



Månedlig innsikt

November, desember og
hele året 2021

Agnete Stensland

Nyheter NNR Insight

1

- Insight Manager på plass 1/12 2021
- Kartlagt behov for markedsinnsikt
- Prioriteringer 2022:
 - Kvantifisering Strategisk kompass
 - Gjesteundersøkelse for Nord-Norge
 - Distribuere oppsummert og relevant innsikt på ILag
 - Månedlig rapport
 - Bidra i utviklingsarbeid
 - Referansegruppe Nasjonal Monitor

Statistikk

2

November,
desember og hele
året 2021

- Overnattinger
- Reisende med fly
- Viktigste markeder

Overnatting og Flyreisende November

November	2021	Endring fra 2020 (%)	Endring fra 2019 (%)
Totalt ant. overnattinger <u>Nord-Norge</u>	229 402	+ 99	+ 0,4
Totalt ant. overnattinger <u>Nordland</u>	91 340	+ 82	+ 7
Totalt ant. overnattinger <u>Troms/Finnmark</u>	138 062	+ 112	- 5
Totalt ant. overnattinger <u>Svalbard</u>	5 819	+ 100	- 2
Airbnb – reserverte romdøgn Nord-Norge	34 706	+80	- 38
Flyreisende totalt i Nord-Norge	461 186	+ 125	- 12

Overnatting og Flyreisende Desember

Desember	2021	Endring fra 2020 (%)	Endring fra 2019 (%)
Totalt ant. overnattinger <u>Nord-Norge</u>	163 491	+ 77	- 20
Totalt ant. overnattinger <u>Nordland</u>	51 699	+ 32	- 17
Totalt ant. overnattinger <u>Troms/Finnmark</u>	111 792	+ 110	- 22
Totalt ant. overnattinger <u>Svalbard</u>	4 721	+ 77	- 22
Airbnb – reserverte romdøgn Nord-Norge	41 775	+ 76	- 55
Flyreisende totalt i Nord-Norge			

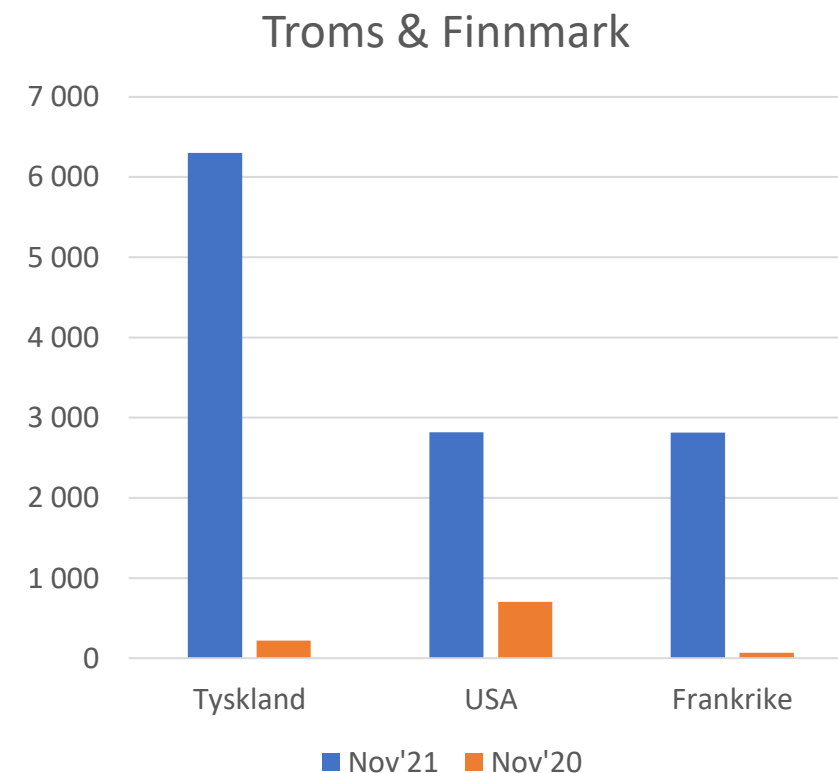
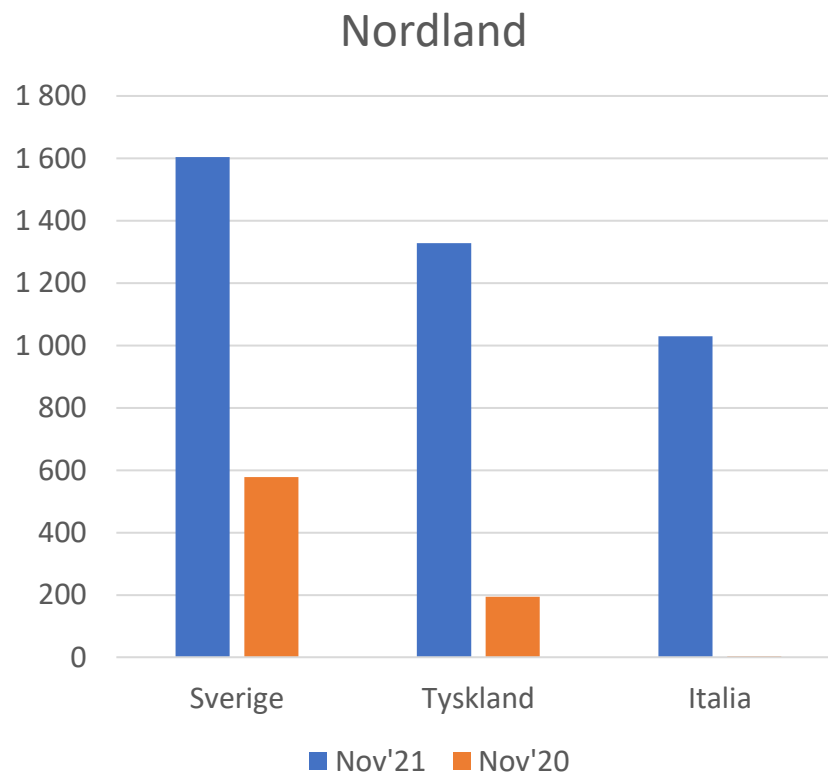
Overnatting og Flyreisende Hele året

Hele året	2021	Endring fra 2020 (%)	Endring fra 2019 (%)
Totalt ant. overnattinger <u>Nord-Norge</u>	3 328 504	+ 13	- 17
Totalt ant. overnattinger <u>Nordland</u>	1 734 114	+ 17	- 7
Totalt ant. overnattinger <u>Troms/Finnmark</u>	1 594 390	+ 9	- 27
Totalt ant. overnattinger <u>Svalbard</u>	80 760	+ 22	- 51
Airbnb – reserverte romdøgn Nord-Norge	474 710	- 28	- 47
Flyreisende totalt i Nord-Norge			

Største markeder kommerielle overnattinger November

Nordland	Troms og Finnmark
Norge 81 054 (+69%)	Norge 101 911 (+82%)
Utland 10 286 (+331%)	Utland 30 332 (+395%)

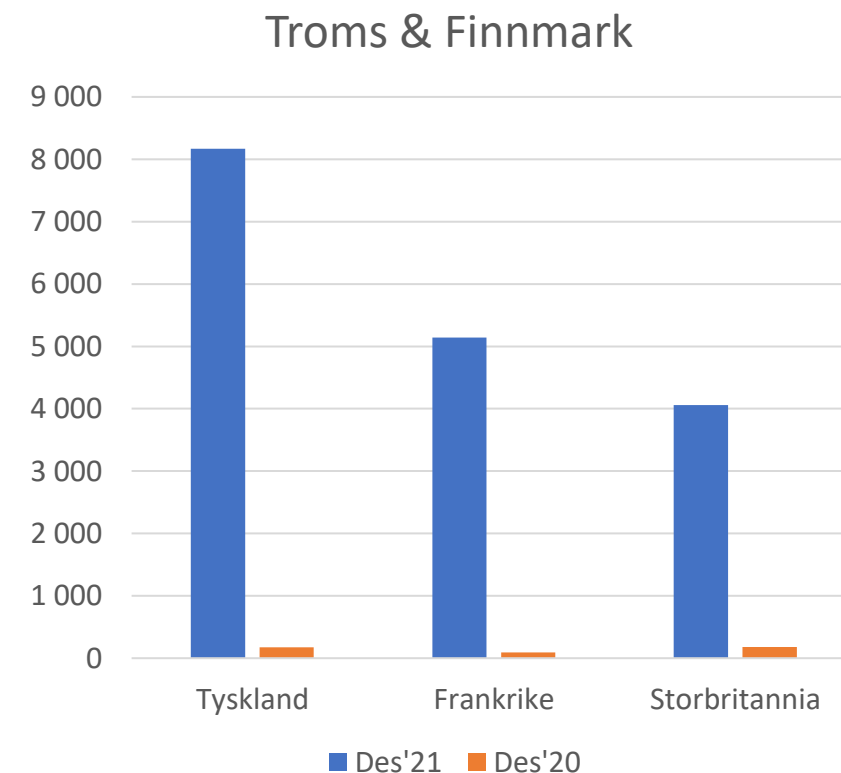
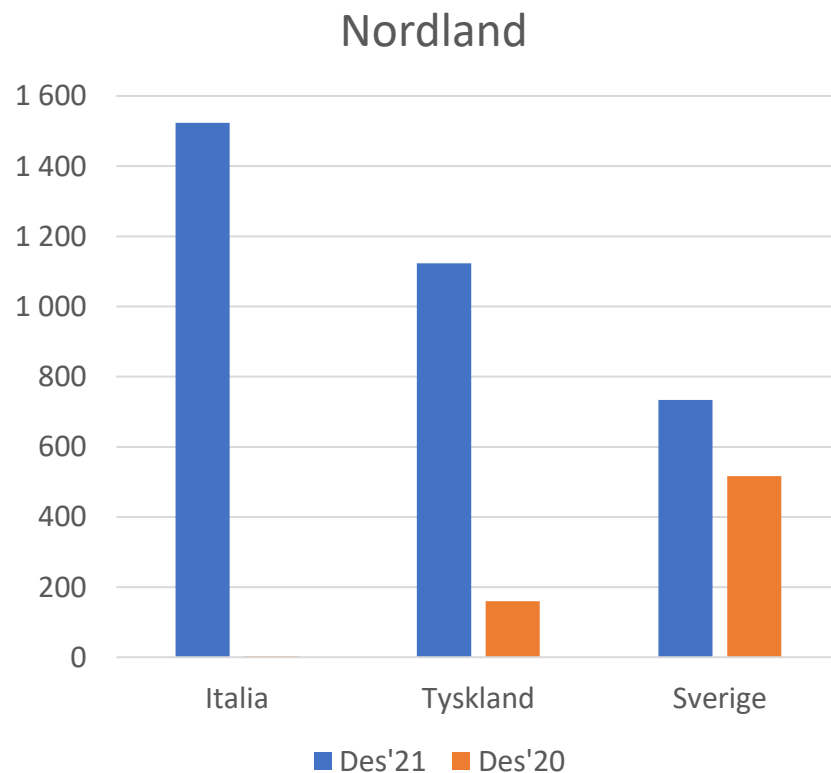
() endr. siden samme mnd i fjor



Største markeder kommerielle overnattinger Desember

Nordland	Troms og Finnmark
Norge 43 982 (+20%)	Norge 64 553 (+40%)
Utland 7 717 (+229%)	Utland 42 518 (+847%)

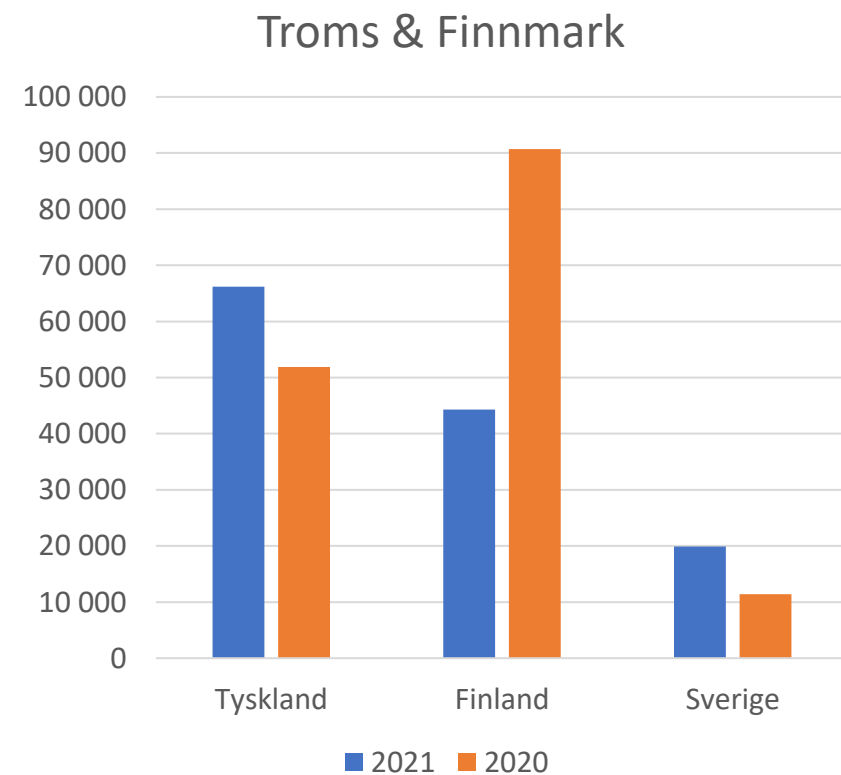
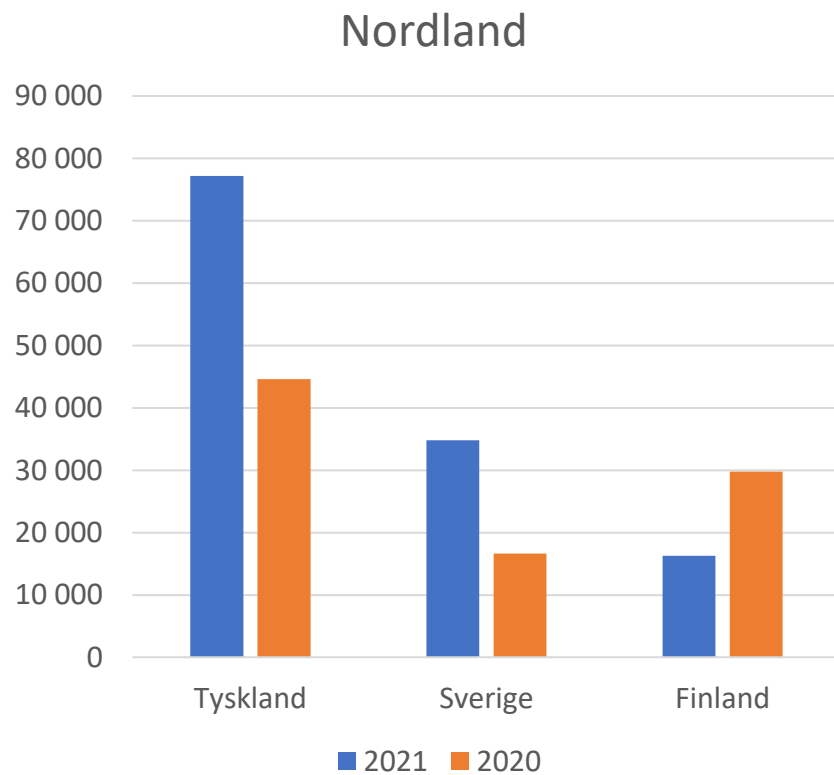
() endr. siden samme mnd i fjor



Største markeder kommerielle overnattinger Hele året

Nordland	Troms og Finnmark
Norge 1 488 648 (+15%)	Norge 1 209 654 (+19%)
Utland 245 466 (+25%)	Utland 303 976 (-21%)

() endr. 2021 mot 2020



Markedsinfo & Analyser

- Hvem vinner gjestene i 2022?
- Six trends shaping travel
- Koronabarometer, høst'21
- Top 10 global consumer trends
- Nordmenns ferievaner 2022
- Norsk reiseliv før, under og etter pandemien

Hvem vinner gjestene?

Destinasjoner med:

- fokus på helse og velvære
- høyere standard
- mye plass og lite trengsel
- tilrettelegging for lengre opphold
- «people first» i alle ledd - gjest + ansatt + lokalsamfunn
- personlig service og fleksibilitet
- så rike opplevelser som mulig, god formidling
- bærekraft i fokus
- smarte digitale løsninger
- høy grad av innovasjon



six trends shaping travel after 2020

Euronews



- Unngå folkemengder
- Natur/villmark
- Stilhet
- Tilbake til naturen
- Miljøet
- Lokalbefolkning
- Utdanning
- Besøke flere steder
- Lavere tempo
- Handler like mye om reisen som destinasjon
- Jobbe fra hvor som helst
- Helse/velvære
- Stressmestring
- Terapi
- Trening
- Fordype seg i reisemålet
- Autentiske opplevelser
- Lokalsamfunn
- Etterlate positive spor
- Kombinere jobb og ferie
- Lengre opphold
- Digitale nomader

Koronabarometeret – Innovasjon Norge

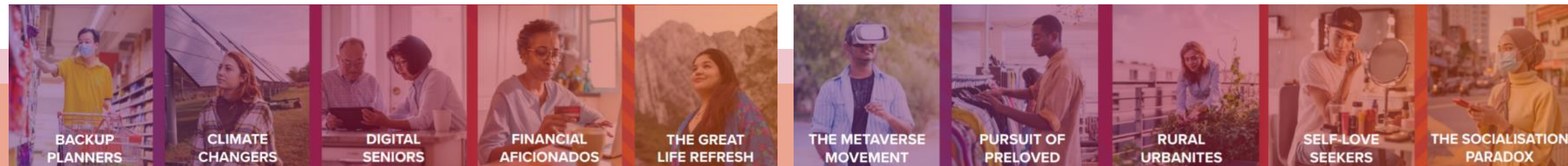
- **Økt reiselyst og reise- og opplevelsesbehov. Mange land øker sin attraktivitet. Fortsatt stor usikkerhet og vanskelig å planlegge**
- **57% vurderer å reise til utlandet det neste året. 63% i løpet av de neste 3 årene**
- **Norge er mer populært enn noen gang – ønsker et mangfold av opplevelser. 7% ønsker å besøke Norge i 2022, 67% i løpet av de neste tre årene**
- **Flere vil oppholde seg lengre når de reiser, men behovet for å reise er så stort at man ikke er like villige til å fly mindre og besøke destinasjoner som er nærmere som ved forrige måling i juni'21**
- **Mange foretrekker pakkereise (39%) – høyt i alle markeder**
- **Avslapping og nye opplevelser er viktigste behov**
- **Nordlys, fjell, kjente naturattraksjoner og kultur mest interessant. Utendørsaktiviteter, spesielt om sommeren**
- **Interessen for Norge faller med alder (de unge har større reise forventninger)**

Marked	Reise til Norge neste år (%)	Reise til Norge neste 3 år (%)	Behov i Norgesferien
UK	4	40	Slappe av, familie, luksus, mat, opplevelser, <u>nordlys</u> , bærekraft. Sommer og vinter
GER	7	46	Oppdage noe nytt, aktiv ferie, mat. Natur, historie, kultur. Sommer (og vinter)
FRA	7	45	Familie, kultur, mat, oppleve noe nytt. Sommer og påske
NL	6	40	Natur, slappe av men også aktiviteter, mat, luksus. Sommer og vinter
DK	8	41	Slappe av, familie, oppleve noe nytt. Natur sommer. Alpint vinter.
SVE	7	45	Slappe av, familie, besøke venner, festivaler, natur, <u>Tromsø</u> . Sommer og vinter.

Undersøkelse i England, Tyskland, Sverige, Danmark, Nederland og Frankrike gjennomført i november-desember 2021
n = 12 000 potensielle reisende

Top 10 global consumer trends – Euromonitor

1. **Back-up planners:** handle lokalt, tilgang og bekvemmelighet, abonnerer gjerne, høy betalingsvilje, optimalisering
2. **Climate changers:** høye forventninger til leverandører, gjør bærekraftige valg og lever miljøvennlig, Millennials and Generation Z
3. **Digital seniors:** blitt mer fortrolige med teknologi, kjøper på nett, er på SoMe (inkl. TikTok), gamer, søker enklere liv, 60+
4. **Financial aficionados:** tar kontroll over økonomien, sparer og investerer, søker enkle løsninger og alternative former for betaling
5. **The great life refresh:** lidenskap og hensikt driver handling, store forandringer i livet, balanse jobb-fritid, opplevelser før ting, personlig verdi
6. **The metaverse movement:** digital identitet og sosialisering, sosiale plattformer og gaming sentralt, virtuell verden (AR, VR, 3D)
7. **Pursuit of preloved:** sparsommelig, leie og bruktkjøp, sirkulærøkonomi, resirkulering, bærekraftig produksjon og forbruk
8. **Rural urbanities:** jobbe hjemmefra, bedre luftkvalitet, enklere og bærekraftig liv, grønne områder, investerer og oppholder seg mer hjemme
9. **Self-love seekers:** individuelle, autentisitet, aksept, egenomsorg og inkludering, fysisk, følelsesmessig og åndelig velvære/lykke
10. **The socialisation paradox:** returnere til et pre-covid liv, ønsker å sosialisere seg og krever en fleksibel tilnærming



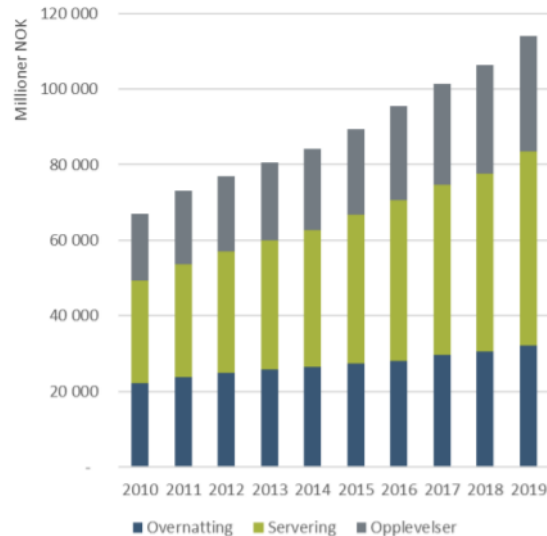
Nordmenns ferievaner 2022 – Reisepuls, Virke

- **Pandemien styrer fortsatt valg av destinasjon og opplevelse (69%)**
- **Planlegger ferie, noen flere vil utenlands men de fleste velger Norgesferie**
- **Reiser til utlandet avhenger av gode avbestillingsmuligheter, lav smitte, selv tatt vaksine, god vaksinasjonsdekning på destinasjonen og karanteneregler**
- **Formål med feriene: tid med familie og venner. Sommer – rekreasjon, sol & bad. Ønsket om å utøve aktiviteter er relativt stort, spes. i vinter, påske og høstferien. Storby, severdigheter og uteliv har lav oppslutning**
- **Feriebudsjett kr 40 150 pr husholdning (+4 800 fra 2021)**

Planlegger ferie	%	Hvor
Vinter	19	Privat hytte(halvparten), utlandet (1 av 4)
Påske	34	Privat hytte(6 av 10), besøk hos venner/familie i Norge (2 av 10)
Sommer	66	Utlandet (43%), privat hytte i Norge (38%)

Norsk reiseliv før, under og etter pandemien

- **2019: omsetningen i norsk reiselivsnæring 206 milliarder kroner**
- **Nord-Norge: Lokalbefolkningen 20% av forbruket. Internasjonale gjester 32%**



- **Omsetningsnedgang på 24%. Formidling hardest rammet**
- **Største fall i eksportinntekter etter krigen**
- **Stor nedgang for nordnorsk verdiskaping – 21%**
- **Andel bedrifter med negativt driftsresultat i 2020, mellom 33 og 41% fordelt på bransje**

- **Sterk underliggende veksttrend for naturbaserte opplevelser - gir norske konkurransefortrinn**
- **Prognoser mot 2030: Høy vekst fram til ny normalsituasjon i 2025**
- **Antall utenlandsankomster til Norge vil passere 2019-nivå i 2025**
- **Samlet reiselivsomsetningen forventet å bli 300 milliarder kroner i 2030 (45% økning fra 2019)**
- **Sysselsettingen forventes ikke å være tilbake til 2019-nivå før i 2030**

Kontakt



Agnete Stensland
Insight Manager
agnete@nordnorge.com
922 61 436



northern
norway