



Nordnorsk
Reiseliv AS



Gjesteundersøkelsen

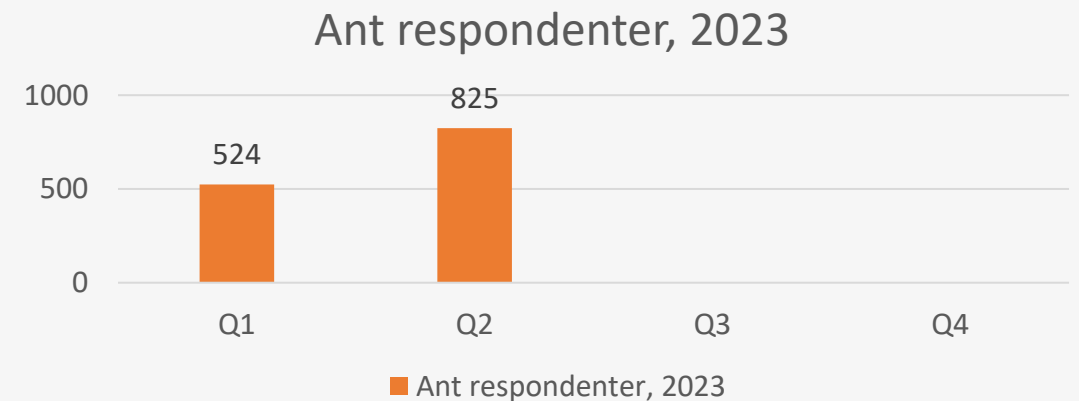
Rapport Q2 2023

Agnete Stensland, Markedsanalytiker

Foto: Marie Nystad, NNR

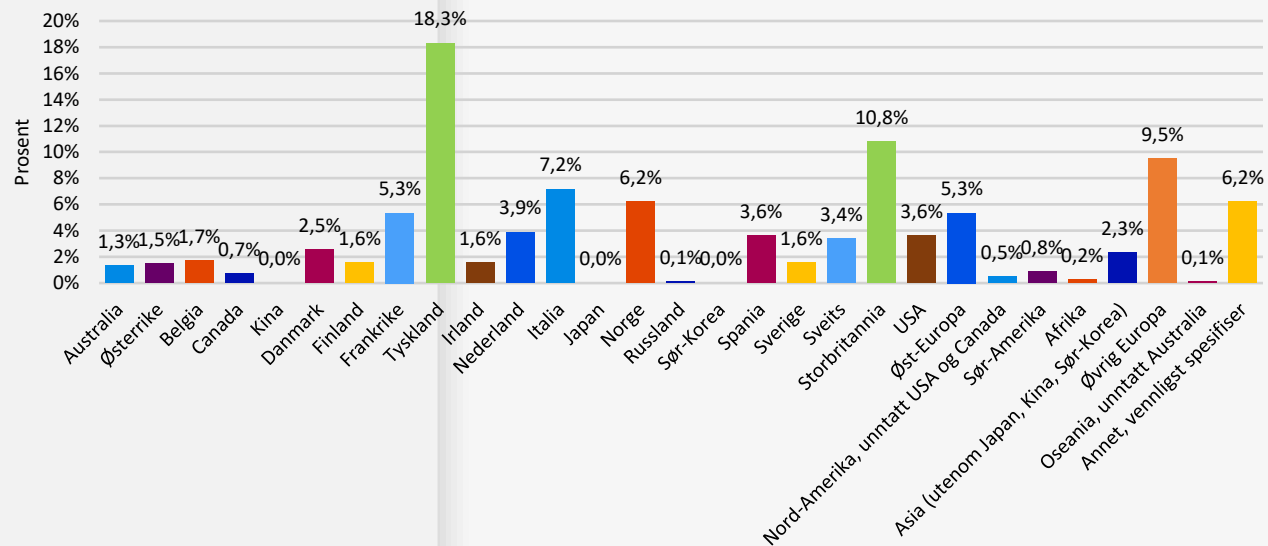
Gjesteundersøkelsen

- Oppstart 15. august 2022
- Totalt 1 840 respondenter per 30/6 2023
- Denne oppsummeringen for Q2 (april – juni 2023) har 825 respondenter
- Mange nasjonaliteter, flest tyske (18%), britiske (11%), italienske (7%) og norske (6%) respondenter
- Alle aldre, mange unge (flest 24 – 60)
- 66% kvinner / 34% menn

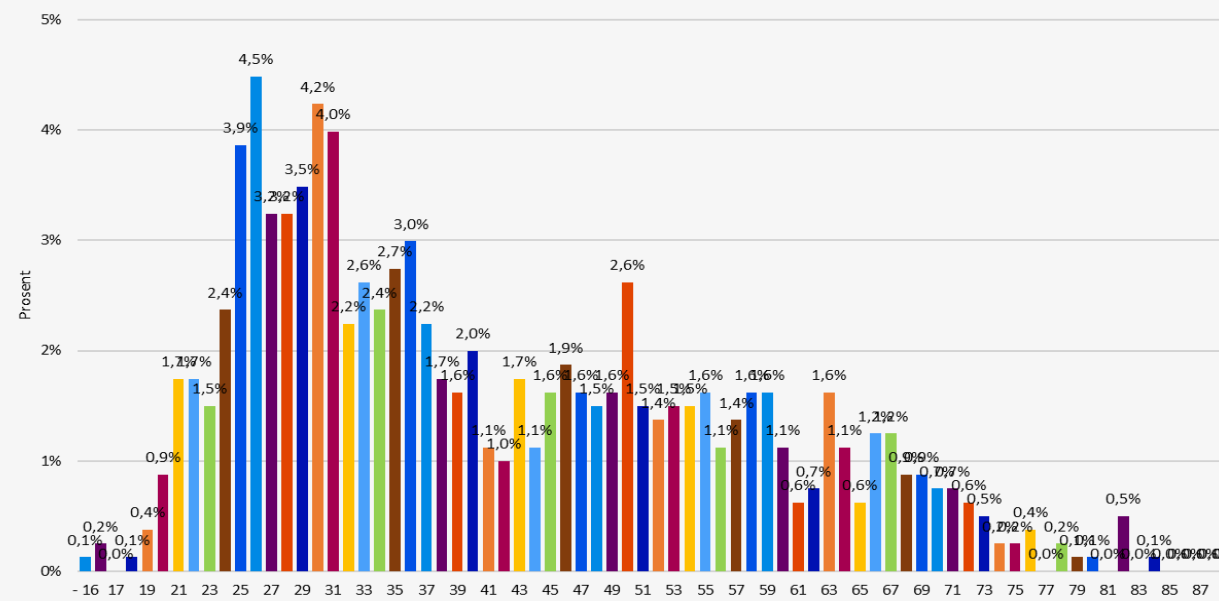


Demografi

Bosted



Alder



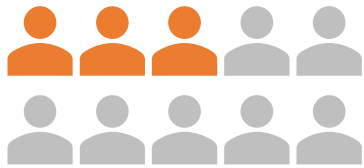
Sammen drag

- Lokal kultur aller viktigst generelt når man skal på ferie
- I Q2 er naturen den viktigste årsaken til å besøke Nord-Norge/Svalbard, både for de som har besøkt og ikke
 - Kultur er viktigere for de som enda ikke har besøkt nord. Midnattssola viktigere for de som har besøkt
- Høyt ønske om å ta vare på natur og lokalsamfunn
- Lokal og tradisjonsrik mat er svært viktig
- Lavere interesse for utendørs sommer- enn vinteraktiviteter, men over halvparten ønsker
 - Vandring
 - Midnattssoltur
 - Båttur
 - Museumsbesøk
 - Samiske opplevelser
- Ca. 6 av 10 organiserer alt selv og bestiller online i forkant av reisen
- Kort bestillingstid
- Viktigste info.kilder: generelle nettsøk, Instagram, Facebook, YouTube og visitnorway
- Gjennomsnittlig oppholdstid er ca 2 uker
- Juni og juli mest populære måneder for de som enda ikke har besøkt nord – viser at planleggingstiden er kort
- 4 av 10 reiser sammen med partner
- 4 av 10 vil reise rundt å besøke flere destinasjoner i Nord-Norge
- Lofoten, Tromsø, Svalbard og Nordkapp mest attraktivt blant de som enda ikke har besøkt
- Generelt høy tilfredshet og sannsynlighet for gjenkjøp
- Nesten 7 av 10 er positive til å betale en besøksavgift
- 6 av 10 har ikke endret reisevaner som følge av pandemien

Nøkkelfakta

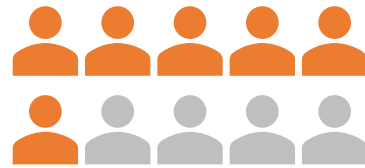


Nordnorsk
Reiseliv AS



3 av 10

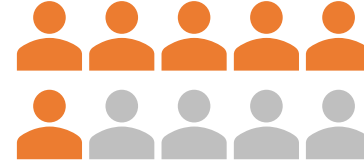
vil oppleve på egen
hånd og ikke kjøpe
aktiviteter



7 av 10

besøker Nord-Norge
eller Svalbard p.g.
naturen

4 av 10 midnattssola



6 av 10

organiserer alt
selv og bestiller
på forhånd hos
ulike tilbydere



7,4 av 10

vil spise
lokalprodusert mat

Nøkkelfakta



NordNorsk
Reiseliv AS



5 av 10

vil reise rundt i Nord-Norge og besøke flere destinasjoner



8 av 10

er svært tilfredse med sin ferie i nord



3,4 av 10

av de som enda ikke har besøkt oss, sier det er svært sannsynlig i løpet av de neste tre årene

10% flere av de som besøkte nord i Q2 ønsker å reise rundt i Nord-Norge og oppleve flere steder, sammenlignet med Q1

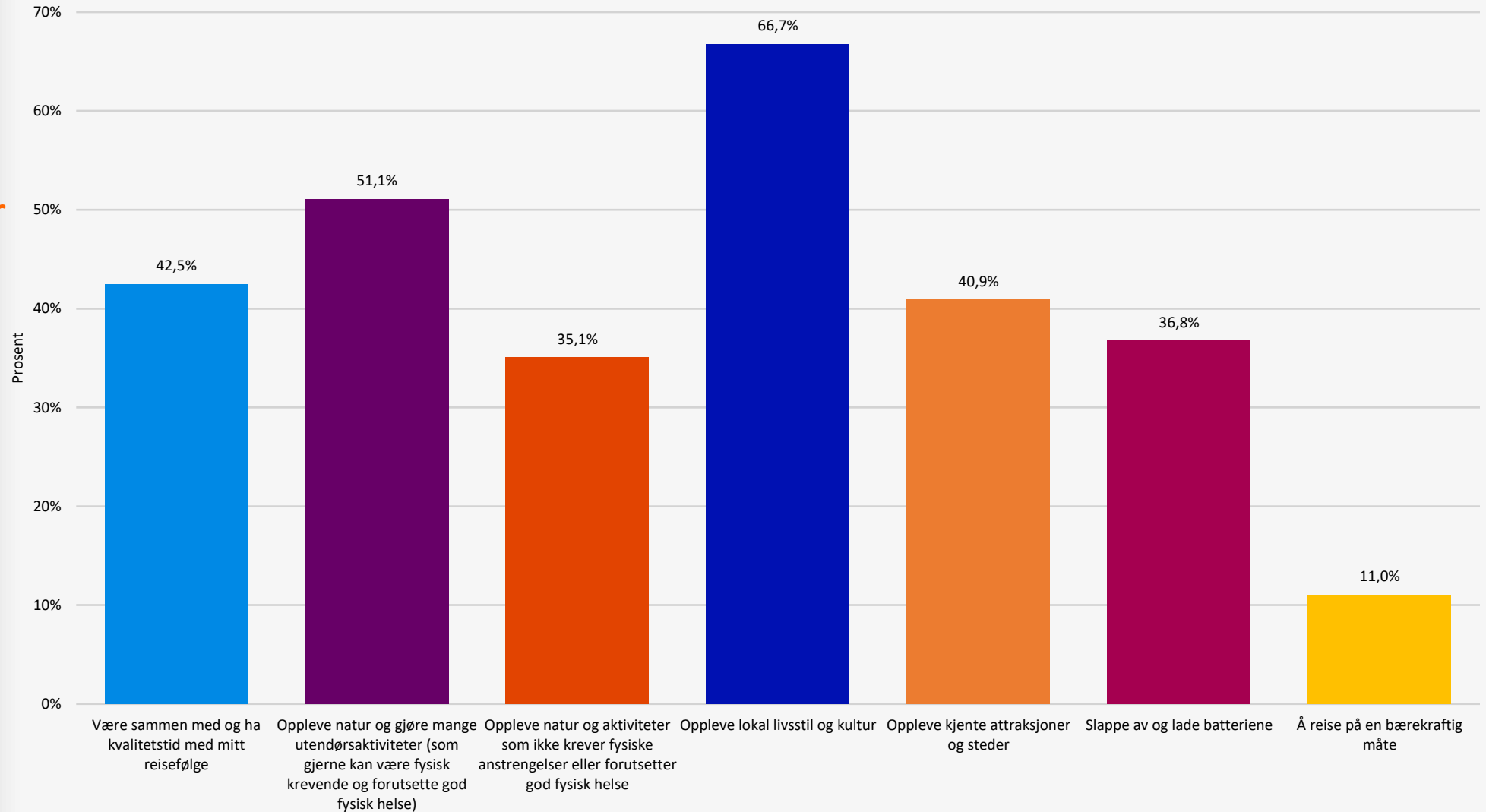
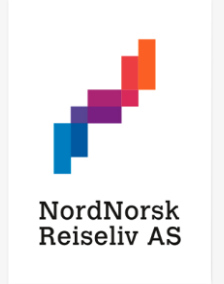


Nordnorsk
Reiseliv AS

Driverne generelt - feriereiser

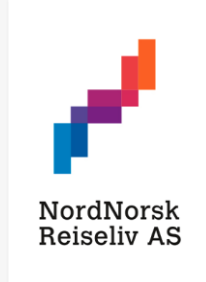
Når jeg reiser på ferie, er det viktigste for meg...

(du kan velge maksimum 3 alternativer)

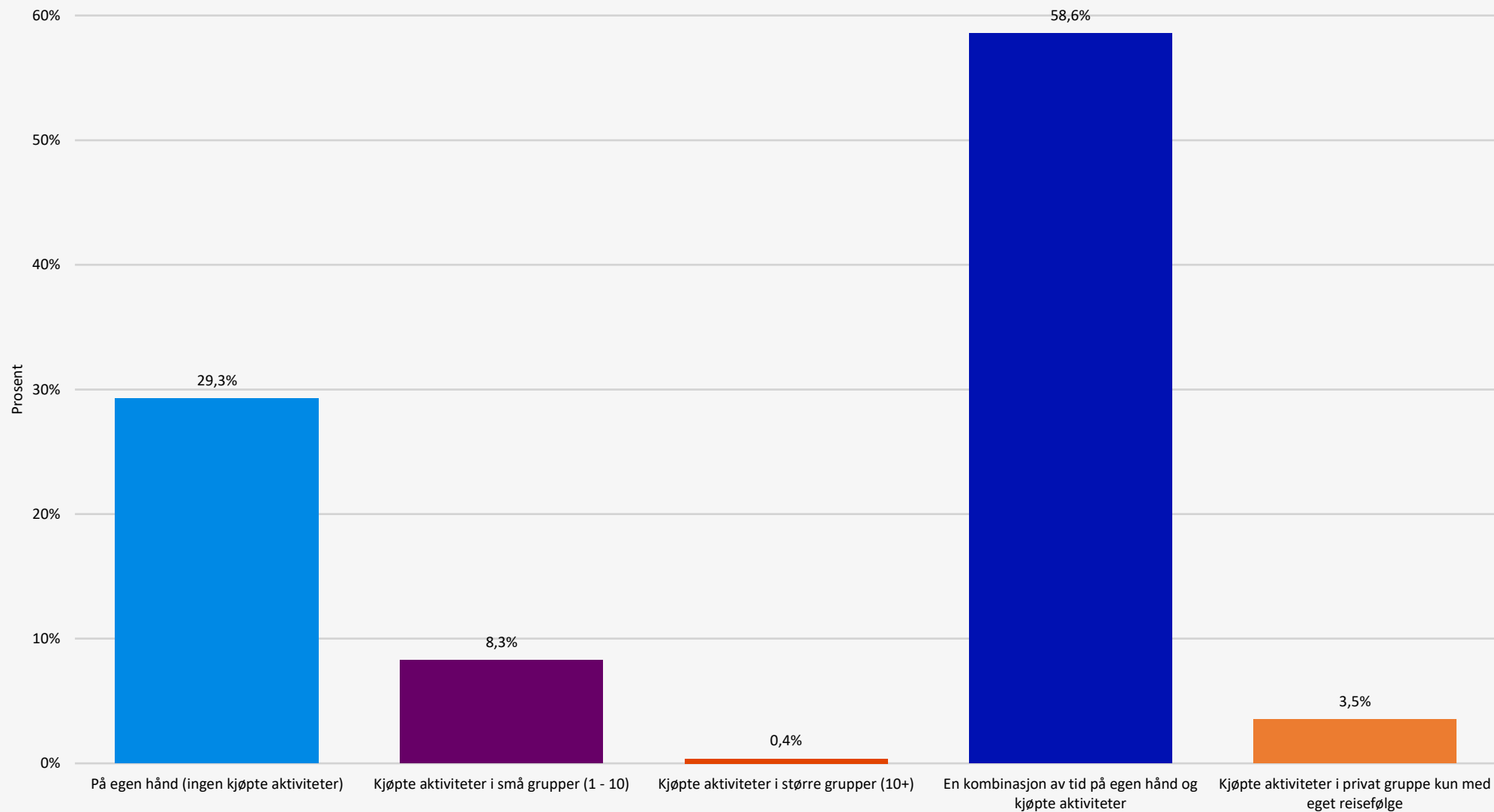


Å slappe av og ikke-aktive naturopplevelser er viktigere i Q2 enn i Q1

Det samme gjelder å oppleve kjente attraksjoner og steder



Foretrekker du å oppleve...?



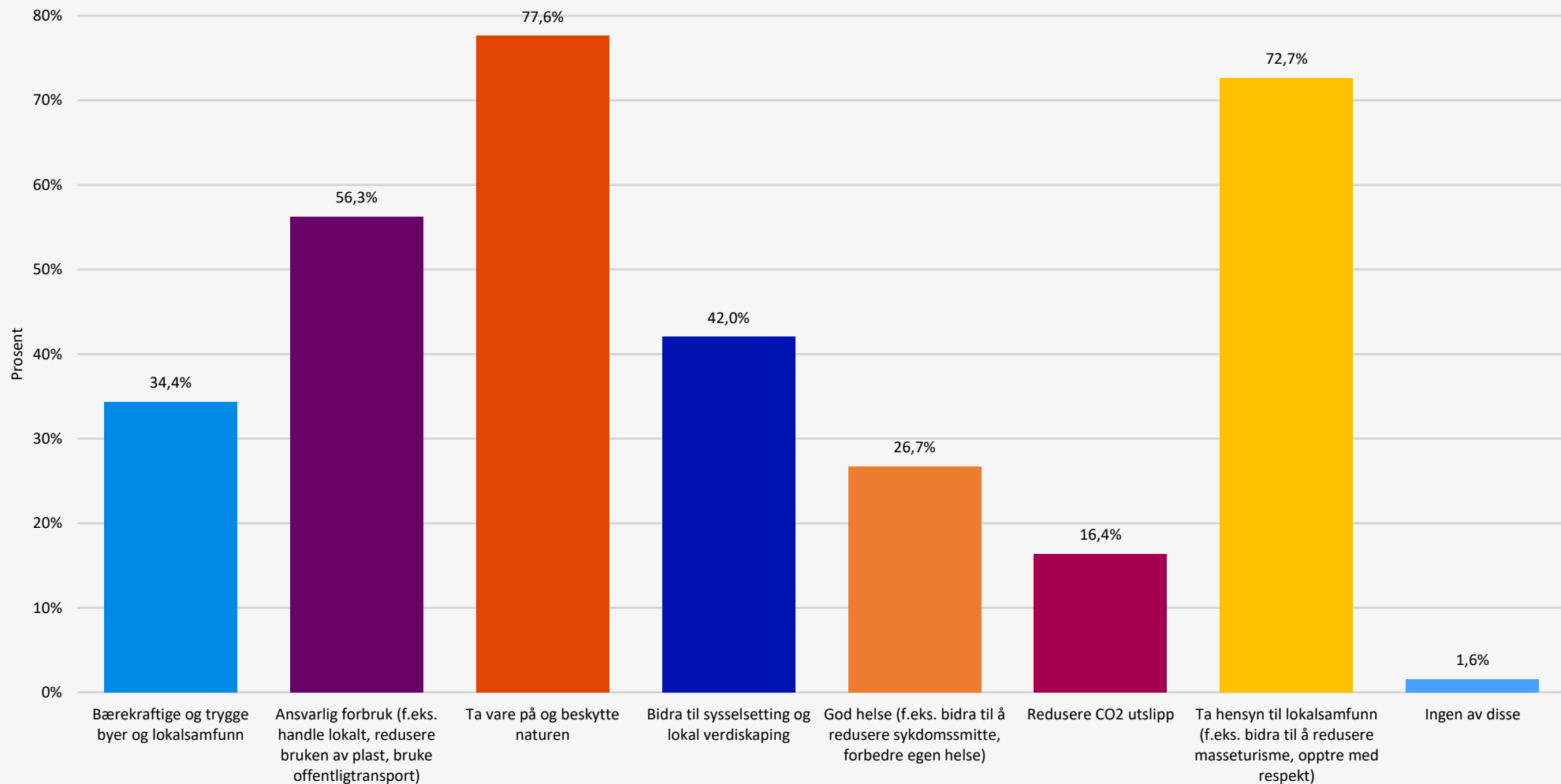
Svært små endringer fra Q1

Hvilke av disse variablene vurderer du er mest viktig for deg når du skal på ferie? (flere svar mulig)



Å ta vare på natur og lokalsamfunn viktigst

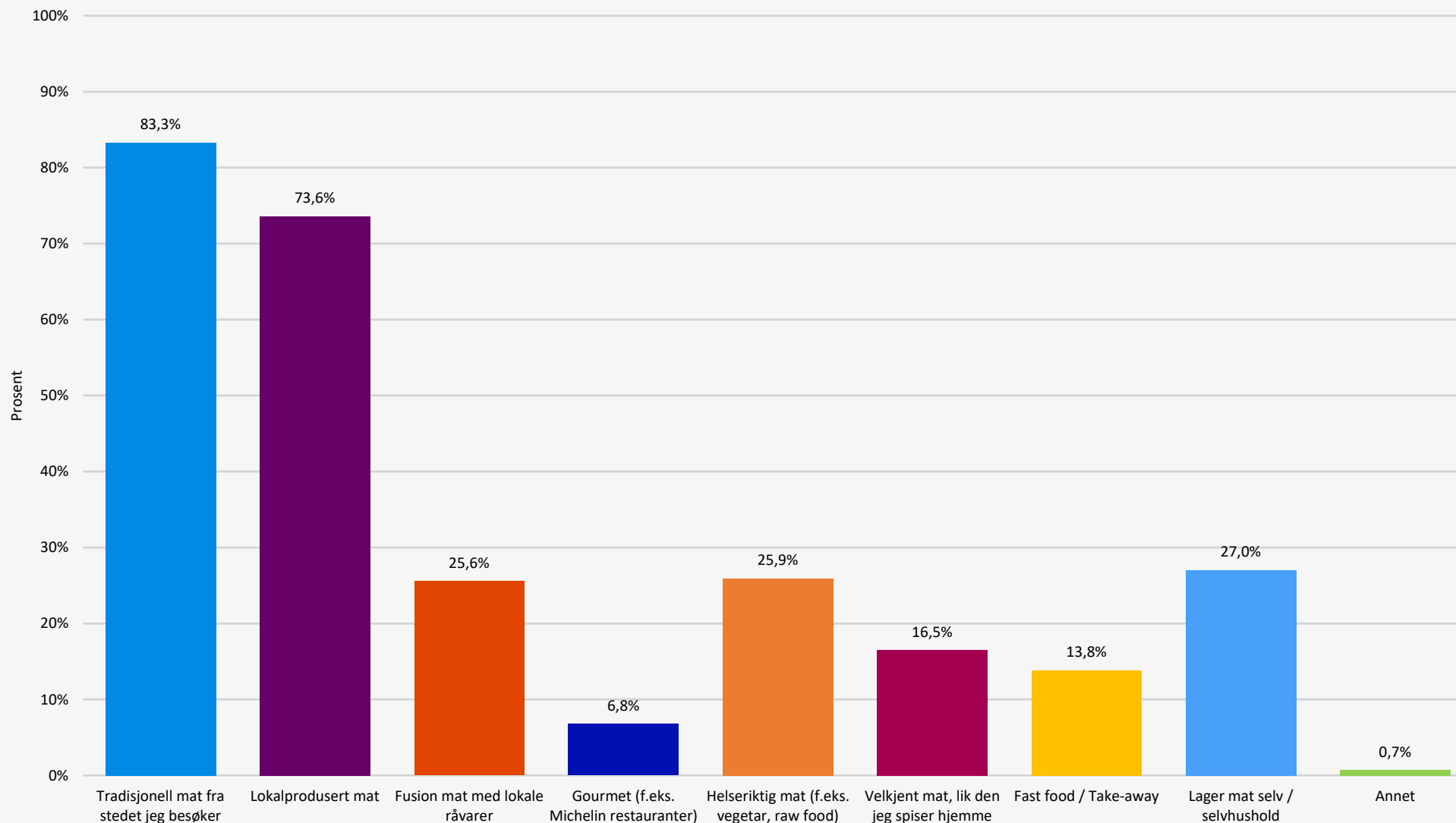
Svært små endringer fra Q1



Hvilken type mat foretrekker du når du er på ferie?

(flere svar mulig)

NordNorsk
Reiseliv AS



Tradisjonell og lokal mat er svært viktig

Små endringer fra Q1

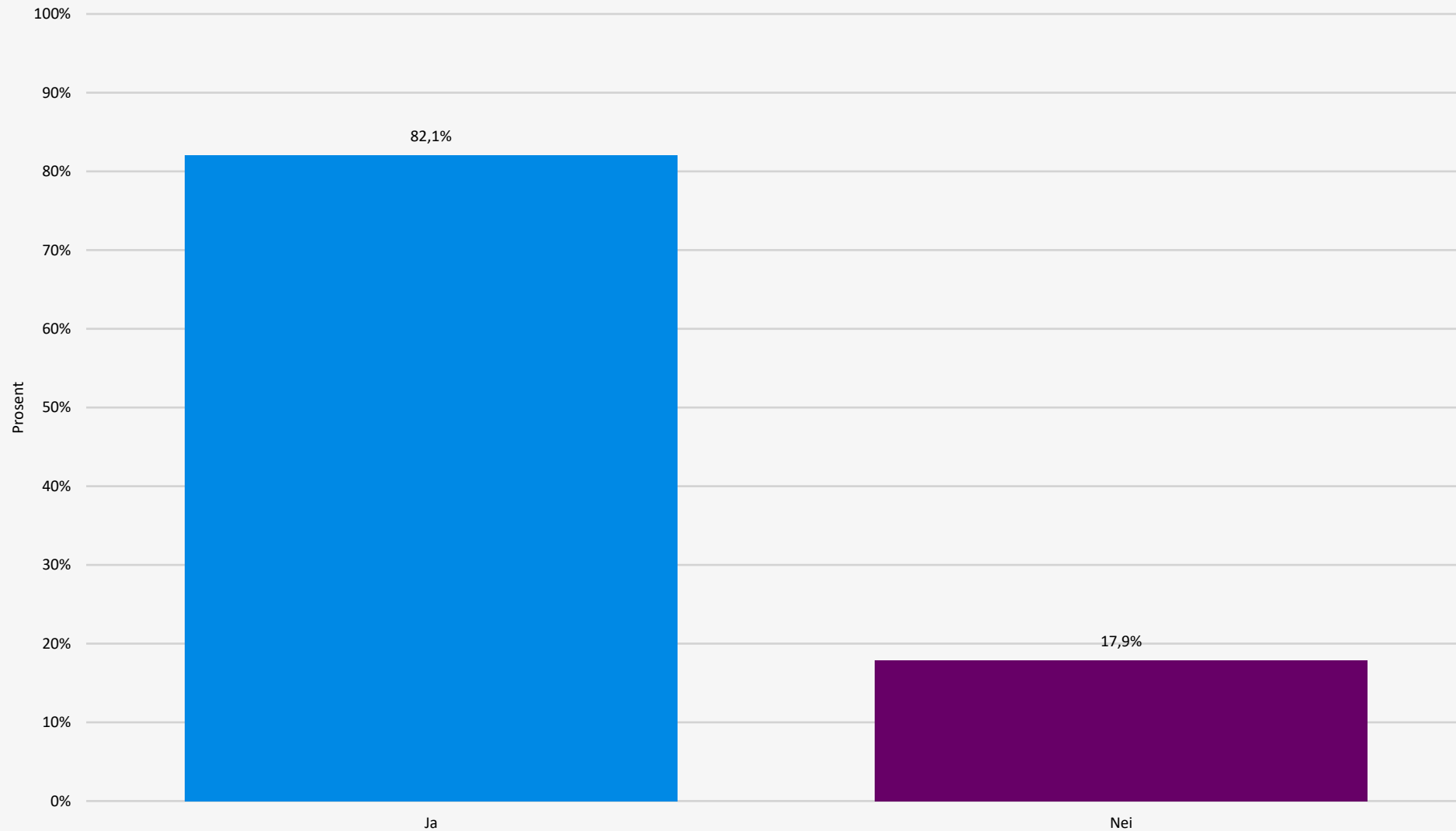


Nordnorsk
Reiseliv AS

Driverne Nord-Norge og Svalbard

Har du vært på ferie i Nord-Norge og/eller på Svalbard?

NordNorsk
Reiseliv AS

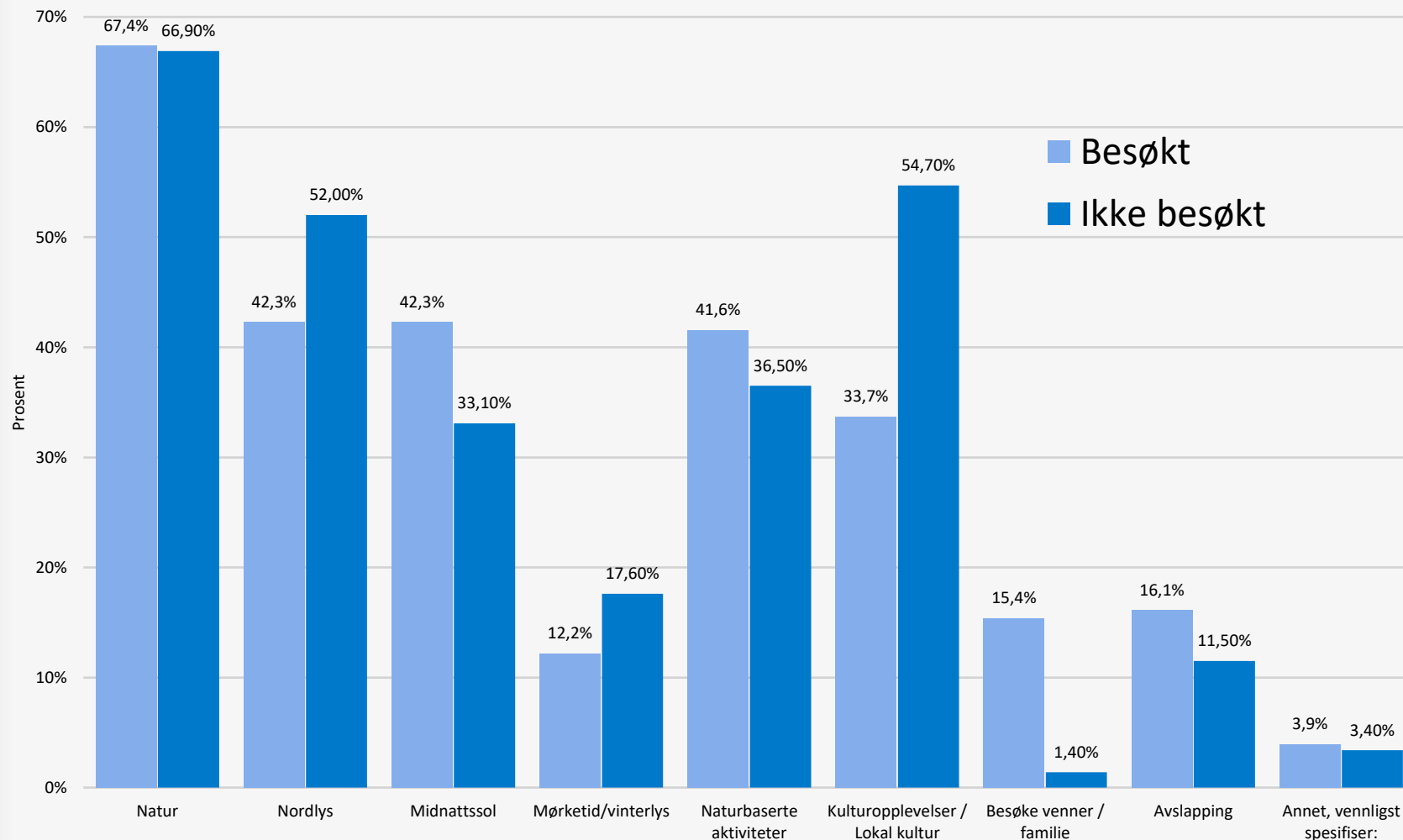


82% av
respondentene
har allerede
besøkt oss (9%
flere enn i Q1)

Hva er de viktigste grunnene til at du besøker Nord-Norge eller Svalbard? (du kan velge maks. tre alternativer)



For de som **ikke har besøkt** er natur, kultur-opplevelser og midnattssol mer viktig i Q2 enn i Q1. Nordlys mindre viktig



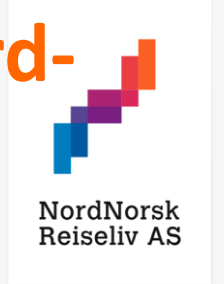
(n = 148)

For de som **har besøkt** var midnattssol, avslapping og besøke venner/familie mer viktig i Q1 enn i Q2

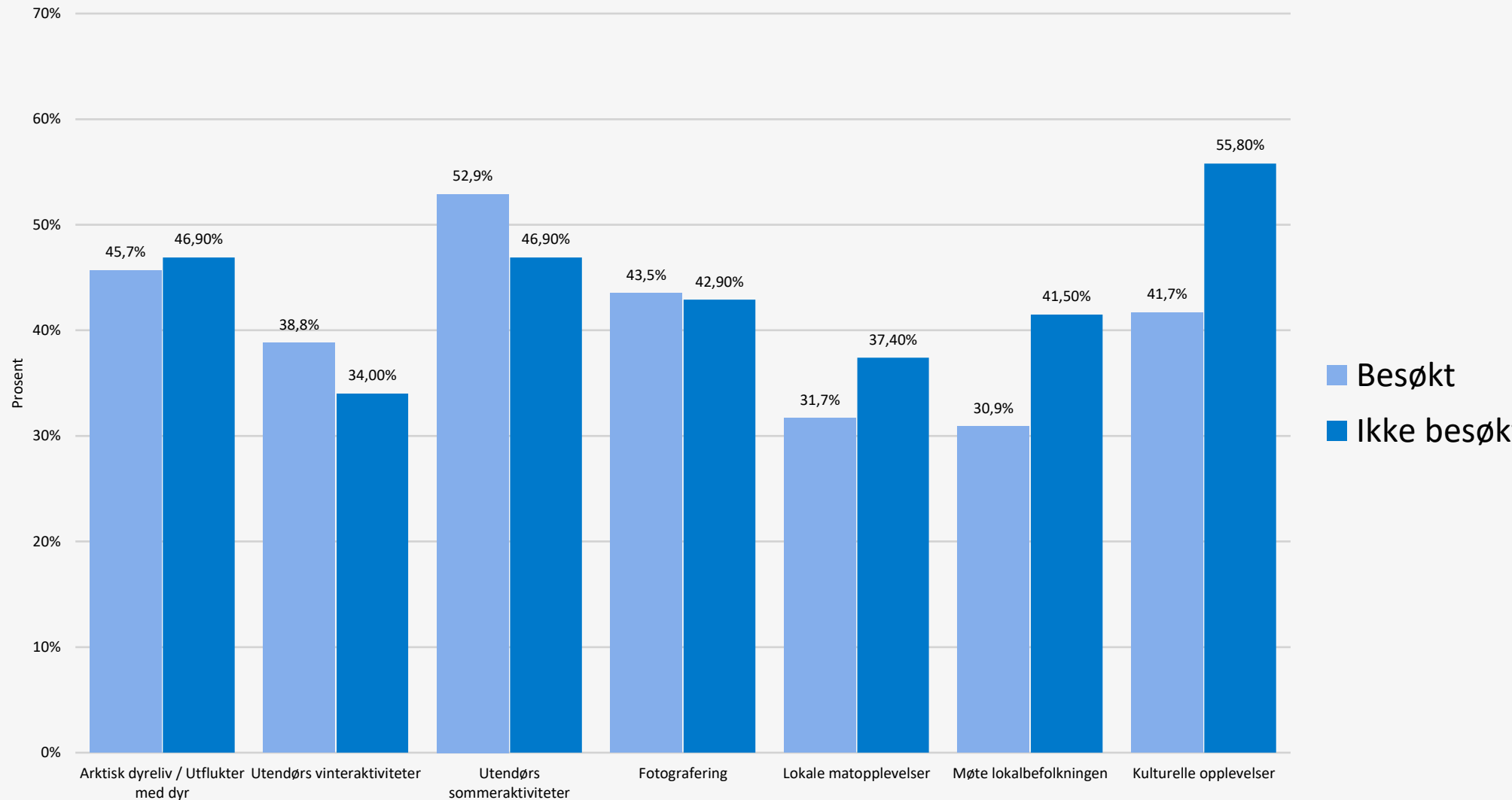
Nordlys, natur, naturbaserte aktiviteter og mørketid mindre viktig

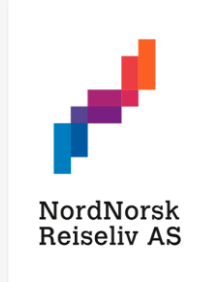
(n = 279)

Hvilke av følgende aktiviteter er viktigst for din ferie i Nord-Norge eller på Svalbard? (vennligst velg de alternativene som er viktigst for deg)



Alle:
Høyere
interesse for
kulturelle
opplevelser,
fotografering og
å møte lokal-
befolkningen i
Q2 enn i Q1

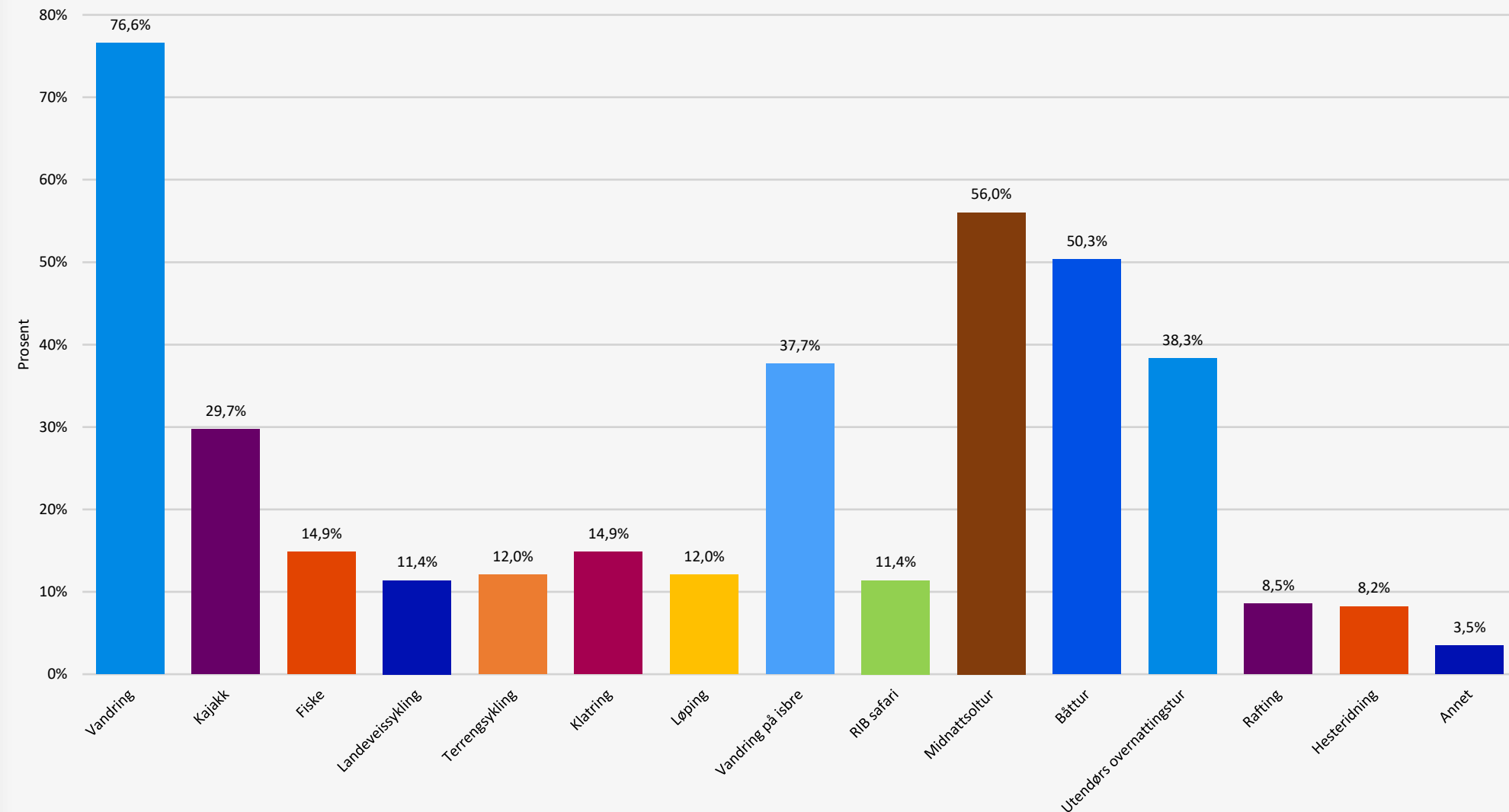




Hvilke av følgende sommeraktiviteter er viktigst for din ferie i Nord-Norge eller på Svalbard?

Vandring
viktigste
sommeraktivitet
(-7% sml. med
Q1)

Sterkest økning
for klatring,
isbre og tur i
midnattssol



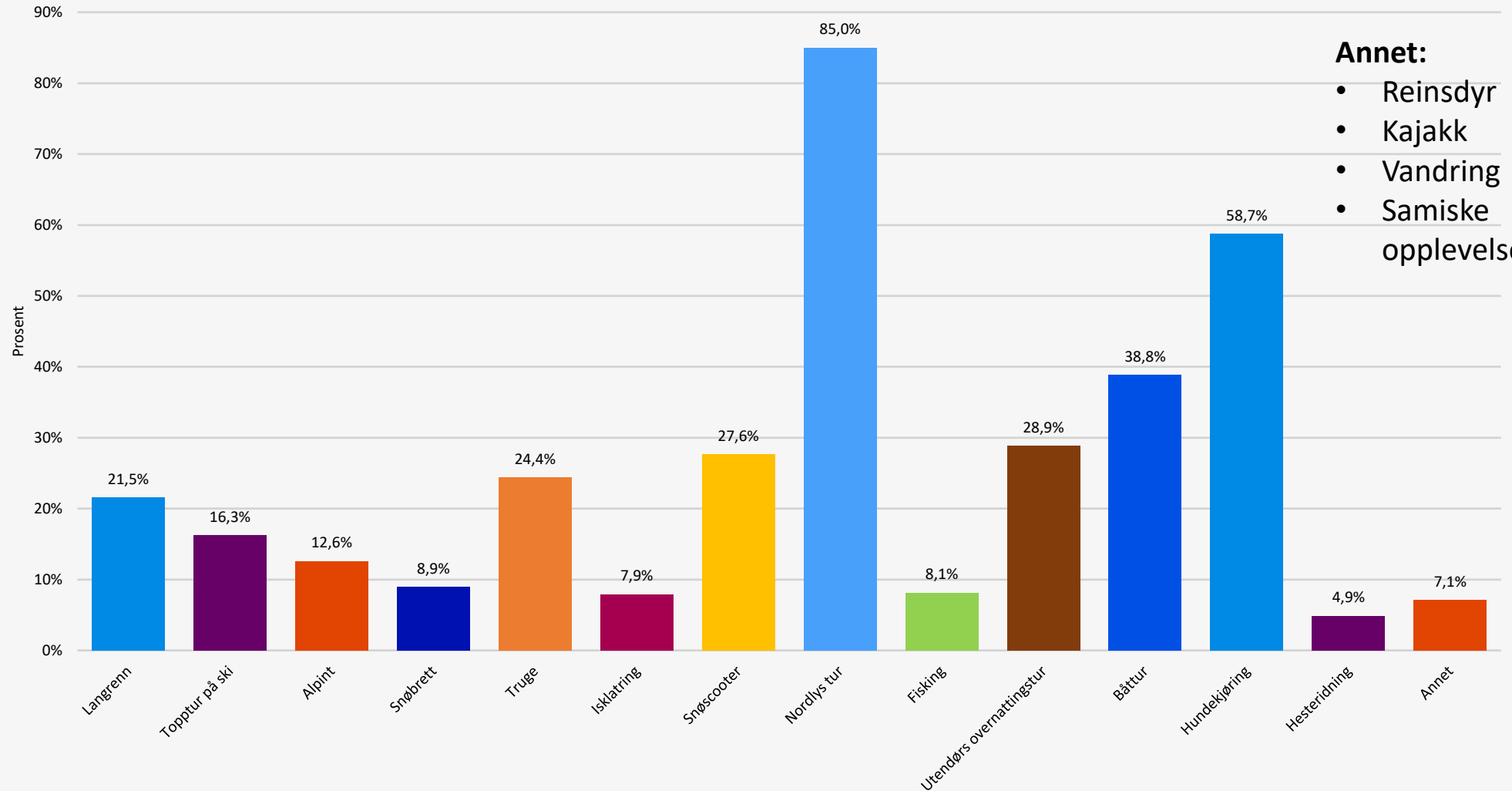
(n = 316)

Hvilke av følgende vinteraktiviteter er viktigst for din ferie i Nord-Norge eller på Svalbard?

NordNorsk
Reiseliv AS

Annet:

- Reinsdyr
- Kajakk
- Vandring
- Samiske opplevelser



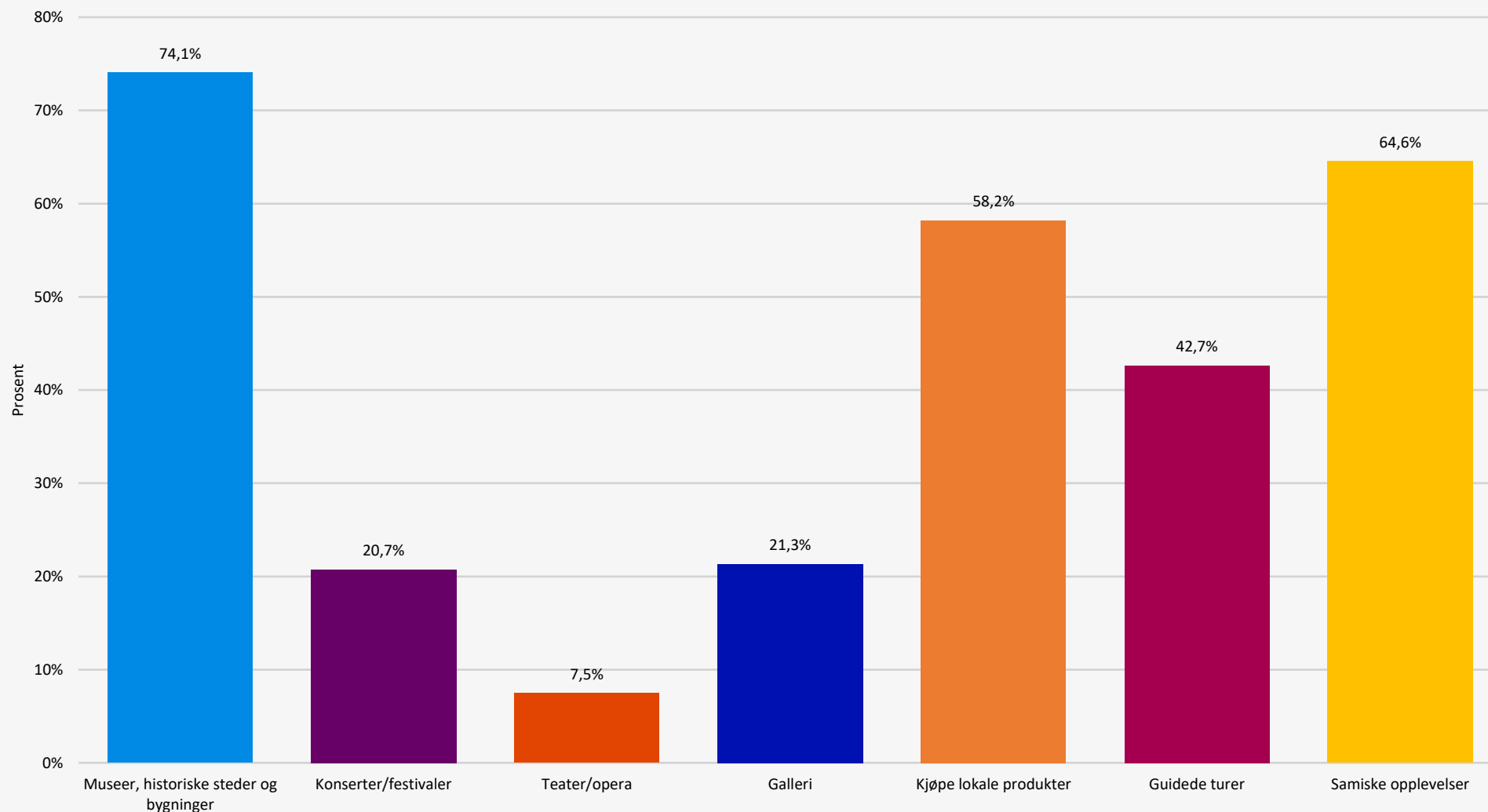
Nordlys viktigste vinteraktivitet (+8% sml. med Q1)

(n = 492)

Hvilke av følgende kulturelle aktiviteter er viktigst for din ferie i Nord-Norge eller på Svalbard?

Museer viktigst,
men 7%
nedgang siden
Q1

Flere vil kjøpe
lokale produkter
(n = 347)



Hvilke av følgende aktiviteter med arktiske dyr er viktigst for din ferie i Nord-Norge eller på Svalbard?

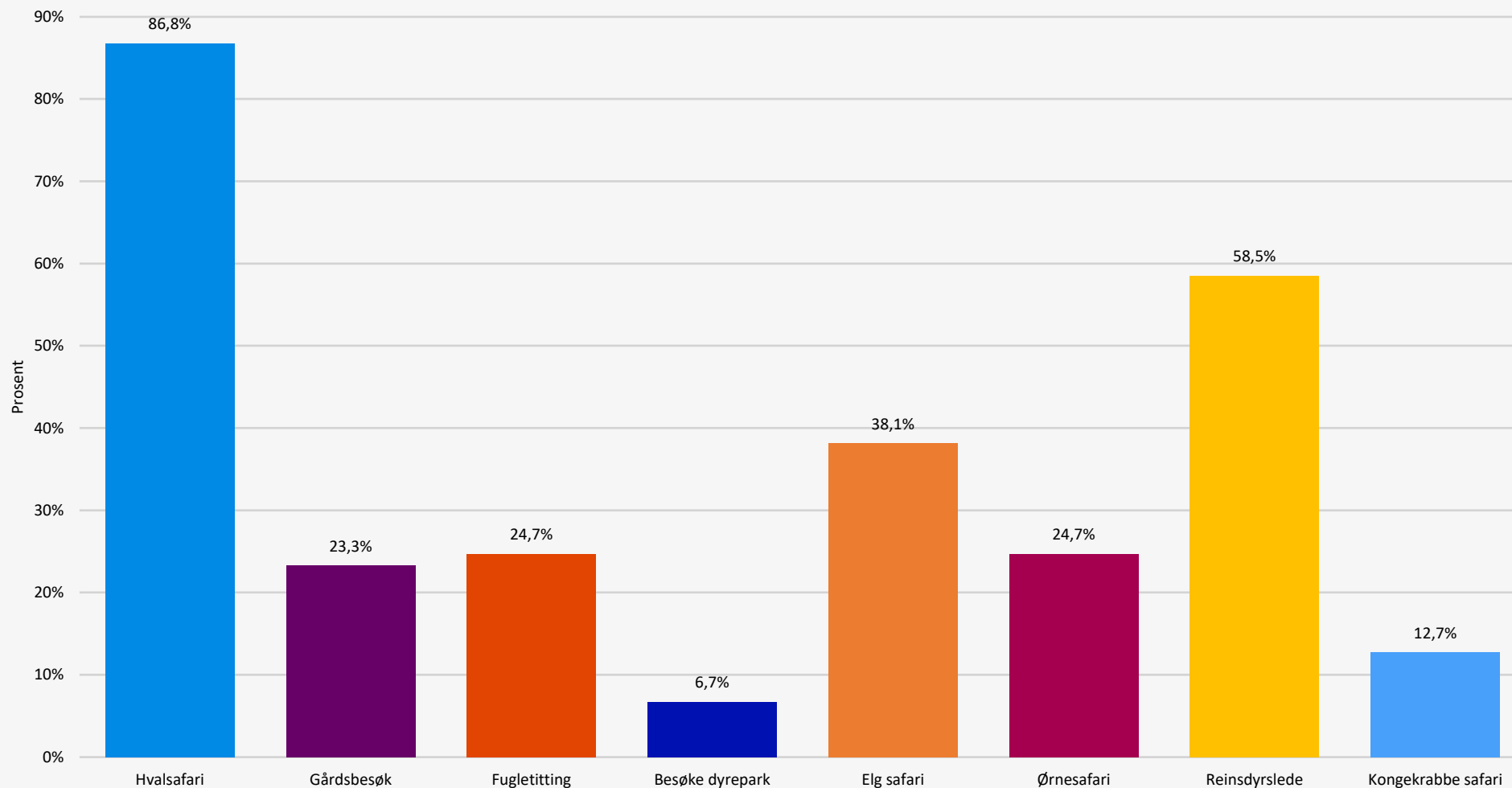


NordNorsk
Reiseliv AS

Hval er mest attraktivt (+4% sml. med Q1)

Flere er interessert i reinsdyr, færre i ørn og kongekrabbe

(n = 417)





Nordnorsk
Reiseliv AS

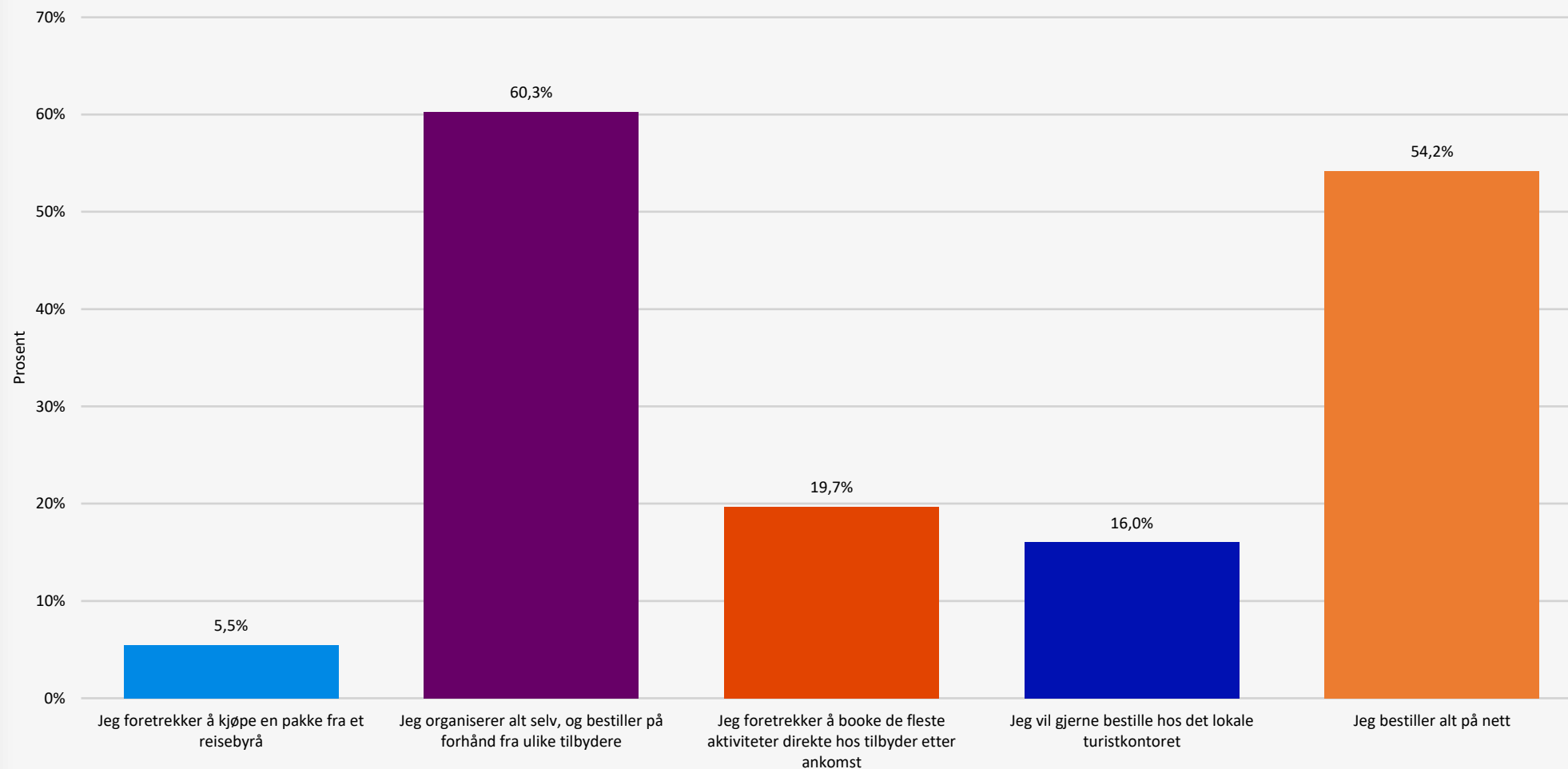
Kjøpsprosess

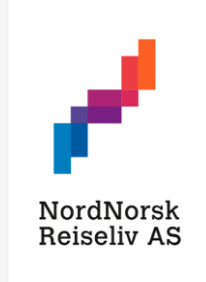
Hvilke(n) av følgende måter å bestille en feriereise på foretrekker du? (du kan velge opptil to svaralternativer)



NordNorsk
Reiseliv AS

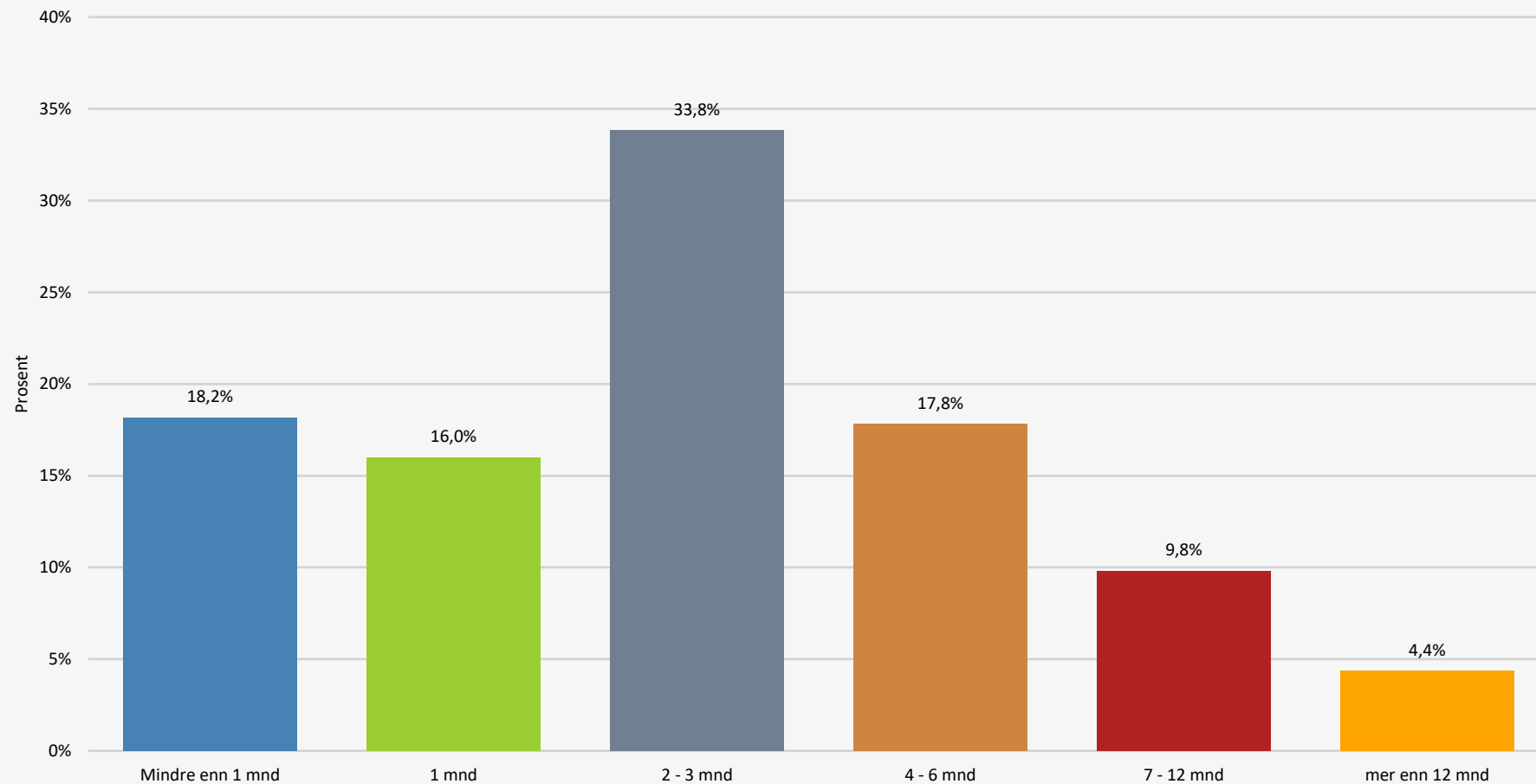
Små endringer siden Q1





Hvor lang tid i forveien bestilte du din siste ferie til Nord-Norge eller Svalbard?

Litt kortere bestillingstid i Q2 enn i Q1



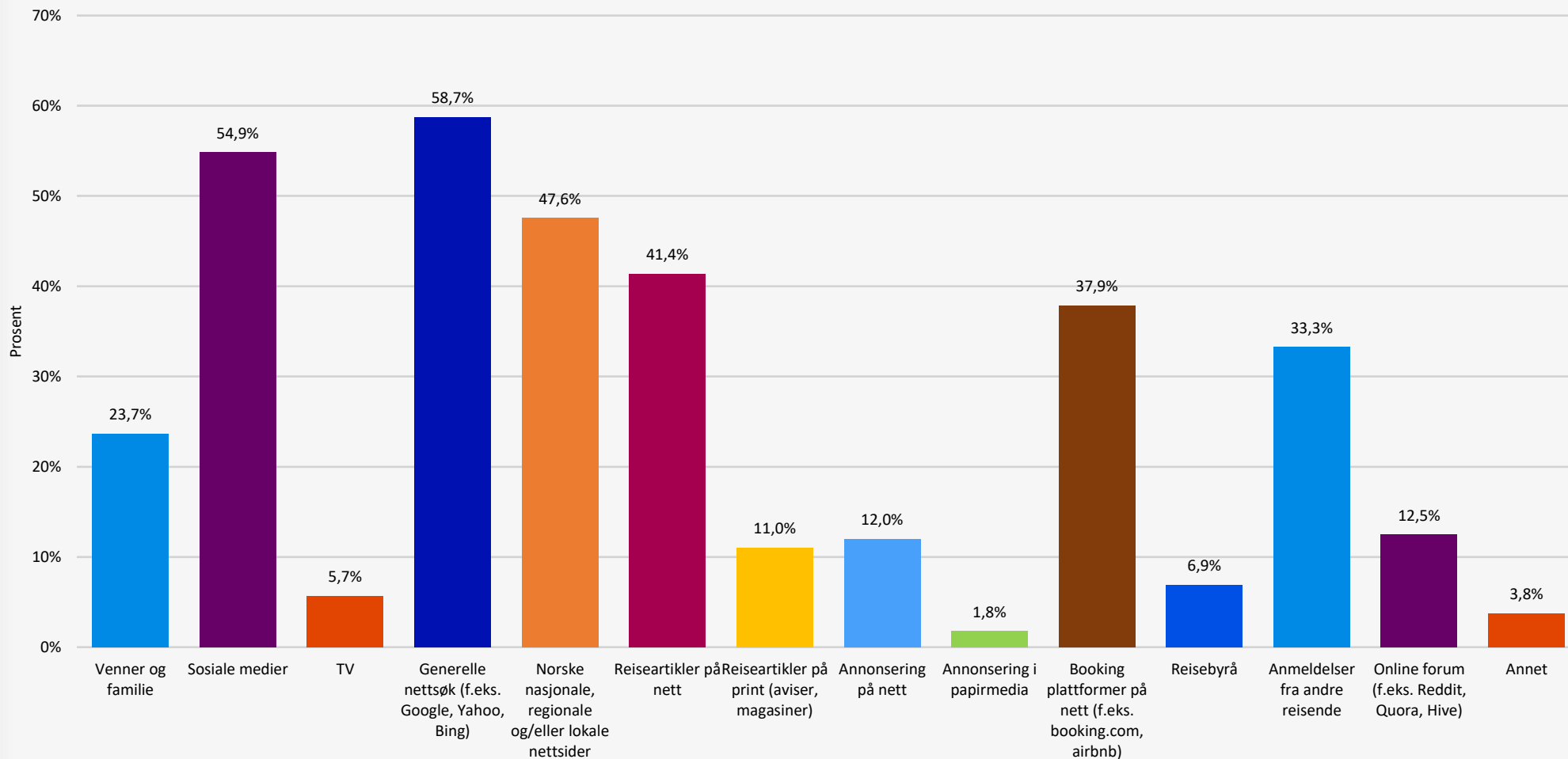
Hvor fikk/søker du informasjon om Nord-Norge / Svalbard, og din valgte destinasjon? Flere svar mulig



NordNorsk
Reiseliv AS

14% økning i sosiale medier sml. med Q1, og nå nesten like viktig som nettsøk

En fordobling i online forum og en nedgang i venner/familie, ellers små endringer



I hvilke sosiale medier fant du, eller ønsker du å finne, informasjon om Nord-Norge / Svalbard? (flere svar mulig)

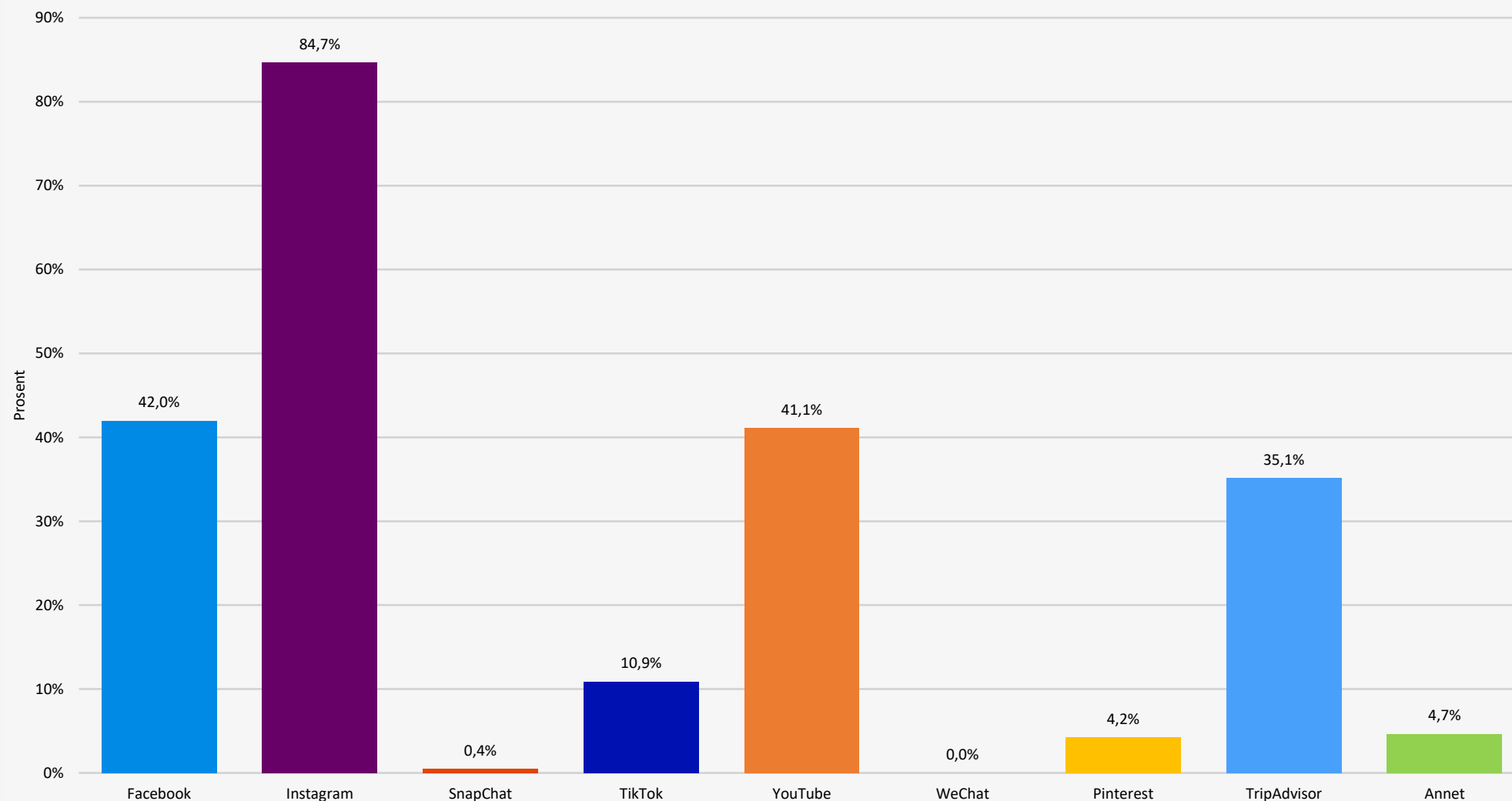


NordNorsk
Reiseliv AS

Instagram har overtatt for Facebook som viktigste SoMe kilde

TikTok og YouTube har økt sml. med Q1

(n = 450)

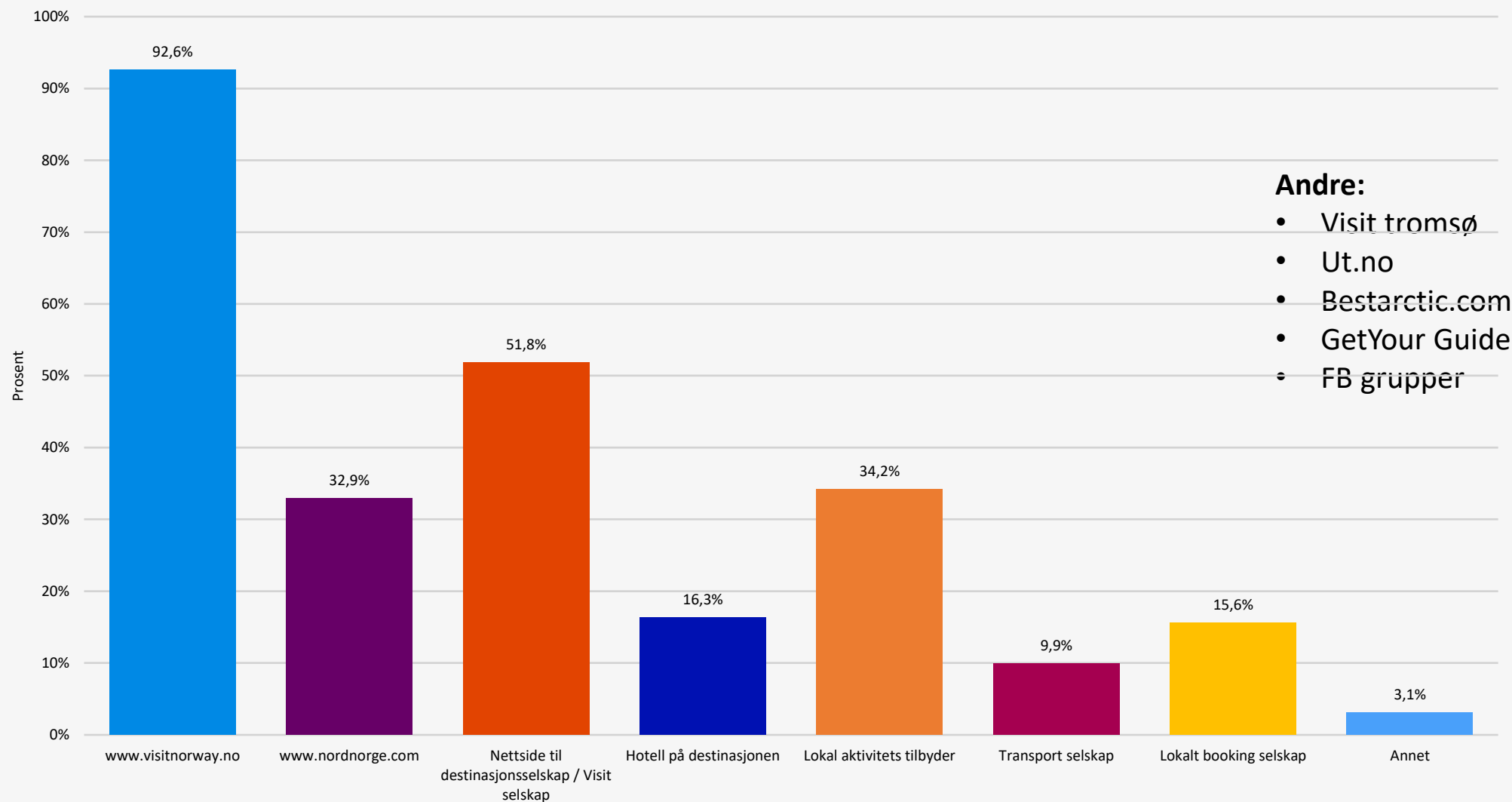


På hvilke nettsider fikk/søker du informasjon om Nord-Norge / Svalbard? (flere svar mulig)



Visitnorway.no
viktigste
nettside (økning
på 5% sml. med
Q1)

(n = 392)





Nordnorsk
Reiseliv AS

Reisemønster

Når var du sist på ferie i Nord-Norge eller på Svalbard?

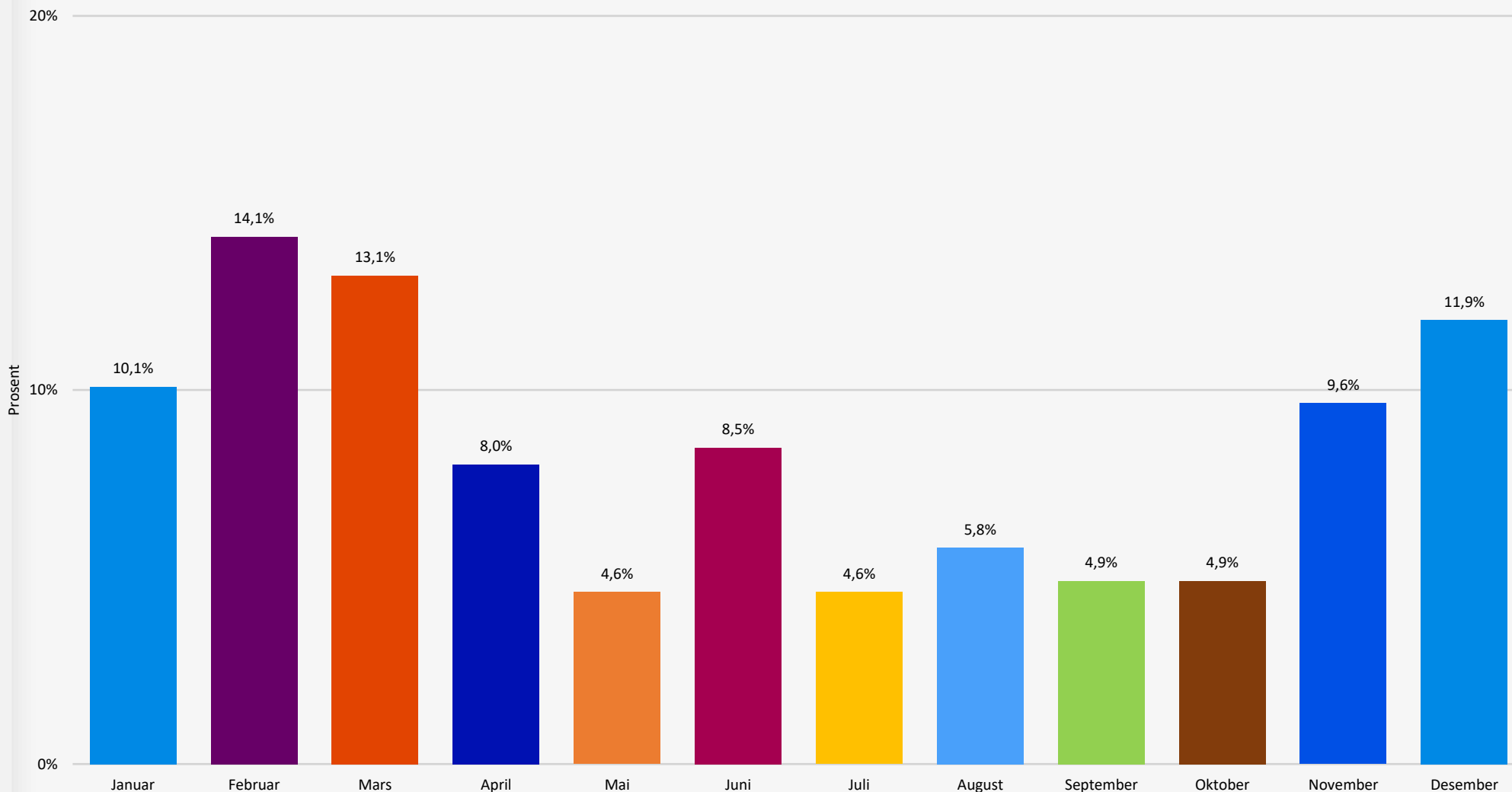
(hvis du er på besøk nå, vennligst referer til denne reisen i dine svar)

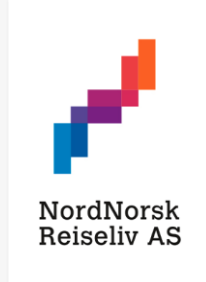


NordNorsk
Reiseliv AS

Mange har
besøkt nord
også i Q1, eller
tidligere

(n = 674)



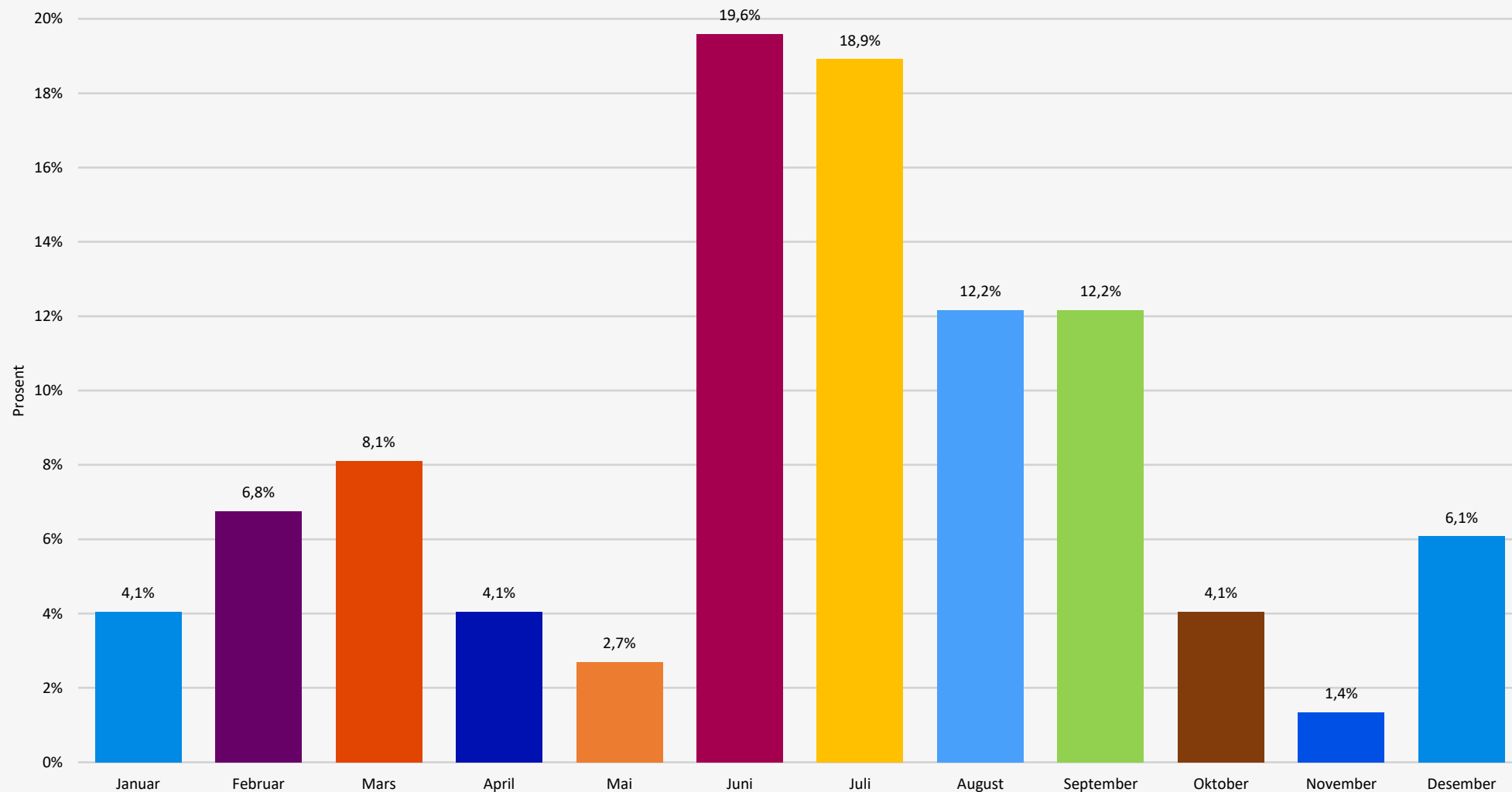


I hvilken måned kunne du evt. tenke deg å dra på ferie til Nord-Norge eller Svalbard?

Disse har enda ikke besøkt oss

Uttak av data fra Q2 gjør at juni – juli scorer høyt. Mange leter også etter inspirasjon for tidlig høst

(n = 148)



Hvor lenge varte din siste ferie i Nord-Norge / Svalbard?

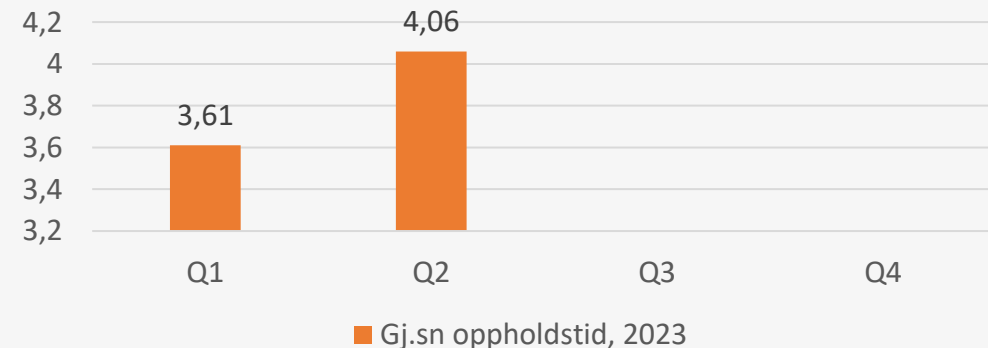
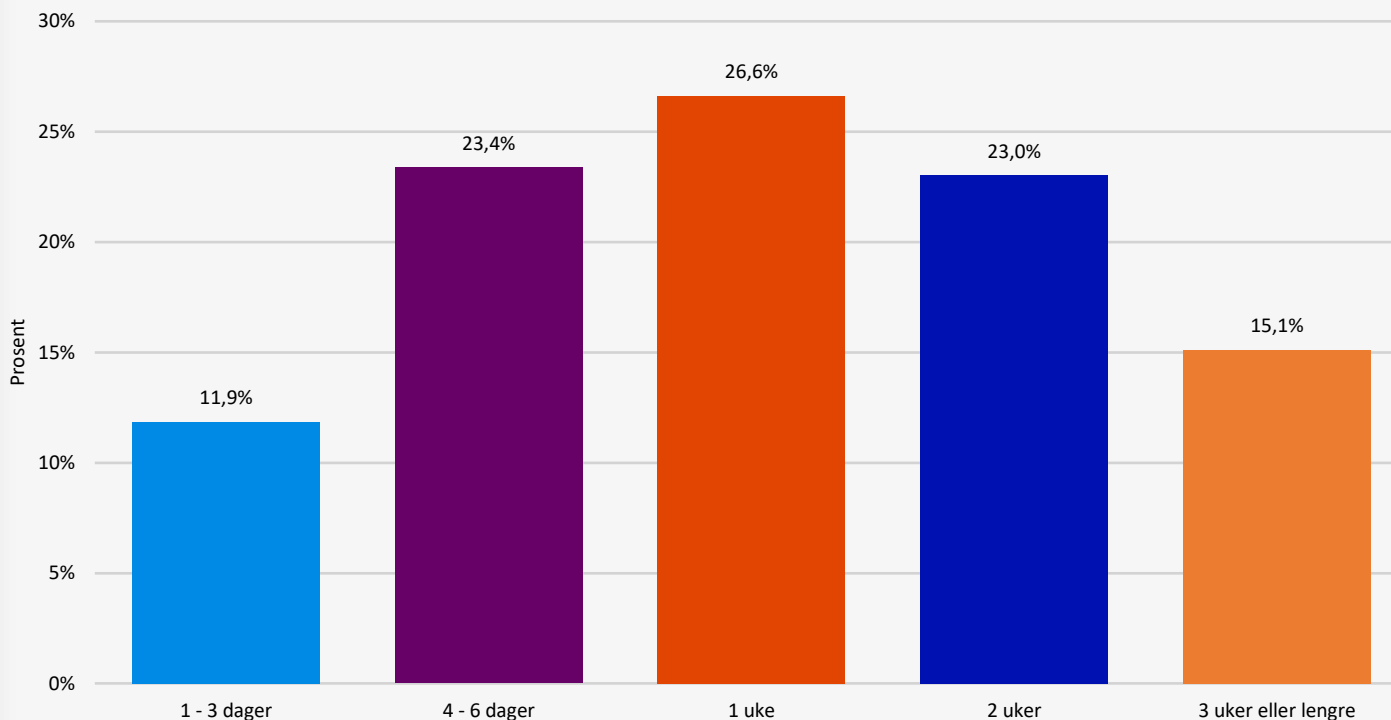
NordNorsk
Reiseliv AS

Oppholdstiden er
lengre i Q2 enn i Q1

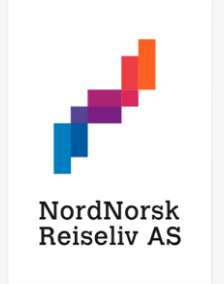
Flere oppholdt seg i
2 uker+

Færre oppholdt seg
i 4 – 6 dager

(Besøkt i Q2; n = 278)

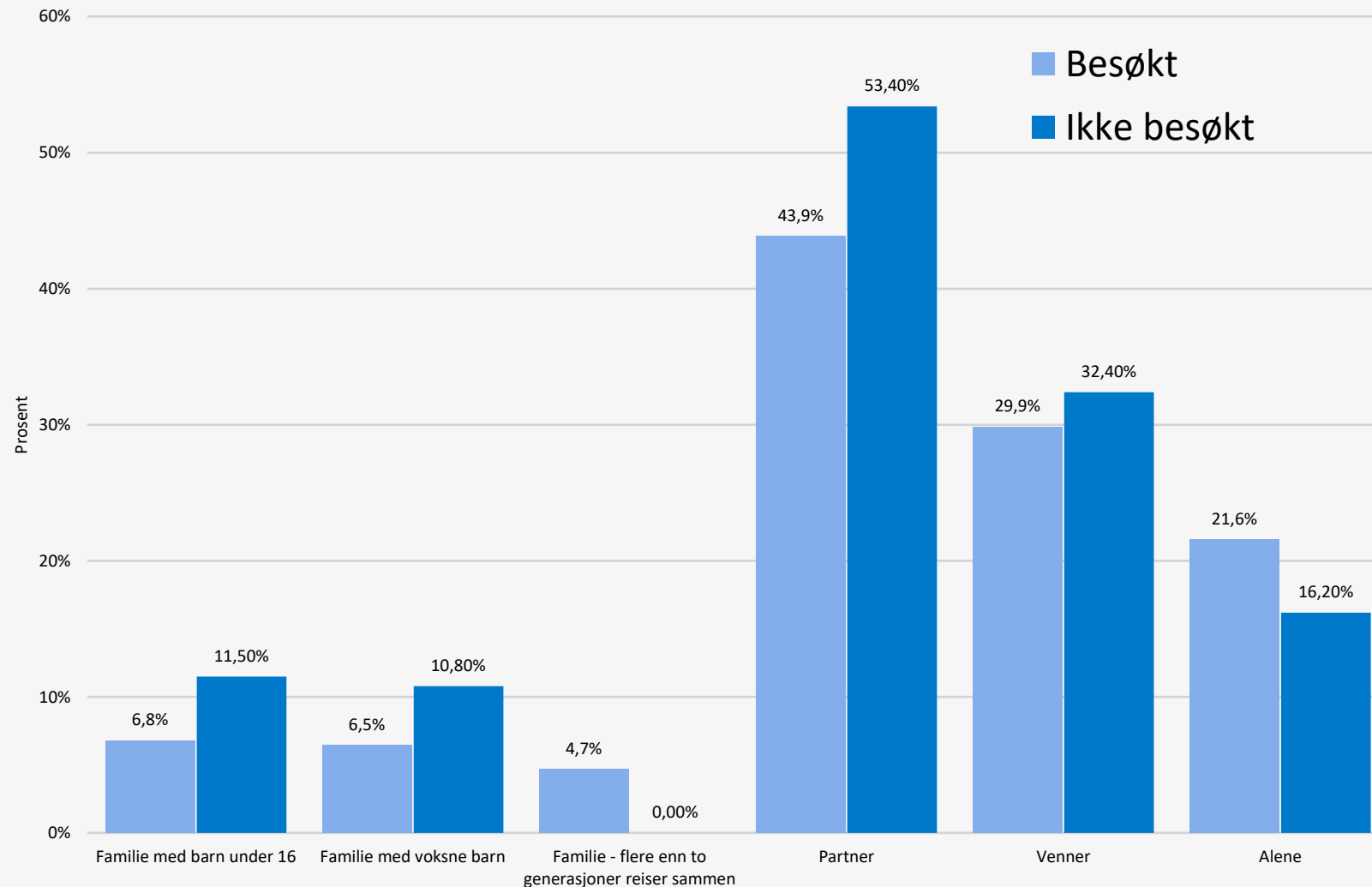


Hvem reiste du/kan du tenke deg å reise sammen med på din ferie til Nord-Norge / Svalbard?



Besøkt:
Nesten halvparten reiste sammen med sin partner

Litt flere reiste sammen med venner og alene i Q2, sml. med Q1



Ikke besøkt:
Færre kan tenke seg å reise med barn i Q2 enn i Q1

Flere kan tenke seg å reise alene

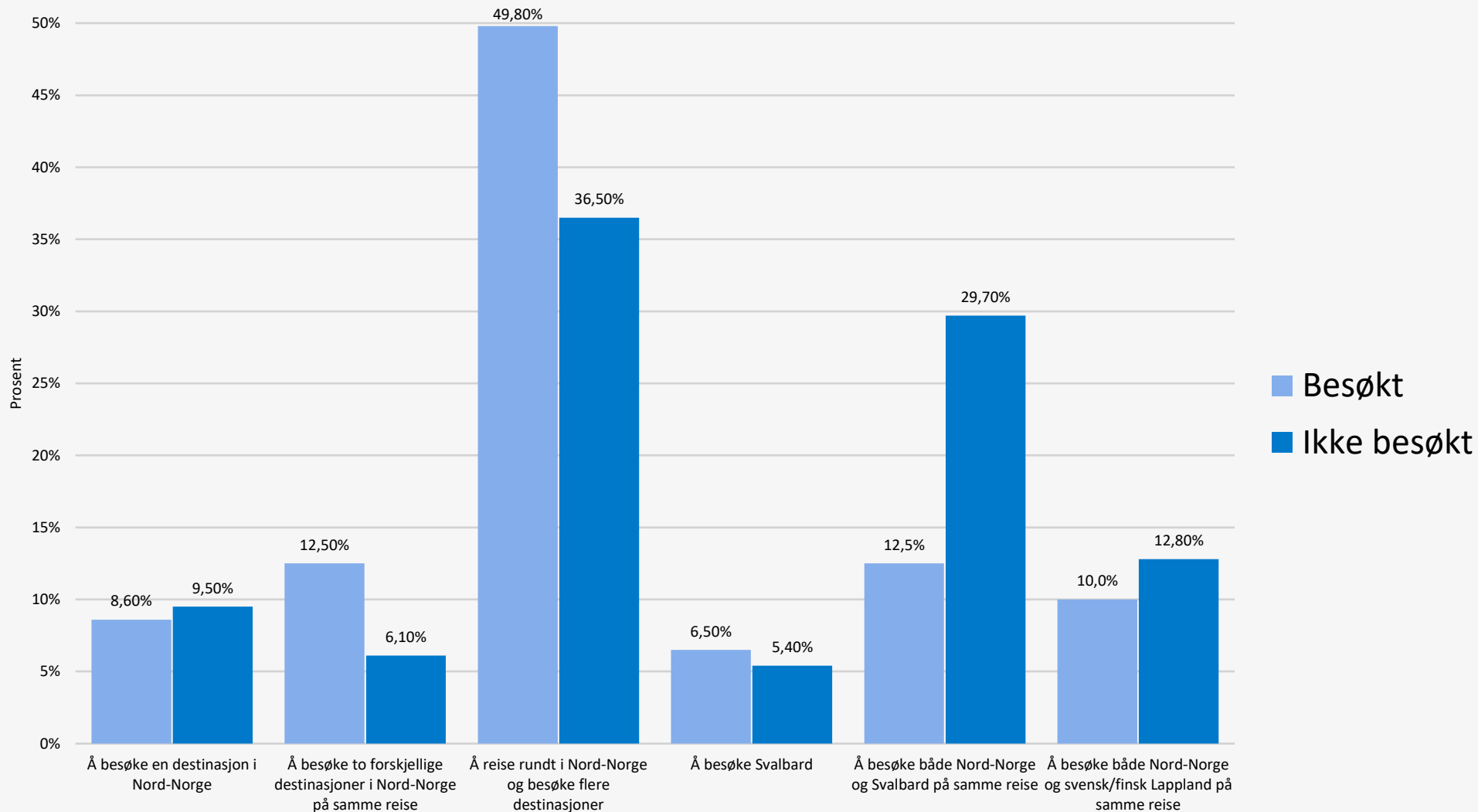
NB! Flere generasjoner sammen ikke et svaralternativ for disse

Jeg foretrekker..



NordNorsk
Reiseliv AS

En større andel av de som allerede har besøkt ønsker å reise rundt og besøke flere destinasjoner, mens flere av de som enda ikke har besøkt ønsker å besøke Nord-Norge og Svalbard på samme reise



Hvordan reiste du rundt i Nord-Norge / Svalbard?

(flere svar mulig)

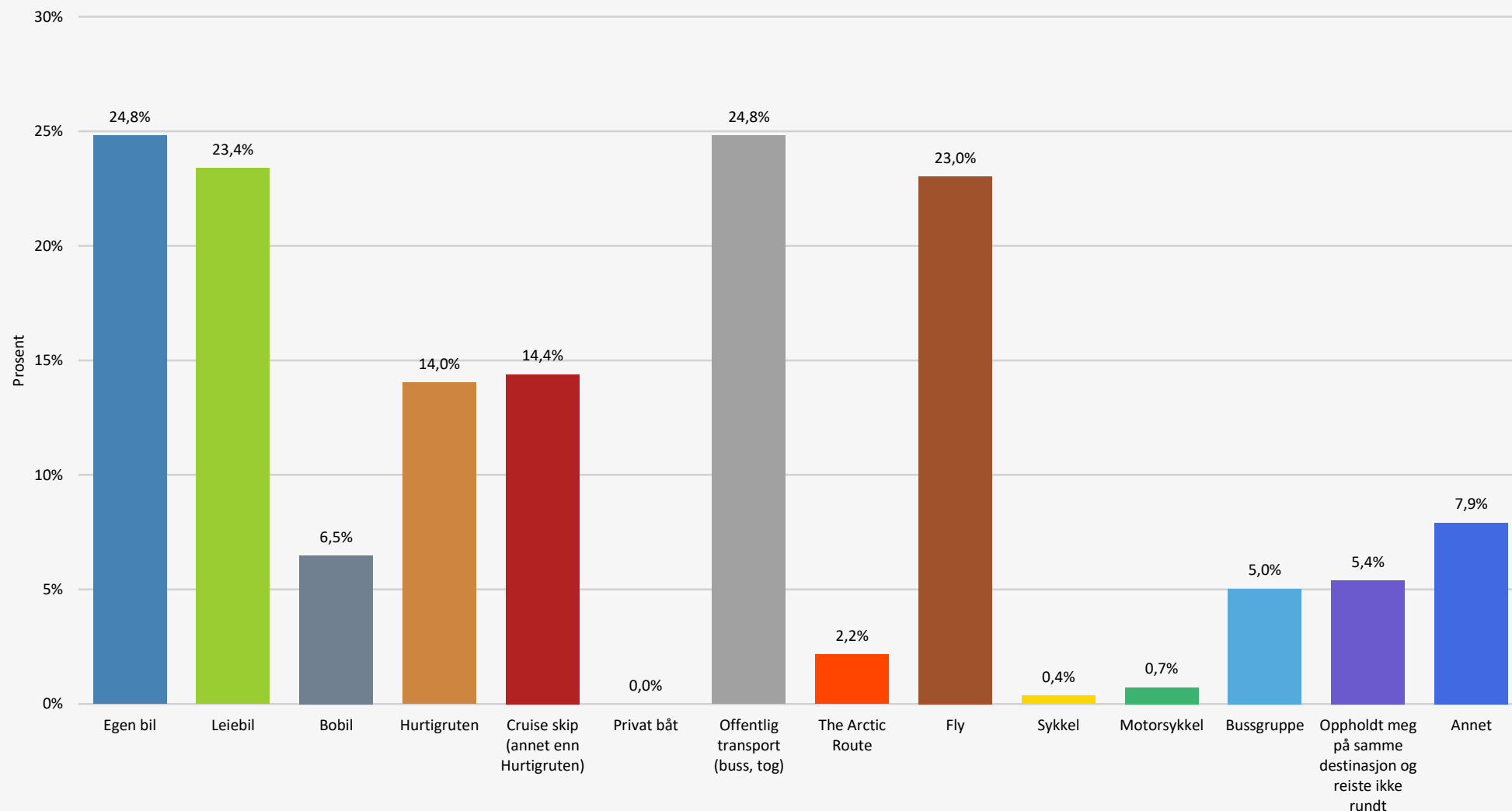


NordNorsk
Reiseliv AS

Det er en økning på 16% i bruk av egen bil i Q2 sml. med Q1

Økning også for Hurtigruten og cruise, mens det er en nedgang på 11% i offentlig transport, fly (-5%) og bussgrupper (-7%).

Færre oppholdt seg på samme sted hele tiden

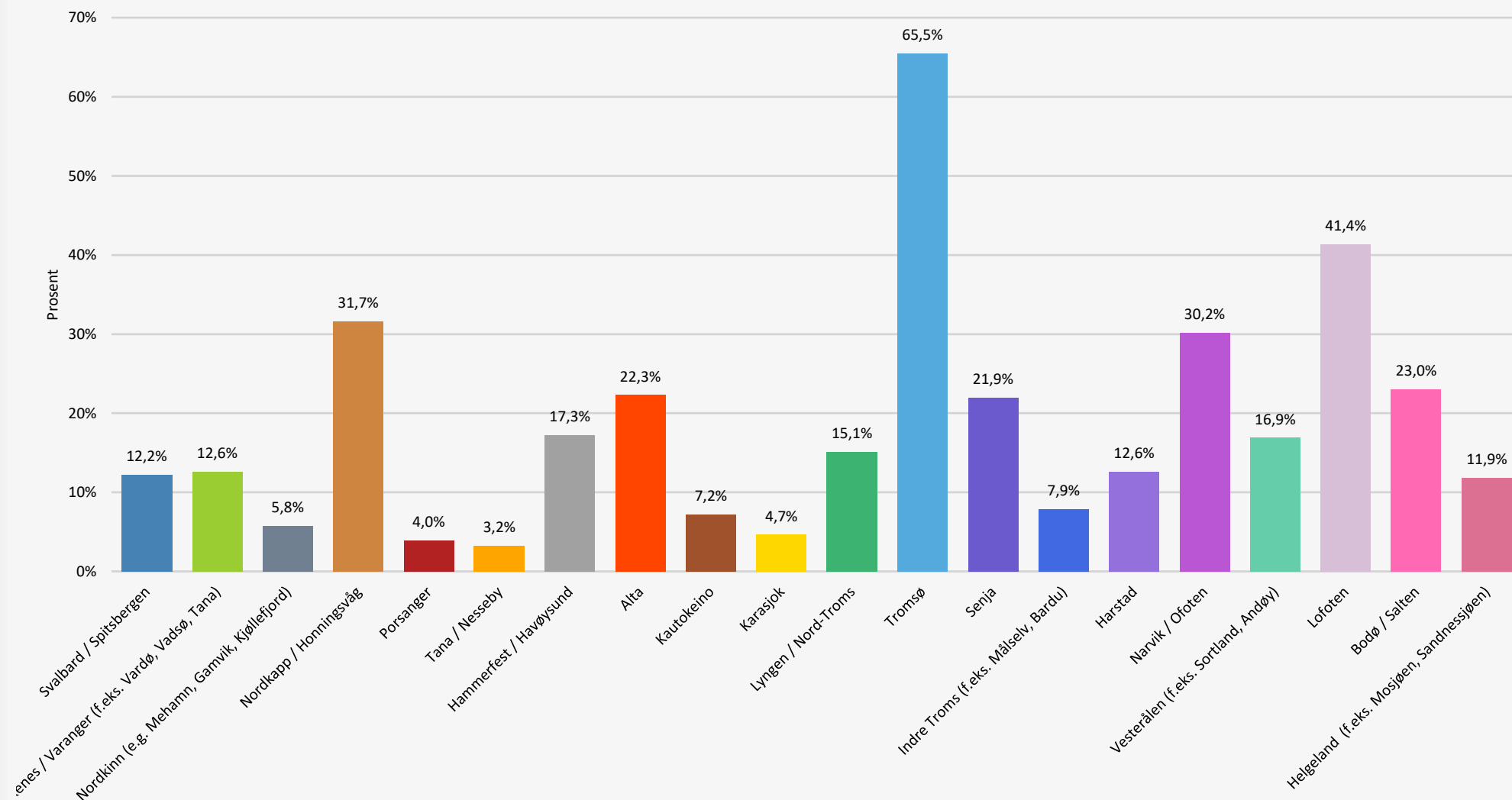


(n = 278)

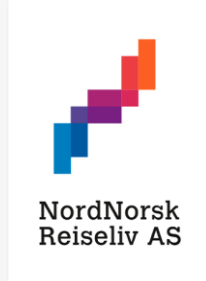
Velg de områdene du besøkte på din siste ferie i Nord-Norge eller på Svalbard?

Mange reiser rundt og kombinerer flere destinasjoner

(n = 278)



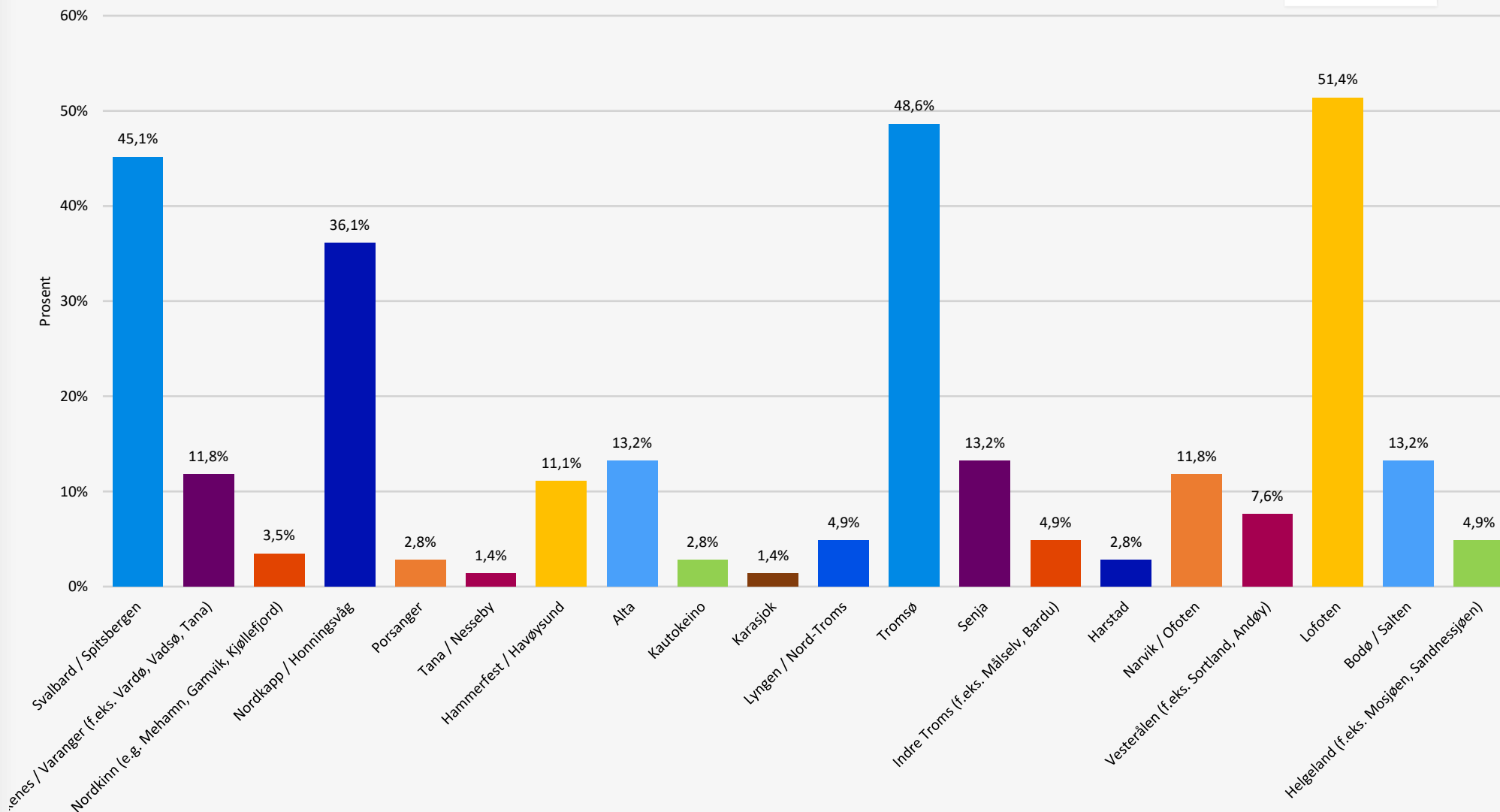
Hvilke(t) område(r) kunne du først og fremst tenke deg å besøke?



Disse har enda ikke besøkt oss

Økt interesse for Svalbard og Nordkapp i Q2 sml. med Q1

Lavere interesse for Nord-Troms, Tromsø og Lofoten





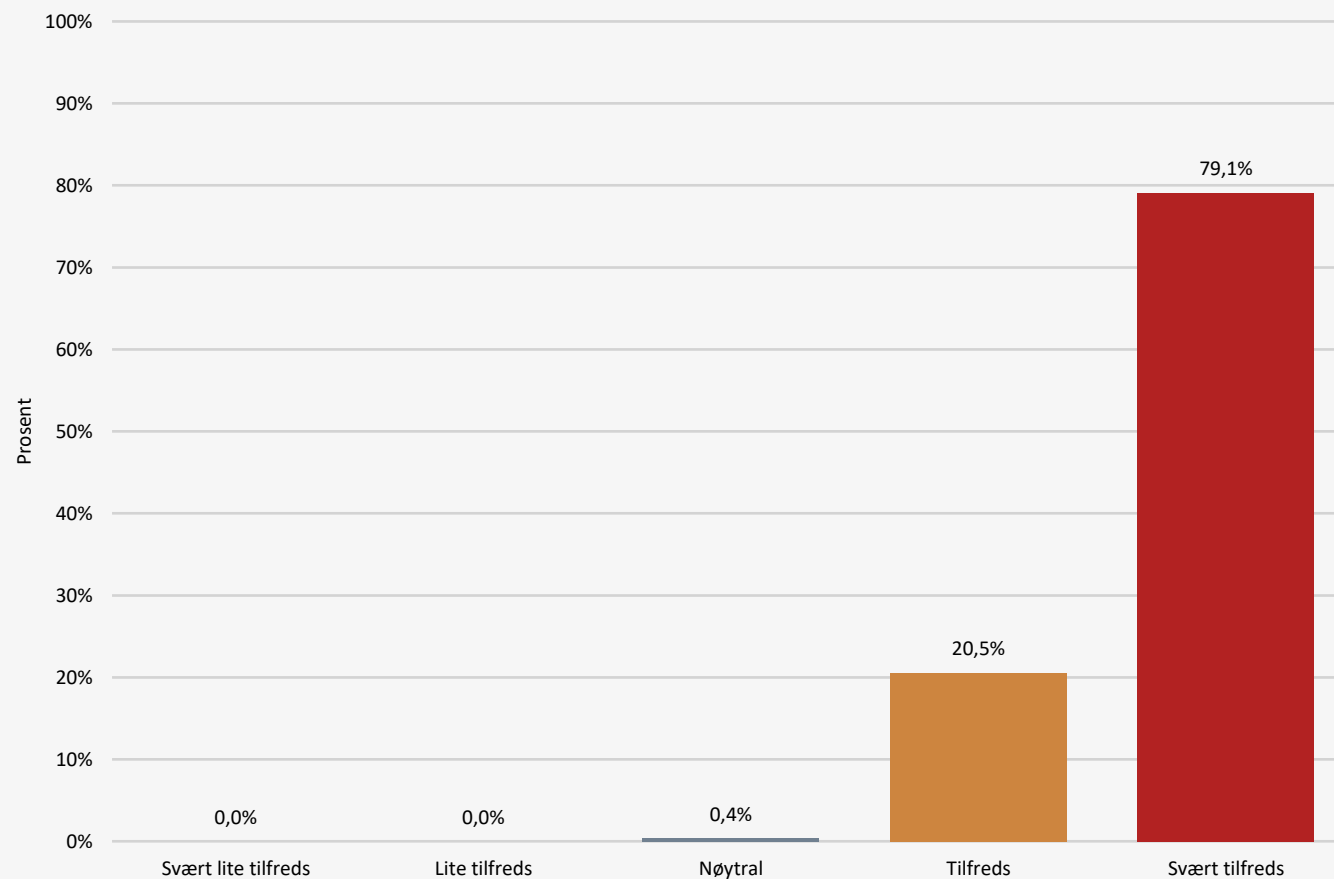
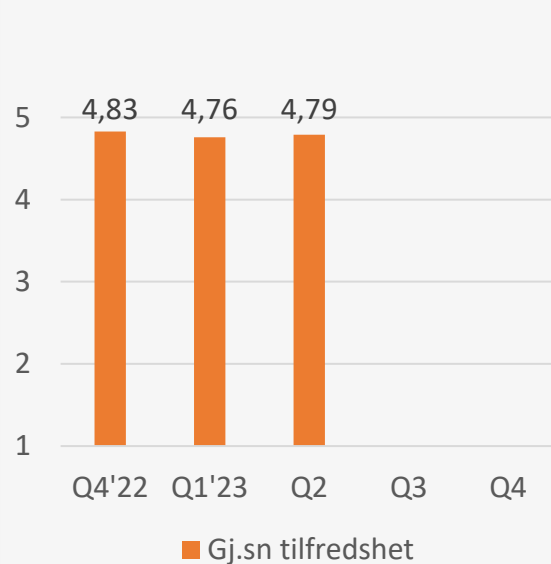
Nordnorsk
Reiseliv AS

Tilfredshet

Hva var din totale tilfredshet med din ferie i Nord-Norge / Svalbard?



NordNorsk
Reiseliv AS

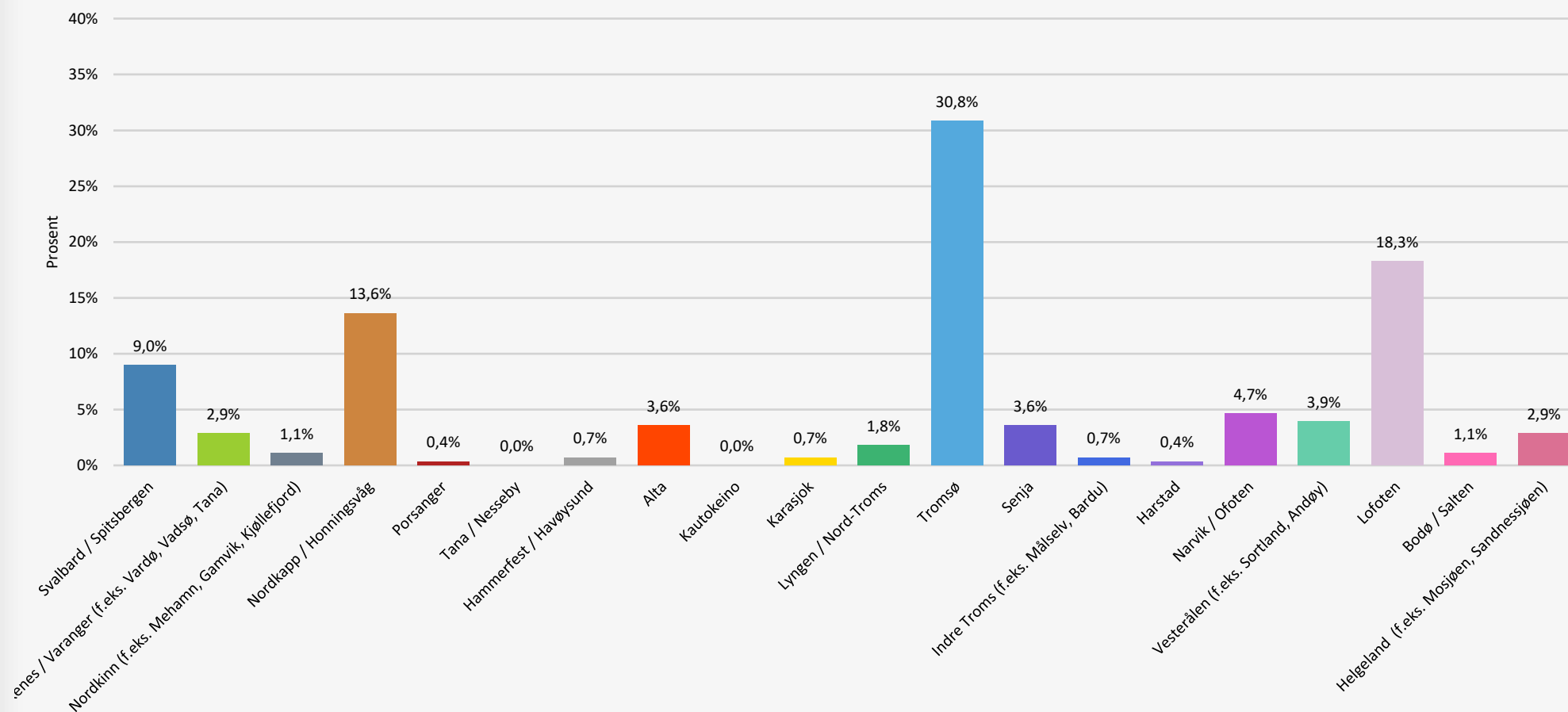


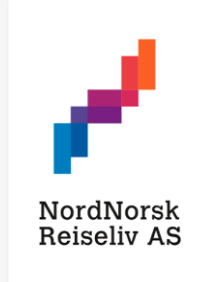
Velg én av de destinasjonene du besøkte, og tenk på denne når du besvarer de to neste spørsmålene om tilfredshet

Under 100 respondenter for samtlige destinasjoner, og det er for lite til å gjøre benchmark og analyse per reisemål

(n = 279)

Kun Tromsø, Lofoten og Nordkapp har over 100 respondenter for hele perioden undersøkelsen har vært tilgjengelig (siden aug'22)



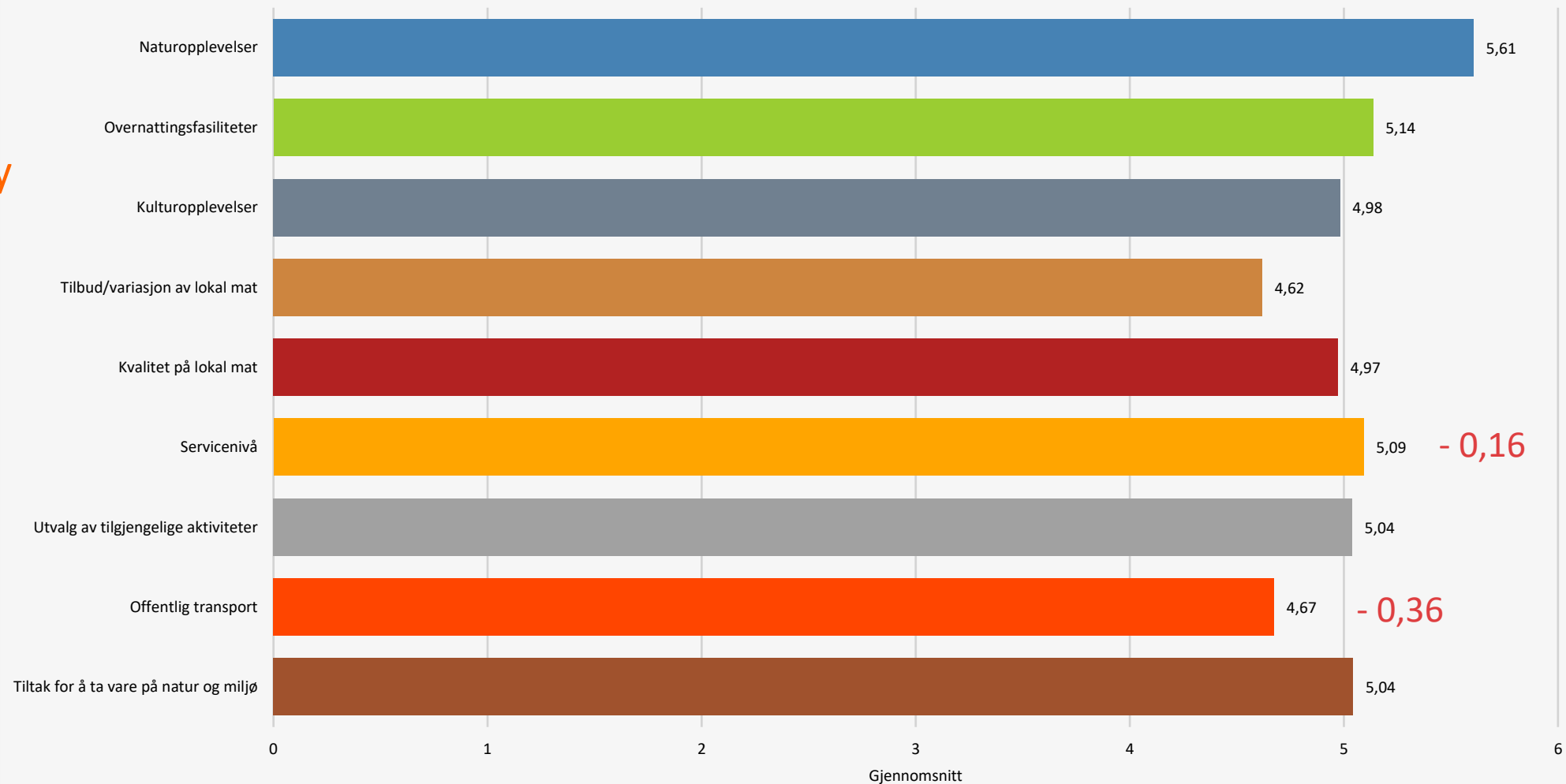


Hvor misfornøyd eller fornøyd var du med følgende variabler på din valgte destinasjon? (1 = svært lite tilfreds / 6 = svært tilfreds)

Alle destinasjoner

Gjennomgående høy tilfredshet

(Små) endringer siden Q1:
+ naturopplevelser
- overnatting,
kvalitet mat,
servicenivå, utvalg aktiviteter og offentlig transport

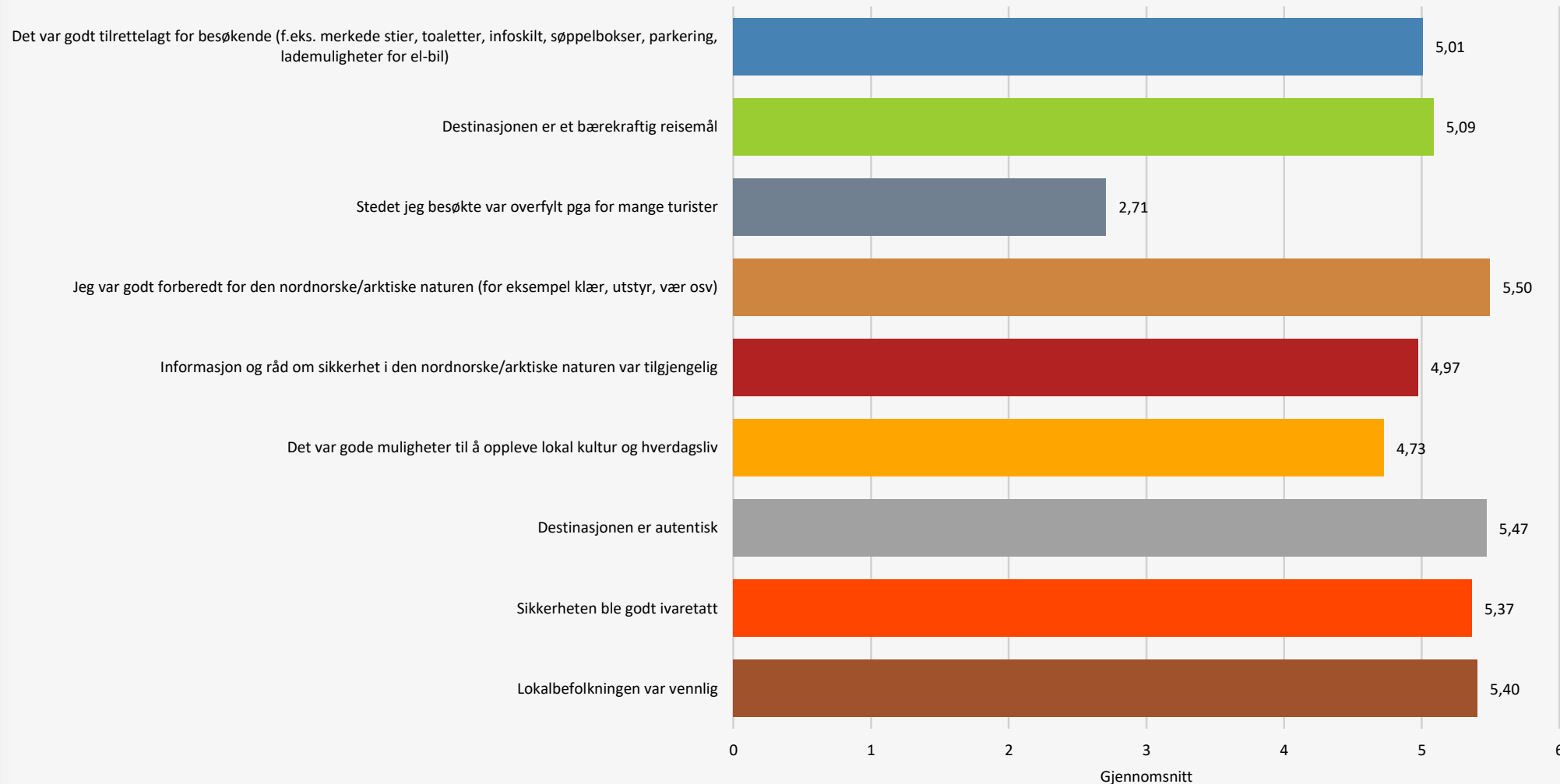


Når du tenker på din valgte destinasjon, i hvilken grad er du enig i følgende utsagn? (1 = i svært liten grad / 6 = i svært stor grad)

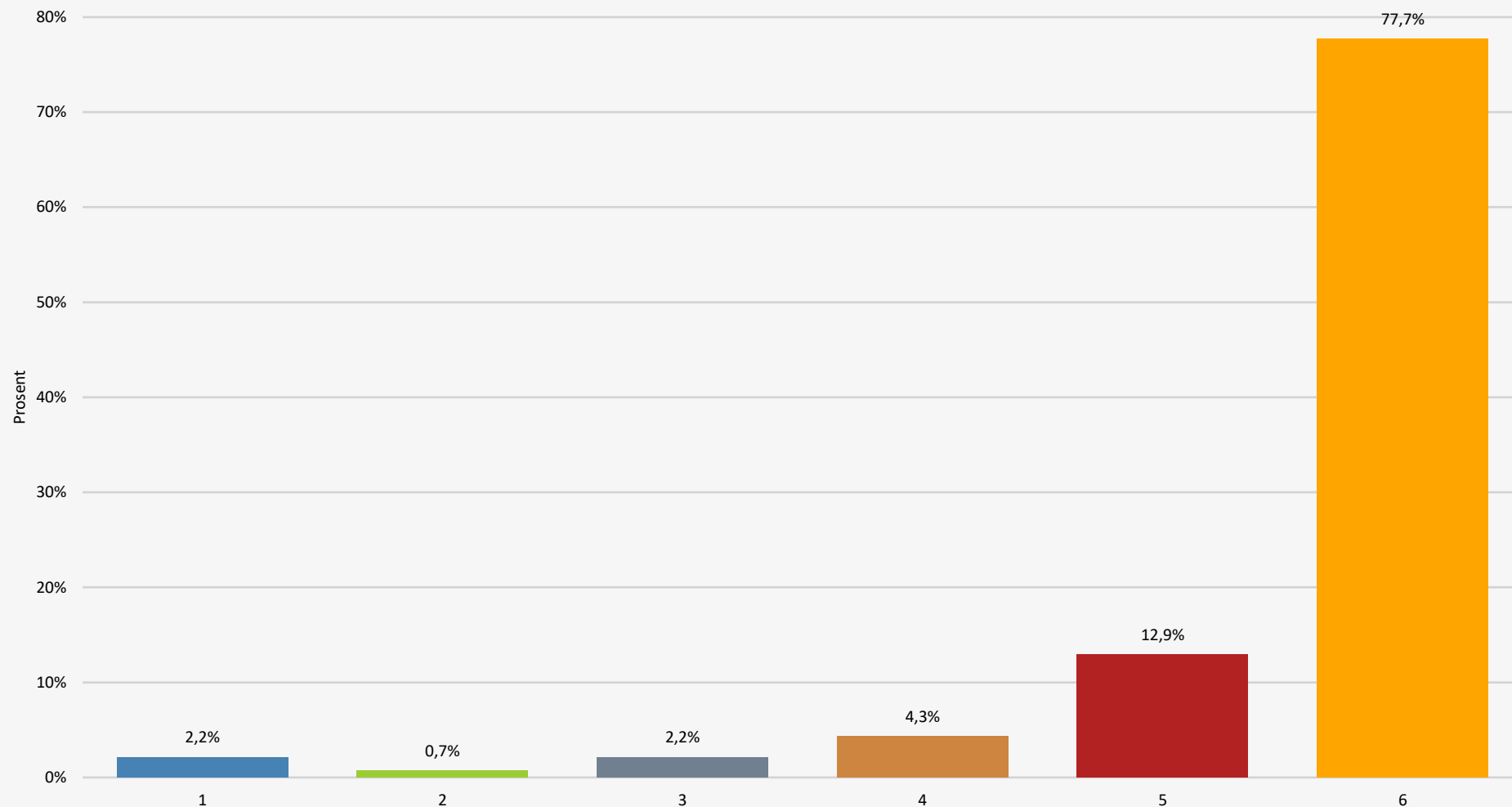
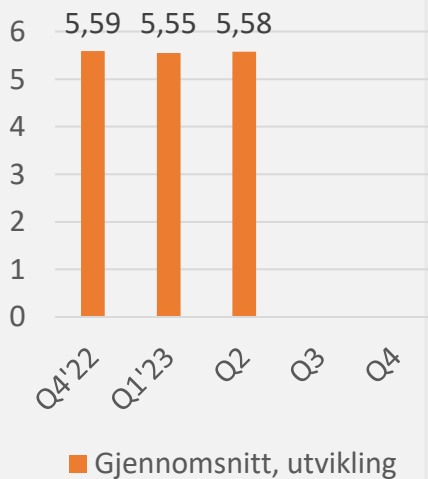


Alle
destinasjoner

Små
endringer
siden Q1



Hvor usannsynlig eller sannsynlig er det at du vil besøke Nord-Norge eller Svalbard igjen? (1 = svært usannsynlig / 6 = svært sannsynlig)



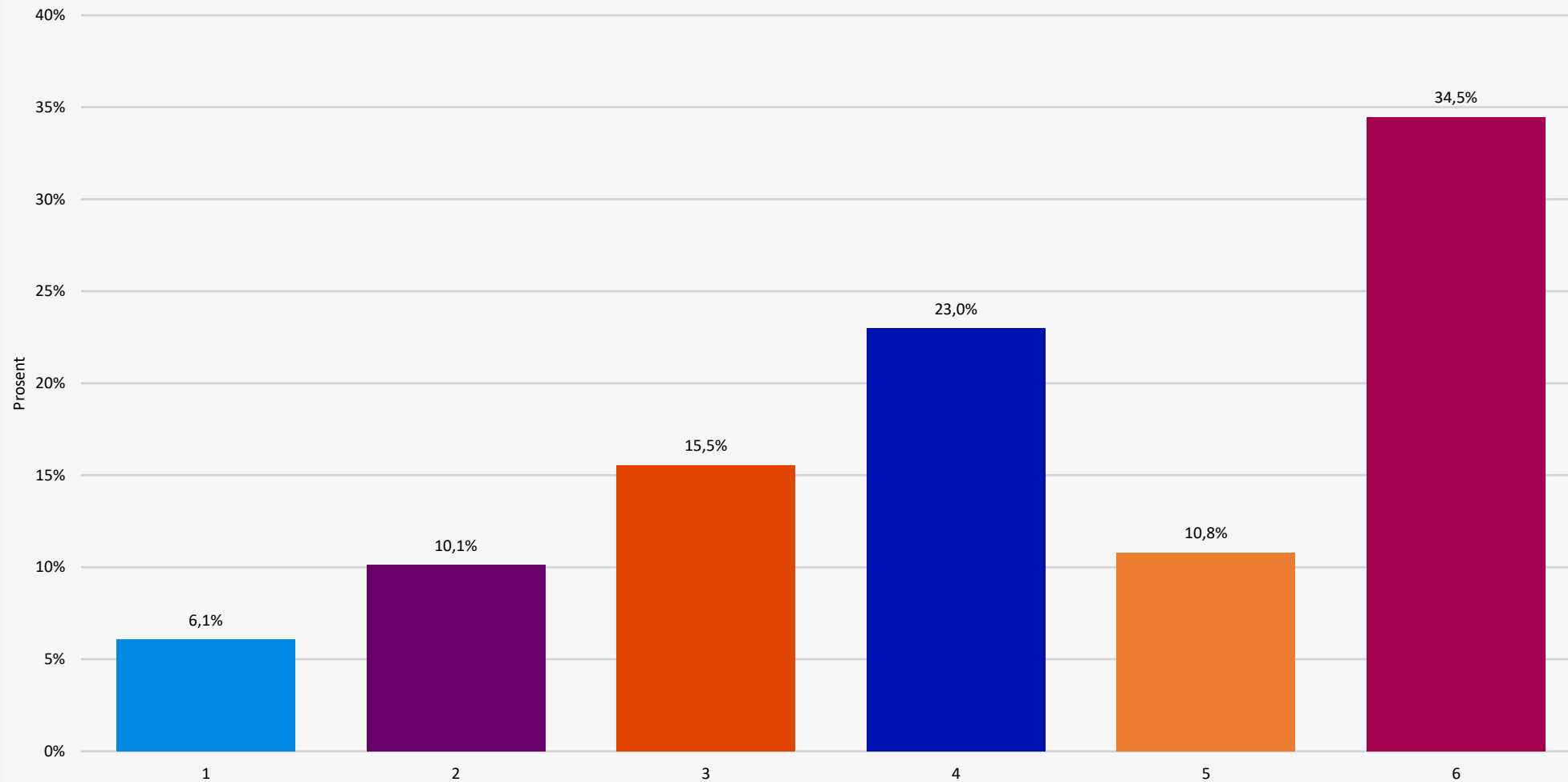
Hvor sannsynlig er det at du vil besøke Nord-Norge / Svalbard i løpet av de tre neste årene? (1 = svært lite sannsynlig / 6 = svært sannsynlig)



NordNorsk
Reiseliv AS

35% av de som enda ikke har besøkt oss sier det er svært sannsynlig at de vil gjøre det innen tre år (-12% siden Q1)

(n = 148)



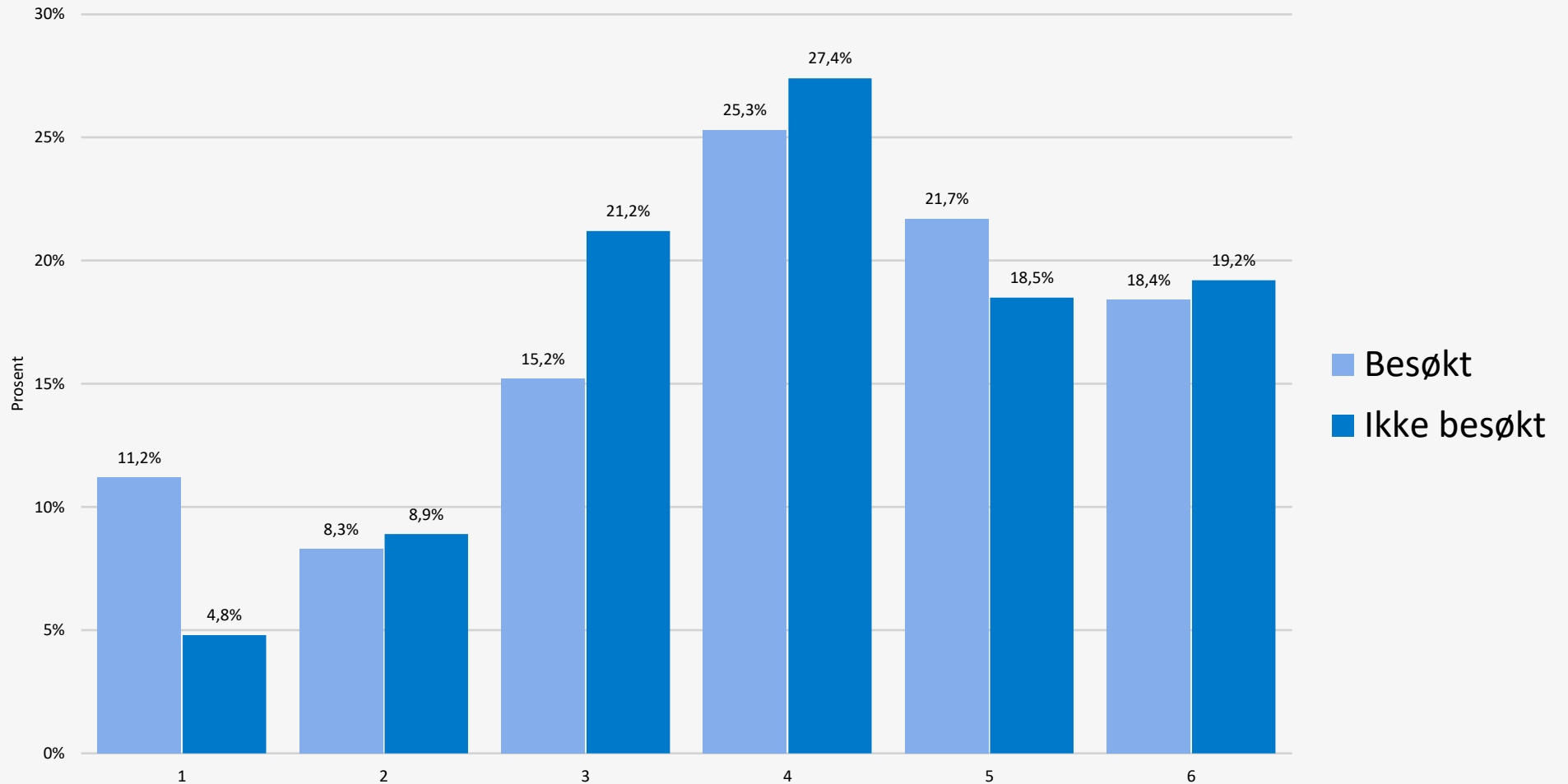
Hva er din holdning til å betale en besøksavgift for å hjelpe reisemålet ditt til å være bærekraftig? (1 = sterkt i mot / 6 = sterkt for)



Har besøkt:



De som enda ikke har besøkt nord, har litt høyere gj.sn betalingsvilje når det gjelder en besøksavgift (4,03)

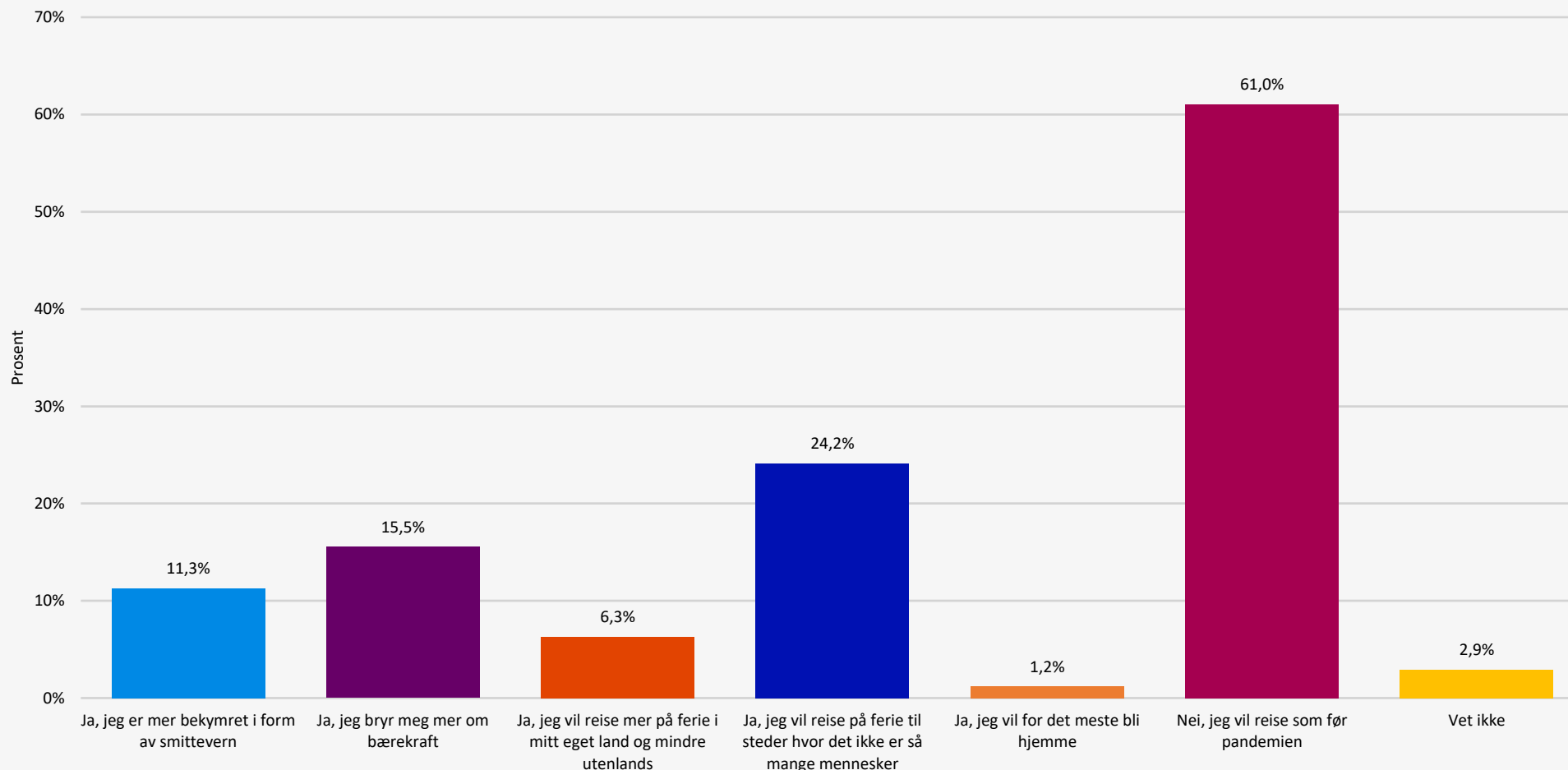


Har du endret dine reisepreferanser som følge av pandemien? (flere svar mulig)



NordNorsk
Reiseliv AS

Trenden at de reisende blir mer avslappet og mindre bekymret fortsetter



Oppsummering

- De største endringer i Q2 sammenlignet med Q1:
 - Endringer i preferanser – midnattssola er naturlig nok mer viktig. Det samme gjelder natur
 - Litt kortere bestillingstid
 - Instagram passert Facebook som viktigste SoMe kilde. TikTok og YouTube har økt sml. med Q1
 - Lengre oppholdstid
 - Flere reiser sammen med venner og alene
 - Flere av de som har besøkt allerede foretrekker å reise rundt og besøke flere destinasjoner. Færre ønsker å besøke kun 1 destinasjon
 - Flere reiser rundt i egen bil. Nedgang i offentlig transport, fly og bussgrupper
 - Betydelig nedgang i tilfredshet med offentlig transport
- De reisende fortsetter å være mer avslappet og mindre bekymret etter pandemien
- Nedgang i andelen som ønsker å besøke nord for første gang

! Det er fortsatt for få respondenter per destinasjon til at vi kan gjennomføre benchmark og mer inngående analyser per reisemål

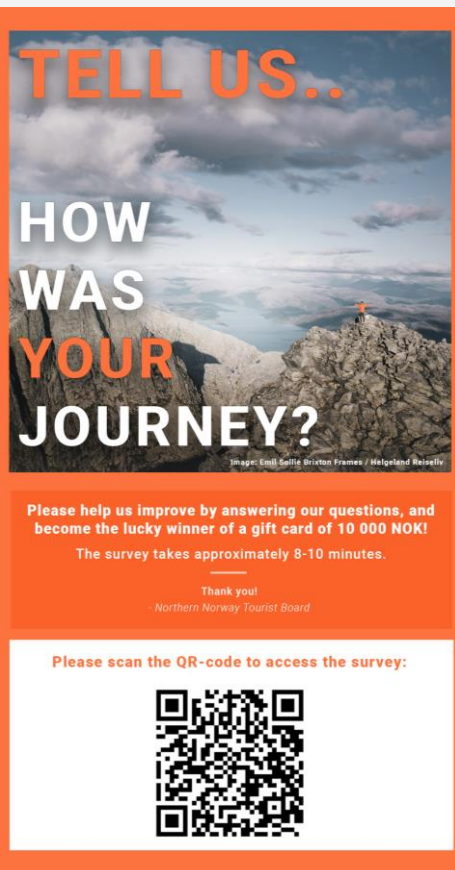
Kan du hjelpe til med å rekruttere respondenter?

Bruk følgende lenke i din kommunikasjon med gjester:

https://response.questback.com/nordnorskreiseliv/guest_survey

Gi beskjed om du ønsker tilsendt plakater med QR-kode (print og digitalt)

Følg gjerne Live-rapporteringen på iLag
<https://ilag.nordnorge.com/wiki/6339/>



TELL US..

HOW WAS YOUR JOURNEY?


Image: Emil Sævi, Drivton Frames / Helgeland Reiseliv

Please help us improve by answering our questions, and become the lucky winner of a gift card of 10 000 NOK!

The survey takes approximately 8-10 minutes.

Thank you!
Northern Norway Tourist Board

Please scan the QR-code to access the survey:



Spørsmål?



NordNorsk
Reiseliv AS



Agnete Stensland

Markedsanalytiker

agnete@nordnorge.com

922 61 436