


**GJESTEDØGN**  
(20 657 i 2025)

**19 737**

**ANKOMNE GJESTER**  
(7 070 i 2025)

**7 088**

**VISITSVALBARD.COM**

 Brukere  
(89 588 i 2025)

 Sidevisninger  
(342 805 i 2025)

**78 649**
**286 582**

**FACEBOOK**

Antall følgere (82 429 i 2025)

**85 578**

**INSTAGRAM**

Antall følgere (131 710 i 2025)

**136 800**

**CRUISE**

Antall passasjerer i 2026:

Ekspedisjon &lt; 12 pax

Ekspedisjon 12-500 pax

Konvensjonelle

Rute

**60**

**BELEGGSPROSENT AV  
TILGJENGELIGE ROM**  
(82,3 % i 2025)

**76,1 %**

**LIGGETID**  
(2,8 i 2025)

**2,7** døgn

**LOSJOMSETNING**  
Snitt per solgte romdøgn  
(2 789,- i 2025)

**Kr 3 019,-**

**NASJONALITETER**

Gjestedøgn

 Listen er sortert ut ifra de 5 nasjonalitetene  
med flest gjestedøgn denne måneden.

	2025	2026	%ENDRING
Norge	7 819	7 108	-9 %
Storbritannia	1 303	1 740	34 %
Tyskland	1 220	1 539	26 %
Kina	465	960	106 %
USA	769	896	17 %

**ANTALL BESØKENDE I  
TURISTINFORMASJONEN**  
(1 964 i 2025)

**1 464**

**KOMMENTARER**

Gjestestatistikken for mars viser tegn på utflating / stabilitet sammenlignet med 2025, med omtrent samme antall besøkende og noen færre gjestedøgn. Fallet i andelen norske gjester veies i stor grad opp av at gjester fra flere andre land finner veien til Svalbard, en trend vi har sett over flere år nå. Gjennomsnittlig oppholdstid og beleggsprosenten er også litt svakere enn fjoråret, mens romprisen fortsetter å utvikle seg positivt. Sammenstiller vi overnattingstallene mot salget av aktiviteter, så ser vi også der tall omtrent som i mars 2025 – altså høy aktivitet og god omsetning. I sum har det derfor vært en god mars måned for reiselivet i Longyearbyen.

Cruisesesongen er i gang for de mindre ekspedisjonsskipene, og vi har i løpet av mars hatt 5 anløp med fullt belegg.





## KOMMENTARER TIL AKTIVITETSSALGET

Vi ser så og si 0% økning i salget av aktiviteter som er **booket** i mars gjennom [visitsvalbard.com](https://visitsvalbard.com), og en minimal økning på 2% i salgssummen for aktivitetene som er **avreist** sammenlignet med samme måned i fjor.

Når vi ser på topp 5 aktiviteter med flest deltakere som er avreist i mars finner vi fremdeles hundekjøring og snøscooterturer. Andelen med lengre bookinghorsiont er høy også denne måneden, og det er flere som booker fremover i tid. Det er likevel størst andel som booker mellom 0-9 dager før avreise av aktiviteten.

## Webtrafikk på [visitsvalbard.com](https://visitsvalbard.com)














## KOMMENTARER

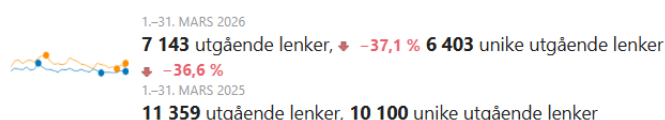
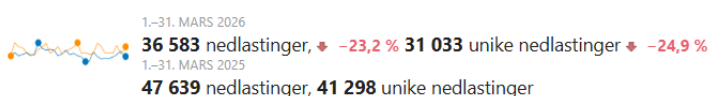
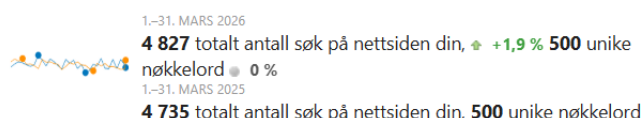
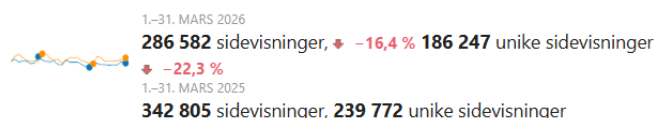
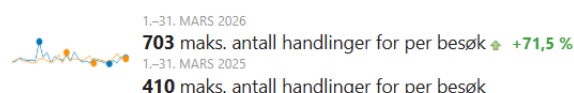
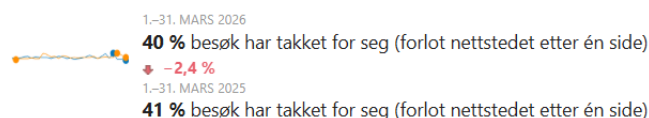
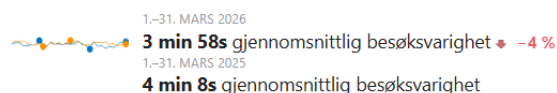
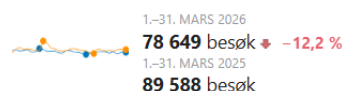
Under finner dere besøksstatistikken på nettsidene sammenlignet med samme måned i fjor. Til høyre ser dere topp 10 nasjonaliteter som hadde høyest trafikk i denne perioden.

Vi ser noenlunde de samme nasjonalitetene på topp 10-listen som vi har gjort i en lengre periode nå. Verdt å merke seg er at Kina stadig er høyt opp på listen.

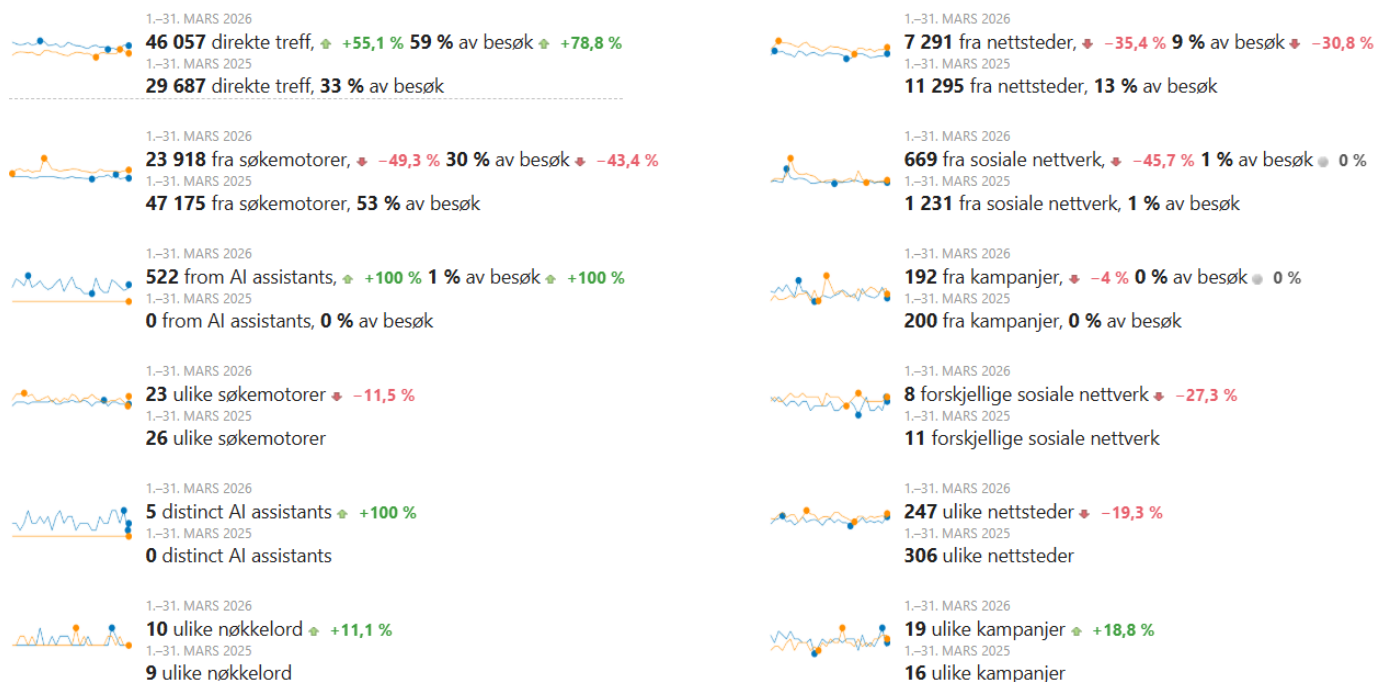
I besøksoversikten på nettsiden ser vi også denne måneden en nedgang for besøkende og for antall sidevisninger sammenlignet med fjoråret. Som nevnt foregående måneder mistenker vi at nedgangen vi ser potensielt kan komme av den økende bruken av ulike AI-plattformer. På grunn av den nye brukeratferden knyttet til bruk av AI, får brukerne informasjonen fra nettsiden uten å fysisk besøke nettsiden. Dette er en trend som ikke er spesielt bare for [visitsvalbard.com](https://visitsvalbard.com), men noe som flere destinasjoner og lignende aktører begynner å erfare også.

LAND	BESØK
 Norge	36,7 % 28 825
 USA	11,2 % 8 789
 Storbritannia	9,4 % 7 428
 Kina	4,1 % 3 202
 Tyskland	4 % 3 108
 Sverige	3,5 % 2 736
 Italia	2,5 % 1 951
 Frankrike	2 % 1 580
 Danmark	2 % 1 576
 Nederland	1,9 % 1 505
 Spania	1,8 % 1 455

## Besøksoversikt



## Kanaltype



## KOMMENTARER

Denne oversikten viser samlede statistikker for nøkkelkanalene inn til nettsidene våre og hvordan disse presterte sammenlignet med samme måned i fjor. Under finner dere en grafisk presentasjon av trafikken som kom inn til sidene våre via sosiale medier.

Vi ser at de største andelene av besøkende på nettsiden enten har kommet via direkte treff (59%! av besøk) eller via søkemotorer hvor de har aktivt søkt etter Svalbard (30% av besøk).

I fra våre sosiale kanaler ser vi at mesteparten av trafikken har enten kommet inn fra Facebook, reddit eller LinkedIn. Denne måneden ser vi en større andel av trafikk fra reddit enn hva vi har erfart de siste månedene.

