

Norges Turistbarometer
Prognose for norsk og utenlandsk
ferie- og fritidstrafikk i Norge vintersesongen
2018

Margrethe Helgebostad

Innovasjon Norges prognoser er klartale; Optimisme ved inngangen til årets vintersesong

- Ekspertpanelet sammensatt av norsk og utenlandsk reiselivsnæring er optimistiske ved starten på årets vintersesong.
- 52 prosent av dem som deltok i undersøkelsen tror vinteren blir bedre enn i fjor, og 42 prosent tror den blir lik. Kun seks prosent venter nedgang.
- Norge er populært, lav kronekurs og tidlig påske er medvirkende.
- Vinteren 2017 ble den første vintersesongen med en liten nedgang takket være sent snøfall og dårlige skiforhold mange streder i landet. Nedgang fra Danmark, som er det største volummarkedet vinterstid, var utslagsgivende for at vintersesongen ikke ble så bra som spådd på forhånd.
- Til tross for nedgang, lå antall utenlandske gjestedøgn 11 prosent høyere, enn i 2013.



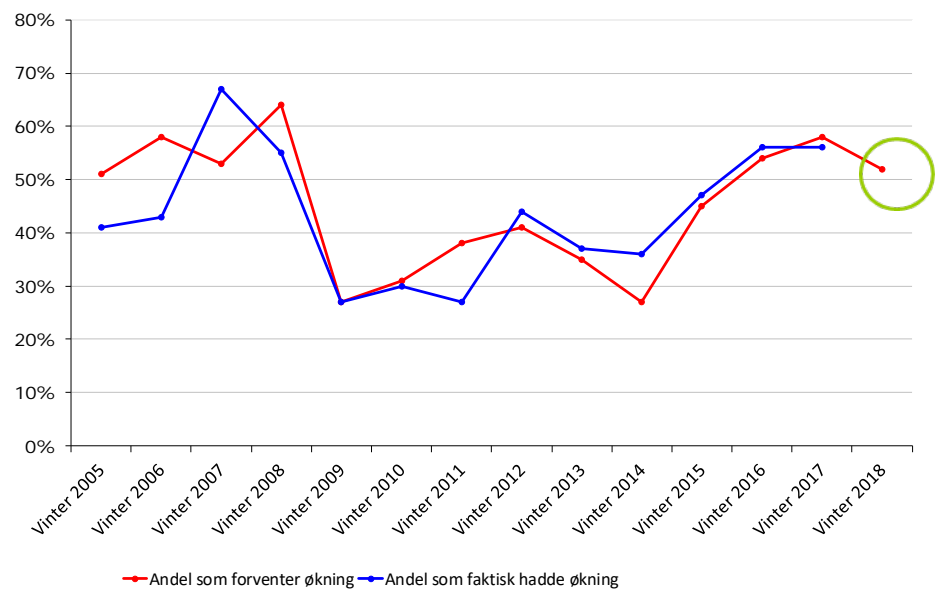
Foto: Bård Løken - Visitnorway.com

- Det er stor optimisme fra alle markeder Innovasjon Norge har en vintersatsing. Både fra store skimarkeder, men også fra mindre volummarkeder, som primært kommer til Norge for å oppleve nordlyset. Selv om skisegmentet med svensker og dansker fremdeles er størst vinterstid, har nordlyssatsingen, som er et viktig samarbeid mellom reiselivsnæringen og Innovasjon Norge, gjort det norske vinterproduktet mer robust gjennom å tiltrekke seg turister fra andre markeder og målgrupper enn det tradisjonelle skisegmentet.
- Nord-Norge hatt en sterk økning i gjestedøgn fra USA, Asia og Sør-Europa, men også briter og tyskere tiltrekkes av nordlyset, Hurtigruten og arktiske vinteropplevelser.
- Det mest utslagsgivende for vintersesongen er at danskene kommer. Derfor er det hyggelig at de danske respondentene uttrykker optimisme. Mye skyldes den lave norske kronekursen. Danske gjestedøgn vinterstid har vist seg å følge kronekursen til en viss grad. En svak krone, fører til flere danske gjestedøgn, og vice versa.

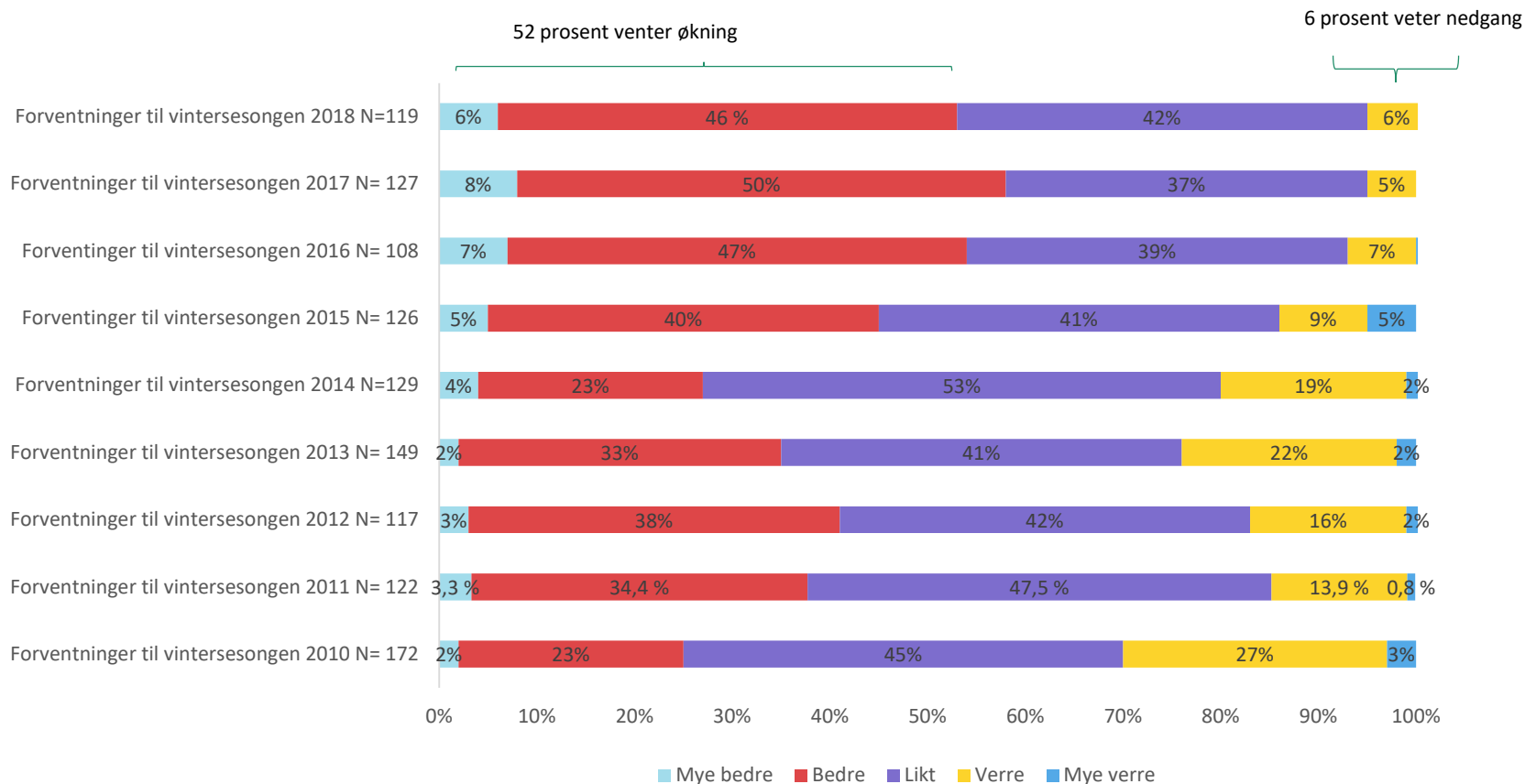
Gode forventninger til vintertrafikken

Forholdet mellom forventet trafikk og reel vintertrafikk

Spørsmål:
What are your expectations for the traffic to Norway this coming winter season compared to last winter season?

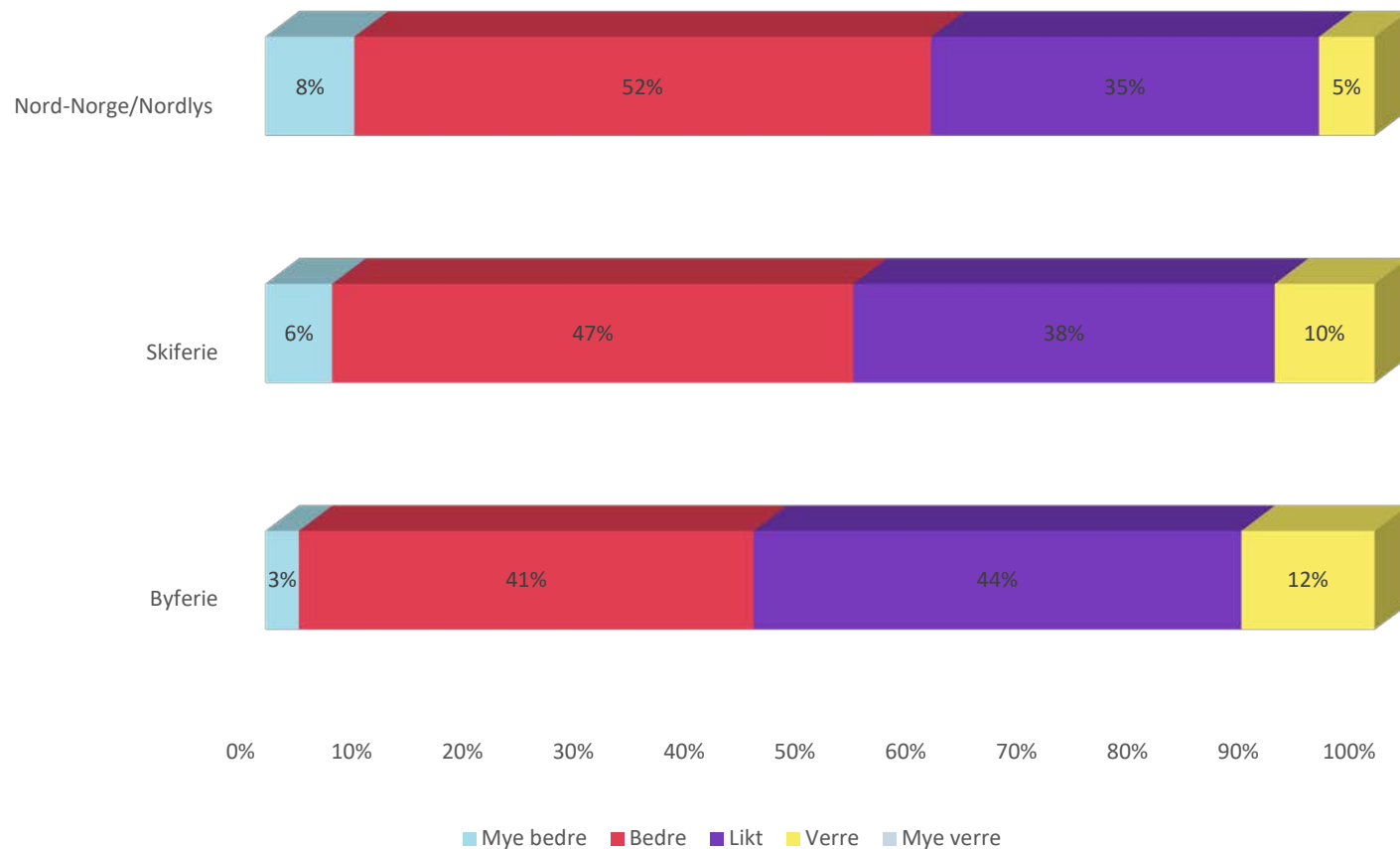


Forventninger over tid



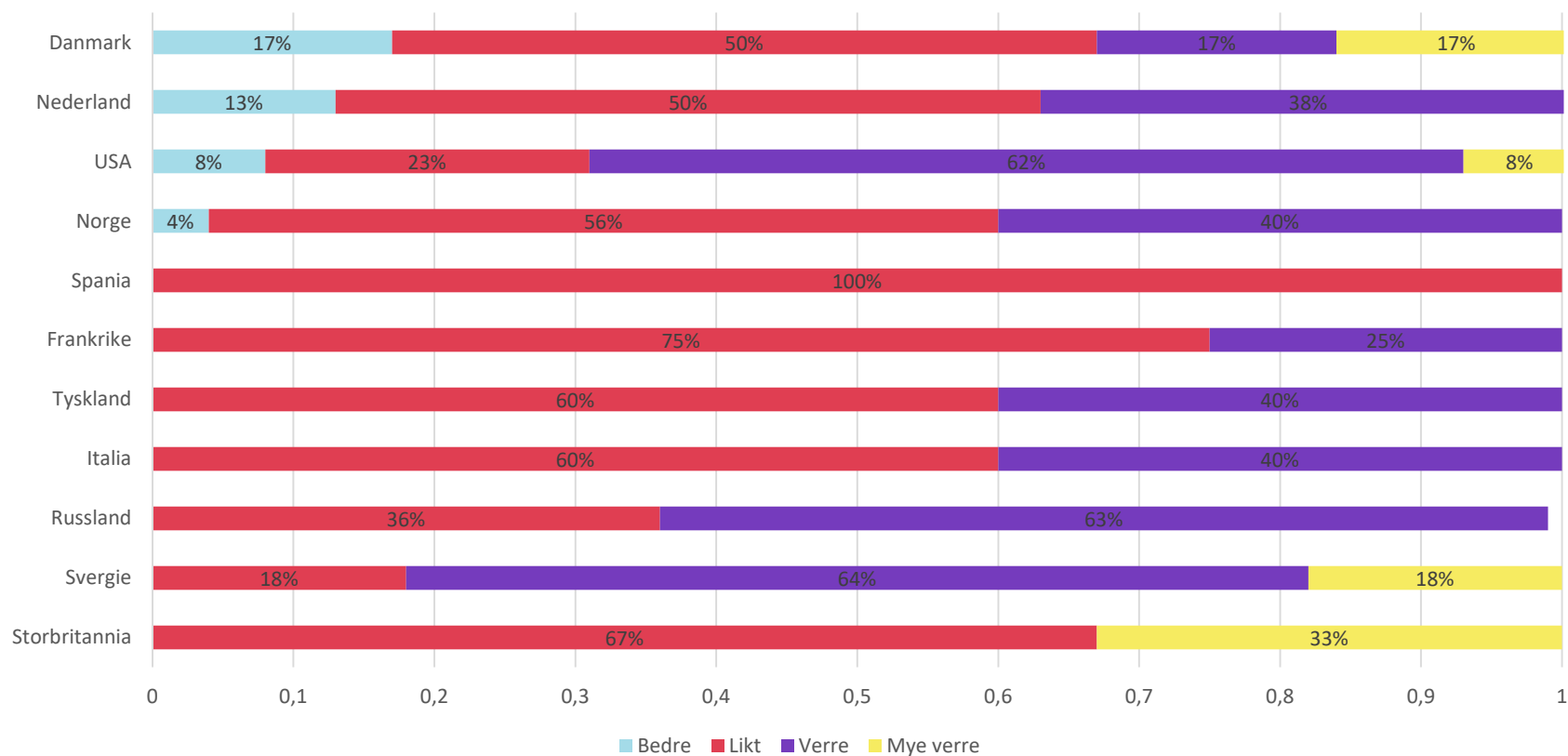
Optimisme hos tilbydere som retter seg mot ulike målgrupper

Spørsmål:
What are your expectations for the traffic to Norway
this coming winter season compared to last winter season?



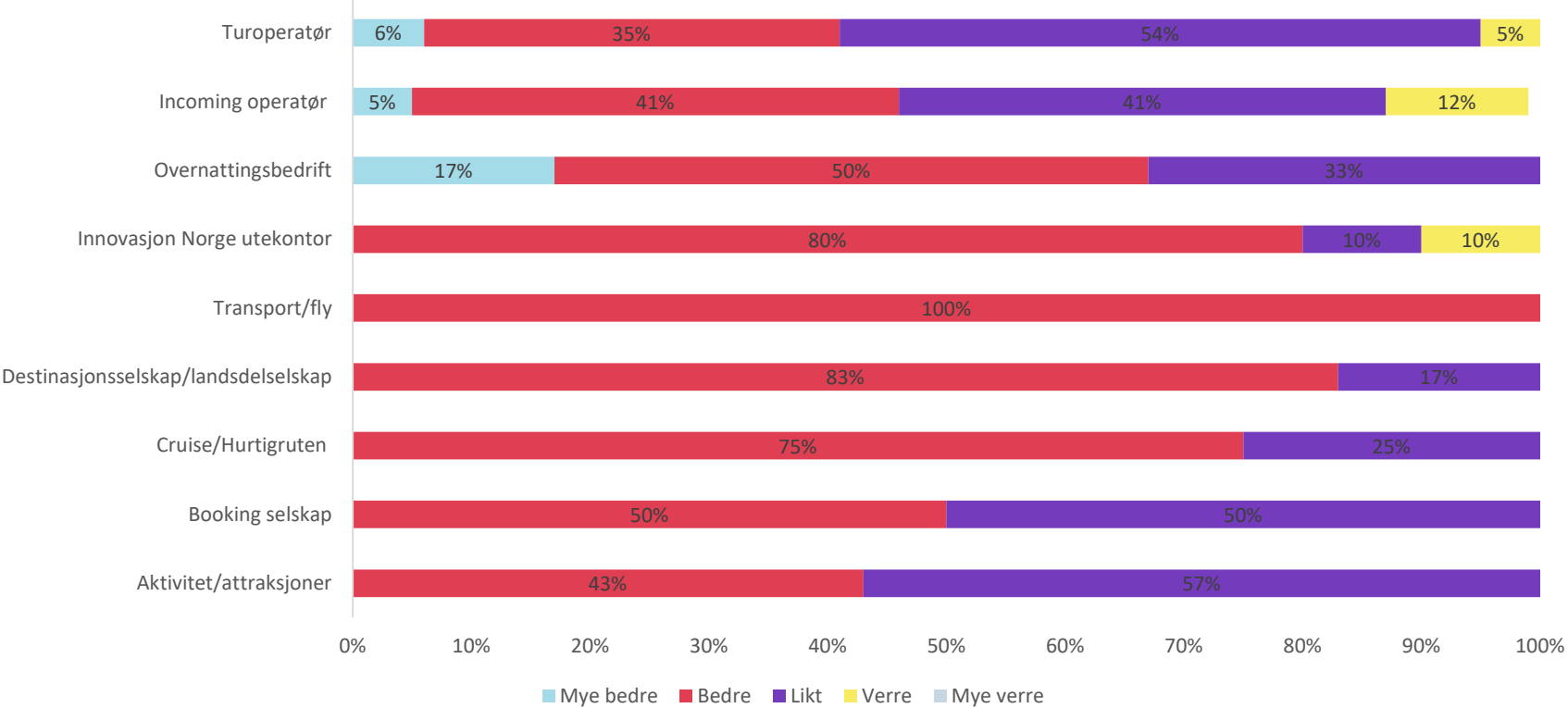
Forventing per marked

Spørsmål:
What are your expectations for the traffic to Norway
this coming winter season compared to last winter season?



Forventning per bransje

Spørsmål:
What are your expectations for the traffic to Norway
this coming winter season compared to last winter season?



En svekket kronekurs betyr flere utenlandske gjestedøgn

Utenlandske hotellgjestedøgn

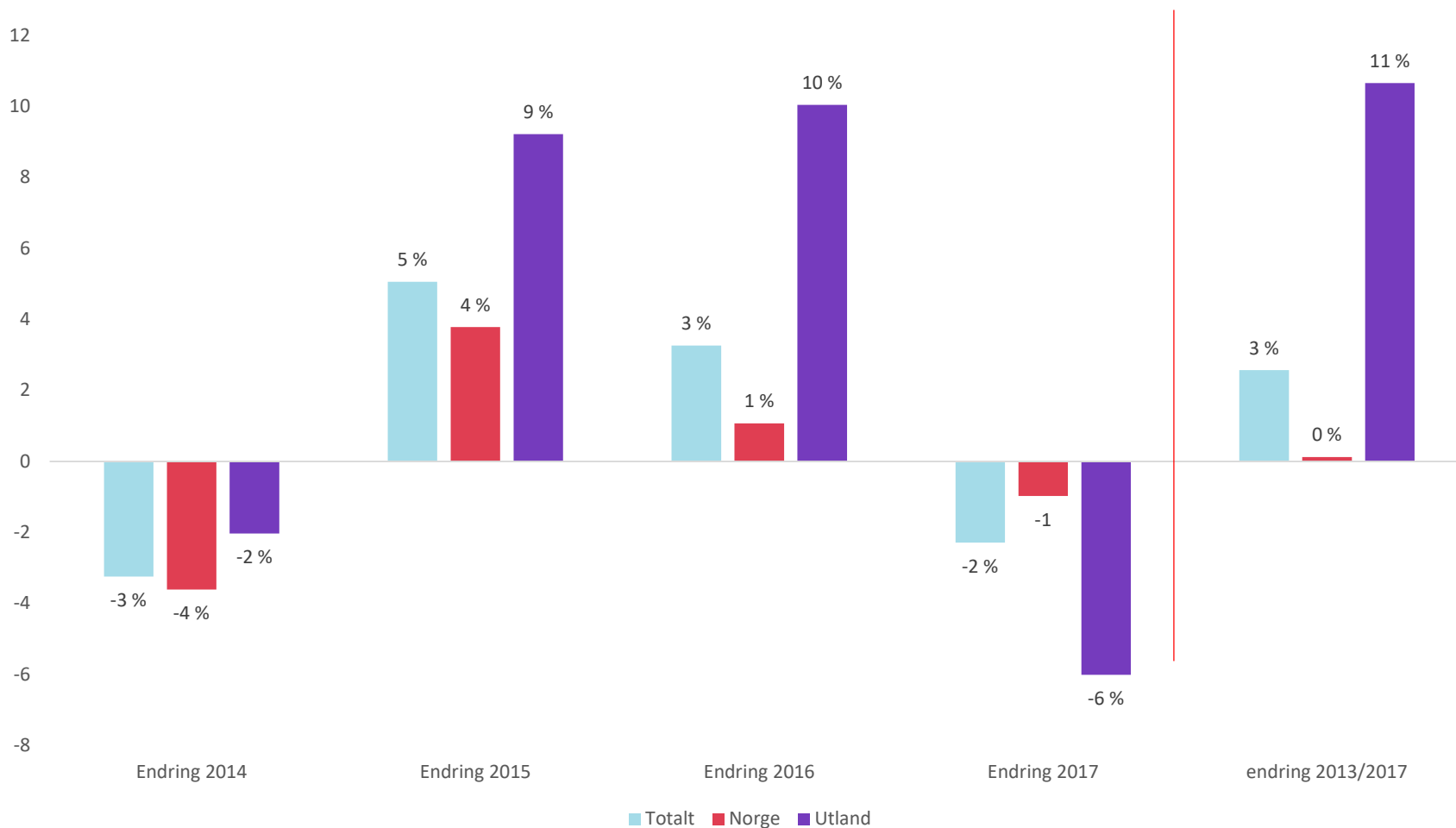
Konkurranskursindeks %



Tilbakeblikk på tidligere vintersesonger

Vintersesongen 2014-2017

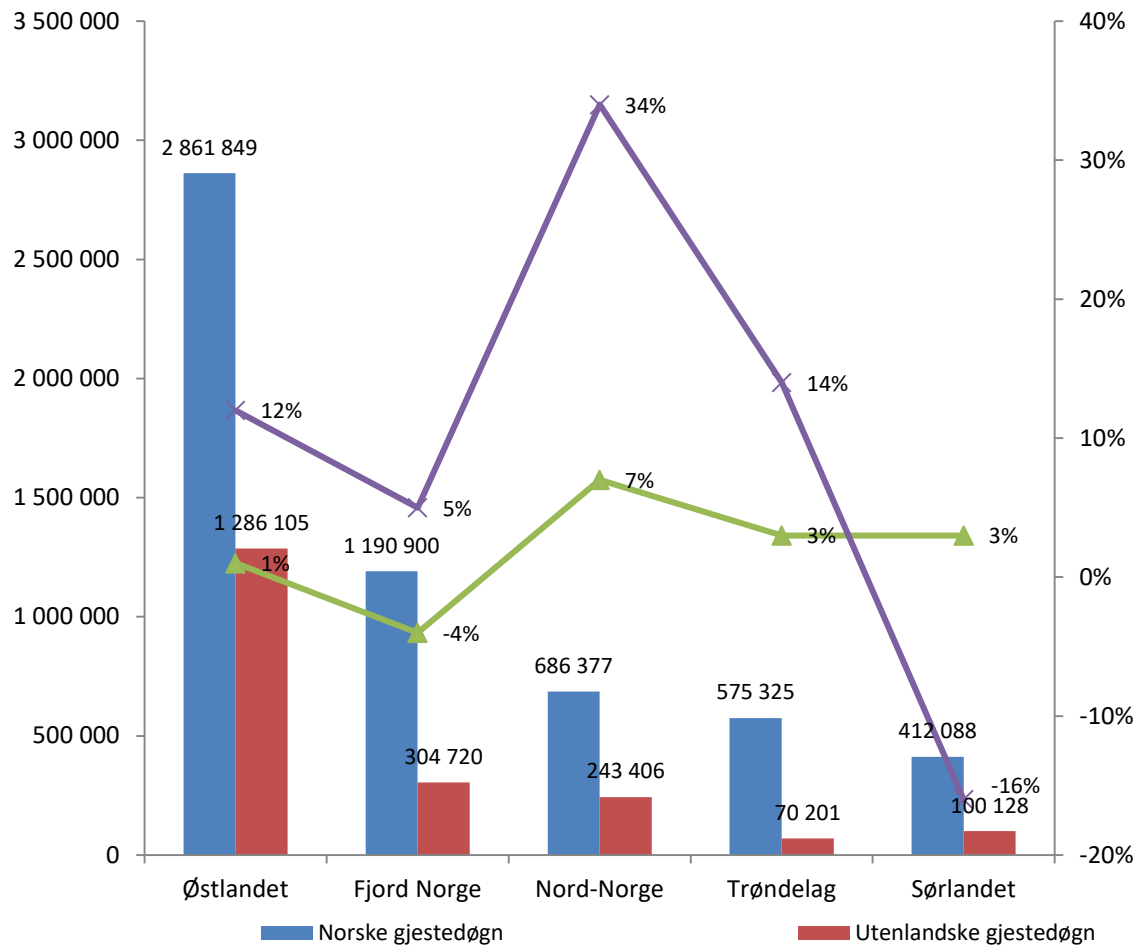
Etter to vintersesonger med vekst, stoppet det opp i fjor. Vinteren 2017 var preget av snømangel og påsken var sen. Likevel lå antall gjestedøgn tre prosent høyere enn i 2013. Takket være 11 prosent flere utenlandske.



Vintersesongen 2016

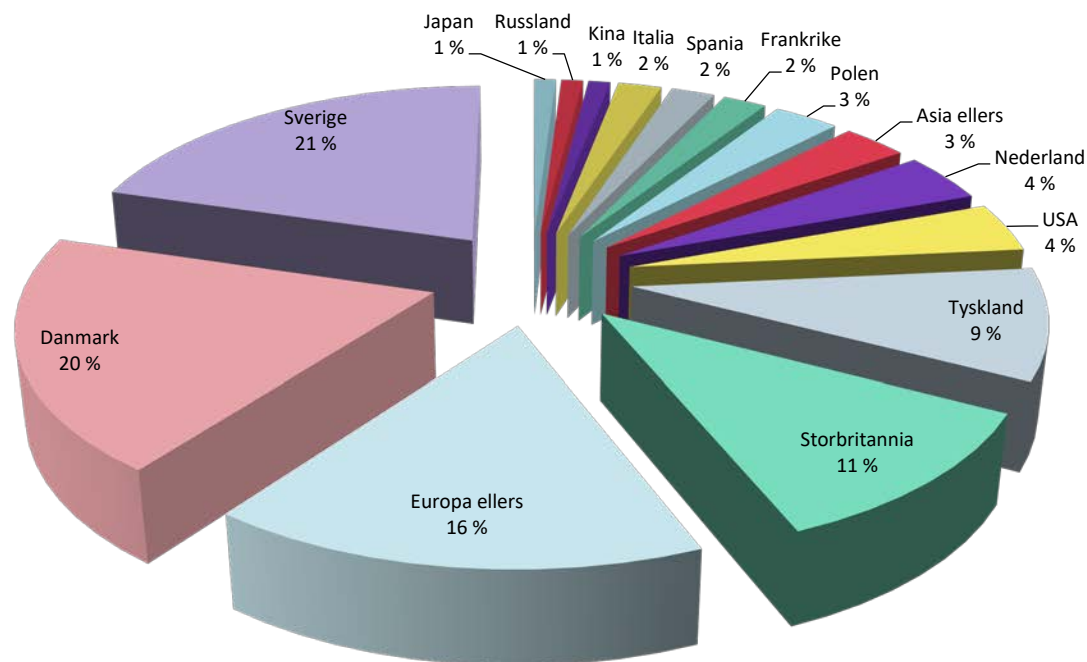
Nord-Norge hadde størst prosentvis vekst av både norske og utenlandske gjestedøgn vintersesongen 2015-2016

Kommersielle gjestedøgn



For første gang mistet Danmark sin
topplassering som det største
vintermarkedet, og måtte se seg slått
av Sverige

Sammensetningen av utenlandske gjestedøgn, vintersesongen 2016



Bakgrunn og metode

- Et elektronisk spørreskjema ble sendt ut og var tilgjengelig i perioden 15. november til 15. desember 2017.
- 120 deltok i undersøkelsen.
- Hensikten med Turistbarometeret er å gi en oversikt over forventet trafikkutvikling fordelt på markeder og bransjer.
- De som deltar i undersøkelsen har i løpet av de siste 12 måneder vært med i Innovasjon Norges kampanjer og aktiviteter, med unntak av de norske incoming operatørene.
- Ekspertpanelet er sammensatt av representanter fra reiselivsnæringen i inn- og utland. Disse representerer turoperatører, incoming-operatører, overnattingsbedrifter, transportører, cruise, aktivitets- og attraksjonsbedrifter, lokale turistkontor, regionale destinasjonsselskap, samt Innovasjon Norges markedssjefer i de respektive markeder.
- Undersøkelsen gjennomføres to ganger i året, før sommer- og vintersesongen.
- Dette er den 30. gang Norges Turistbarometeret gjennomføres.



Tusen takk!
www.innovasjon norge.no