



NordNorsk
Reiseliv AS

Status og trender høsten 2023

Agnete Stensland
Markedsanalytiker
NordNorsk Reiseliv AS

Globalt



NordNorsk
Reiseliv AS

- Reiselivet globalt tilbake for fullt
- Europa er den mest populære regionen
- Globale flypassasjerinntekter for 2023 forventes å nå 90% av 2019-nivå
- I 2023 forventes andelen internasjonale passasjerer å være 38% (42% i 2019)
- Økte priser forklarer mye av gjenopprettingen i alle sektorer (hoteller +20%)
- Q1 2023 globalt hotellbelegg 63% (Q1 2019 67%)



Shopping og familieriser øker mest



NordNorsk
Reiseliv AS

Preferred destination types: Forward tickets for international travel in summer 2023, vs 2022



Sun and Beach

+22%



Urban

+42%



Nature

+45%



Shopping

+53%

Source: ForwardKeys Air Tickets

Group size: Forward tickets for international travel in summer 2023, vs 2019



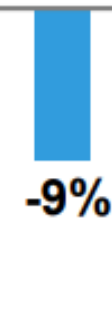
Singles



Couples



Families



Groups



= 2019
levels

Source: ForwardKeys Air Tickets

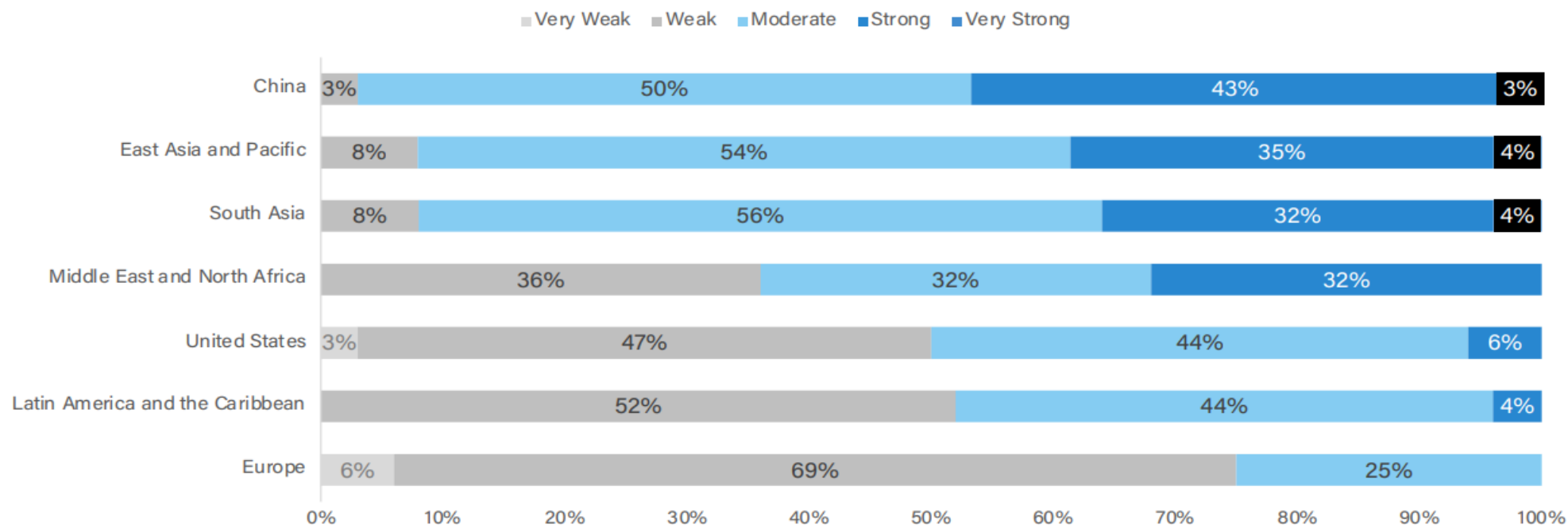
Global økonomi



NordNorsk
Reiseliv AS

- utsiktene for den globale økonomien er svakere enn i fjor
- 1 av 5 arbeidstakere i EU har ikke råd til ferie (EU Observer)
- forventer høyere inflasjon i de fleste regioner over hele verden
- fusjoner og oppkjøp tredoblet seg i 2021, men ble redusert med 72% i 2022 grunnet inflasjon, økte renter og økonomisk usikkerhet

What is Your Expectation for Economic Growth in the Following Geographies in 2023?



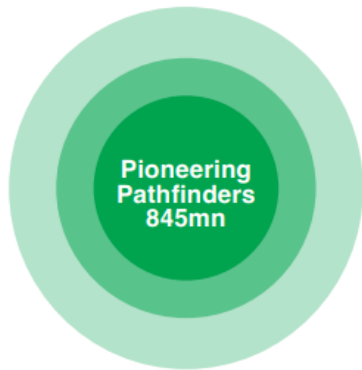
Kilde: World Economic Forum, Chief Economists Survey, April 2023

Målgruppetilnærming

- Åpen for ny teknologi vs. Bekymring for personvern
- Reise mer bærekraftig – ord vs. handling

Eksempler:

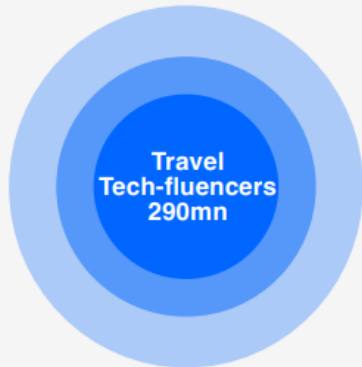
A VIEW OF THE Traveler Tribes 2033



Excited about
travel in 2033

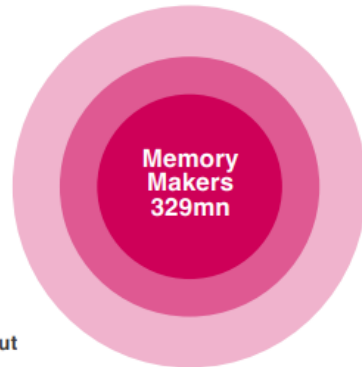


Need the travel
sector's support
in 2033 (to help
navigate travel's
new reality)

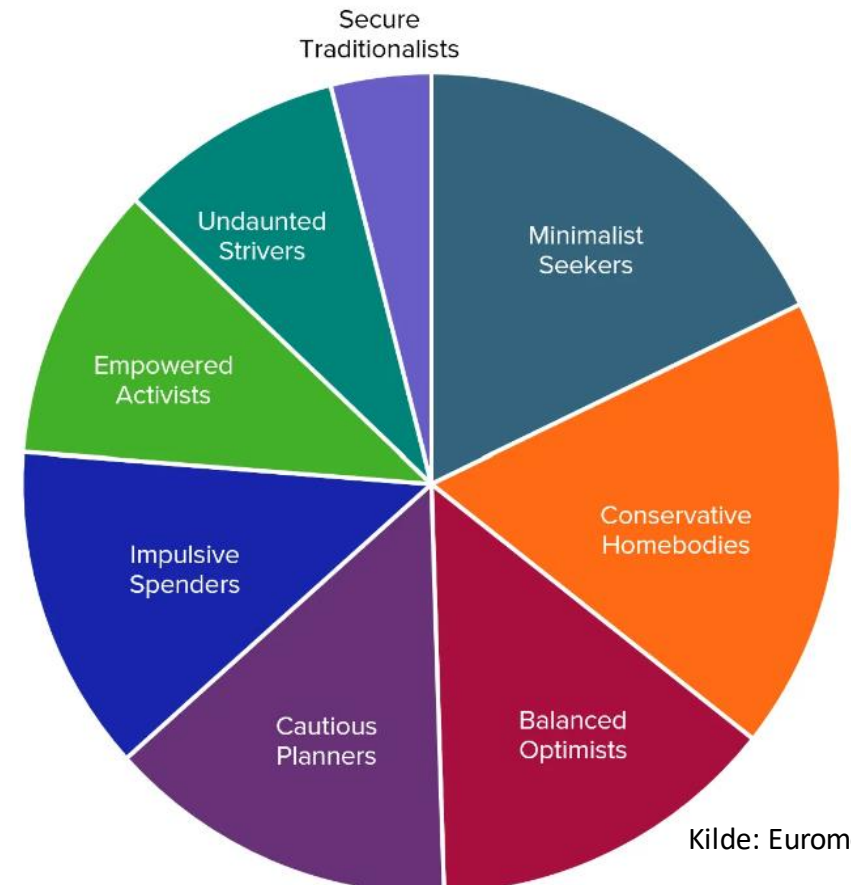


The travel sector
needs their support
in 2033 (as a
messenger to endorse
travel's new reality)

Concerned about
travel in 2033



Kilde: Amadeus



Kilde: Euromonitor

<https://ilag.nordnorge.com/wiki/9397/>

Trender oppsummert



- Høyt reisenivå til tross for redusert kjøpekraft
- Flexibilitet i arbeidslivet gir opplevelsesmuligheter
- Tett på, eksepsjonelle og før-det-er-for-sent opplevelser
- Luksusreiser
- Helse og velvære gir ro og transformasjon
- Gruppereiser – utvidet familie og flere generasjoner
- Flere Ansvarlige Reisende
- Ekstremklima vil føre til endring i reisemønster
- Digitalisering betyr effektivisering, tryggere reiser og skreddersøm
- Annonser og poster på SoMe, samt e-post har størst påvirkningskraft for kjøp



Booking og kjøpekraft

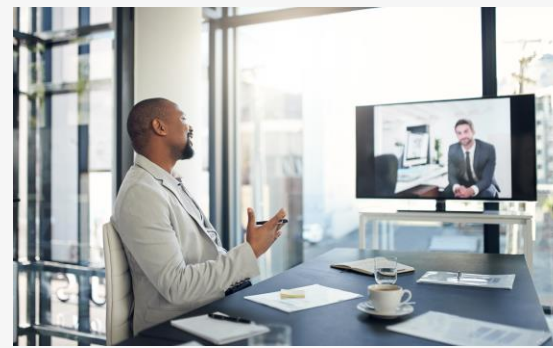


NordNorsk
Reiseliv AS

- Bookingvaner som ser ut til å vare:
 - Fleksible bookinger med gode kanselleringsregler
 - Bookingvinduet øker igjen (27 dager), og nærmer seg 2019 (32 dager)
 - Halvparten av hotellreservasjoner en uke før
 - Flere kjøper nå reiseforsikring (55% mot 21% i 2019)
 - Automatisert booking (nett, app og mobil) øker kraftig
 - Instagram, TikTok og YouTube større påvirkning
- Økt interesse for reisebyråer (sikkerhet og fleksibilitet)
- Kjøpekraft
 - Høyere inflasjon og priser betyr redusert kjøpekraft
 - 1 av 5 vil velge billigere løsninger både på hotell, mat, aktiviteter og selve flyvningene
 - De rike blir rikere – økning i etterspørsel etter luksusreiser
 - Å reise har høy prioritet – mange kutter heller på andre utgifter
- Svak kronekurs gjør Norge mer attraktivt
- Personalisert, skreddersydd og sømløst
- Mer prisbevisste og søker mer informasjon

Fleksibelt arbeidsliv kommet for å bli

- Digitale nomader – jobbe på kontoret, på hytta eller på reise
 - Kombinasjon av jobb og feriereiser
 - Etterspørsel coworking /kontorfelleskap
- > gir mange muligheter, men krever tilrettelegging



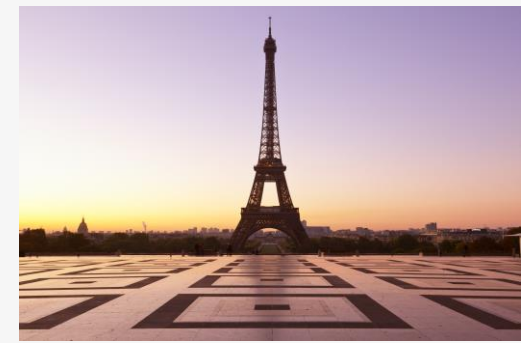
Hvilke opplevelser etterspørres mest

- Å reise har økt relevans ettersom vi blir mindre sosiale og ensomheten øker
- Pandemien satte fart på behovet for opplevelser og underholdning
- Tett på natur, kultur og lokale forhold
- Læring
- Tilbake til røttene
- Utfordre grenser (fysisk, mentalt og emosjonelt)
- Før-det-er-for-sent opplevelser
- Once-in-a-lifetime
- Lengre turer – Afrika, Asia, polare strøk
- Avslapping og Slow travel – dypdykk i lokale kulturer og samfunn
- Filmdestinasjoner
- Togreiser
- Kortere reiser i eget hjemland
- Kulinariske opplevelser



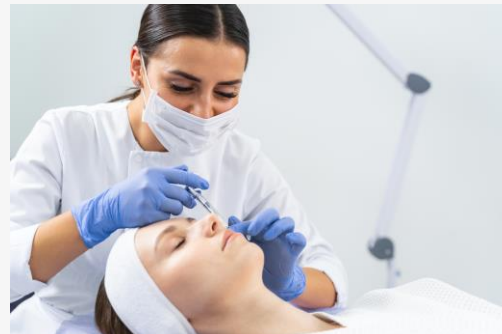
Etterspørselen etter luksusreiser vokser

- Def. – gjestene bruker mellom \$ 10 – 50 000 per reise (Skift)
- Økt etterspørsel – drevet av folk med svært god økonomi
 - Oppgraderinger
 - Mer luksuriøs overnatting
 - Premium fly
 - Kulinariske opplevelser
- Velvære en viktig driver
- Bærekraft avgjørende for noen
- Stor etterspørsel etter ekspedisjonscruise, transportservice, nye destinasjoner, unike opplevelser rundt sportsarrangementer eller konserter



Helse & velvære - sentrale drivere for å reise

- Fred og ro = den virkelige luksusen
- Verdien av gode relasjoner, kontakt med egne lidenskaper, helbred og empati
- Menneskets forhold til natur og dyr = terapi for fysisk helse og psykisk balanse
- Skjønnhet omfatter også indre velvære
- Trygghet på reise
- Transformasjon – bedre versjon av oss selv
- Påvirker etterspørselen etter type aktiviteter, måltider etc.



Gruppereiser i annen form enn tidligere

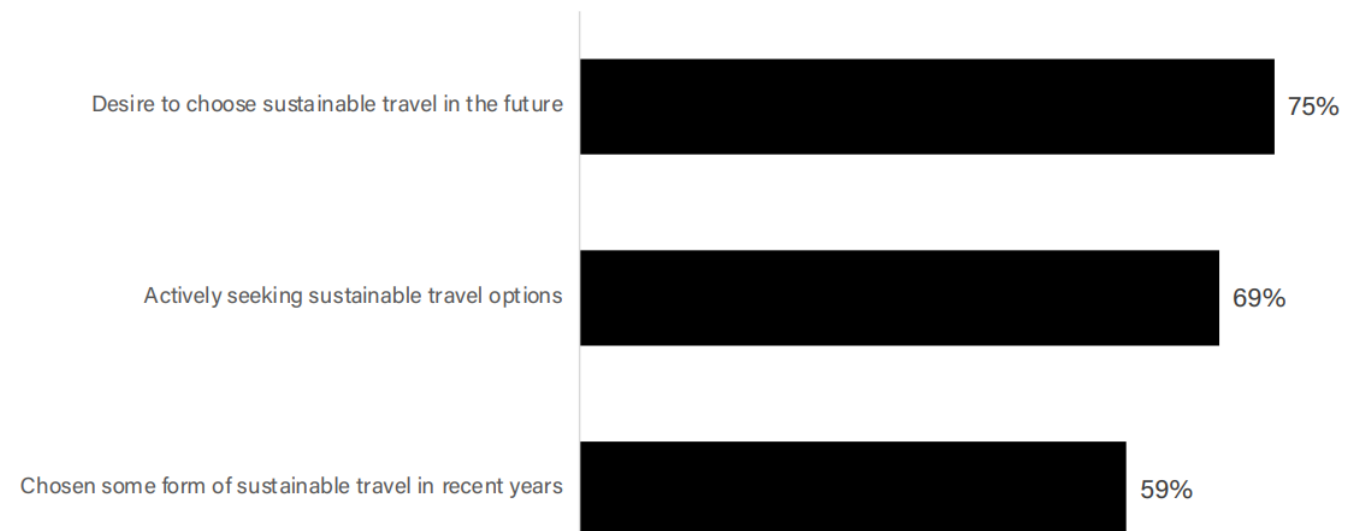
- Flere generasjoner sammen
- Grupper med utvidet familie og venner
- Forsterket behov for sosialisering og nære relasjoner etter pandemi
- Deling av kostnader



Flere Ansvarlige Reisende

- Økt etterspørsel etter å gjøre reisene så bærekraftige som mulig
- Høyest er betalingsviljen for bærekraftig overnatting, deretter fly og mat. Lavest for cruise. 5% ekstra virker være en grense
- Forventes at bærekraftige alternativer blir mer synlige, tilgjengelige og konkurransedyktige i pris
- Økt fokus på fornybar energi, regelverk, grønnvasking, innovasjon etc.
- Økning i frivillighetsreiser
- Økoturisme vokser

Commitment Among Travelers to Reduce Their Carbon Footprint



Endringer i klima fører til endret reisemønster

- Hetebølger og skogbranner vil føre til et skifte i reisemål og/eller til skuldervesesonger (i april forventes høyest vekst)
- Varme reisemål fra noe vi søker, til noe vi frykter
- Nord-Norge en klimavinner
- Vil over-turismen flytte på seg?
- Fra strender til fjell

Flere megatrender trekker turister nordover



ANDRE GANG: Brien Ed Cohen er tilbake i Tromsø etter syv år. Han merker valutaendringene godt. Foto: Johanne Ernstrøm

Av Johanne Ernstrøm og Peter Reinholdtsen

Publisert: 25.07.23 06:00

Del

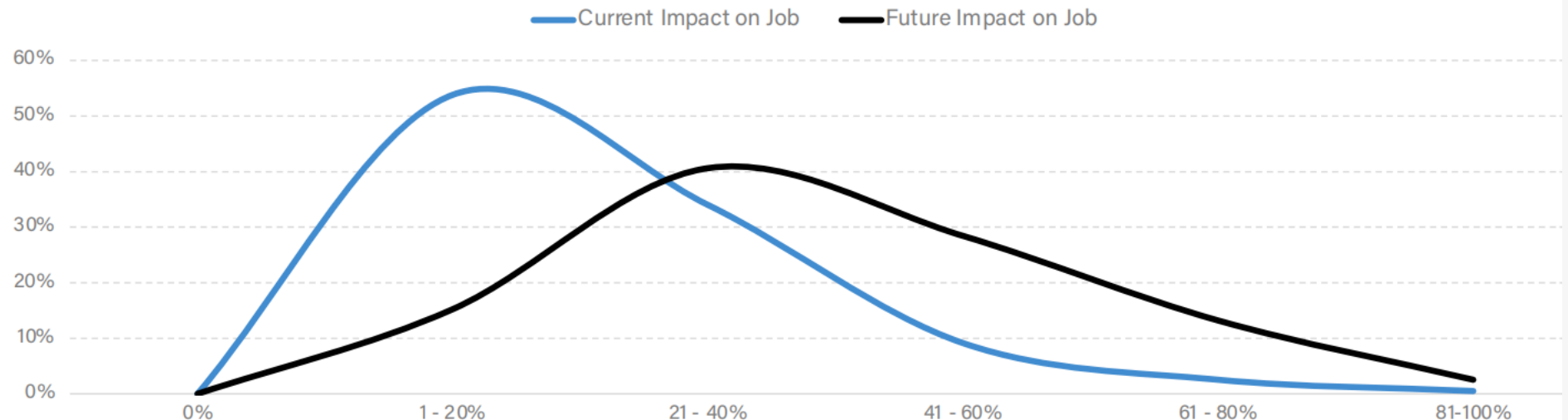
Flere megatrender trekker i samme retning: Vedvarende lav valutakurs, et Norge som klimavinner og ønsket om sunne opplevelser i verdensklasse gjør at vi står foran en turistboom vi ikke har sett maken til.

Kilde: iTromsø

Digitalisering og AI

- Gigantiske investeringer i teknologi
- Globale online bookinger +26% innen 2024 (sml. med 2019). Mobil fortsetter å øke
- Generativ AI, designet for å lage *nytt* innhold – vil ha stor innvirkning på reiselivsnæringen
 - Raskere utvikling og «revolusjon» i grensesnitt
 - Chatbots forbedrer kundesupport
 - Endrer inspirasjons, planleggings og bookingfasene, f.eks. personaliserte reiseruter, forhåndsvisning
 - Etske spørsmål og personvern må tas på alvor

What Percentage of Your Job Could AI Tools Effectively Do for You Today and in the Future?



Teknologi



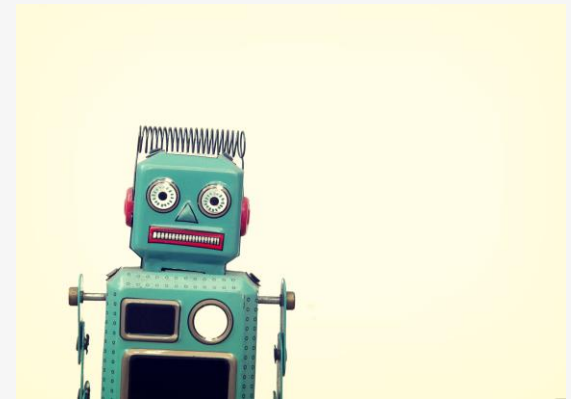
Nordnorsk
Reiseliv AS

- Datadrevet online salg
 - direkte via SoMe og influensere
 - fotokonkurranser
- Økende bruk av blockchain teknologi – dette er neste fase av internett og reiselivs-næringen henger etter
 - direkte distribusjon, deling av data, verifisering av reisedokumenter
 - mer effektive og sikre betalingsløsninger, digitale penger (NFT)
- Super apper – alt på ett sted og brukt i daglige rutiner
- Bruk av data for å optimalisere bruken av arbeidskraft, f.eks. hotell
- Kommunikasjon via meldingstjenester (færre bruker e-post)
- AR & VR opplevelser gjennom briller eller hjemmefra – flere virtuelle TOs
- Gaming /E-sport gir uante muligheter
- Biometri i sikkerhetskontroll
- Smart bagasje
- Kontaktløse enheter er nå blitt en nødvendighet



Produktinnovasjoner

- eVTOL – electric vertical take-off and landing fly
 - Mindre utslipp
 - Mange flyselskaper utvikler og vil inn på taximarkedet
- Hyperloop – ny transportmåte for reiser med høyere hastighet enn fly
- Romfartsturisme
- Roboter som hjelper med oversetting, guiding, bære baggasje



Næring / sektorer

- Mangel på arbeidskraft og underbemanning forventes å være et vedvarende problem i årene som kommer
- Utleie av ferieboliger vokser; Airbnb øker forspranget. Store aktører vinner fram på bekostning av små uavhengige verter
- Forretningsreiser tar seg opp; forventes å nå 2019-nivå i slutten av 2024
- Cruise - sterkt comeback, forventes å overstige passasjernivået i 2019 i løpet av 2023
- Transport: fragmentert, økt etterspørsel i stor endring (digitalisering, miljø...)
- Bilutleie - etterspørselen er høyere enn før pandemien i de fleste land
- Elektrifisering er en viktig trend
- Fragmentert OTA sektor – «alle» kan selge reiselivsprodukter

Kilder



NordNorsk
Reiseliv AS

- Skift Research, State of Travel 2023
- Skift.com
- ForwardKeys
- SchengenVisaInfo
- blueeggs - from trend to innovation
- Amadeus, Catalyst for change Whitepaper
- Phocuswright
- <https://theconversation.com/tourists-flock-to-the-mediterranean-as-if-the-climate-crisis-isnt-happening-this-years-heat-and-fire-will-force-change>
- Nordlys
- The Tech Edvocate
- RoamRealm
- Solutions Group
- Marigold
- ..

Alle bilder fra Stockbilder

Kontakt



NordNorsk
Reiseliv AS

Agnete Stensland

Markedsanalytiker

agnete@nordnorge.com

922 61 436



Foto: Marie Nystad, NNR