



The Future of Outdoor Experiences

Kortversion på svenska

Kairos Future Travel & Tourism
Oktober 2019

KAIROS
FUTURE

Innehåll

Hur ser framtidens utomhusupplevelse ut?	4
Nya målgrupper vill ut i naturen	4
Naturen som arena	5
Utomhus som intresse förenar	6
Möt utomhustriben	7
Kicksökarna - vilka är de?	7
Autencitetsökarna - vilka är de?	8
Innehållsökarna - vilka är de?	9
Trygghetssökarna - vilka är de?	10
Vilken grupp borde man fokusera på?	11
Framtidsutsikter	12
Att fundera på	13
Om Kairos Future	14

Hur ser framtidens utomhusupplevelser ut?

Nya målgrupper vill ut i naturen

Nya typer av turister från världens alla hörn ställer nya krav på utomhusupplevelsen. Tillväxtmarknader så som Kina och Indien kan, om tillväxten fortsätter i samma takt, vara nordens viktigaste inkommande marknader år 2030. Fler bor i städer och längtan till natur och stillhet ökar. Äldre blir piggare och fortsätter att vistas i natur längre upp i åldrarna. Allt detta ritar om målgruppskartan för naturturism.

Många av de nya målgrupperna har det gemensamt att de efterfrågar lite mer service, lite mer tillrättalagt, lite mer paketerat, lite mer bekvämlighet. Vilket skapar många nya möjligheter för naturföretagarna.



Naturen som arena

De nya målgrupperna har andra preferenser än de traditionella och kan också tänka sig bekvämare alternativ till flerdagars vandringar med torr-foder. Vildmarken blir därmed också utmanad av korrigerad parknatur, artificiellt konstruerade naturupplevelser och helt virtuella naturupplevelser. Men kan virtuella naturupplevelser verkligen konkurrera med verkliga? Forskning från bland annat SLU visar att även mer konstruerad natur verkar ha liknande effekter på människans psyke när det gäller exempelvis stressreduktion.

Andra faktorer som driver på utvecklingen för utomhusupplevelser är digitaliseringen. Nya hjälpmedel som tillgängliggör naturen och gör den säkrare på många sätt är till exempel GPS-utmärkta leder och interaktiva kartor. AR, förstärkt verklighet, används för att förstärka utomhusupplevelser på olika sätt, ofta genom att tillföra lek, spel eller fakta.

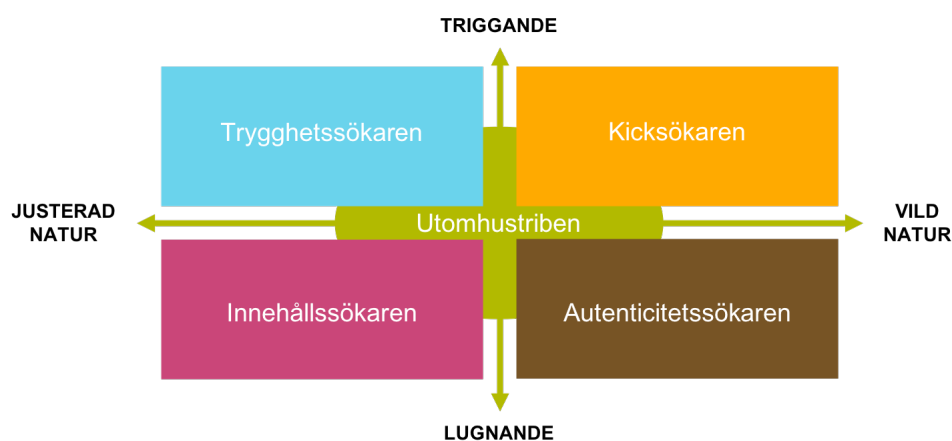


Utomhusintresse förenar

Människor som gillar utomhusaktiviteter har fler saker som förenar dem än som splittrar dem. De delar alla kärleken till naturen och att få uppleva den tillsammans med andra. De betonar hur vacker naturen är, hur inspirerande det är att vara utomhus och vilka aktiva individer de är.

Men alla som gillar att uppleva utomhus är naturligtvis inte lika och passar inte i samma form. Vi ser samtidigt en stor spridning och ökad segmentering av de som attraheras av utomhusupplevelser. Vissa drivs av adrenalinkickar, andra av naturen som "tempel" för kontemplation.

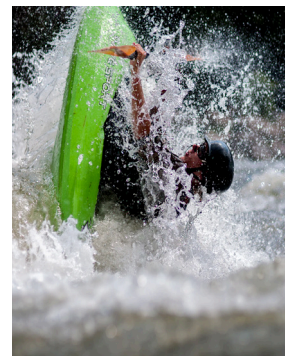
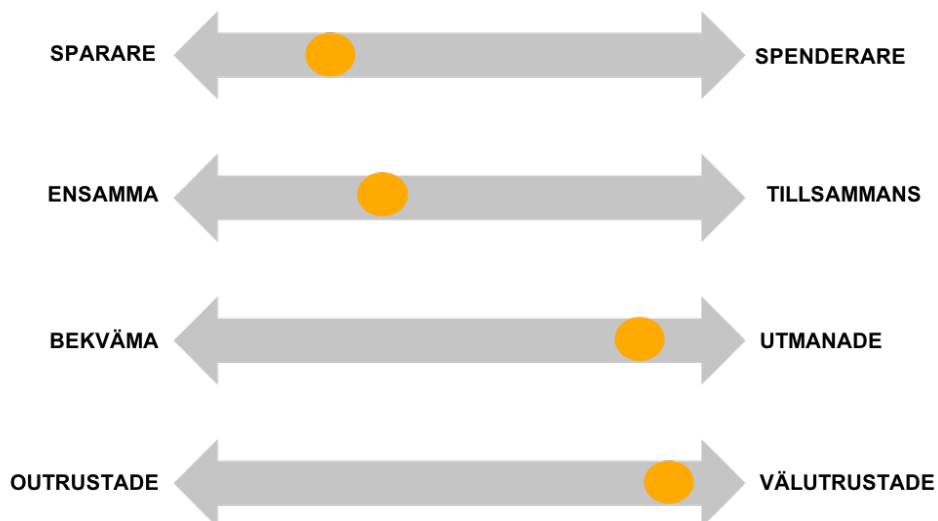
Genom att analysera hundratals inlägg på engelska, svenska, tyska och kinesiska i sociala medier om utomhusupplevelser har vi kunnat identifiera fyra undergrupper, eller "triber" inom den större "outdoor-triben".



Möt utomhustriben

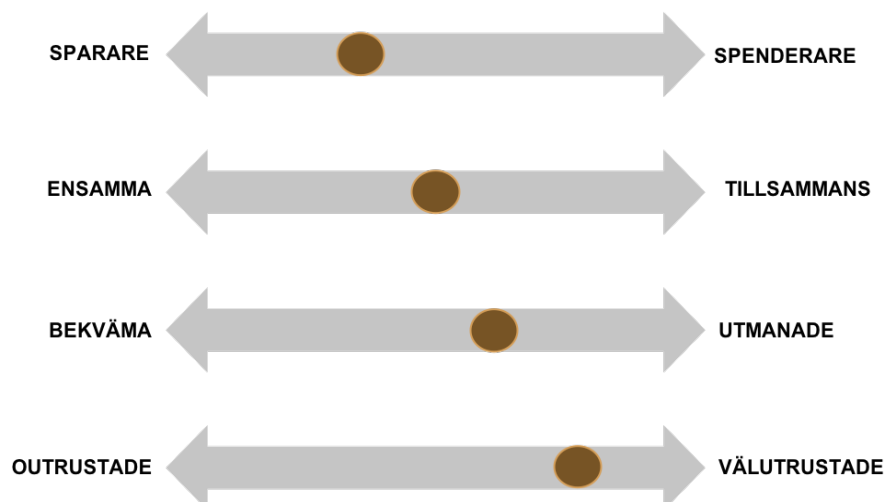
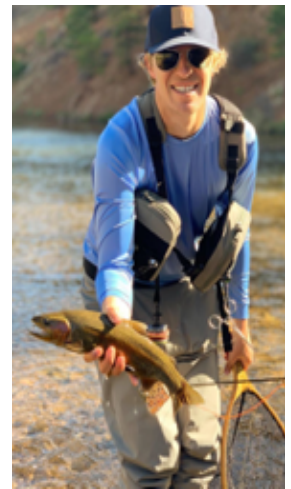
Kicksökarna – vilka är de?

- Kicksökarna vill bli utmanade, de vill pusha sina gränser och uppleva adrenalinruset
- De söker sig till platser som är genuina och orörda (eller i alla fall inte överbefolkade av ”turister”)
- De är vanligtvis organiserade och fullt utrustade innan de åker iväg, och är stolta över att planera allt själva
- Aktiviteten i sig är oftast den främsta reseanledningen, och sociala interaktioner ses främst som ett stort plus
- Huvudsakligt fokus ligger på aktiviteten, och de gör få sidoaktiviteter, förutom när de då och då besöker en stad eller attraktion



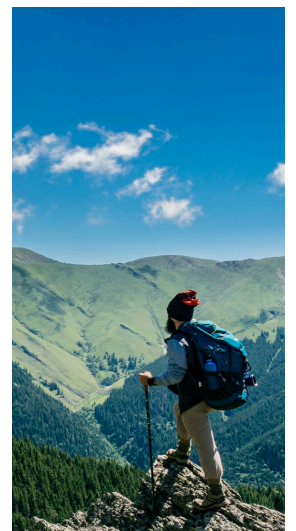
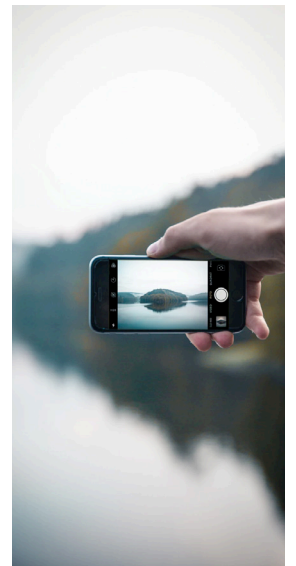
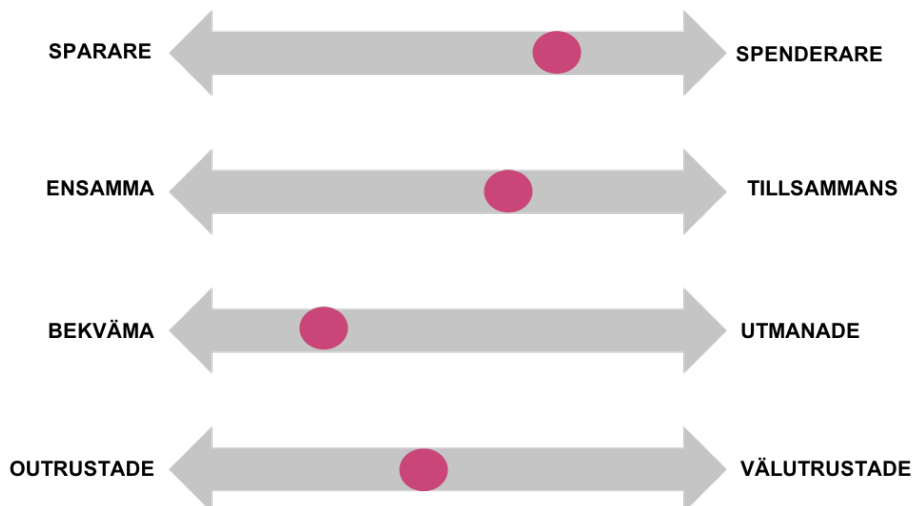
Autencitetssökarna – vilka är de?

- Autencitetssökarna är tåliga och långsiktiga. De är inte ute efter den temporära adrenalinrushen, utan uppskattar snarare aktiviteten i sig, och kan gärna hålla på under en lång tid.
- De är vanligtvis erfarna och utrustade, både när det gäller klädsel, kartor osv.
- Vissa vill bo på hotell eller i en stuga, men för många så har campinglivet med tält, brasor och sovsäckar en särskild charm.
- När de inte vistas i naturen så vill de besöka bra restauranger och barer, och även shoppa. De letar efter bra gatemarknader med livemusik och god mat.



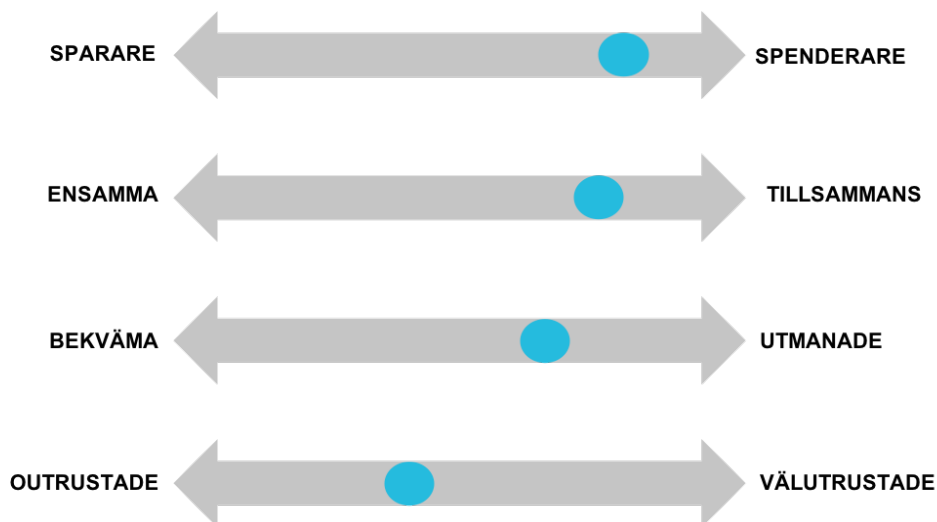
Innehållssökarna – vilka är de?

- Innehållssökarna betonar de vackra aspekterna av naturen oftare än andra grupper, och de är ständigt på jakt efter den bästa utkiksplatsen.
- De reser ofta i grupp, och gärna även tillsammans med en guide – framförallt om den kan visa dem de bästa platserna för att ta fotografier.
- De prioriterar att äta god mat, även när de är utomhus. När de inte är i naturen så är de frekventa besökare på restauranger, caféer och affärer.
- Gällande logi så föredrar de att bo i en livlig stad eller i de mer charmiga, gamla statsdelarna. Landsbygden, med dess pittoreska natur, är även det populärt.



Trygghetssökarna – vilka är de?

- Trygghetssökarna vill också utmana sig själva, men deras uppfattning om vad som är utmanande skiljer sig från kicksökarna.
- De letar efter aktiviteter som är lite utanför sin bekvämlighetszon, men aktiviteterna bör vara organiserade av en expert eller guide, så att de känner sig trygga.
- Således föredrar de mer strukturerade aktiviteter, vilket innebär att sannolikheten är stor att du hittar dem på olika läger eller kurser.
- De vill gärna bo i en stad eller by med bra bekvämligheter nära till hands, samt god mat och dryck.



Vilken grupp borde man fokusera på?

Det beror såklart på omständigheterna. De grupper som förväntas växa mest i antal är innehållssökarna och trygghetssökarna. De är också de grupper som tenderar att spendera mest pengar på sidoaktiviteter. Av de två grupperna så är det innehållssökarna som generellt är mer nöjda med aktiviteterna som de gör – det verkar som att trygghetssökarna är något mer krävande.



FRAMTIDSUTSIKTER

Sannolikt kommer utomhusupplevelser få en ökad betydelse i en tid där utmaningar som psykisk ohälsa och övervikt blir allt tydligare. Våra kroppar och hjärnor behöver utomhusupplevelser. Och trots klimatdebatt kommer med hög sannolikhet resandet öka, inte minst från fjärrmarknader med liten erfarenhet av nordisk natur. Det innebär att behovet av fler och professionellare upplevelseföretag ökar. Även kraven på mer sofistikerad upplevelsedesign tilltar när konsumenterna ställer allt högre krav, långt bort från gamla tiders ”gå på tur”.



Att fundera över...

Som destination eller företag med fokus på utomhusupplevelser kan det vara värt att reflektera över följande frågor:

- Vilken tribe vill ni attrahera? Vad behöver ni göra för att attrahera dem? Passar de produkter och tjänster som ni erbjuder den målgruppen idag? Vad behöver ni göra för att anpassa dem?
- Hur förbereder ni er för att ta emot fler och mer oerfarna gäster som kanske inte alls har varit ute i naturen? Eller som inte känner till allemansrätten?
- Är er verksamhet anpassad för en äldre målgrupp? Hjälper ni dem att glömma att de inte är 25 längre? Och tar ni vara på deras för måga att investera lite mer pengar i sin semester?
- Utforskar ni kontinuerligt de möjligheter som ny teknik erbjuder för att hantera ett ökande antal gäster och anpassa och förstärka upplevelsen?

Vill du veta mer om hur framtidens utomhusupplevelse kommer att se ut? Det här är en kortare sammanfattning av den mer omfattande rapporten Future of Outdoor som togs fram av Kairos Future i samarbete med flera av Sveriges turismorganisationer under våren 2019.

Vill du fördjupa dig i analysen och/eller få stöd i utvecklingen framåt, kontakta din regionala turismorganisation eller Kairos Future (se sista sidan).



OM KAIROS FUTURE

Kairos Future är ett internationellt konsult- och analysföretag som hjälper företag att förstå och forma sin framtid. Genom trend- och omvärldsanalys, innovation och strategi, ger vi våra kunder de stora sammanhangen. Kairos Future grundades 1993, vårt huvudkontor finns i Stockholm och vi har representanter samt samarbetspartners över hela världen. För mer information, se www.kairosfuture.com eller kontakta oss:

Kairos Future
Box 804
101 36 Stockholm
Besöksadress: Västra Järnvägsgatan 3
08-545 225 00
info@kairosfuture.com
www.kairosfuture.com

Kontaktperson för projektet Future of Outdoor:
erika.charbonnel@kairosfuture.com

