



NordNorsk
Reiseliv AS



Foto: Terje Rakke

Vandring – dagens marked og målgruppe

4. Oktober 2022

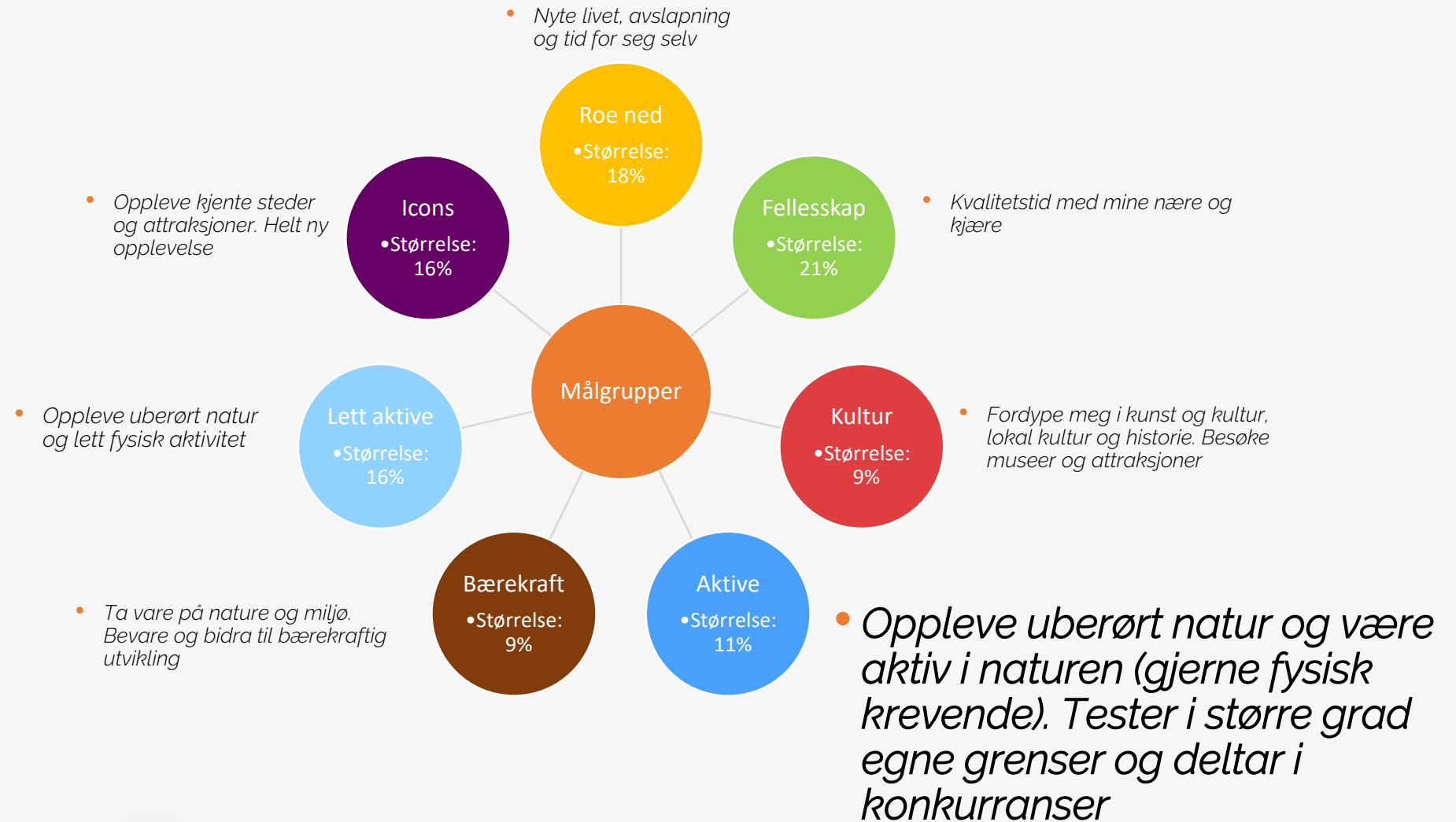
Agnete Stensland, Market Insight Manager



Nordnorsk
Reiseliv AS

1. Målgruppe – Aktive i naturen
 - Hva kjennetegner disse? Resultater fra vår markedsundersøkelse i 9 markeder
2. Hvem ønsker å vandre i Nord-Norge?
 - Resultater fra Gjesteundersøkelsen
3. Markedspotensial
4. Hva er vandrerne opptatte av?
 - Tilbud, opplevelser og tilrettelegging

1. Målgruppe - Aktive i naturen





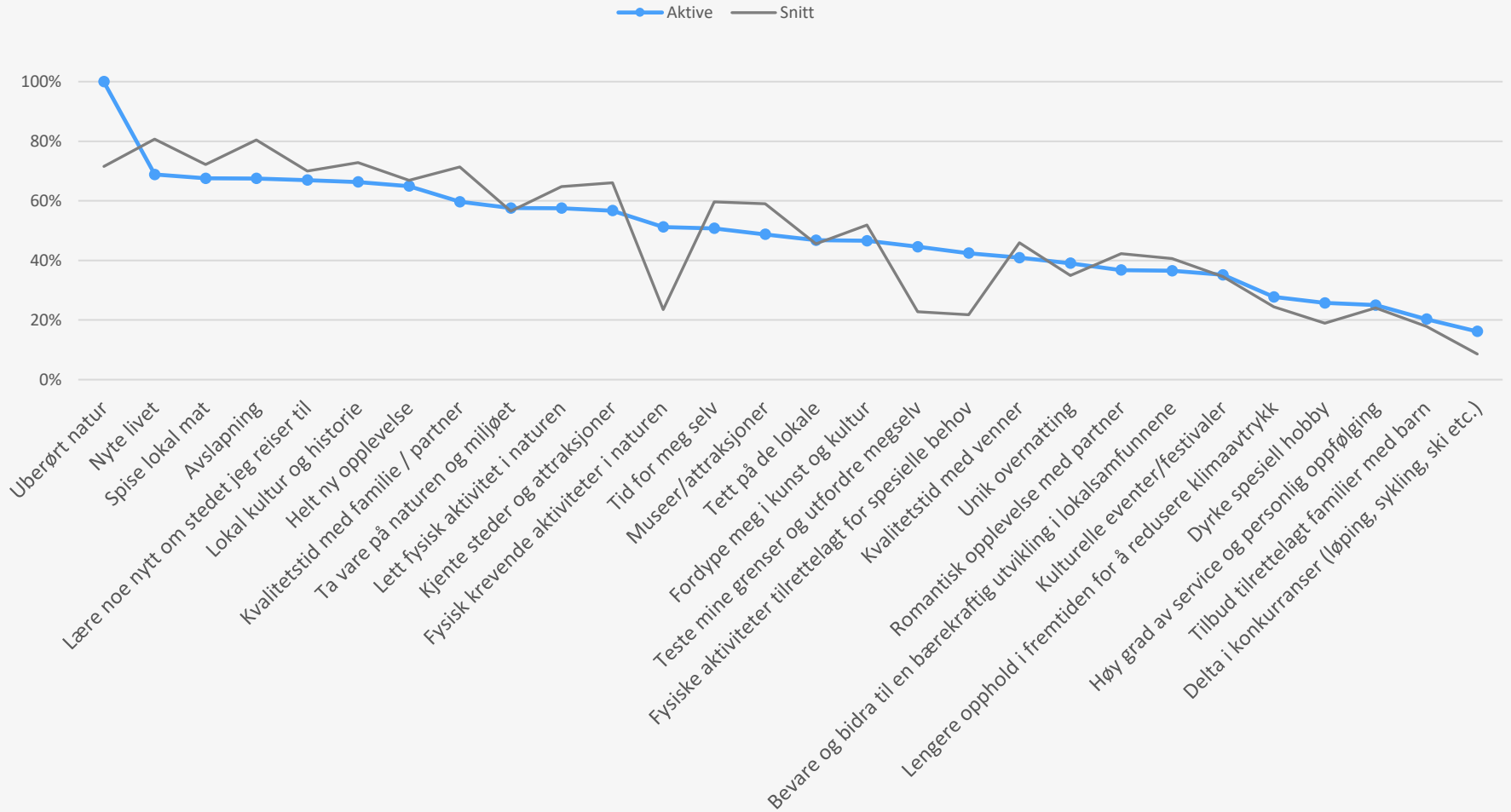
Aktiv

Hva er viktig?










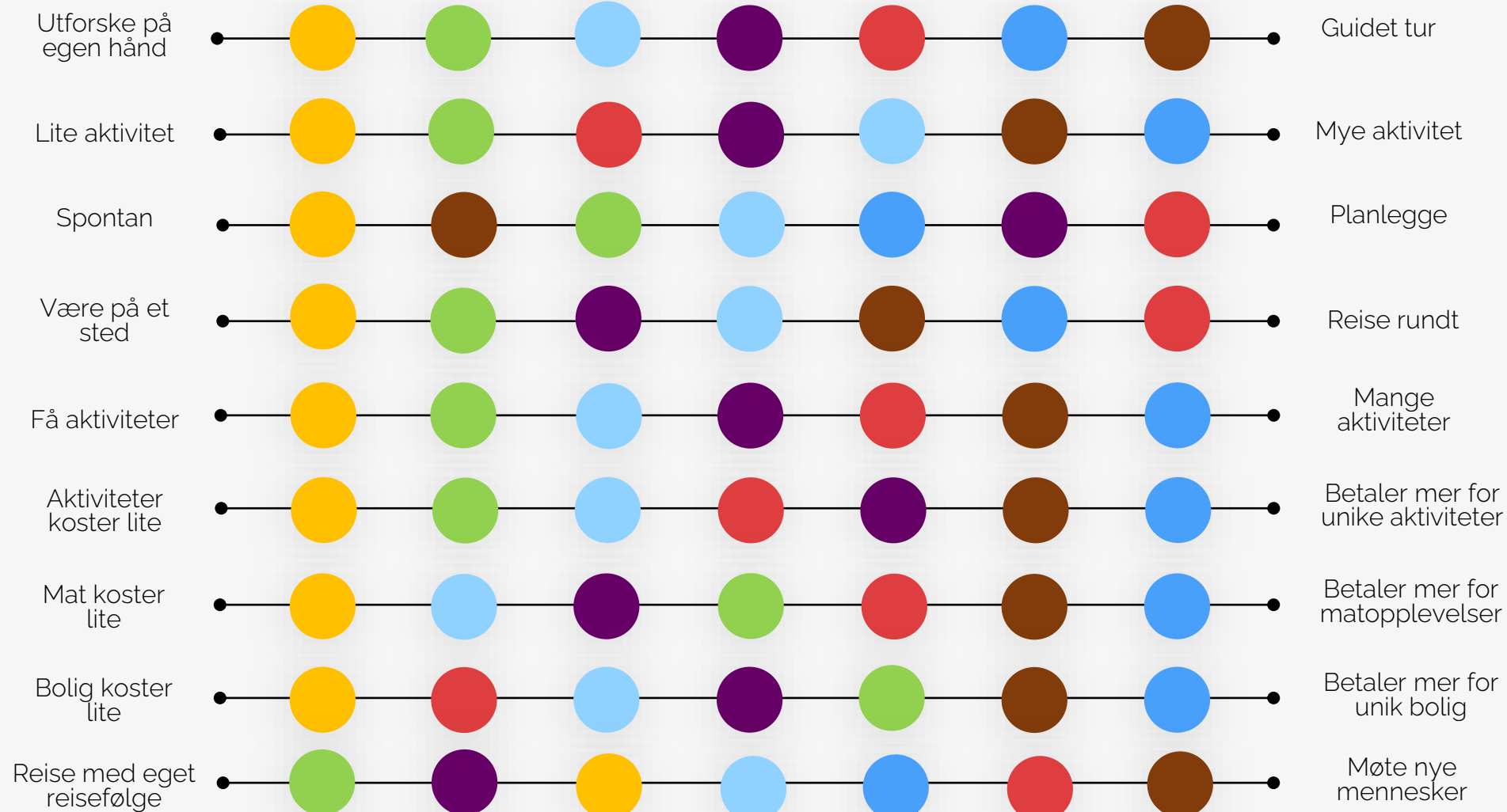
Nordnorsk
Reiseliv AS

Hva er viktigst for deg når du reiser?



Fordeling per akse

-  Roe ned
-  Fellesskap
-  Kultur
-  Aktive
-  Lett aktive
-  Bærekraft
-  Icons





Aktiv

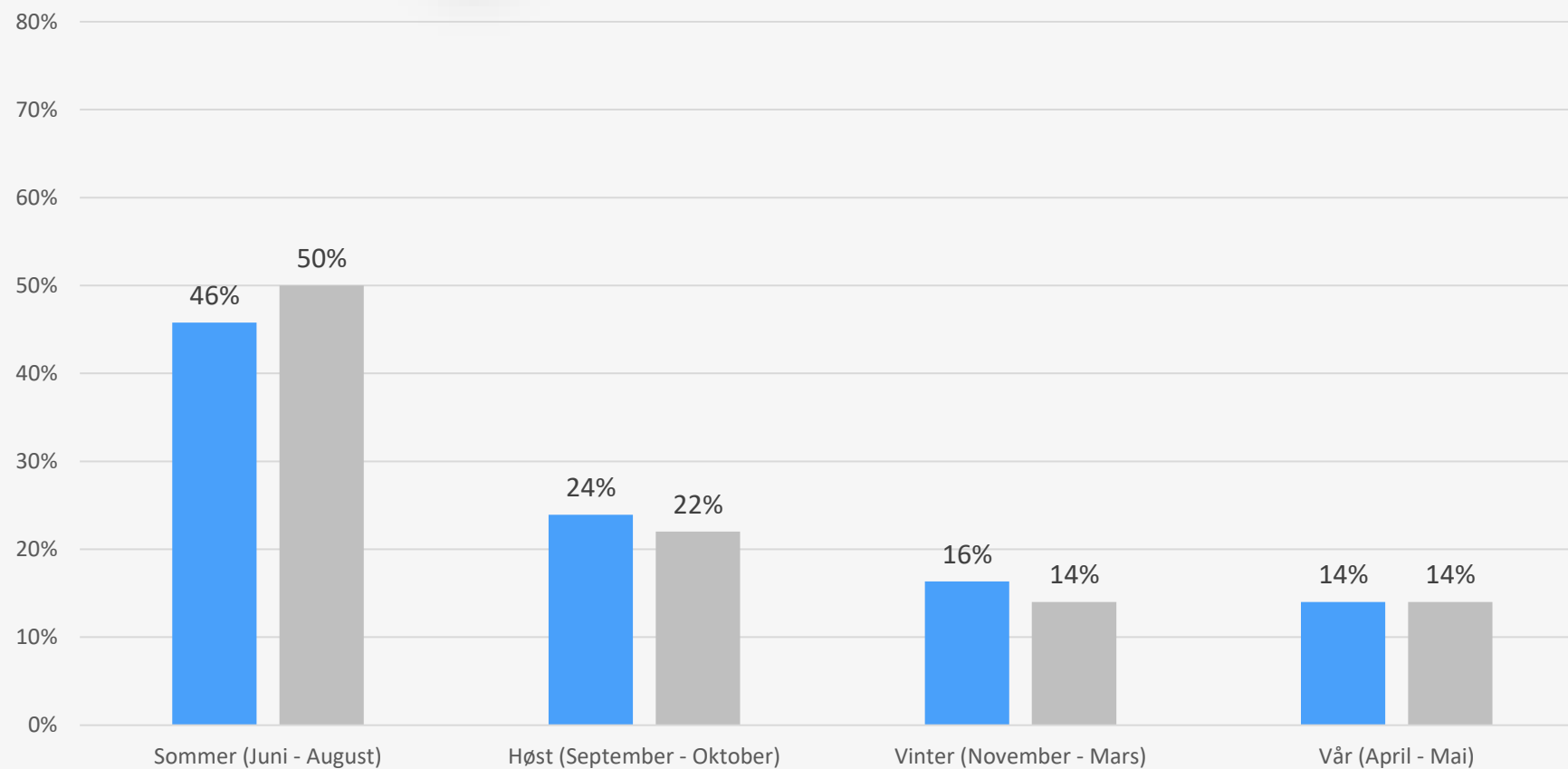


NordNorsk
Reiseliv AS

De aktive har høy interesse for Nord-Norge året rundt



Mest relevante sesong å reise til Nord-Norge



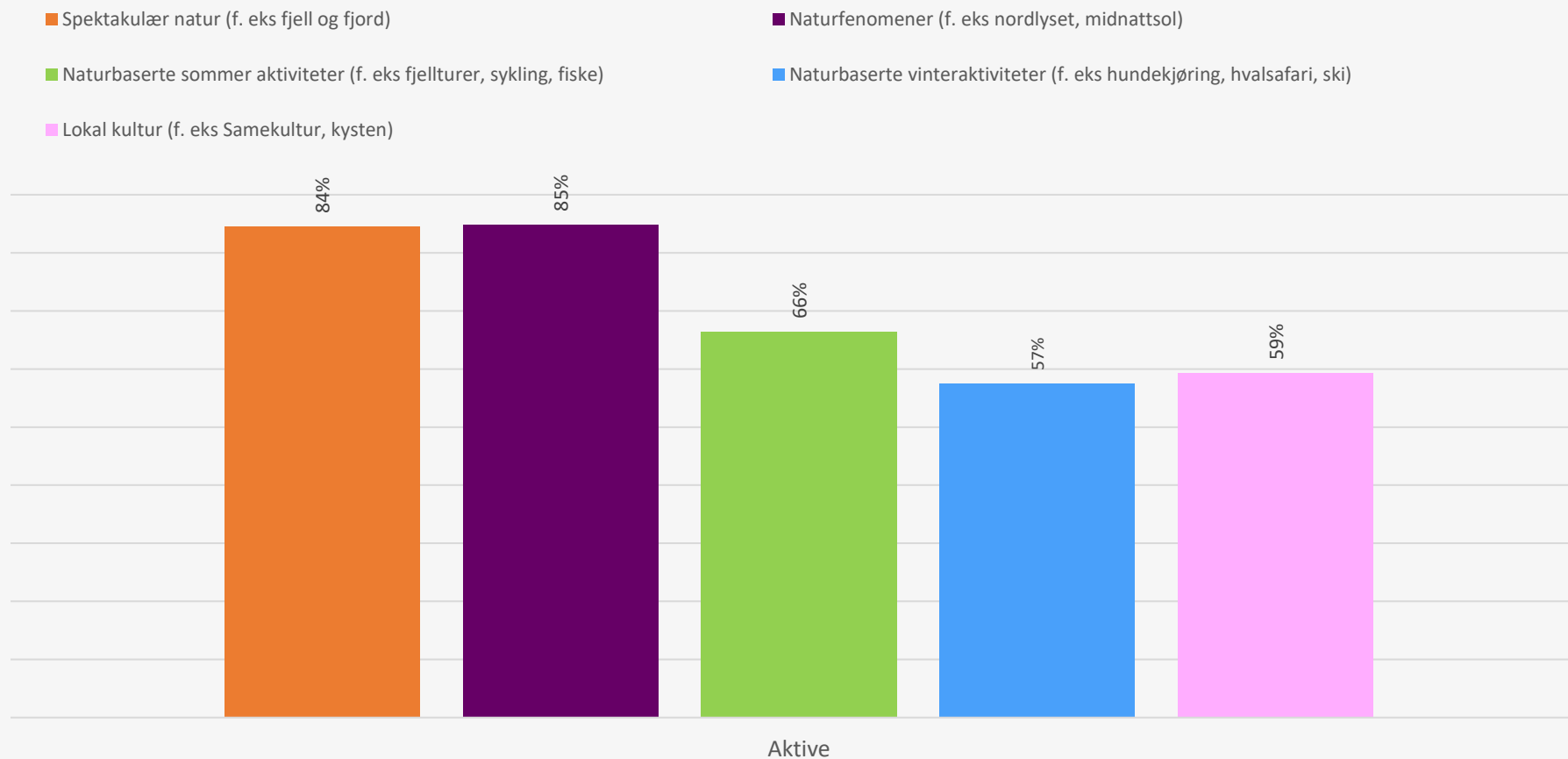
Drivere for reise til Nord-Norge – Aktive i naturen

Brutt ned på de med høy interesse for å reise til Norge og interesse for å reise til Nord-Norge og Svalbard



NordNorsk
Reiseliv AS

Hvis du skulle reist til Nord-Norge, hvor interessert ville du vært i følgende (interesse for **Nord-Norge** + høy interesse for aktivitetene)



2. Hvem har høy interesse for vandring i Nord-Norge?



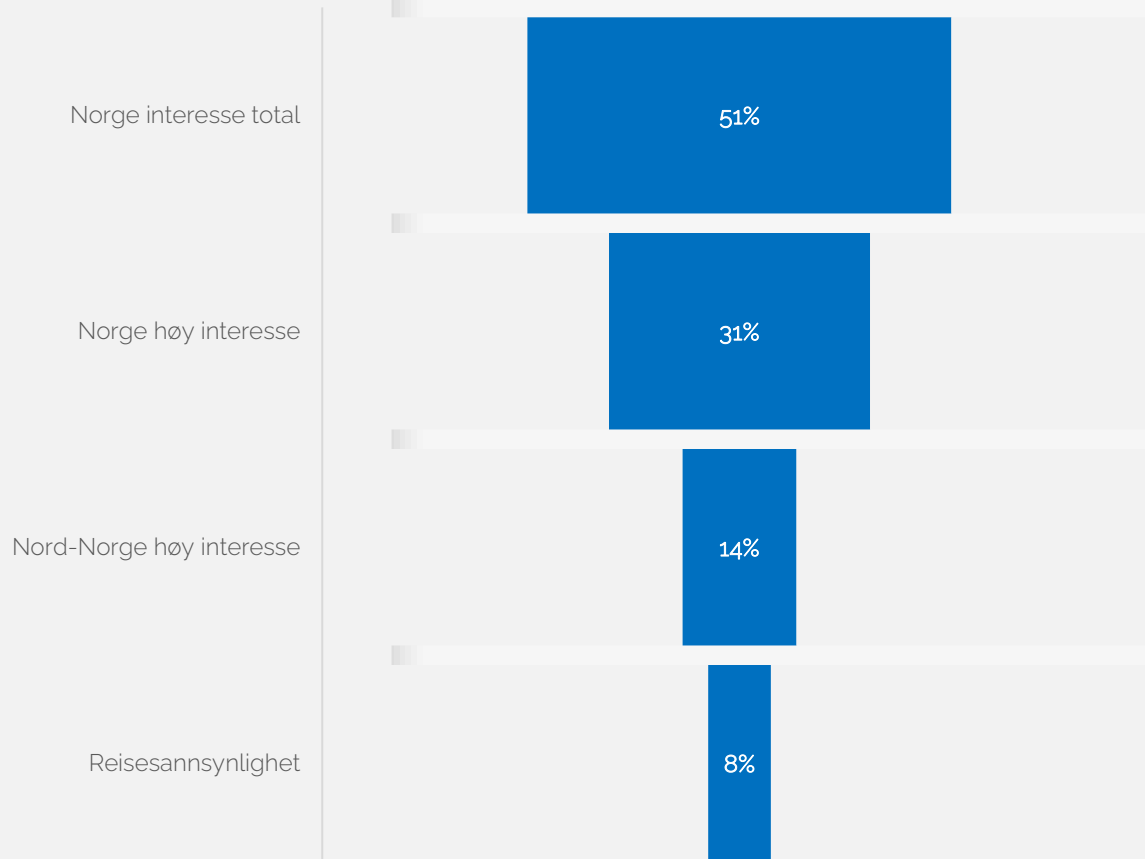
Foto: Carina-Schjem-Grimsgaard

- Aktive i naturen (tidl. Outdoors)
- Kvinner og menn, gj.sn alder ca 43 år
- Mange har besøkt Nord-Norge før
- Aller viktigst: være aktive ute i naturen, vandre i lett tilgjengelig landskap, gjerne villmark – og i midnattsol
- Også viktig: merkede turstier, arktisk dyreliv, lokal kultur og livsstil
- Høy interesse for lokal og lokalprodusert mat
- Vil reise rundt og oppleve på egen hånd
- 4 av 10 bor på hotell
- Gj.sn oppholdstid: 6 – 7 dager
- Gj.sn forbruk per pers per døgn (NOK):
 - Ca. 1 000 – overnatting
 - Ca. 800 – aktiviteter
 - Ca. 600 - mat

3. Markedspotensial - Aktive i naturen

Interessetrakt

Aktive



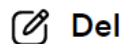
- ca. 2 millioner Aktive i naturen har høy interesse for Nord-Norge
- Høyest døgnforbruk
- Gj.sn oppholdstid: 6 – 7 dager

Snitt døgnforbruk per målgruppe



4. Hva er vandrerne opptatte av?

- Bærekraft
 - Veldig opptatt av å ta vare på naturen (83%), ta hensyn til lokalsamfunn (74%), og ha et ansvarlig forbruk (60%)
 - 3 av 10 vet ikke hva de mener om tiltak for å ta vare på naturen og om destinasjonen de har besøkt er bærekraftig
 - 65% ønsker å kjøpe lokale produkter
- Kundereisen
 - Enda mer relevant inspirasjon før reisen
 - Enda bedre tilrettelegging (skilting, parkering, toaletter)
 - Bedre rutetilbud offentlig transport
 - Bedre oppfølging etter reisen
- Sesong, destinasjon og aktiviteter
 - Andre målgrupper er også interessert i vandring -> ulike vandretilbud viktig
 - Vandrerne er også interessert i kultur og andre naturopplevelser
 - Høy interesse også høst og vinter
 - Hele Nord-Norge er interessant - også å besøke Sverige og Finland på samme reise



Del



Vegg



Medlemmer



Nyheter



Kunnskapsbase



Arrangementer



Grupper



Destinasjoner

Ressurser



Kategorier

Brukerhåndbok →

Hjelp og praktiske tips til brukere av iLag

Eksterne analyser →

Markeds-, trend- og næringsanalyser

Gjesteundersøkelse →

Info om undersøkelse og rapportering

Reisefeber →

Månedlig temperaturmåling med oppsummert statistikk og analyser fra vår Insight Manager

Statistikk →

Oversikt over kommersielle gjestedøgn og nøkkeltall pr. måned

Strategisk kompass →

Kvantifisert kompass 2022

Kontakt

Agnete Stensland

Market Insight Manager

agnete@nordnorge.com

922 61 436



NordNorsk
Reiseliv AS

