



Spies skifter identitet og ser frem mod tiden efter pandemien

2020-12-10 09:09 CET

Spies storsatser sig ud af krisen og lancerer ny brandidentitet

Det sværeste år for rejsebranchen nogensinde nærmer sig sin afslutning. Spies, som er en del af Nordens førende rejsekoncern NLTG med Petter Stordalens Strawberry og Altor som største ejere, ser nu frem mod en tid efter pandemien, hvor længslen efter at rejse er stor. I dag skriver Spies et helt nyt, spændende kapitel i sin over 60-årige historie ved at lancere en helt ny identitet og brandstrategi, som fokuserer på flere personlige oplevelser, større valgfrihed og enkelthed, men stadigvæk med den tryghed, som følger med, når man rejser med Spies.

Efter et meget udfordrende år begynder vi at se en trendbryder med flere positive signaler – f.eks. i forhold til en vaccine. Længslen efter at rejse er stor, og efterspørgslen stiger nu til foråret og sommeren 2021. Vi vælger at satse os ud af krisen og investere i fremtiden. Vores nye identitet er ikke kun en forskønnelse på ydersiden, men slår også fast, at en rejse altid er unik for hver enkelt kunde, og at ønskerne er forskellige. Med alle de fordele, som pakkerejsen giver vores kunder, vil vi fortsætte med at skabe endnu mere personlige rejseoplevelser i kombination med at tilbyde markedets trykkest vilkår, og dermed give vores gæster de bedste forudsætninger for velvære i ferien, siger Jan Vendelbo, adm. direktør i Spies.

Spies' øgede fokus på personlige oplevelser vil både kunne ses i produktudvalget og i bredden af udvalget. Det kan være alt fra rendyrket tema-/træningsrejser til at finde et udvalg af design- eller familiehhoteller med direkte pooladgang og maskotterne Lollo & Bernie. Inden længe kommer der flere spændende nyheder indenfor blandt andet hoteller, træningsrejser og naturoplevelser.

Velvære – hovedårsagen til at rejse på ferie

Uanset hvorfor vi rejser, så handler ferien først og fremmest om at føle sig godt tilpas. Det viser Spies' rejsepanel, hvor ca. 5.500 danskere har deltaget, og hvor "velvære" er den vigtigste årsag til, at man rejser på ferie. De fleste mener, at ferien handler om at føle sig godt tilpas eller slappe af og få tid med sine nærmeste. Mange vil også gerne opleve noget, som de ellers ikke har tid til.

Vores nye brandsymbol "Waves of well-being" handler kort fortalt om mulighederne for, at hver kunde kan finde sin egen rejse for at føle sig godt tilpas. Den orange farve beholdes i den nye logotype og møder kunderne i alle dele af rejsen, på såvel hotellet som fly og transferbusser. Det første fly fra Sunclass Airlines står færdigmalet med det nye symbol den 18. december.

Pakkerejser mere relevant end nogensinde – tryghed og valgfrihed

I en tid med usikkerhed har flere opdaget fordelene ved at bestille en pakkerejse med Spies.

For at være relevant både i dag og i fremtiden er vi nødt til at tage vare på vores arv med den tryghed, som følger med, og samtidig gøre det, som vi er bedst til - at udvikle vores udvalg. Som den eneste store rejsekoncern, der kun er nordisk, kan vi tilpasse os efter de nordiske rejsendes behov og med trygge ejere i ryggen har vi en solid grund at stå på. Efter et år med tusindvis af aflyste rejser og påvirkede rejsende ser vi tydeligt, at mange flere efterspørger en pakkerejse med en tryk rejsearrangør, som tager ansvaret for hele rejsen uanset, hvad der sker, fortsætter Jan Vendelbo.

Omkring 8 ud af 10 (84 %) af paneldeltagerne i Spies' rejsepanel oplyser, at de vil bestille en rejse med en rejsearrangør næste gang, mens 10 % selv vil sammensætte rejsen. 43 % svarer, at de er mere eller ganske tilbøjelige til at bestille en pakkerejse i dag i forhold til for et år siden. De seneste måneder har Spies indført øgede rutiner og vilkår for kunder, der bestiller en rejse. [Spies' Safe Travel-pakke](#) tager hånd om kunden – før, under og efter rejsen med blandt andet øgede sikkerhedsrutiner på hotellerne og på flyet samt ekstra tryghed ved bestilling af rejsen gennem bl.a. gratis afbestillings- og ændringsforsikring, tilbagebetalingsgaranti på 7 dage ved aflysning af rejsen samt mulighed for at ændre rejsen et ubegrænset antal gange frem til 30 dage før afrejse

Spies' rejsepanel – ca. 5.500 respondenter

Top 5: Hvad er det vigtigste, som ferien bidrager med? (5.135 svar)

1. Afslapning (26 %)
2. Velvære rent generelt (20 %)
3. Kvalitetstid med ens nærmeste (16 %)
4. Mulighed for at opleve noget, som man ellers ikke har tid til (15%)
5. Det giver ny energi i hverdagen (10 %)

Topliste: Hvilke er de vigtigste årsager til, at du vælger/vil vælge en rejsearrangør? (5.976 svar)

1. Det føles trygt, at en rejsearrangør har det overordnede ansvar (26 %)
2. Jeg er omfattet af Loven om Pakkerejser, hvis min rejse bliver aflyst (24 %)
3. Jeg er dækket af Rejsegarantifonden, hvis virksomheden går

- konkurs (20 %)
- 4. Det er enkelt, og jeg får god kvalitet/valuta for pengene (12 %)
- 5. Jeg får hjælp af de ansatte hos rejsearrangøren, hvis der sker noget før eller under rejsen. (11%)
- 6. Valgfriheden og det brede udvalg (4 %)

Om Spies' rejsepanel:

Panelet er en dialogkanal mellem rejseinteresserede og rejsearrangøren Spies. Det er et internetbaseret, uafhængigt og upolitisk panel, der afspejler tendenser, når det gælder danskernes ferie. Det er frivilligt og gratis at være med, og man kan når som helst forlade panelet.

Spies er Danmarks største rejsearrangør. Selskabet indgår i den nordiske rejsekoncern Nordic Leisure Travel Group sammen med rejsearrangørerne Ving i Norge og Sverige, Tjäreborg i Finland samt hotelselskabet Resorts & Hotels, der bl.a. driver hotelkæderne Sunwing Family Resorts og Sunprime Hotels. Spies' gæster flyver fortrinsvis med søsterselskabet Sunclass Airlines .

Kontaktpersoner



Jan Vendelbo

Administrerende direktør

jan.vendelbo@spies.dk

40 53 93 77