travellers Portrait

## Profiili



Keskimääräinen  
ennakkovarausaika



3 kk



Valmistatkojen  
osuus

5 %

## Rahankäyttö

132 M€ , yhteensä



Per matka:

772 €

Per päivä:

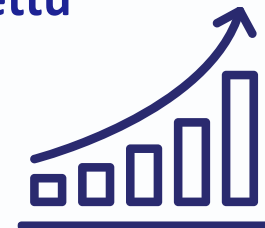
57 €

GINI-  
kerroin

0,29

Markkinan ennustettu  
vuosikasvu

17 %



## Markkinaosuus % Pohjoismaisista yöpymisistä

Talvi 2023 (joulukuu 22–huhtikuu 23)

Tanska

33 %

Suomi

24 %

Ruotsi

19 %

Norja

14 %

Islanti

10 %

Kesä 2023 (kesäkuu–elokuu)

Norja

34 %

Tanska

27 %

Ruotsi

19 %

Suomi

9 %

Islanti

11 %

## Segmentit



POTENTIAALI

Useimmat segmentit

PROFILOIVA

Lifestyle traveller

Paikalliskulttuuria ja elämäntapaa etsivä



PROFILOIVA

Nature lover

Luonnon, luonnon ilmiöiden ja ihmeiden ihailija.



Lähde: [Visit Finland Segmentointitutkimus](#)

## Digikanavat



1. Youtube > korostuu
2. Google
3. Facebook

Myös Instagram, Twitter ja Tiktok korostuvat

## Varauskanavat



1. Booking.com
2. Trivago
3. Tripadvisor

Kaikki korostuvat

Lähde: [Visit Finland Segmentointitutkimus](#)

## Matkailuaiheiset hakukonehaut



1. Nothern Lights
2. Santa Claus
3. Cities
4. Theatres and Operas
5. Glass Cabins

Lähde: [D2 Digital Demand \(2023\)](#)

# Italia Travellers Portrait



**Trips**  
**101,541 t.**



**Overnights**  
**728,188 t.**



**Share of overnights**  
**97 %**  
In main destination

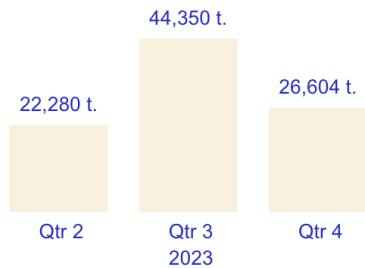


**Median length of stay**  
**3**  
Days

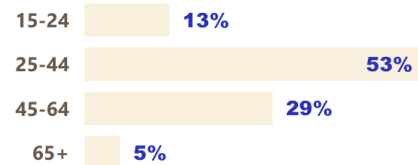


**Carbon footprint**  
**45,302 t.**  
Tons CO2

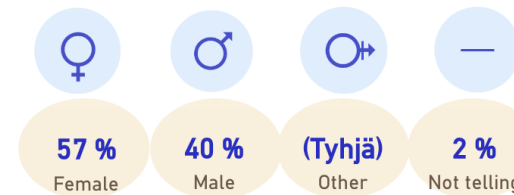
## Trips to Finland



## Age



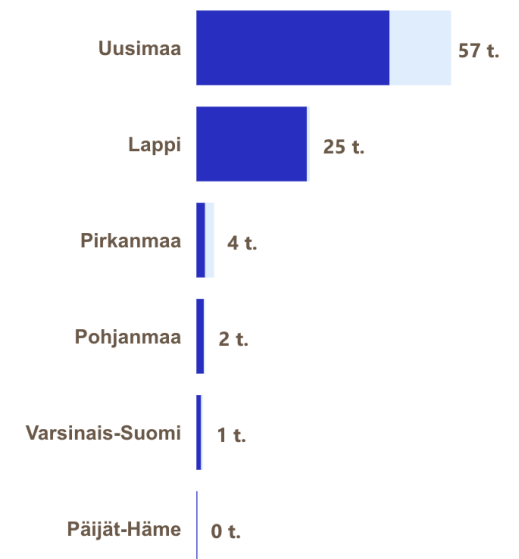
## Gender



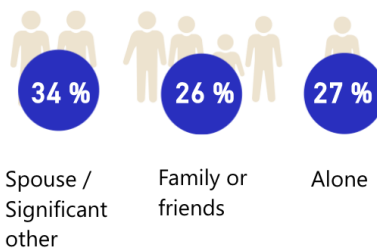
Province

Municipality

## Most visited destinations (provinces)

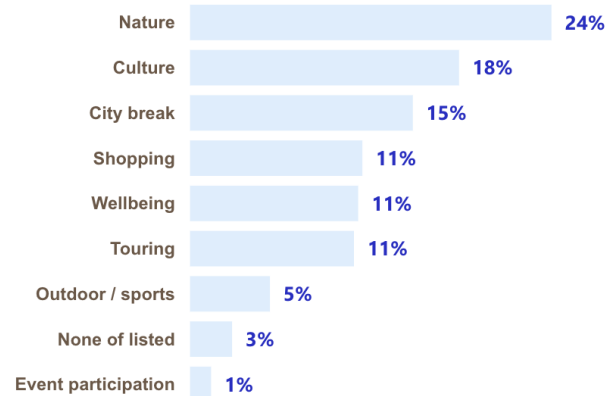


## Travelling with

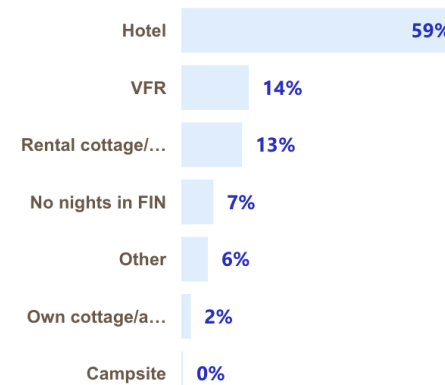


\* Categories Other and Not filled in are not displayed in this Travelling with visual

## Experiences & attractions



## Accommodation



● Leisure trips ● Business trips

## Profiili



Keskimääräinen  
ennakkovarausaika



2,3 kk



Valmismatkojen  
osuus

7 %

## Rahankäyttö

75 M€ , yhteensä



Per matka:

740 €

Per päivä:

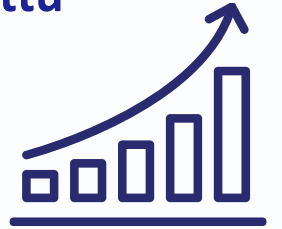
91 €

GINI-  
kerroin

0,22

Markkinan ennustettu  
vuosikasvu

13 %



## Markkinaosuus % Pohjoismaisista yöpymisistä

Talvi 2023 (joulukuu 22–huhtikuu 23)

Tanska

32 %

Ruotsi

25 %

Norja

12 %

Suomi

22 %

Islanti

9 %

Kesä 2023 (kesäkuu–elokuu)

Tanska

31 %

Norja

28 %

Ruotsi

20 %

Islanti

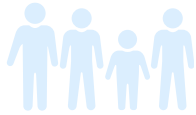
11 %

Suomi

10 %



## Segmentit



POTENTIAALI

## Nature lover

Luonnon, luonnon ilmiöiden ja ihmeiden ihailija.



POTENTIAALI

## Lifestyle traveller

Paikalliskulttuuria ja elämäntapaa etsivä



Suomesta kiinnostuneet eivät keskity vahvasti yhdelle tietylle segmentille.

Lähde: [Visit Finland Segmentointitutkimus](#)

## Digikanavat



1. Facebook
2. Youtube
3. Google

Kaikki korostuvat

## Varauskanavat



1. Booking.com
2. Trivago
3. Tripadvisor

Kaikki korostuvat

Lähde: [Visit Finland Segmentointitutkimus](#)

## Matkailuaiheiset hakukonehaut



1. Saunas
2. Northern Lights
3. Lakes
4. Santa Claus
5. Glass Cabins

Lähde: [D2 Digital Demand \(2023\)](#)