

Reisebarometer

Vår 2026

Undersøkelsen er gjennomført i
England, Tyskland, Sverige,
Danmark, Nederland og Frankrike i
april 2026



Epinion



Innledning

Bakgrunn

Reisebarometeret tar temperaturen på reiseforventninger, reiseplaner og reiselyst i Sverige, Danmark, Tyskland, Nederland, England og Frankrike.

Barometeret belyser prioriteringene og holdningene til Norge som reisemål og hvordan turistene påvirkes av uro og usikkerhet ved inngangen til sommeren.

Reiselysten er rekordhøy, og interessen for å oppleve Norge er stor. Nå er også de eldste aldersgruppene tilbake på reisemarkedet. Årets store paradoks er at reiselysten stiger mye, samtidig med at barrierene for å reise er betydelig høyere enn i fjor. Mer enn halvparten svarer at deres reisevalg blir påvirket av politisk og/eller økonomisk uro og usikkerhet.

Rapporten er utarbeidet av Gyger og Epinion i samarbeid med Innovasjon Norge, og viser de viktigste resultatene på tvers av markedene.

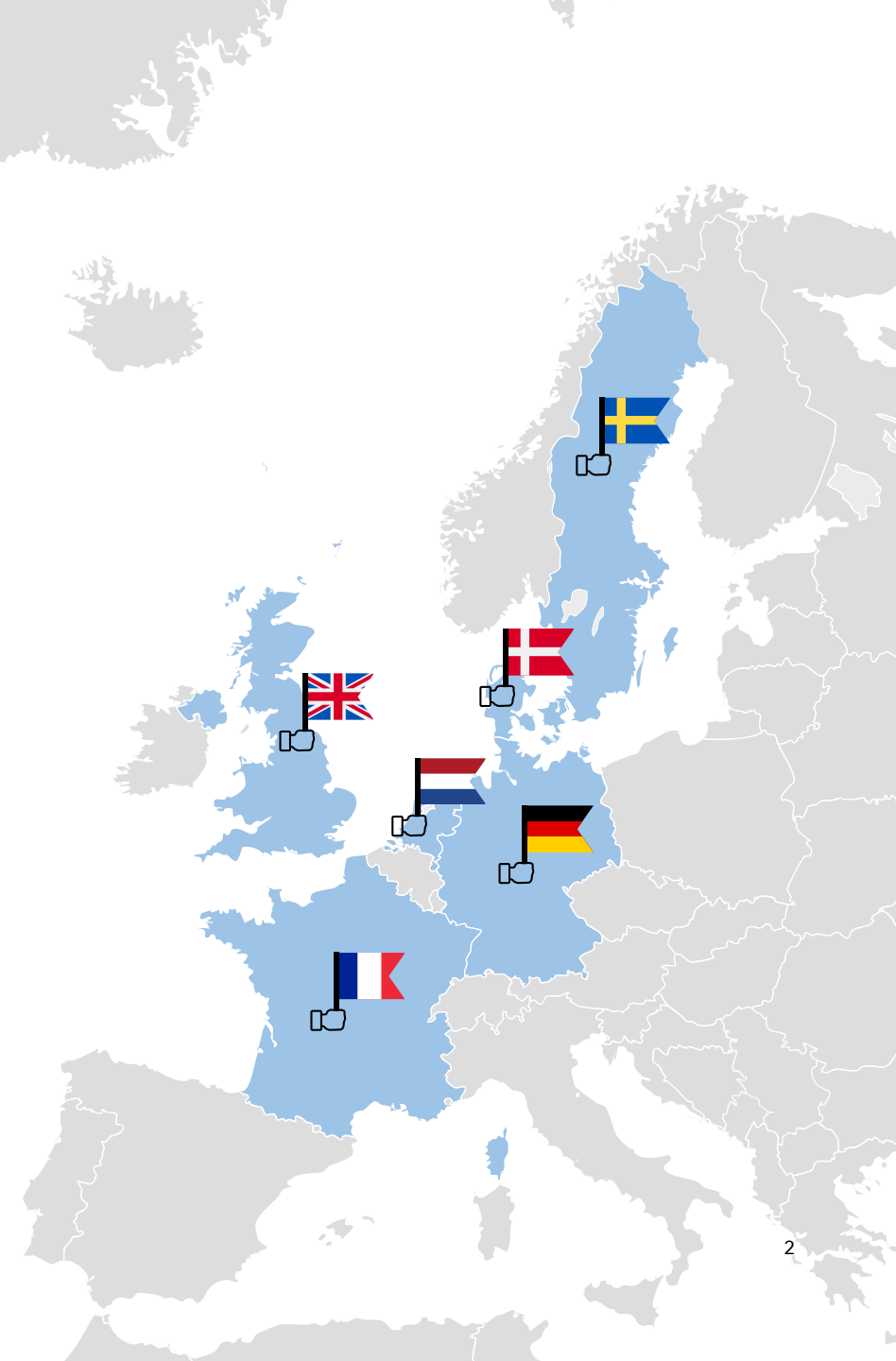
Data- og leserveiledning

Datainnsamlingen ble gjennomført fra 25. mars til 7. april. Analysen er basert på intervju med 5 966 potensielle reisende* i Tyskland (985), Frankrike (988), England (1010), Nederland (983), Sverige (997) og Danmark (1003).

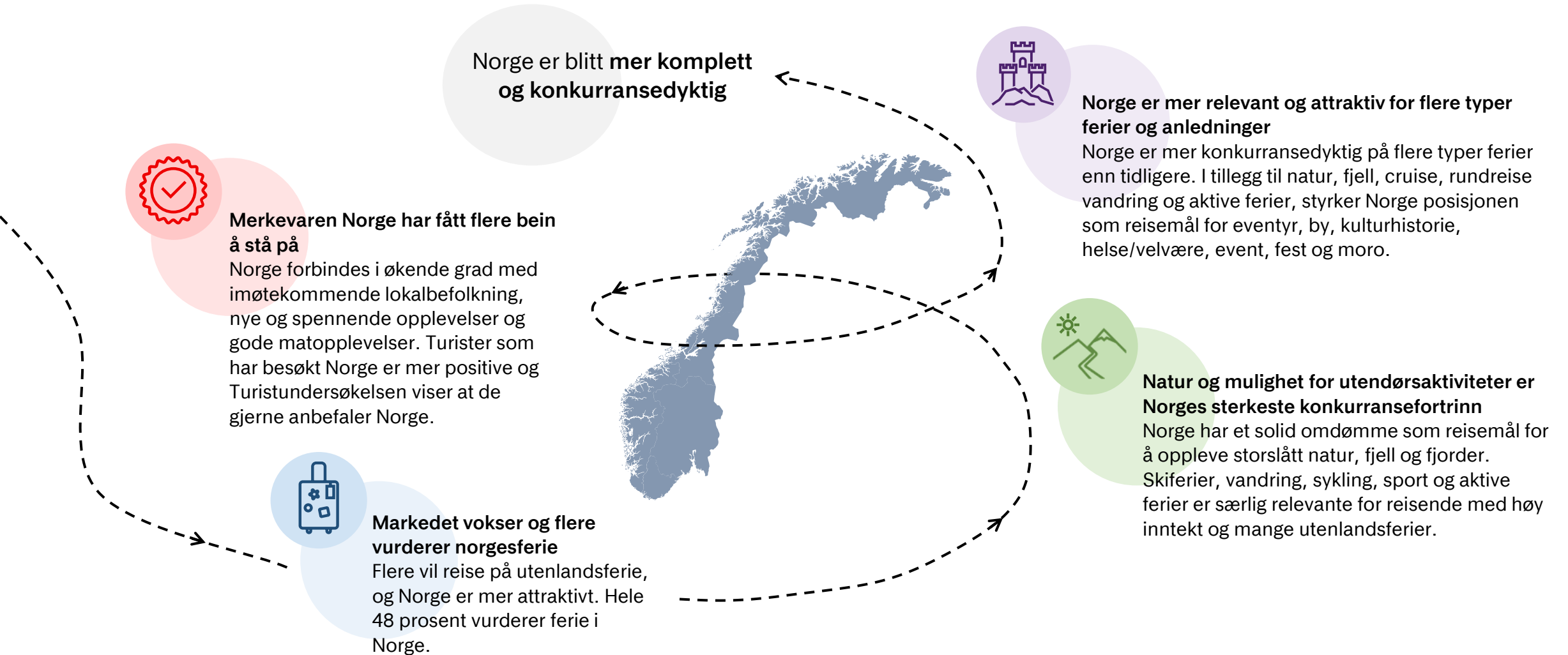
Rapporten er delt inn i ulike temaer, og dekker viktige nøkkeltall for målgruppens størrelse og interessen for Norge, barrierer for å reise til utlandet, interessen for Norge og assosiasjoner til Norge som reisemål, samt holdninger til natur, klima og miljø.

Nytt i årets rapporten er eget tema som tar for seg hvilke typer ferier de som vurderer en norgesferie vil ha, og hvilke behov de vil tilfredsstille.

*** Målgruppen for undersøkelsen er aktive reisende:**
Undersøkelsen bygger på intervjuer med personer som har vært på minimum en ferie/fritidsreise i utlandet de siste tre årene, og som er interessert i å reise på ferie til utlandet i de kommende tre årene. Intervjuene er avgrenset til noen spesifikke geografiske områder i England og Frankrike (se nærmere om dette på side 8).



Norge er blitt et mer komplett og konkurransedyktig reisemål



Norge er blitt et mer komplett og konkurransedyktig reisemål

Det gir nye muligheter og utfordringer

Mulighet: Aktive ferier

Turistene som vurderer skiferier, sykkelferier, sport og aktive ferier har høy inntekt og reiser oftere til utlandet. De er mer opptatt av å ha tilgang til et variert aktivitetstilbud, spa og velvære.

Mer fokus på tilbud som komplementerer utendørsaktivitetene kan gjøre aktive turister mer lønnsomme i barmarksesongen og for reisemål i distriktskommuner.

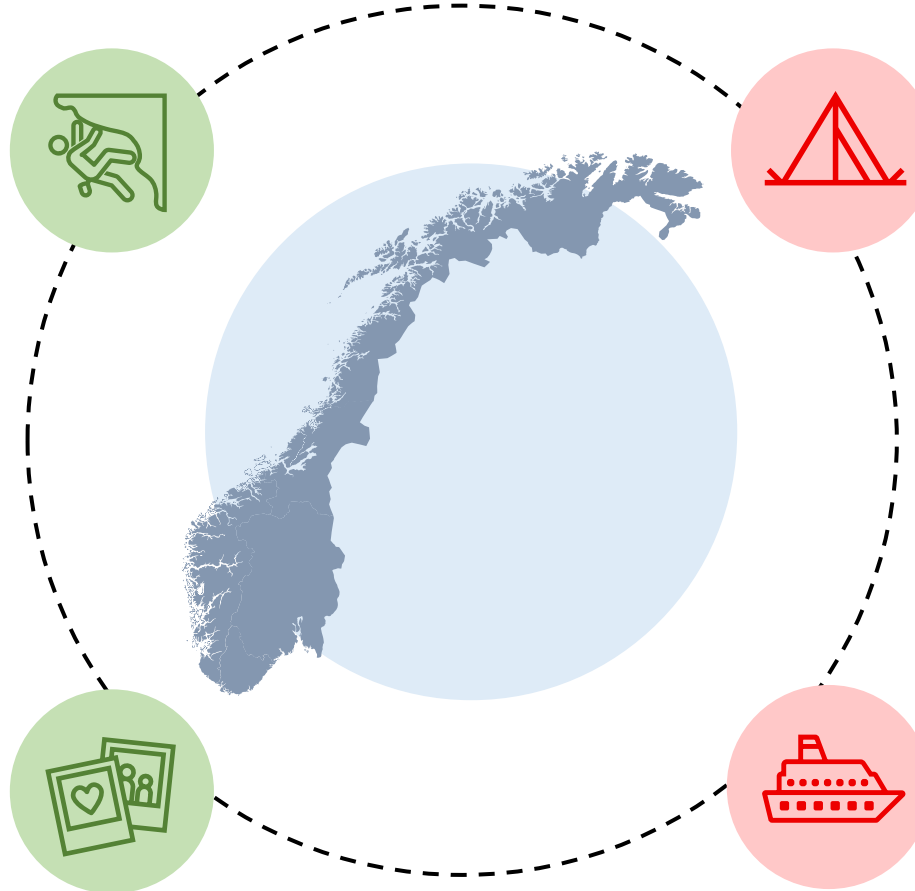
De reiser mye og forventer at hele reiseopplevelsen er enkel og lett tilgjengelig. Disse turistene kommer i større grad fra Europa og er relativt kortreist.

Mulighet: Feiring, jubileum og event

Flere reiser for å delta på arrangement eller for å feire viktige anledninger. Med et bredere og mer konkurransedyktig reiselivstilbud velger flere å legge denne typen reiser til Norge hele året.

Mulighet: Reiseplanlegging blir enklere

KI gjør det lettere for potensielle turister å planlegge norgesferier hele året. Det bidrar til at flere realiserer interessen for å reise til Norge. Særlig yngre bruker allerede KI i stor grad for å planlegge ferier.



Utfordring: Aktive ferier

Norge er et eldorado for utendørsaktiviteter og naturopplevelser. Allemannsretten gjør det attraktivt å nyte naturen i Norge, slå opp telt og parkere bobilen utenfor campingplassene. Norge er mer attraktivt også for disse turistene. Nå drives veksten av volum, ikke økt forbruk (Turistundersøkelsen 2025, Innovasjon Norge).

Det er en betydelig sjanse for at det kommer flere turister med lavt forbruk, som blir lenge og som legger igjen lite penger i lokalsamfunnene de besøker.

Samtidig er flere opptatt av adrenalin og spenning, det kan føre til flere ulykker og større press på beredskap og helsetjenester.

Utfordring: Sesongutvidelse og helårsturisme

Kan fort bli forbeholdt byer og andre områder og med god tilgjengelighet og et variert aktivitets- og kulturtilbud. Feriene utenfor sommersesongen er kortere og mer avhengig av et godt fly- og kollektivtilbud, samt enkel planlegging, booking og gjennomføring.

Utfordring: Ukontrollert volumvekst i sommersesongen og på de mest populære reisemålene

Ukontrollerbar vekst i camping utenfor campingplasser, korttidsutleie og cruise skaper utfordringer med kø, press på infrastruktur, slitasje, forsøpling og press på natur og lokalsamfunn.

Oppsummering av funn



Reiselysten er rekordhøy som følge av en markant oppgang i interessen for utenlandsreiser i aldersgruppene fra 50 år og oppover i England, Nederland og Tyskland.

De eldste i England og Tyskland er over gjennomsnittlig interessert i cruise. Tyskere på 50+ reiser i større grad på rundreiser og kulturhistoriske ferier, mens voksne nederlendere vil utforske natur, kultur, fjell og vandreferier. Gode matopplevelser, stillhet og ro er viktigere for de voksne i alle disse markedene.



Økonomisk og/eller politisk uro og usikkerhet påvirker i stor grad reiseplanene for halvparten av de aktive reisende. Økonomisk usikkerhet gjør at mange vil reise mindre og velge destinasjoner med et lavt kostnadsnivå. De som primært er påvirket av politisk uro, vurderer i større grad å feriere i hjemlandet.

Det er de yngste, barnefamiliene, de med lav og middels inntekt og de som reiser lite som er mest påvirket av uro og usikkerhet.



Merkevaren Norge står sterkt og har fått flere bein å stå på de siste årene. Flere mener Norge har spennende opplevelser, byer, kultur og historie.

Interessen for Norge holder seg høy og vokser i viktige markeder. I Nederland har Norge styrket sin posisjon. Hele 10 prosent av de som planlegger å reise til utlandet det kommende året, vurderer å reise til Norge.

Norge har høy troverdighet på bærekraft. Samtidig viser rapporten at viljen til å gjøre konkrete tiltak for å ta vare på natur og miljø er mindre nå enn under pandemien.



Flertallet av de som vurderer å reise til Norge vil **oppleve natur**. Det er kun små endringer i valg av type ferie på utenlandsreiser og norgesferie. Behovene de potensielle turistene vil tilfredsstille på en ferie endrer seg også lite. Det er en **tendens til at flere prioriterer stillhet og ro, boost i mental velvære, tilgang til spa og velvære, samt adrenalinkick og spenning**. Samtidig er det litt færre som er opptatt av kulturtilbud, matopplevelser og å oppleve en kultur som er annerledes enn hjemme.

Mer enn halvparten av de aktive reisende svarer at ferieplanene i stor grad påvirkes av økonomiske, politiske eller klimarelaterte bekymringer



Risiko for ekstremvær og klimakrisen påvirker reiseplanene i alle markedene, særlig i England og Frankrike

Hva ser vi?

De som er påvirket av klimakrisen er også mest påvirket av risiko for ekstremvær



Hvordan påvirker det de reisende?

Unge og barnefamilier er mest påvirket. De mener i større grad at Norge tar klima og miljø på alvor, og vil reise mindre til utlandet og velge reisemål som er mindre utsatt for ekstremvær.



For 2 av 5 blir ferieplanene sterkt påvirket av prisstigning, usikre valutakurser og/eller usikker husholdningsøkonomi

Hva ser vi?

Langt flere blir påvirket av usikre valutakurser og økte priser på grunn av toll- og handelskonflikter



Hvem er mest påvirket?

Det er særlig de yngste, barnefamilier og reisende med lav eller middels inntekt. Det påvirker i større grad reisende i England, Frankrike og Sverige.



1 av 4 er sterkt påvirket av politisk uro og usikkerhet, og søker en trygg havn på ferien

Hva ser vi?

Kvinner tilpasser reiseplanene i mye større grad enn menn



Hvordan påvirker det de reisende?

De avventer i større grad beslutninger om å reise for å se an utviklingen. De er langt mer opptatt av å velge reisemål de opplever som trygge og velger i større grad pakkereiser.



De som er sensitive for risiko vurderer flere destinasjoner

Hva ser vi?

De som blir sterkt påvirket av en av barrierene, har dobbelt så høy sannsynlighet for å bli påvirket av de øvrige barrierene.



Hvordan påvirker det de reisende?

De risikosensitive reisende vurderer langt flere reisemål og sesonger. De reiser mindre og foretrekker i større grad å kjøpe pakkereise.

Hovedfunn

Hovedfunn per marked

England

Reiselysten har økt kraftig, og ligger nå for første gang langt over nivået før pandemien. Veksten drives av at flere eldre vurderer å reise til utlandet igjen. Nesten 1 av 3 reisende påvirkes i høy grad både av økonomisk og politisk uro og usikkerhet. Det er langt flere (59%) som vurderer å kjøpe pakkereise på en eventuell norgesferie. Engelskmenn er over gjennomsnittet interessert i byferier, cruise og eventyrferier/adventure.

Nederland

Nederland er årets vekstmarked for Norge. Andelen som vurderer Norge det kommende året har økt, og i tillegg vokser det totale nederlandske utreisemarkedet. Hele 8 av 10 er aktive reisende. Andelen som vurderer Norge det kommende året har økt fra 4 til hele 7 prosent av befolkningen. Interessen for rundreiser, sport- og aktivitetsferie har også økt, og er høy i Nederland. De er mer opptatt av å utforske natur, stillhet og ro og ha tilgang til et variert aktivitetstilbud.



Innovasjon
Norge

Tyskland

Reiselysten er tilbake på samme nivå som før pandemien, etter å ha ligget godt under helt siden 2020. Interessen for Norge øker. Tyske reisende er minst påvirket av uro og usikkerhet. Tyskerne vil ta bærekraftige valg, opplever at Norge tar miljø og klima på alvor, og ser Norge som et pålitelig reisemål. Norge har styrket seg på pris i forhold til kvalitet og gode matopplevelser. Tyskere er langt mer opptatt av å utforske naturen og å oppleve stillhet og ro på ferien.

Danmark

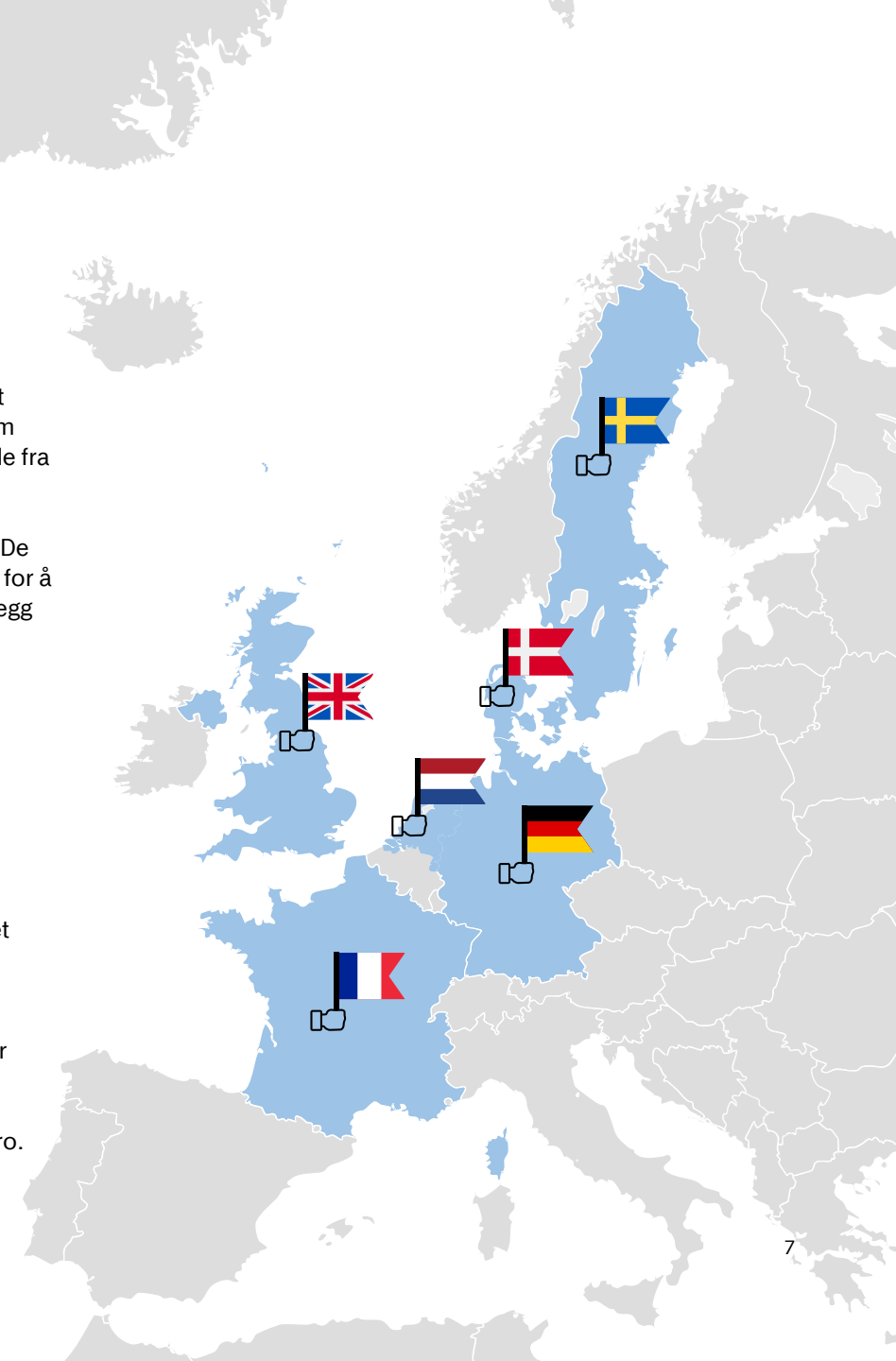
Reiseiveren i Danmark er høy og stabil. Interessen for å reise til Norge er også stabil. Interessen for natur- og fjellferier i Norge har gått opp siden i fjor, mens byferier og skiferier er stabilt. Ingen er mer opptatt av at ferien skal være kvalitetstid med andre. Samtidig er det viktigere at ferien skal bidra til en boost i mental velvære. Å dyrke interessen for kultur og historie er blitt mindre viktig, uavhengig av om reisen går til Norge eller andre destinasjoner.

Frankrike

Reiselysten i Frankrike er stabil, og godt under gjennomsnittet. Franskmenn som reiser, reiser mindre enn aktive reisende fra andre markeder. Få har vært i Norge tidligere (kun 17%), men Norge som reisemål har et svært godt omdømme. De foretrekker i større grad å reise på ferie for å utforske natur og kulturhistorie, og i tillegg er nesten 1 av 3 lysten på en eventyrferie/adventure. Interessen for natur, fjell, eventyr og cruise øker med økende inntekt.

Sverige

Det er en mye mindre andel av befolkningen som er aktive reisende i Sverige (66%) enn i Danmark og Tyskland. Merkevarer Norge har styrket seg på gode matopplevelser og imøtekommende lokale. Interessen for rundreiser går ned, mens byferie, fjellferie, vandring og arrangement øker litt. Mer enn halvparten av svenskene svarer at reisevalgene deres i høy grad påvirkes av økonomi og/eller politisk uro. Da er det positivt at oppfatningen av Norge har styrket seg på forholdet mellom pris og kvalitet.



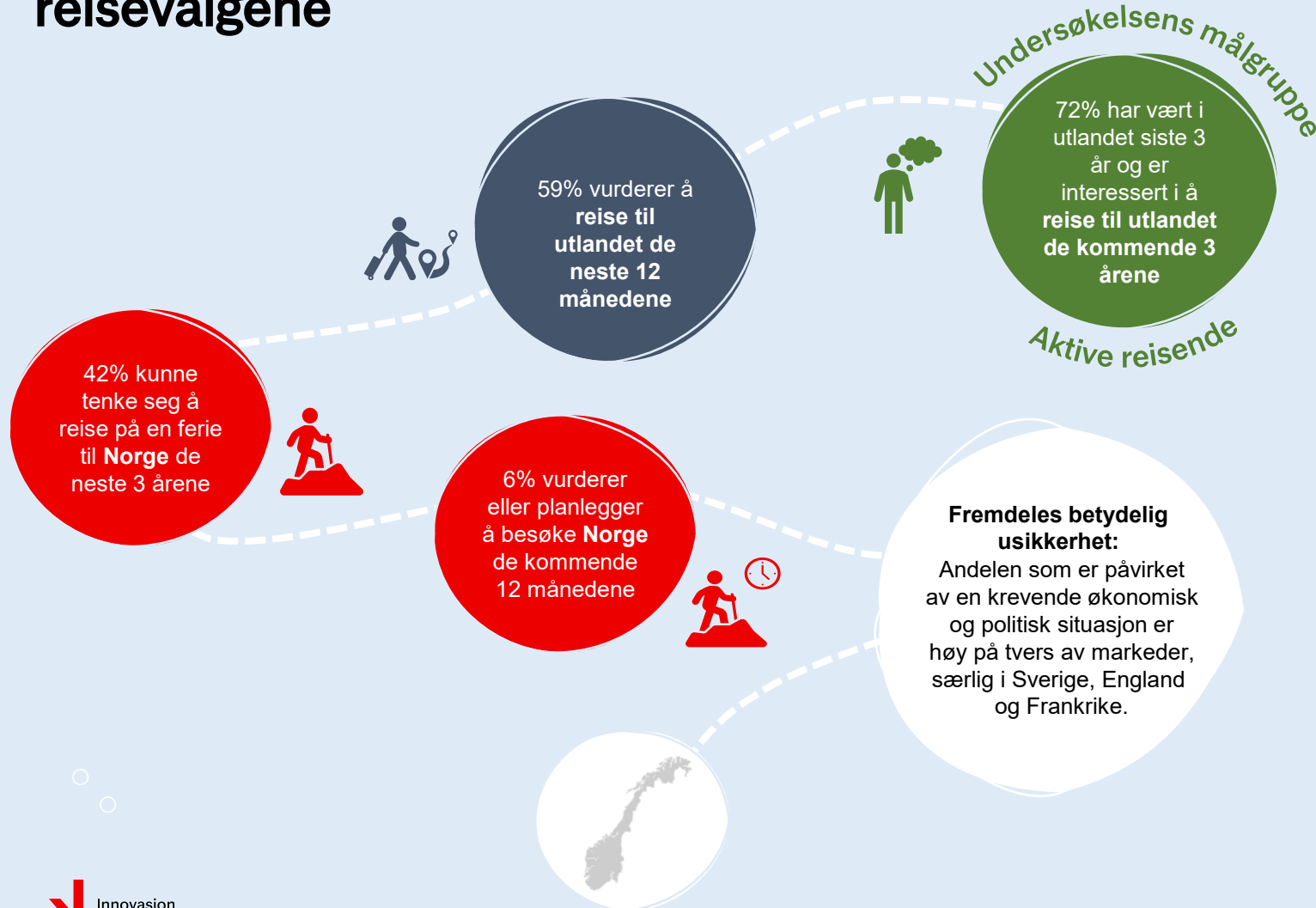


Tema 1:

Reiseforventninger fremover

Reiselysten er rekordhøy. Veksten drives særlig av at flere over 50 år vil reise utenlands igjen. For Norge betyr det et større potensielt marked, særlig i England, Tyskland og Nederland.

Reiseforventningene er høye, til tross for at større usikkerhet og mer uro påvirker reisevalgene



Andelen som er interessert i å reise til utlandet og til Norge har økt fra i fjor. Veksten i reiselysten er sterkest i England, Tyskland og Nederland. I England har andelen som er interessert i å reise til Norge neste 3 årene økt fra 40 til 48 prosent av befolkningen, og i Tyskland fra 39 til 47 prosent.

Det er størst andel aktive reisende i Danmark, England og Nederland.

Reiselysten generelt og til Norge

Størrelsen på ulike målgrupper

Undersøkelsen er gjennomført i **målgruppen** som har vært på ferie i utlandet de siste tre årene, og er interessert i å reise til utlandet på en ferie- eller fritidsreise de kommende tre årene, for å oppleve mer enn sol og strand (markert i grønt til høyre).

Deler av rapporten ser nærmere på den delen av målgruppen som vil reise til utlandet de neste 12 månedene (markert i blått til høyre)

Gruppen som vurderer å reise til Norge de neste 12 månedene og/eller de kommende 3 årene (markert i rødt) er en viktig målgruppe som får mye oppmerksomhet i rapporten.

Geografiske områder der det er gjennomført intervju i hvert enkelt marked:

Sverige, Danmark, Tyskland og Nederland: Dekket nasjonalt.

England: Bedfordshire og Hertfordshire, Berkshire, Buckinghamshire og Oxfordshire, Essex, Inner London, Greater London, Kent, Surrey, East og West Sussex, samt Cambridgeshire (Området rundt London).

Frankrike: Occitanie, Nouvelle Aquitaine, Ile de France og Rhone-Alpes (Områdene rundt Toulouse, Bordeaux, Paris og Lyon).

Oversikt over de ulike målgruppene i undersøkelsen



Hele populasjonen



De som er interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene (målgruppen for undersøkelsen)



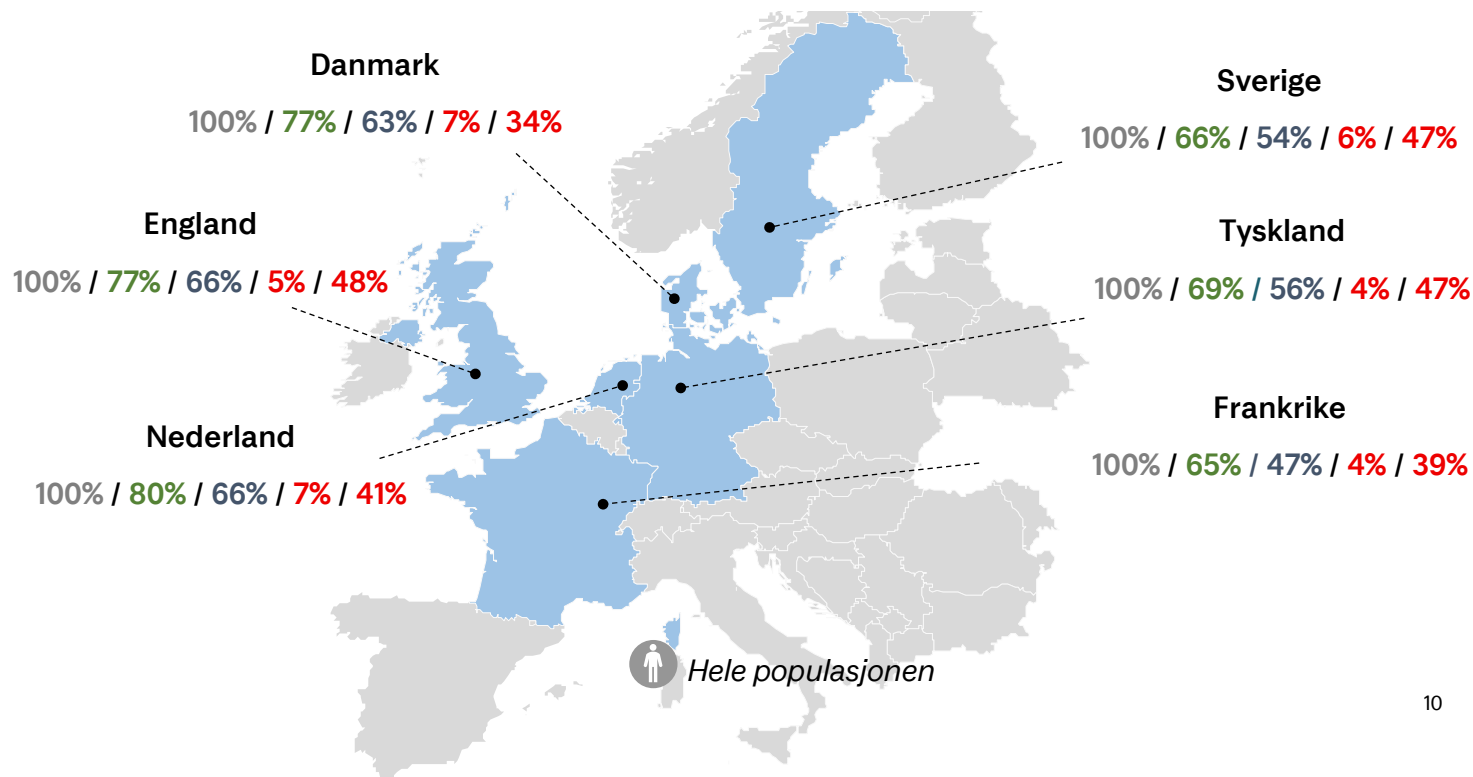
De som planlegger eller vurderer å reise til utlandet de neste 12 månedene



De som planlegger eller vurderer å reise til Norge de neste 12 månedene



De som kunne tenke seg å reise på en ferie til Norge de neste 3 årene

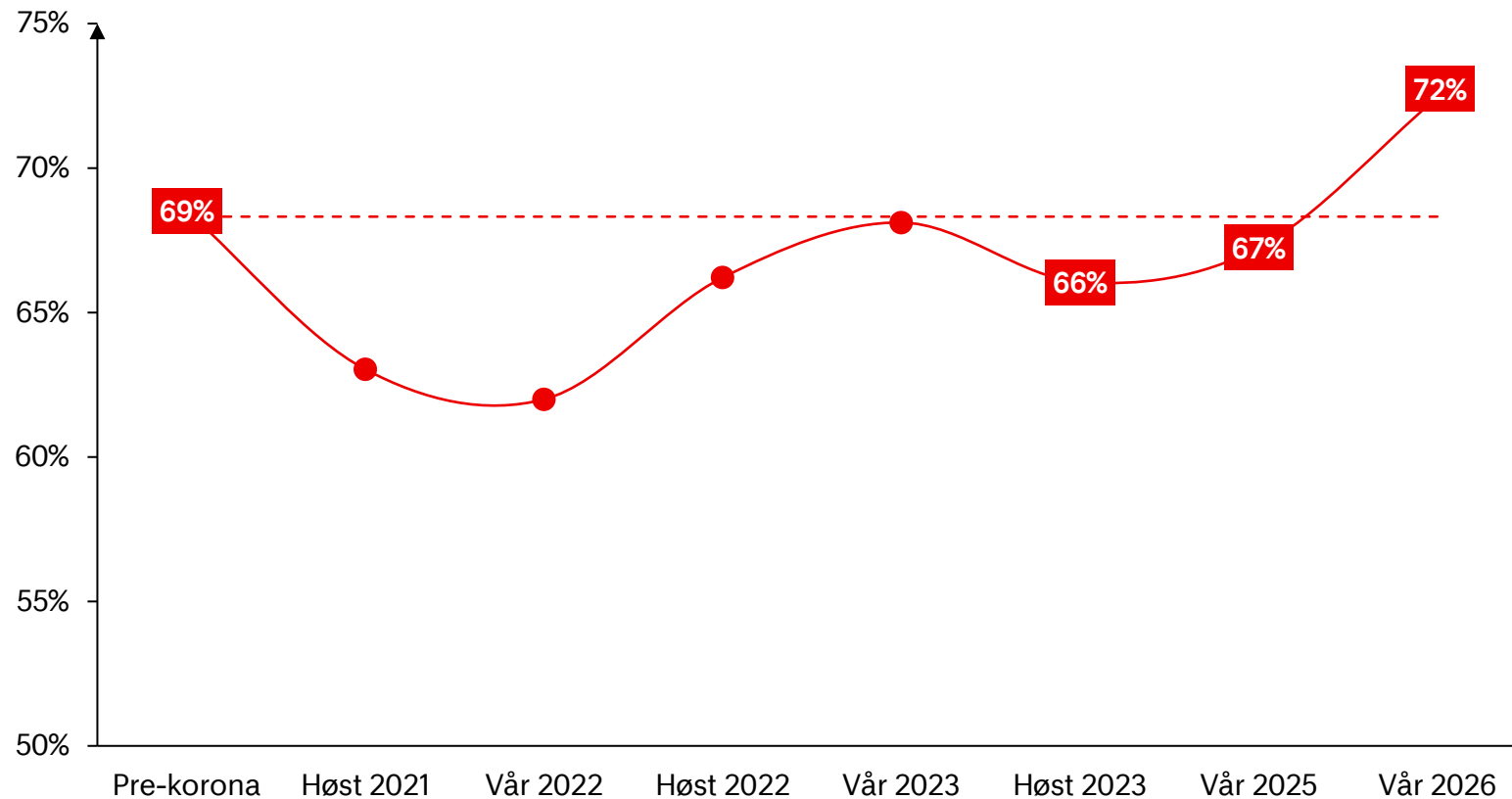


Andel som vil reise til utlandet neste 3 år

Høyeste andel aktive reisende som noen gang er målt

Nesten 3 av 4 over 18 år er aktive reisende. Det betyr at de har vært i utlandet siste 3 år og er interessert i å reise til utlandet på ferie- og fritidsreise de kommende 3 årene. Den kraftige økningen i andel aktive reisende, skyldes en sterk vekst i reiselysten i England, Nederland og Tyskland. Det er særlig de eldste aldersgruppen som vil reise til utlandet igjen, etter flere år med lav reisevirksomhet og interesse.

Andel av potensielle
turister



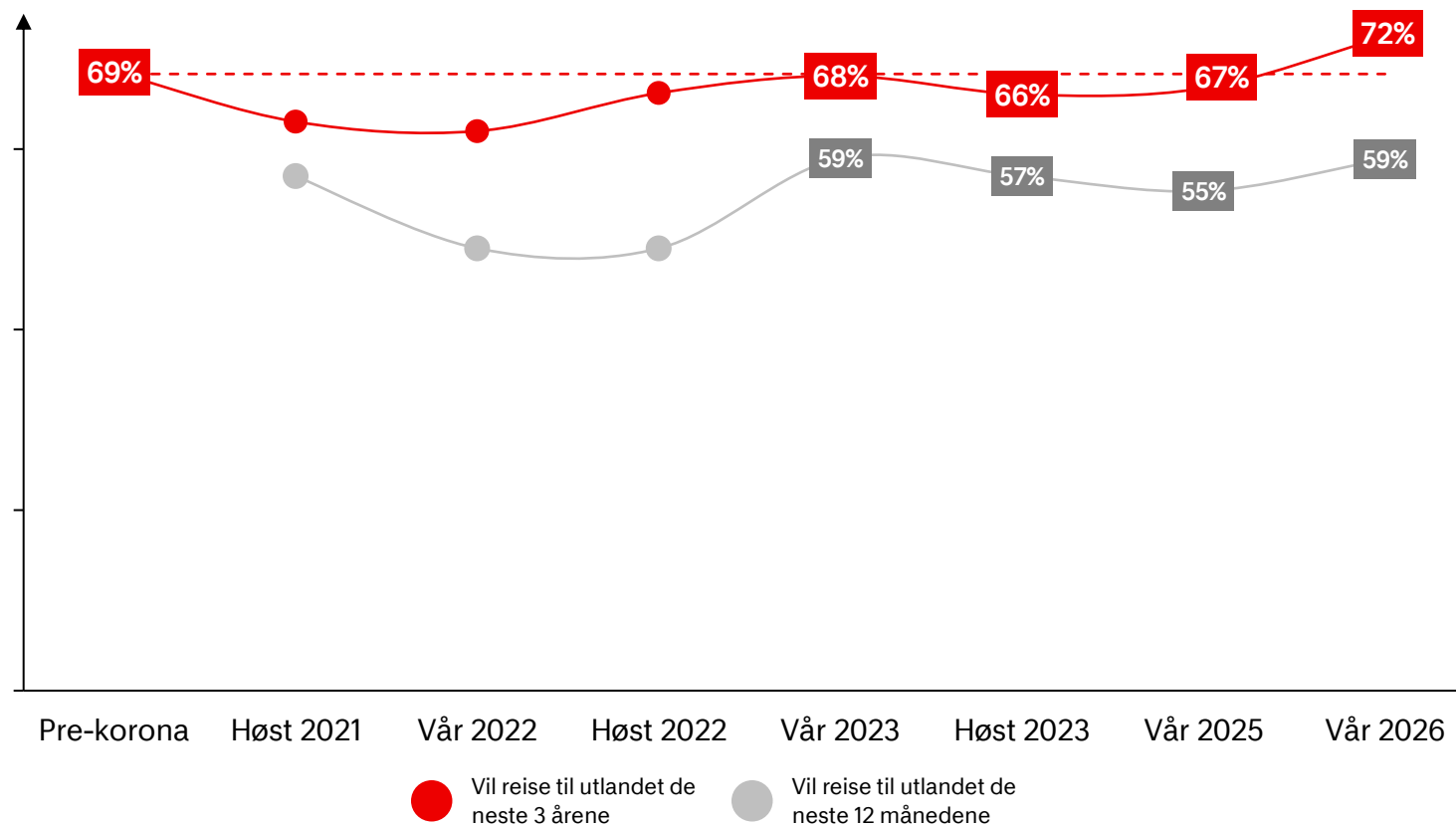
Hele populasjonen

Andel som vil reise til utlandet neste 3 år

Flere vil reise til utlandet neste 12 månedene

6 av 10 over 18 år i Frankrike, England, Tyskland, Danmark, Sverige og Nederland er interessert i å reise til utlandet på mist én ferie det kommende året.

Middelhavslandene Spania, Italia, og Hellas er topp 3 reisemål de kommende 12 månedene, i år som i fjor. Norge har klatret fra 13. til 11. plass på listen over populære reisemål, og gått forbi Kroatia og Belgia.

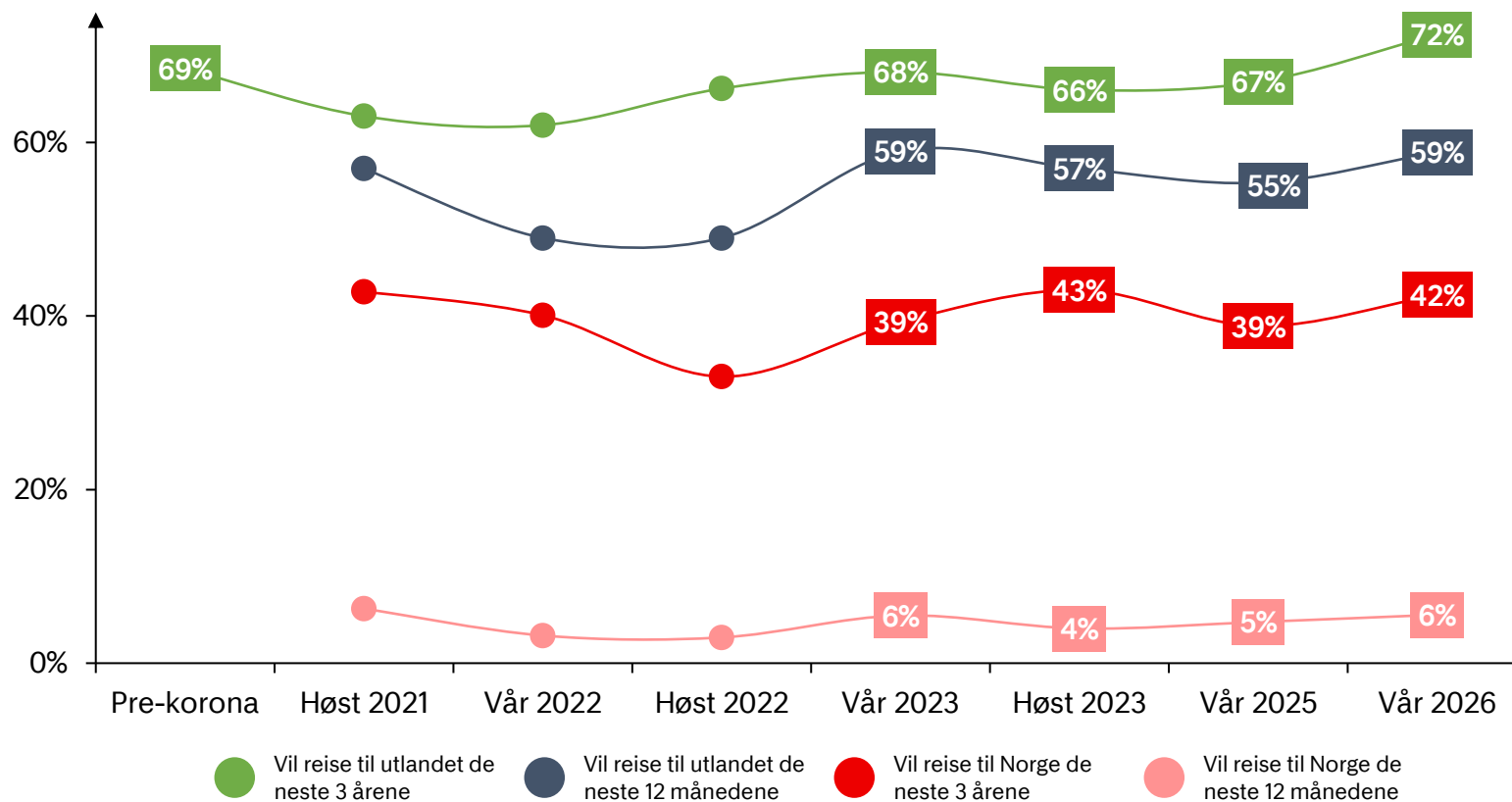


Hele populasjonen

Andel som vil reise til utlandet neste 3 år

Interessen for Norge øker med økt reiselyst

Interessen for å reise til Norge de neste tre årene stiger i takt med økt interesse for utlandsferier. Det er en markant økning i interesse for Norge de neste 3 årene særlig i England og Tyskland. Det skyldes særlig at andelen aktive reisende har økt, men i Tyskland har Norge styrket posisjonen sammenlignet med målingen i 2025.

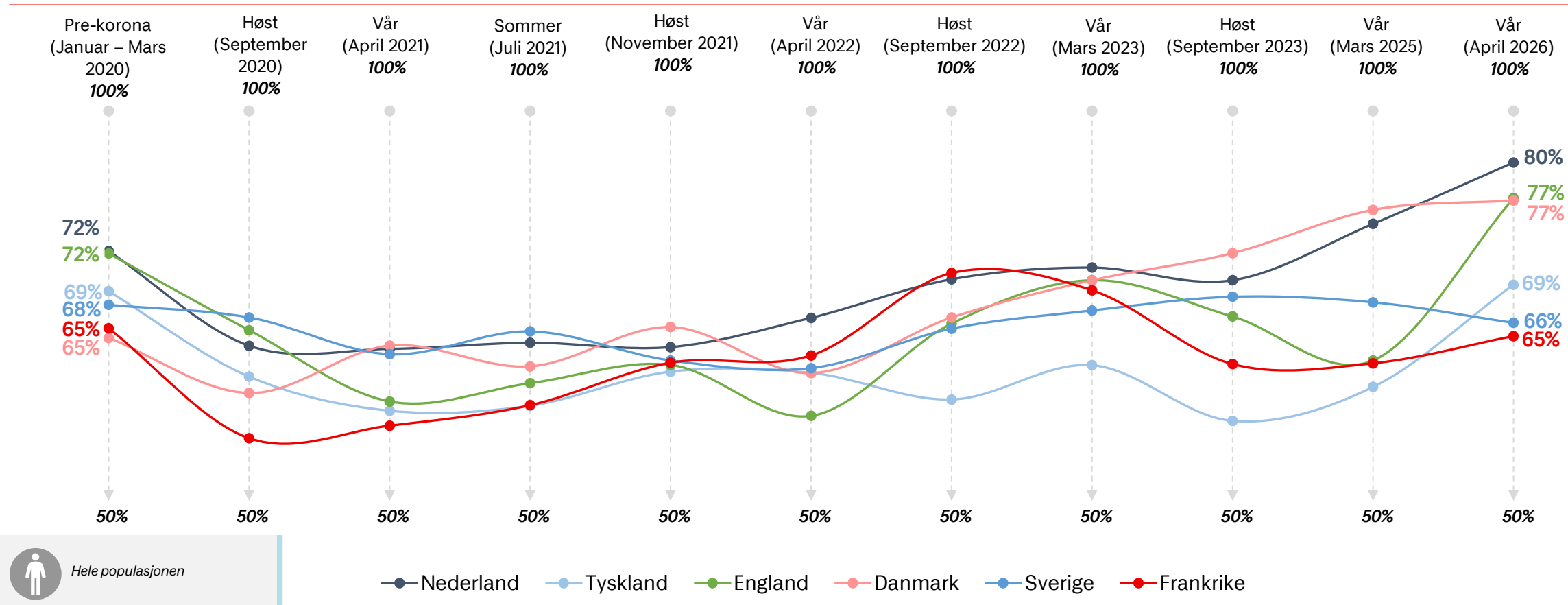


Hele populasjonen

Andel som vil reise til utlandet neste 3 år

Kraftig økning i andel som vil reise til utlandet i Nederland og England

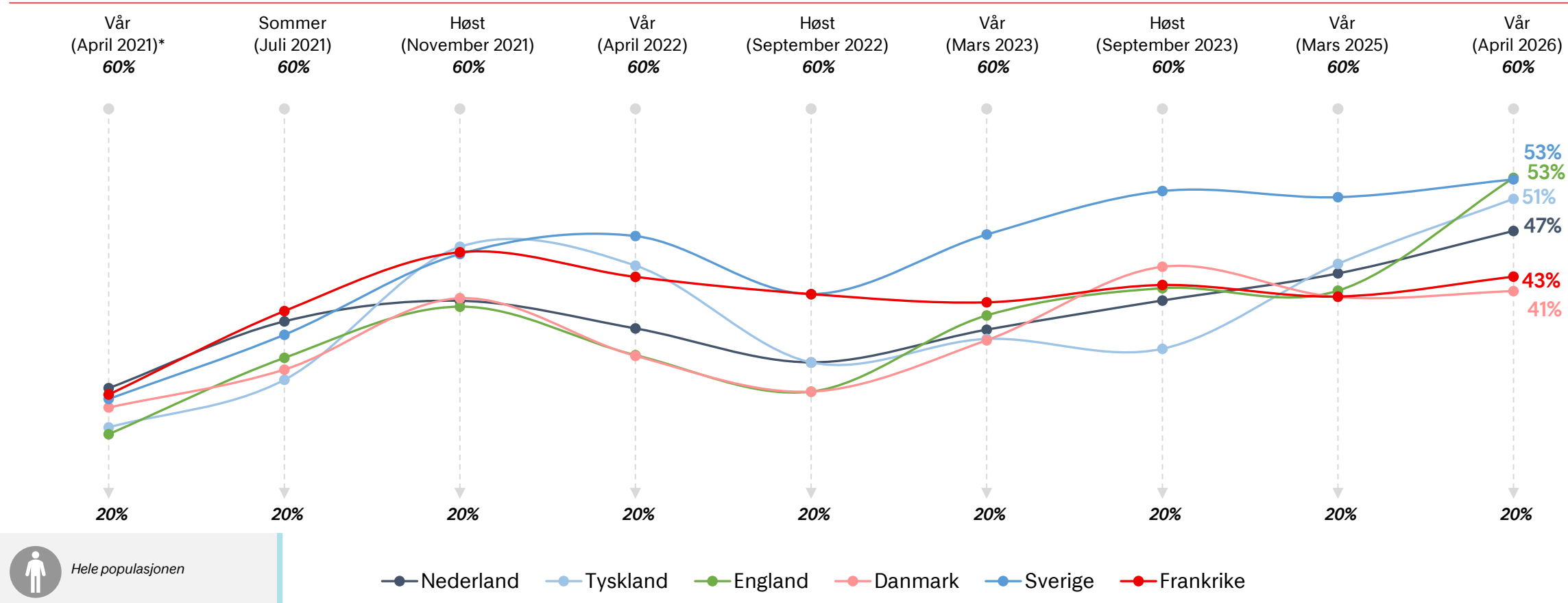
Utvikling i andel aktive reisende, potensielle turister – de som er interessert i å reise til utlandet de neste 3 årene



Andel som vil reise til Norge neste 3 år

Rekordmange er interessert i å reise til Norge i alle markeder bortsett fra Sverige og Frankrike

Utvikling i andel aktive reisende, potensielle turister – de som er interessert i å reise til Norge de neste 3 årene

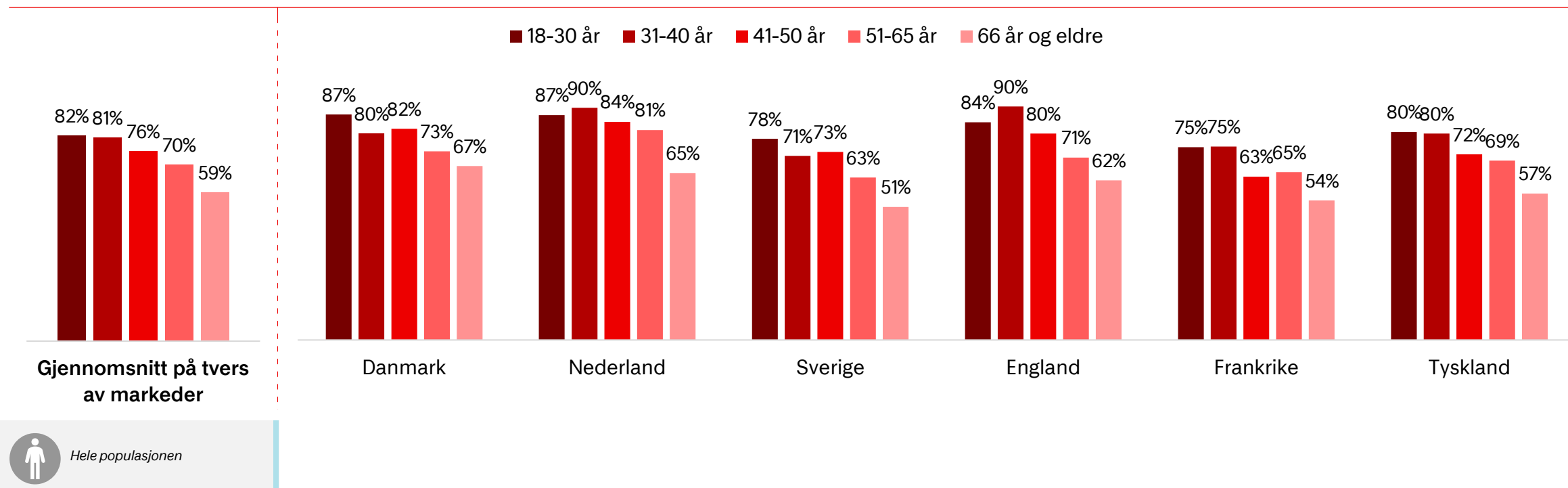


Andel som vil reise til utlandet neste 3 år

Langt flere over 50 år er interessert i å reise til utlandet

Andelen som er interessert i å reise til utlandet de neste 3 årene har økt i alle aldersgrupper bortsett fra den yngste. Den store veksten i aktive reisende i Tyskland, Nederland og England skyldes særlig at den eldste aldersgruppen i større grad vil reise. I Nederland har andelen i aldersgruppen over 66 år som er aktive reisende økt fra 42 prosent i 2025 til 65 prosent i år.

Utvikling i andel potensielle turister – de som er interessert i å reise til utlandet de neste 3 årene – på tvers av aldersgrupper

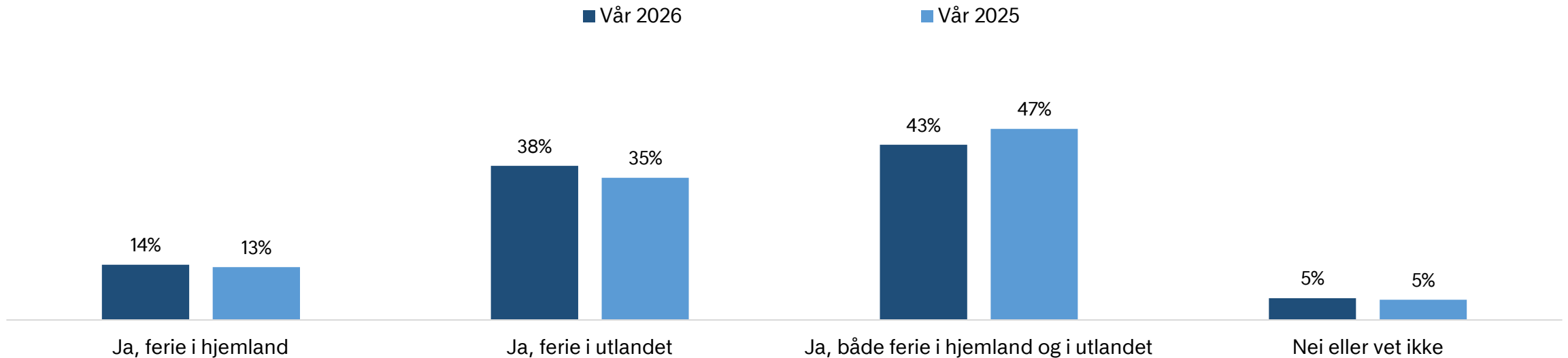


Andel som vil reise til utlandet neste 3 år

8 av 10 aktive reisende vil reise til utlandet det kommende året

Andelen av aktive reisende som vil reise til utlandet allerede det kommende året er nesten helt på samme nivå som i fjor vår. Volumet forventes likevel å øke fordi en større andel av befolkningen er aktive reisende enn på samme tid i fjor. Det gjelder særlig i folkerike markeder som Tyskland og England.

Reiselyst til utlandet og hjemlandet de neste 12 månedene



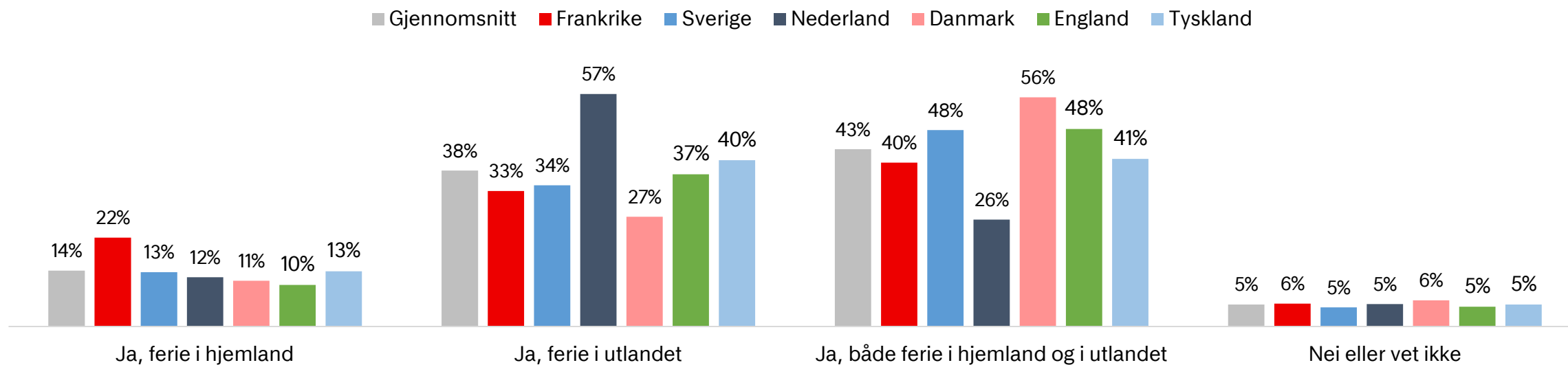
Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene**

Andel som vil reise til utlandet neste 3 år

Tyskere og engelskmenn vil i større grad reise til utlandet i året som kommer

I alle markeder, med unntak av Frankrike svarer mer enn 8 av 10 at de vil feriere i utlandet det kommende året. Endringen er størst i England og Tyskland. Våren 2025 svarte 46 prosent av tyskerne og 53 prosent av britene at de ville reise til utlandet det kommende året, nå har det steget til hhv 56 og 66 prosent av befolkningen. Norge opprettholder en sterk posisjon begge disse voksende markedene.

Reiselyst til utlandet og hjemlandet de neste 12 månedene fordelt på markeder



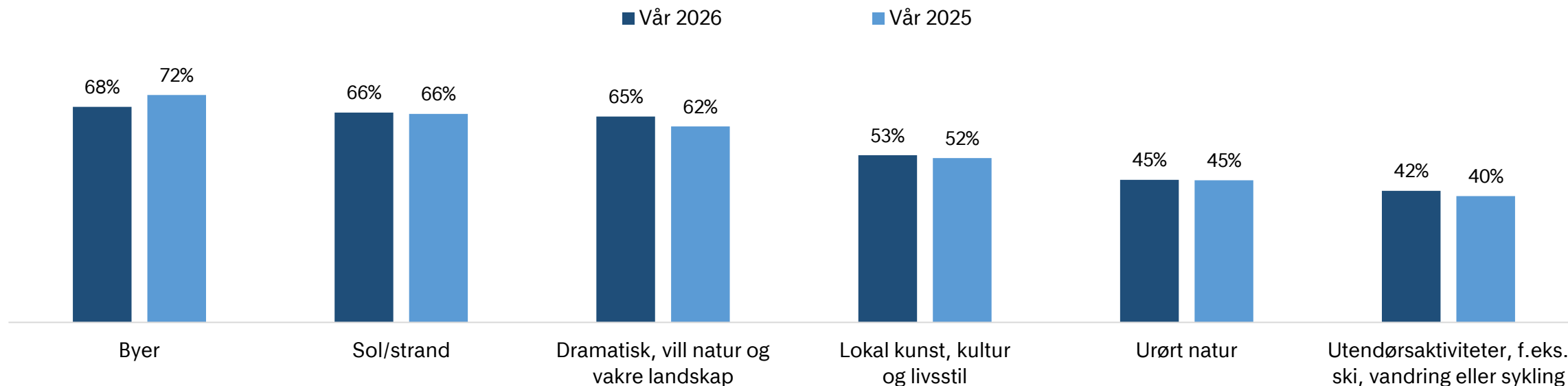
Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene**

Andel som vil reise til utlandet neste 3 år

Flere er interessert i naturopplevelser

For å være med i målgruppen for undersøkelsen må man svare positivt på interesse for minst en av disse opplevelsene. Dersom man kun er interessert i sol og strand, er man ikke i målgruppen for undersøkelsen. Det er fremdeles flest som er interessert i å oppleve byer, samtidig øker interessen for naturopplevelser og utendørsaktiviteter på tvers av aldersgrupper.

Vil du i løpet av de neste tre årene være interessert i å reise på ferie i utlandet for å oppleve...



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene**

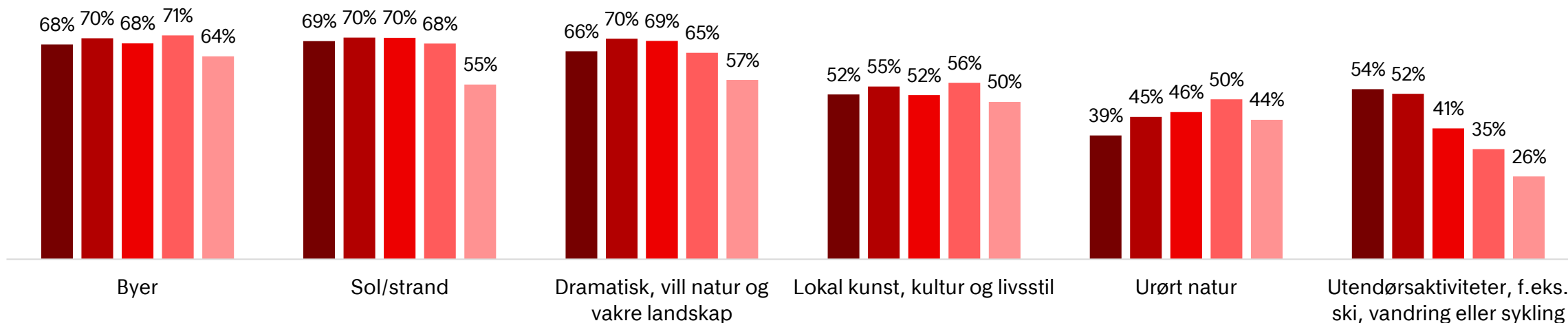
Andel som vil reise til utlandet neste 3 år

De yngre er åpne for et bredt spekter av opplevelser

Interessen for naturopplevelser har økt i aldersgruppene over 50 år. Utendørsaktiviteter er fremdeles mest populært i aldersgruppene opp til 40 år, men interessen for utendørsaktiviteter øker mest blant de som er 66 år og eldre. Interessen for byferier går ned i alle aldersgrupper, med unntak av gruppen mellom 30 og 40 år.

Vil du i løpet av de neste tre årene være interessert i å reise på ferie i utlandet for å oppleve... - på tvers av aldersgrupper

■ 18-30 år ■ 31-40 år ■ 41-50 år ■ 51-65 år ■ 66 år og eldre



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene**

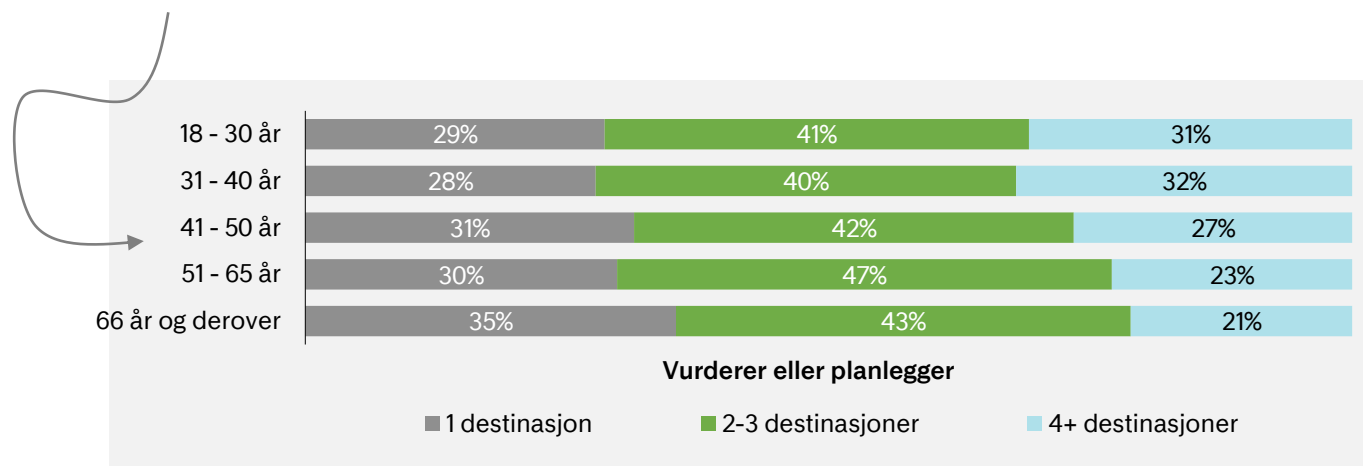
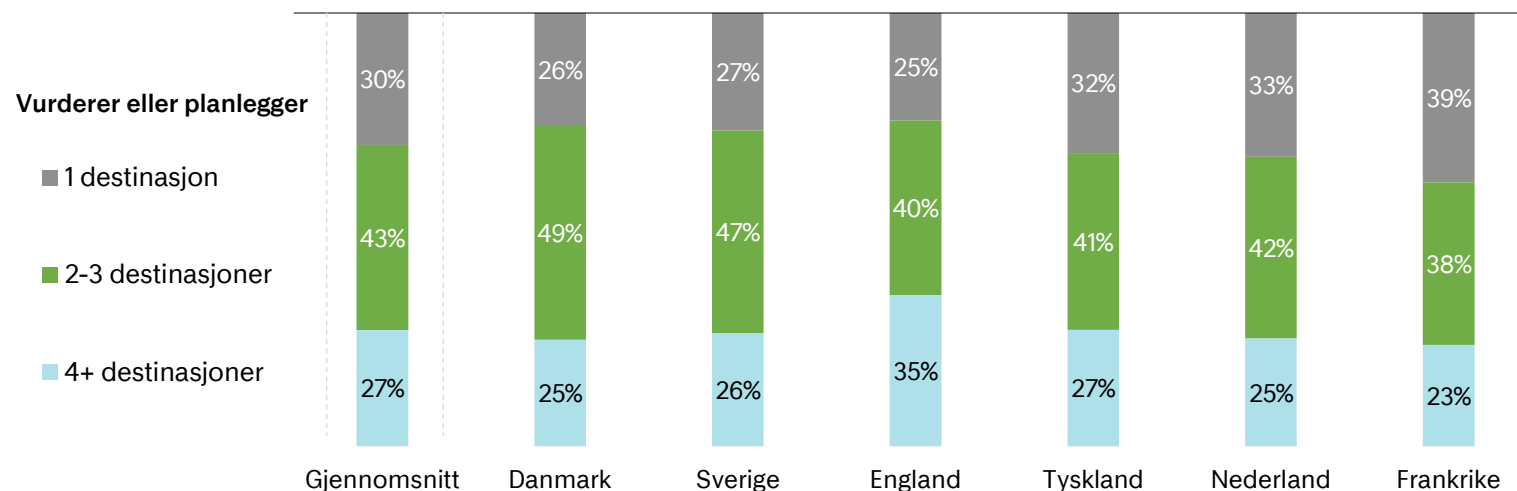
Destinasjoner de neste 12 månedene

Det store flertallet vurderer flere reisemål

I gjennomsnitt vurderer de som planlegger å reise til utlandet det kommende året 3 ulike destinasjoner. I år er det en større andel av de under 40 år som kun vurderer ett reisemål, mens det er flere over 40 år som vurderer 4 eller flere.

Franskmenn vurderer i langt større grad kun ett reisemål i utlandet for det kommende året. De har også reist langt mindre til utlandet de siste 3 årene, enn britene. I Storbritannia har halvparten har vært opptil to ganger på en utenlandsferie de siste tre årene.

Hvilke land planlegger du, eller vurderer du å besøke på en ferie- / fritidsreise de neste 12 månedene? Prosentene angir andelen av de som er interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 12 månedene



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet de neste 12 månedene**

Destinasjoner de neste 12 månedene

De som vurderer Norge det kommende året reiser mye og har mange reisemål på ønskelisten

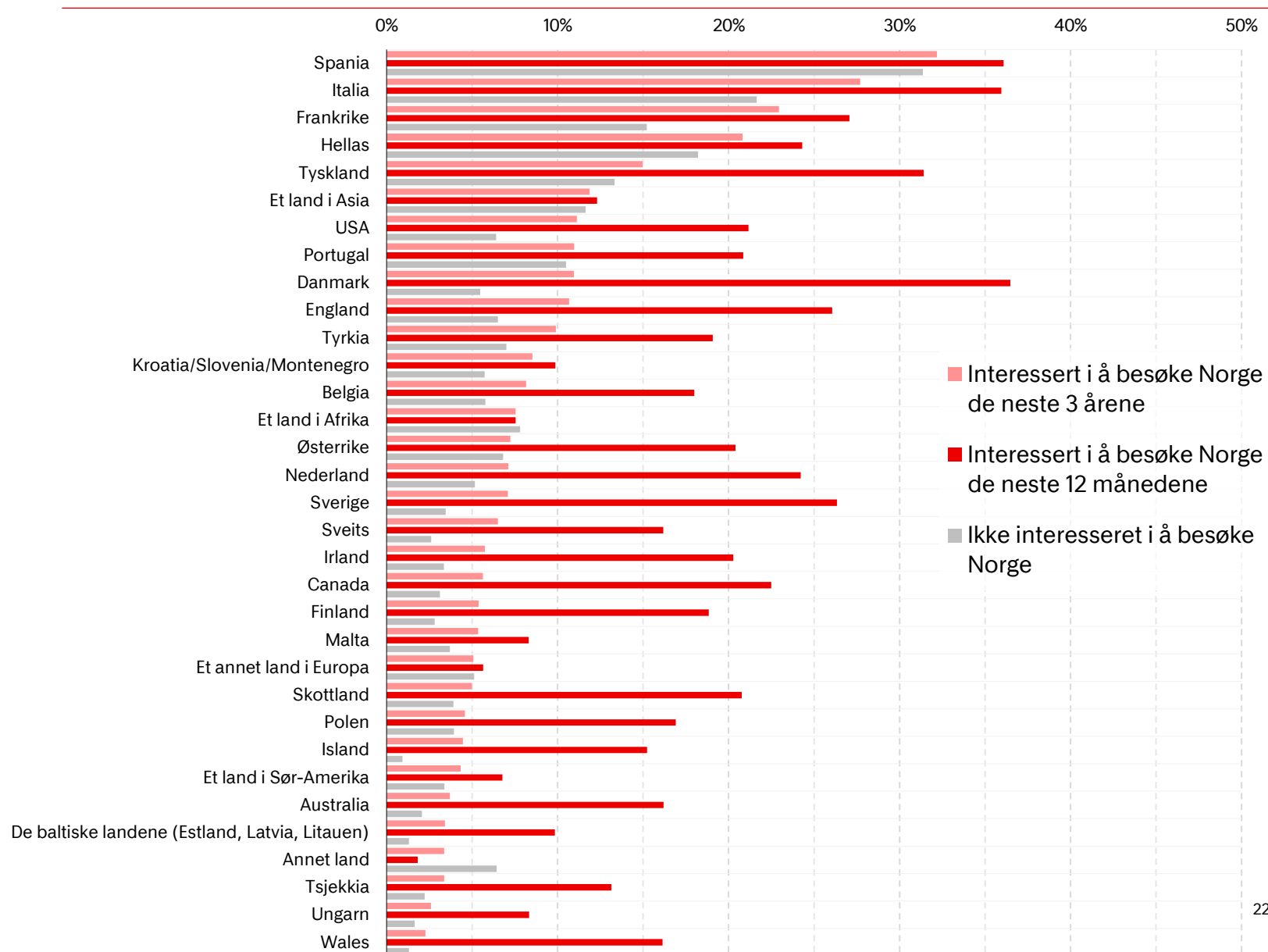
Norge er attraktivt, og blir vurdert som et mulig reisemål av mange i alle markeder de neste 12 månedene. De som vurderer Norge allerede det kommende året, reiser langt mer enn gjennomsnittet. Hele 43 prosent av disse har vært i utlandet mer enn 4 ganger de siste 3 årene.

Grafen viser at disse også vurderer langt flere reisemål enn de øvrige de kommende 12 månedene. I tillegg til de klassiske reisemålene rundt Middelhavet, er de langt mer interessert i å besøke andre skandinaviske landene.



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet de neste 12 månedene**

Hvilke land planlegger du, eller vurderer du å besøke på en ferie- / fritidsreise i løpet av de neste 12 månedene? Gjennomsnitt på tvers av markeder

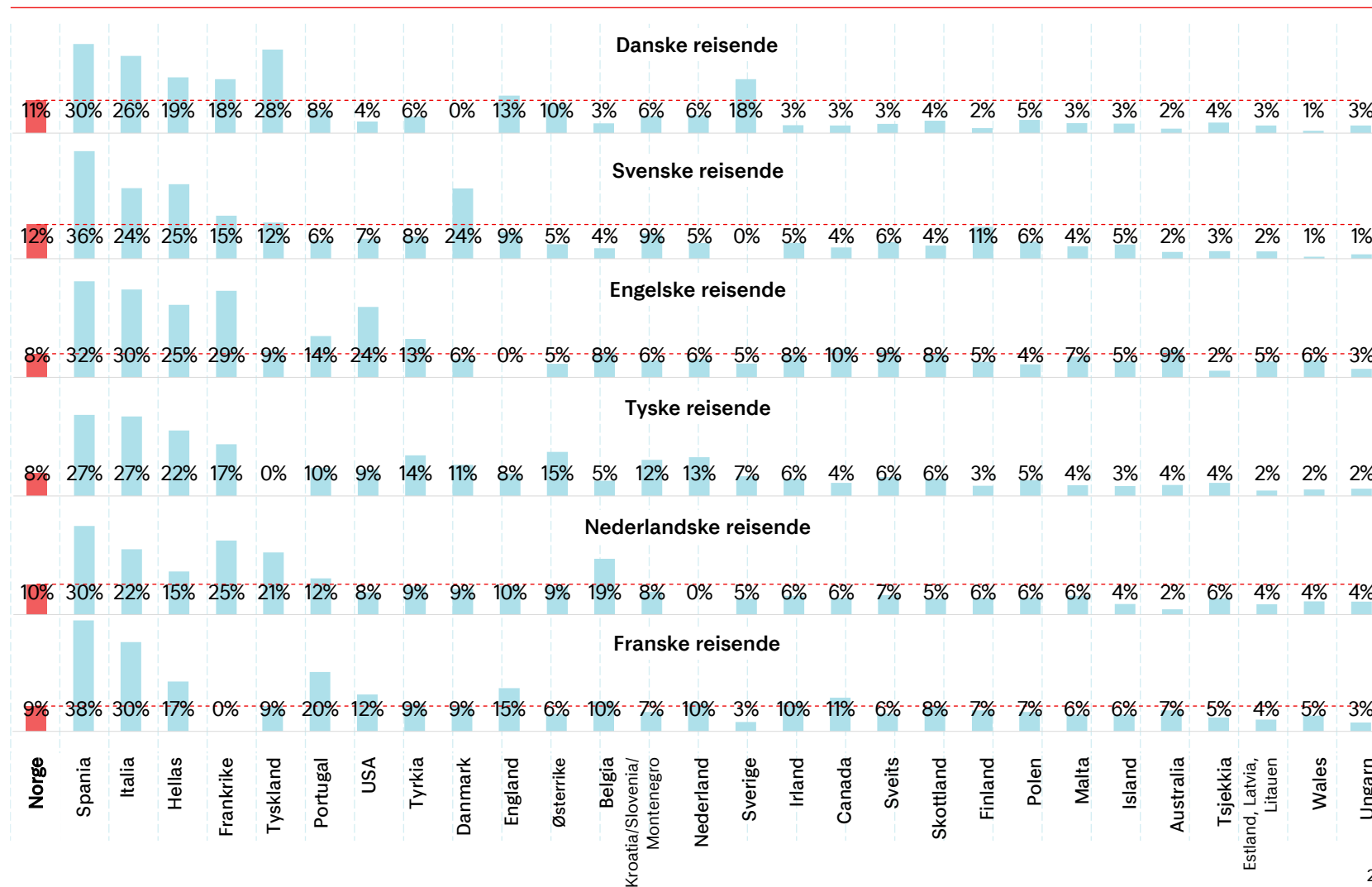


Destinasjoner de neste 12 månedene

Norge har styrket seg mye i Nederland

I Nederland vurderer hele 10 prosent av de som vil reise til utlandet det kommende året å reise til Norge. På samme tid i fjor var det 6 prosent. Norge har styrket sin posisjon kraftig samtidig som markedet for utenlandsreiser i Nederland har vokst. Andelen av befolkningen som er interessert i å reise til Norge det kommende året er like høyt i Nederland som i Danmark, og høyere enn i Sverige.

Hvilke land planlegger du, eller vurderer du å besøke på en ferie- / fritidsreise i løpet av de neste 12 månedene? Prosent angir andelen av de som er interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 12 månedene



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet de neste 12 månedene**

Destinasjoner de neste 12 månedene

Norge styrker seg kraftig i Nederland, Frankrike og England

Interessen for å reise til Norge har økt betydelig sammenlignet med andre reisemål i Nederland, England og Frankrike.

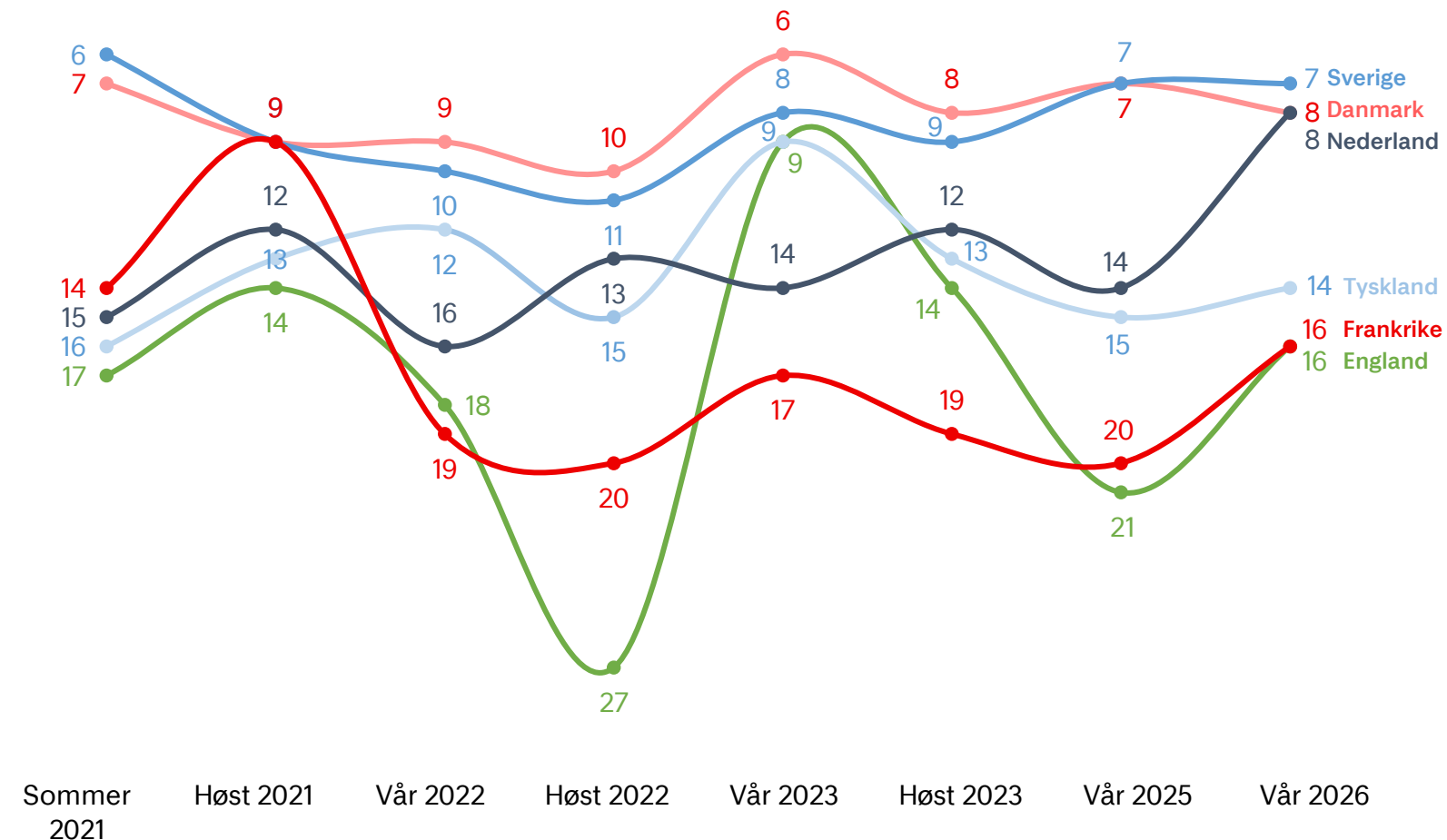
I Nederland har Norge rykket forbi store reisemål som Østerrike, Tyrkia, England, Kroatia og Danmark. Det er kun reisemål rundt Middelhavet og nabolandet Belgia, som har større interesse de neste 12 månedene. Det er særlig reisende over 50 år, med høy reisefrekvens og inntekt, som er påvirket av klima og ekstremvær og politisk usikkerhet som er interessert i Norge.



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet de neste 12 månedene**

Norges rangering over tid

Blant de som er interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 12 månedene



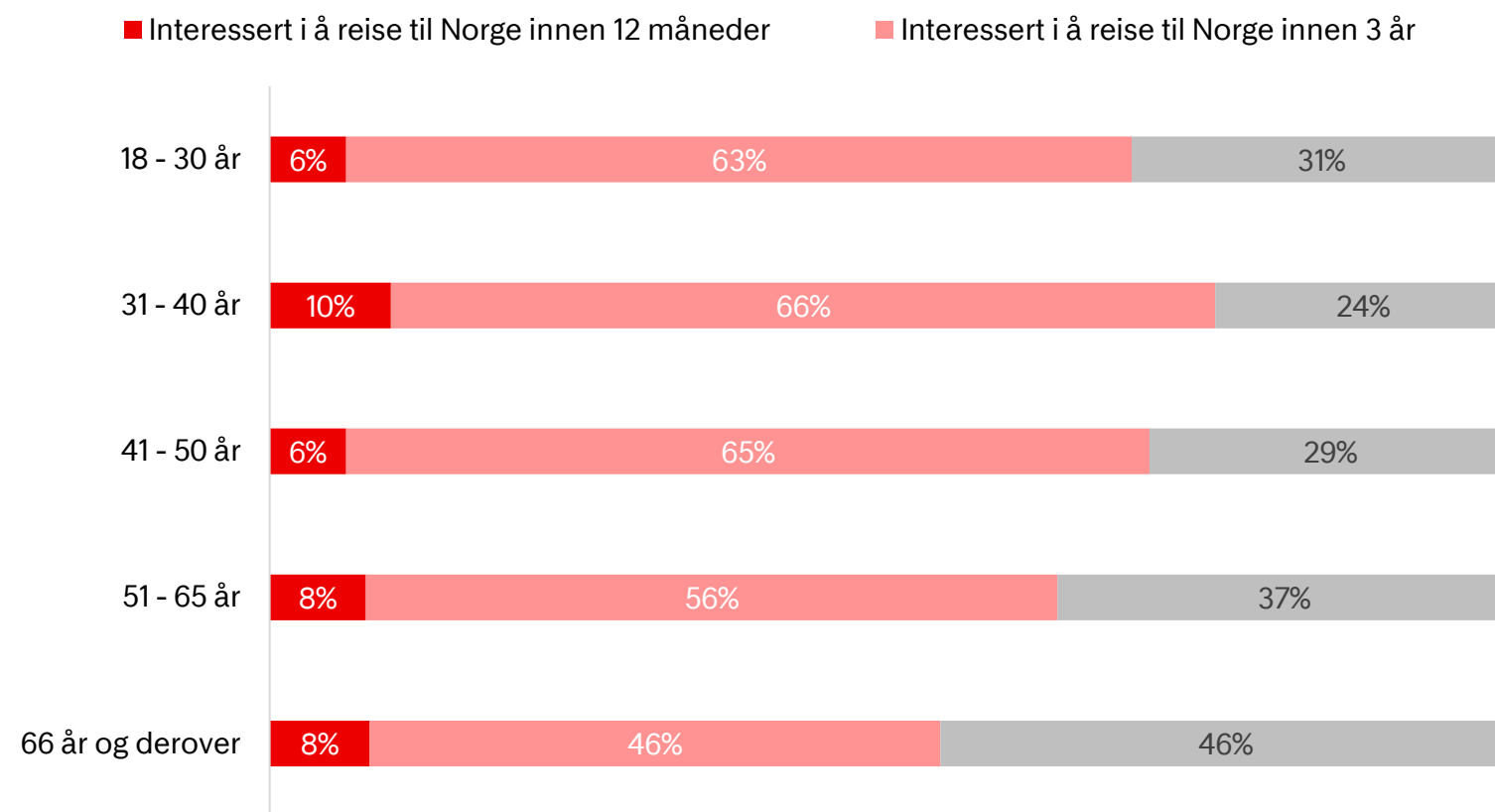
Interessen for Norge har falt blant de yngste og økt betydelig blant de eldste

Selv om interessen for å reise til Norge de neste årene har falt blant de under 30 år, øker den både blant de mellom 30 og 40 og 50+.

Nedgangen i interesse for Norge blant de yngste, kan være fordi denne målgruppen vurderer færre destinasjoner i år enn i fjor.

Ulike aldersgruppers interesse i Norge

Blant de som er interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 12 månedene – gjennomsnitt for alle markeder



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene**



Tema 2: **Barrierer for reise**

Selv om flere vil reise til utlandet, er det flere som blir påvirket av uro og usikkerhet når de planlegger ferier. Uro og usikkerhet gjør at pris, trygghet og forutsigbarhet blir viktigere for mange reisende.

Tema 2: Barrierer for reise

Reisevalgene påvirkes i enda større grad av usikkerhet

Det er flere som blir påvirket av usikkerhet som følge av økonomi, prisstigning, krig, ekstremvær og klimakrise nå enn på samme tid i fjor. Prisstigning og økonomi påvirker de under 40 mest, og krig og geopolitiske spenninger er mest krevende for de eldste.

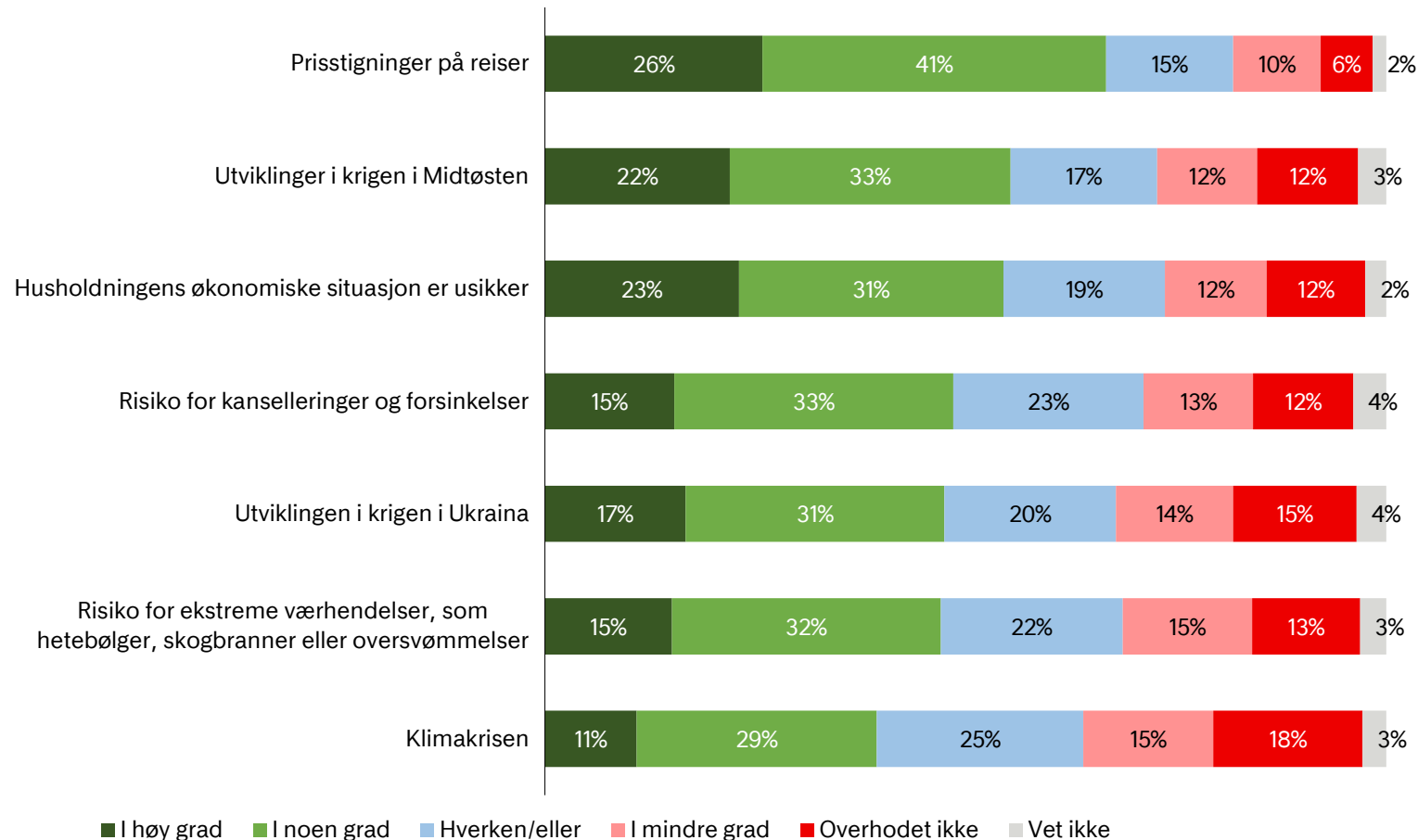
Det gjør også at de yngste er mest opptatt av å bruke mindre penger og billige reisemål, mens de eldste i større grad legger vekt på at destinasjonene er trygge.



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene**

I hvilken grad regner du at følgende påvirker/vil påvirke dine reisevalg de neste 12 månedene?

Andelen av de som er interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene. Gjennomsnitt på tvers av markeder.



Tema 2: Barrierer for reise

Reisevalgene påvirkes i enda større grad av usikkerhet

Det er flere som svarer at disse faktorene (denne og forrige side) påvirker reisevalgene i noen eller høy grad.

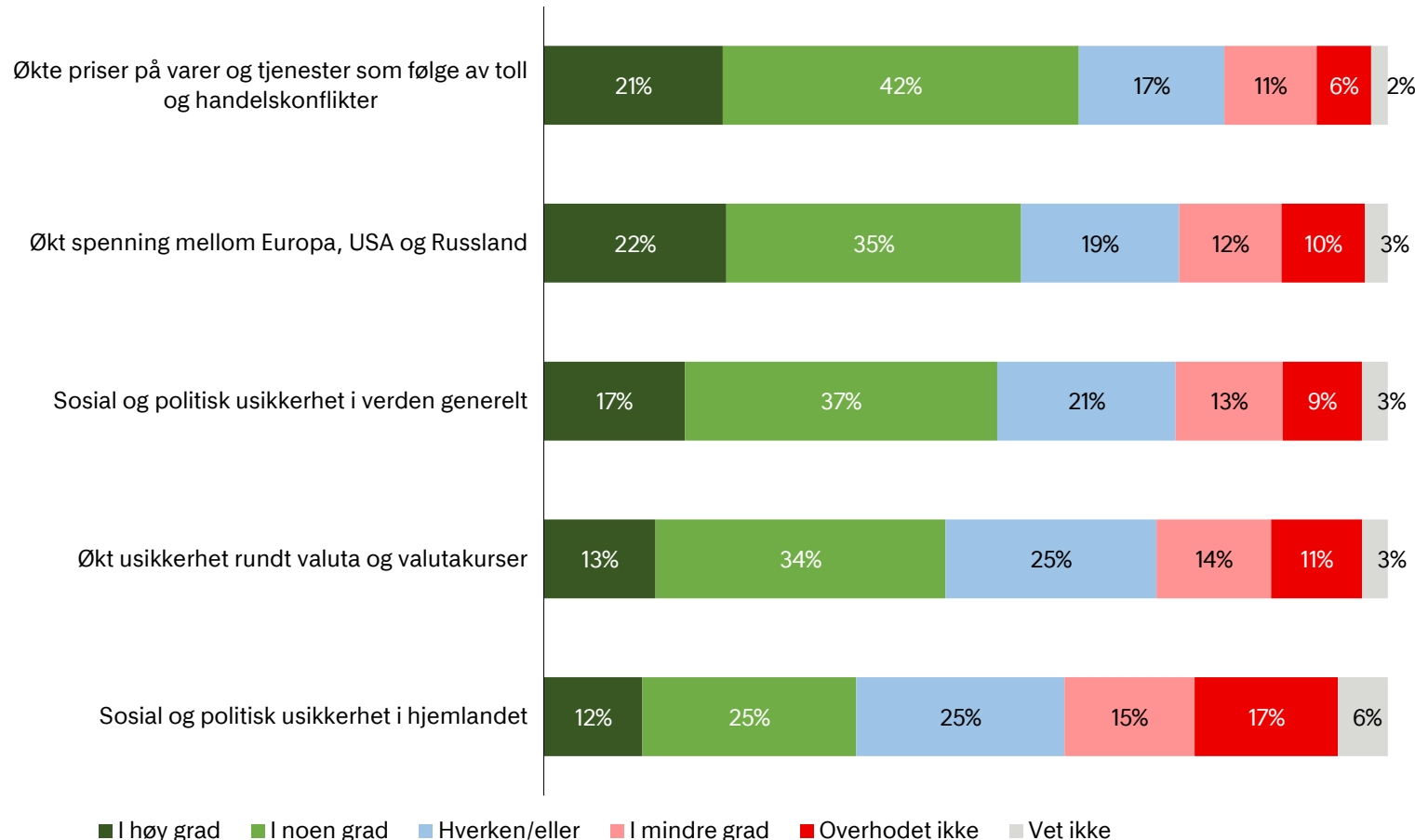
Aldersgruppen fra 55 år og oppover velger i større grad reisemål i Nord-Europa og Skandinavia, mens yngre under 35 år i større grad vurderer oversjøiske destinasjoner i Asia, USA og Sør-Amerika, samt Tyrkia.



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene**

I hvilken grad regner du at følgende påvirker/vil påvirke dine reisevalg de neste 12 månedene?

Andelen av de som er interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene. Gjennomsnitt på tvers av markeder.



Tema 2: Barrierer for reise

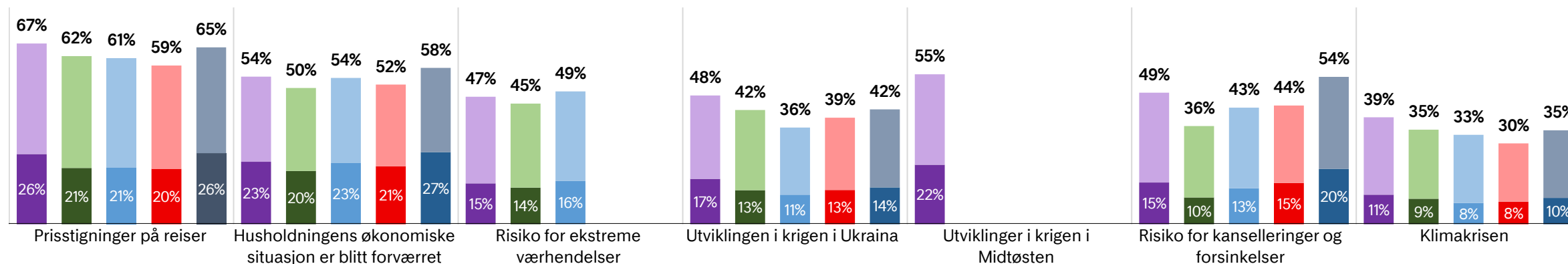
Usikkerheten er på nivå med situasjonen etter utbruddet av krigen i Ukraina

Usikkerheten knyttet til krigen i Ukraina og prisstigning på reiser er høyere nå, enn den var høsten 2022, relativt kort tid etter krigsutbruddet. Samtidig påvirker klimakrisen flere nå enn det har gjort tidligere. Klimakrisen påvirker reisevalgene til hele 4 av 10.

I hvilken grad regner du at følgende påvirker/vil påvirke dine reisevalg de neste 12 månedene?

Andelen som har svart «I noen grad» eller «I høy grad» av dem som er interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene. Gjennomsnitt på tvers av markeder

Mørke farger og hvite prosenter = «I høy grad»
Sorte prosenter = «I høy grad» + «I noen grad»



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene**

■ Vår 2026 ■ Vår 2025 ■ Høst 2023 ■ Vår 2023 ■ Høst 2022

Internasjonal konflikt og spenning påvirker ferieplanene til flere

Datainnsamlingen ble gjennomført i månedsskiftet mars/april, i en periode preget av økt geopolitisk spenning og stor uro i energimarkedene. Det kan ha forsterket opplevelsen av at krig og konflikt påvirker hverdagsøkonomien og ferieplanene.

I hvilken grad regner du at følgende påvirker/vil påvirke dine reisevalg de neste 12 månedene?

Andelen som har svart «I noen grad» eller «I høy grad» av dem som er interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene. Gjennomsnitt på tvers av markeder

Mørke farger og hvite prosenter = «I høy grad»
Sorte prosenter = «I høy grad» + «I noen grad»



Tema 2: Barrierer for reise

Reisevalgene påvirkes i høy grad av økonomi og/eller den politiske situasjonen for mer enn halvparten av de reisende

Hele 53 prosent av de reisende svarer at den økonomiske og/eller politiske situasjonen påvirker deres reisevalg i høy grad. Våren 2025 var det 43 prosent som svarte det samme.

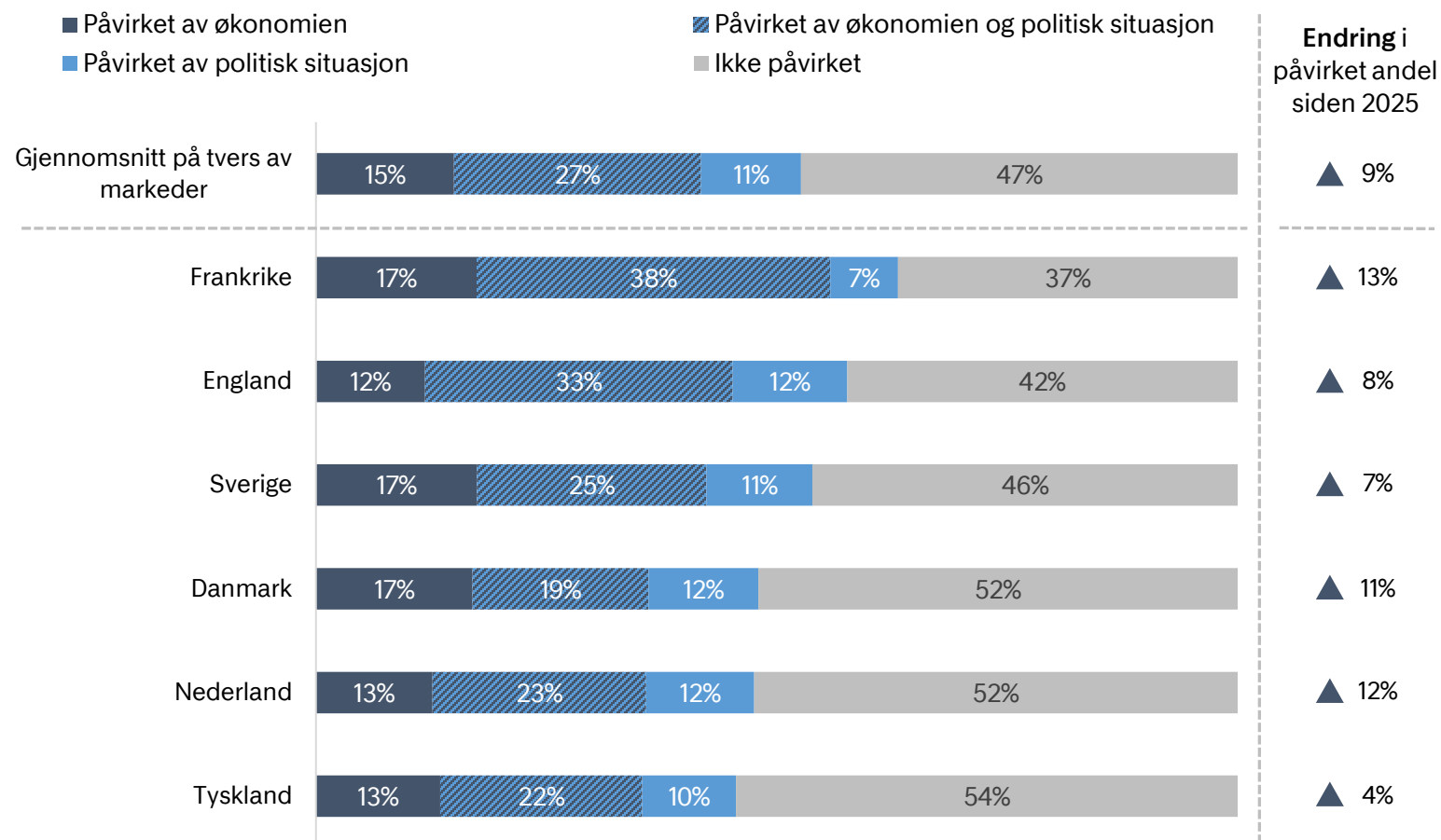
Endringene er størst i Frankrike og minst i Tyskland. Økonomisk og politisk usikkerhet påvirker flere i større grad på tvers av alle markeder. Samtidig er andelen aktive reisende og andelen som vil reise til utlandet de nærmeste 12 månedene på et svært høyt nivå.



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene**

Andel av aktive reisende som svarer at reisevalgene deres i høy grad blir påvirket av en krevende økonomisk og/eller politisk situasjon

Andelen av de som er interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene.



De som er påvirket av økonomien har svart at én eller flere av følgende vil påvirke deres reisevalg de neste 12 månedene «I høy grad»: Prisstigning på reiser; Husholdningens økonomiske situasjon er usikker; Økte priser på varer og tjenester som følge av toll og konflikter; Økt usikkerhet rundt valuta og valutakurser. De som er påvirket av den politiske situasjonen har svart at én eller flere av følgende vil påvirke deres reisevalg de neste 12 månedene «I høy grad»: Økt spenning mellom Europa, USA og Russland; Sosial og politisk usikkerhet i hjemlandet; Sosial og politisk usikkerhet i verden generelt; Utviklingen i krigen i Ukraina; Utviklingen i krigen i Midtøsten.

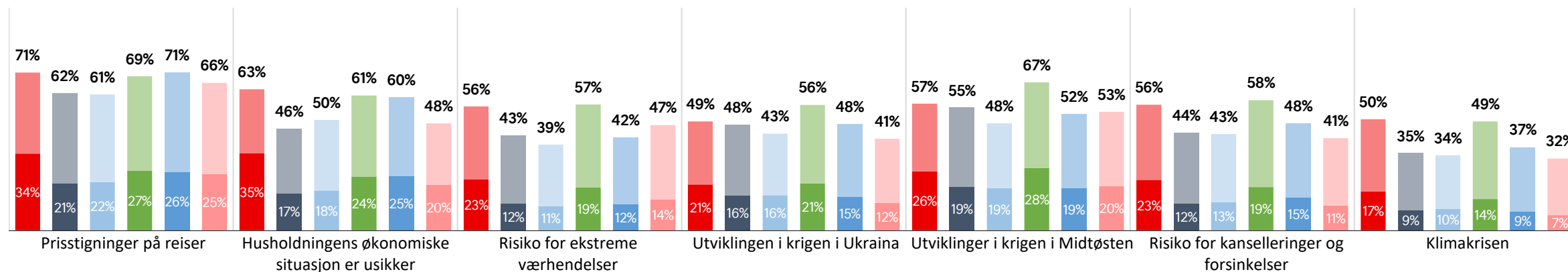
Franskmenn påvirkes mest av krevende økonomi, tyskere og dansker minst

På tvers av alle markeder påvirker usikkerhet knyttet til husholdningens økonomi og prisstigning mer enn politisk usikkerhet og uro. Frankrike er i en særstilling fordi langt flere svarer at reisevalgene påvirkes i stor grad, men reisende fra England og Sverige påvirkes også i stor grad av økonomisk usikkerhet. Politisk uro, ekstremvær og klimakrise har også størst effekt i Frankrike og England. Dansker, tyskere og nederlendere blir i mindre grad påvirket, selv om effekten av uro har økt også i disse markedene.

I hvilken grad regner du at følgende påvirker/vil påvirke dine reisevalg de neste 12 månedene?

Andelen som har svart «Noen grad» eller «Høy grad» av dem som er interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene.

Mørke farger og hvite prosenter = «Helt enig»
Sorte prosenter = «Helt enig» + «Enig»



Denne siden ser på personer som er interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene

Frankrike Nederland Tyskland England Sverige Danmark

Tema 2: Barrierer for reise

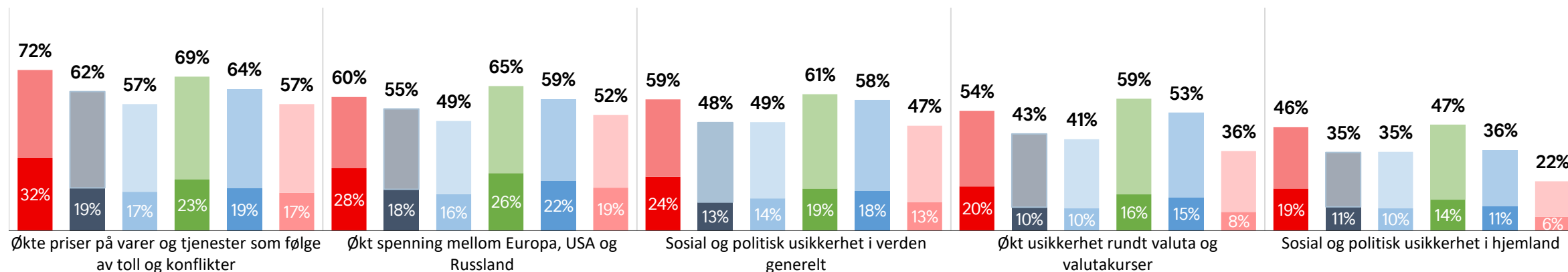
Økt uro for prisstigning og politisk spenning og usikkerhet i alle markeder

Reisebeslutningene blir i større grad påvirket av internasjonal storpolitikk i alle markeder. Langt flere er bekymret for at økt toll og konflikt fører til prisstigning og økonomisk usikkerhet. Uroen påvirker flest i Frankrike og England, men det er økt uro i alle markeder.

I hvilken grad regner du at følgende påvirker/vil påvirke dine reisevalg de neste 12 månedene?

Andelen som har svart «Noen grad» eller «Høy grad» av dem som er interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene.

Mørke farger og hvite prosenter = «Helt enig»
Sorte prosenter = «Helt enig» + «Enig»



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene**

■ Frankrike ■ Nederland ■ Tyskland ■ England ■ Sverige ■ Danmark

Tema 2: Barrierer for reise

Norge kan være en trygg havn for de som er bekymret for krig, uro og konflikt

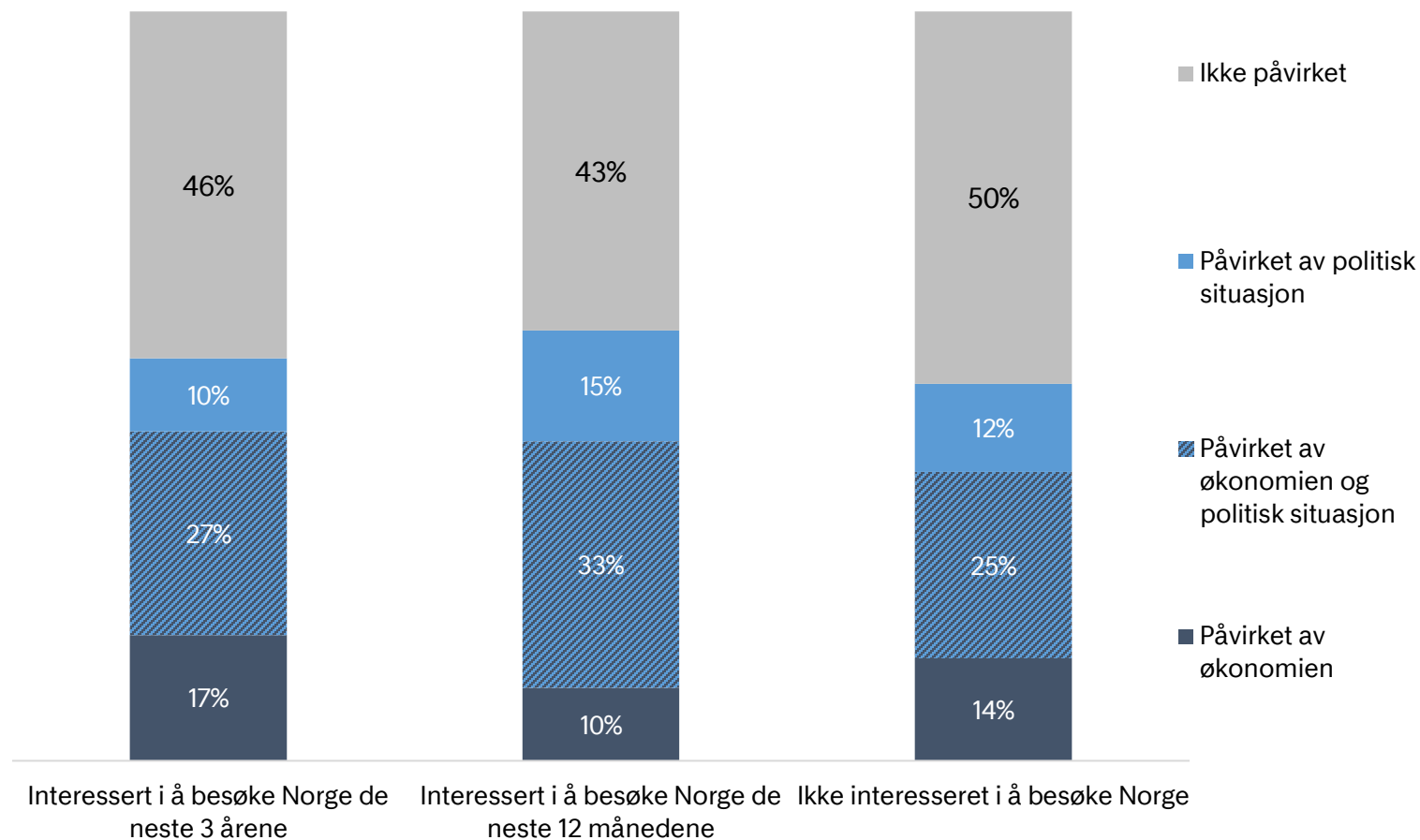
57 prosent av de som er interessert i å reise til Norge allerede det kommende året, svarer at de er påvirket av økonomisk og/eller politisk uro. De er mer bekymret for den politiske situasjonen: økt spenning mellom Europa, USA og Russland, sosial og politisk usikkerhet i hjemlandet og/eller verden generelt, utviklingen i krigen i Ukraina og/eller utviklingen i krigen i Midtøsten.



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene**

Påvirkning av økonomisk eller politisk situasjon og interesse i å besøke Norge

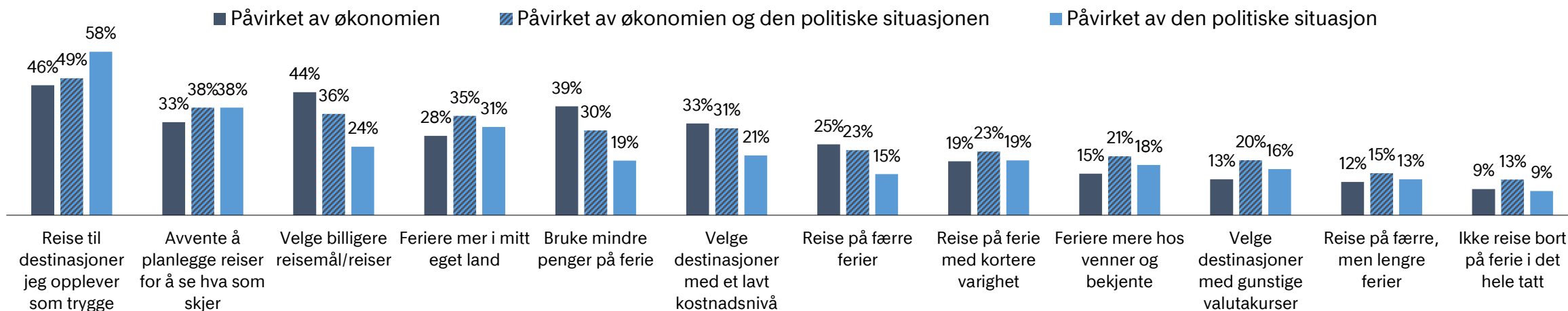
Andelen av de som er interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene.



Økt uro har ikke ført til at flere blir hjemme eller reiser mindre

Andelen som svarer at reisevalgene påvirkes av økonomisk uro og/eller politisk usikkerhet har økt mye. Til tross for det, er det færre som vil avvente ferieplanleggingen, feriere i hjemlandet eller droppe ferien helt. Det eneste de reisende er mer opptatt av nå, enn for et år siden, er å velge destinasjoner som oppleves som trygge. Økt fokus på trygghet skyldes også at det er flere eldre blant de aktive reisende nå. At en destinasjon er trygg blir viktigere og viktigere med økende alder.

På hvilke måte(r) vil økonomien eller den politiske situasjonen påvirke dine reisevalg? Gjennomsnitt på tvers av markeder



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene**



Tema 3: **Assosiasjoner til og interesse for Norge som reisemål**

Norge er kjent for storslått natur, men ikke bare for det. Stadig flere forbinder Norge med byer, kultur, mat, trygghet og kvalitet. Det er i ferd med å gi Norge en bredere posisjon i markedet.

Tema 3: Assosiasjoner til og interesse for Norge som reisemål

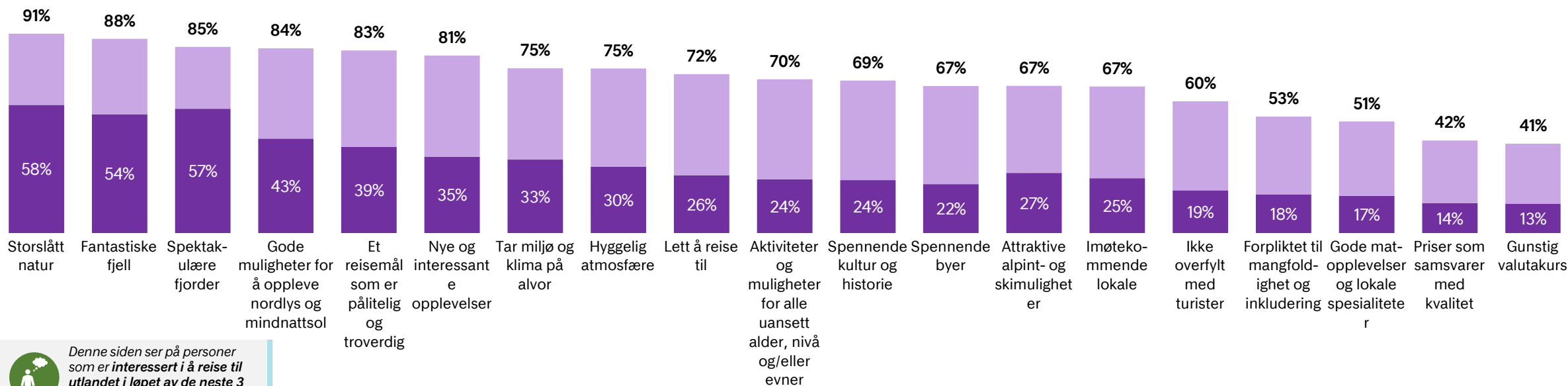
Norge forbindes først og fremst med storslått natur, fantastiske fjell og spektakulære fjorder

Oppfatningen av Norge som reisemål er stabil fra år til år. Det er relativt små endringer på tvers av målingene. Norge scorer særlig høyt på natur, fjell, fjorder, nordlys og som pålitelig reisemål på tvers av markeder. For de andre målene er det litt større variasjon på tvers av markeder.

Hvor godt passer disse kjennetegnene med ditt bilde av Norge som reisemål?

Andelen som har svart «Enig» eller «Helt enig» av dem som er interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene. Gjennomsnitt på tvers av markeder

Mørke farger og hvite prosenter = «Helt enig»
Sorte prosenter = «Helt enig» + «Enig»



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene**



Innovasjon Norge

Tema 3: Assosiasjoner til og interesse for Norge som reisemål

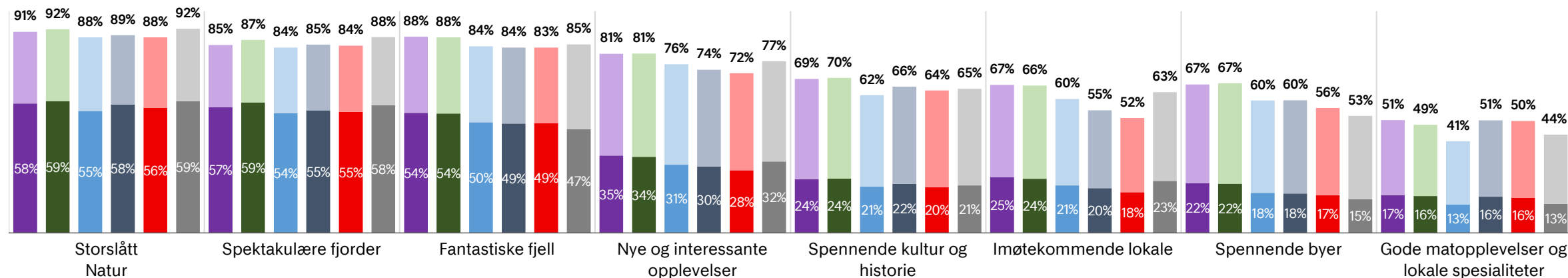
Befester en sterkere posisjon med imøtekommende lokale og spennende byer

Det er stadig flere som mener at Norge er et reisemål med spennende byer og imøtekommende lokale. I denne målingen er det særlig målgruppen i Sverige som har en markant mer positiv holdning til byene, lokalbefolkningen og matopplevelsene i Norge. Danskene er fremdeles de som vurderer Norge lavest som reisemål for kultur-, by- og matopplevelser. Der er det kun 26 prosent som er enig eller helt enig i at Norge som reisemål kjennetegnes av gode matopplevelser og lokale spesialiteter.

Hvor godt passer disse kjennetegnene med ditt bilde av Norge som reisemål?

Andelen som har svart «Enig» eller «Helt enig» av dem som er interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene. Gjennomsnitt på tvers av markeder

Mørke farger og hvite prosentertall = «Helt enig»
Sorte prosentertall = «Helt enig» + «Enig»



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene**

■ Vår 2026 ■ Vår 2025 ■ Høst 2023 ■ Vår 2023 ■ Høst 2022 ■ 2019



Innovasjon Norge

Tema 3: Assosiasjoner til og interesse for Norge som reisemål

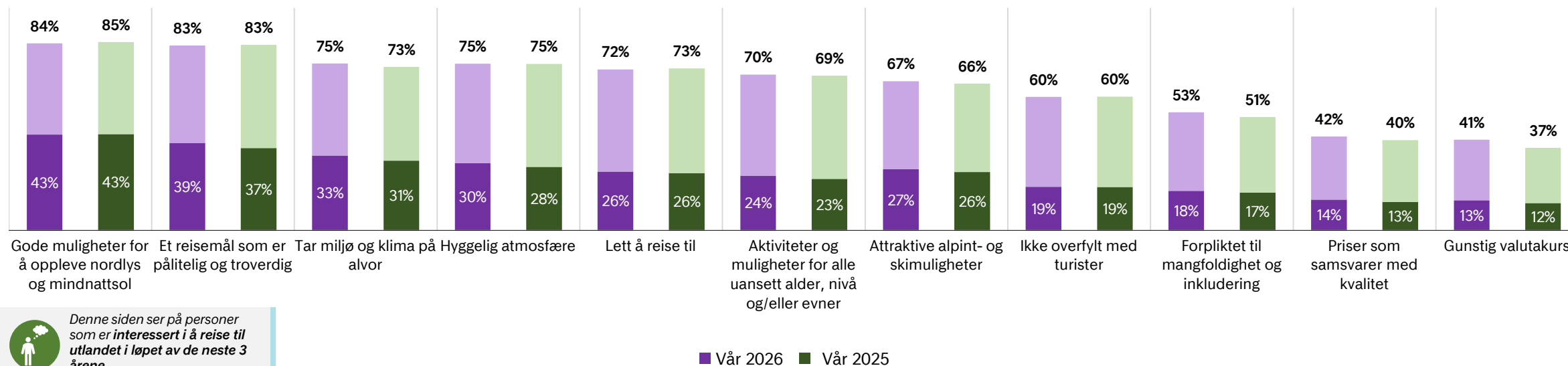
Norge oppleves som pålitelig og troverdig

I en politisk situasjon med mye uro og usikkerhet er 2 av 5 helt enig i at Norge er et reisemål som er pålitelig og troverdig. Det er viktigere nå enn tidligere, når rekordmange tar den urolige verdenssituasjonen inn i ferieplanleggingen.

Hvor godt passer disse kjennetegnene med ditt bilde av Norge som reisemål?

Andelen som har svart «Enig» eller «Helt enig» av dem som er interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene. Gjennomsnitt på tvers av markeder

Mørke farger og hvite prosenter = «Helt enig»
Sorte prosenter = «Helt enig» + «Enig»



Tema 3: Assosiasjoner til og interesse for Norge som reisemål

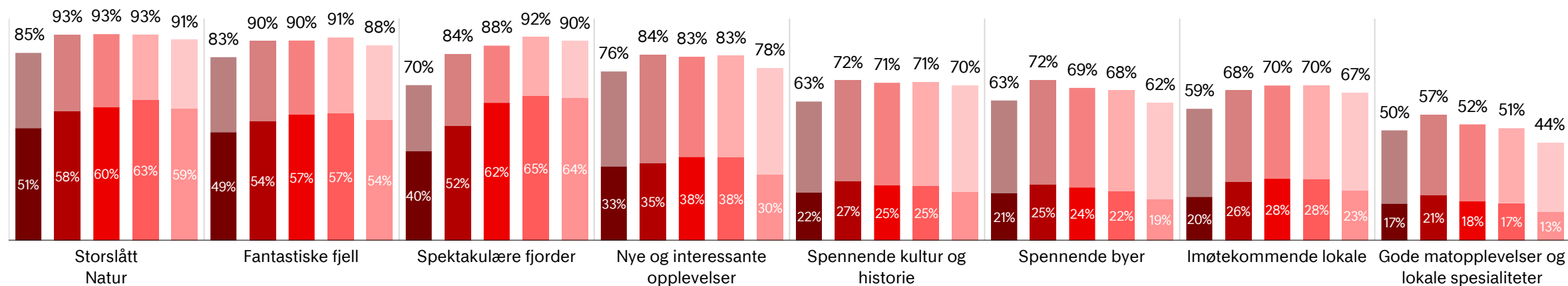
Flere eldre i målgruppen styrker Norges posisjon

Norge har styrket seg som reisemål for matopplevelser blant de reisende over 50 år det siste året. Norge assosieres sterkt som et reisemål med naturopplevelser på tvers av aldersgruppene, selv om spektakulære fjorder ikke står like sterkt hos de yngste reisende.

Hvor godt passer disse kjennetegnene med ditt bilde av Norge som reisemål?

Andelen som har svart «Enig» eller «Helt enig» av dem som er interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene. Gjennomsnitt på tvers av markeder

Mørke farger og hvite prosenter = «Helt enig»
Sorte prosenter = «Helt enig» + «Enig»



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene**

■ 18 – 30 år ■ 31 – 40 år ■ 41 – 50 år ■ 51 – 65 år ■ 66 år og eldre



Innovasjon Norge

Tema 3: Assosiasjoner til og interesse for Norge som reisemål

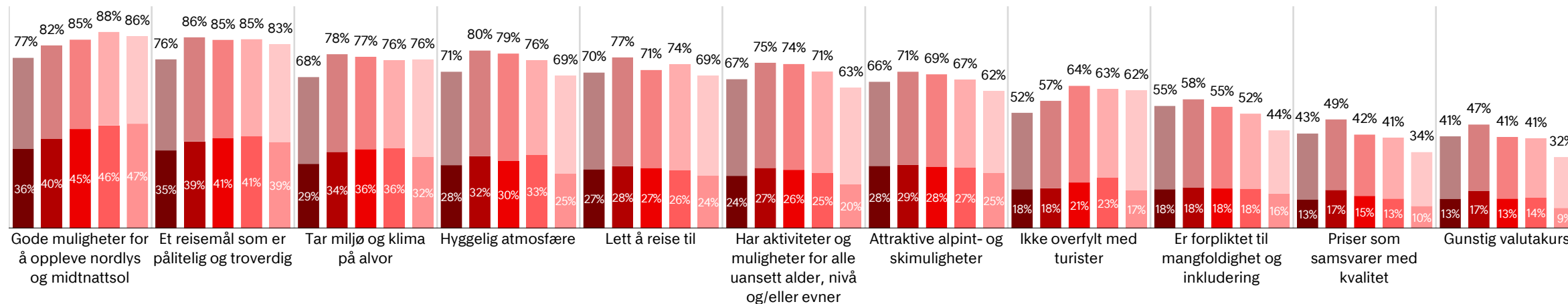
Sterkere posisjon som destinasjon med gunstig valutakurs og pris som samsvarer med kvalitet

Stadig flere i aldersgruppen fra 50 år og oppover er enig i at Norge har gunstig valutakurs og priser som samsvarer med kvalitet.

Hvor godt passer disse kjennetegnene med ditt bilde av Norge som reisemål?

Andelen som har svart «Enig» eller «Helt enig» av dem som er interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene. Gjennomsnitt på tvers av markeder

Mørke farger og hvite prosentertall = «Helt enig»
Sorte prosentertall = «Helt enig» + «Enig»



■ 18 – 30 år ■ 31 – 40 år ■ 41 – 50 år ■ 51 – 65 år ■ 66 år og eldre



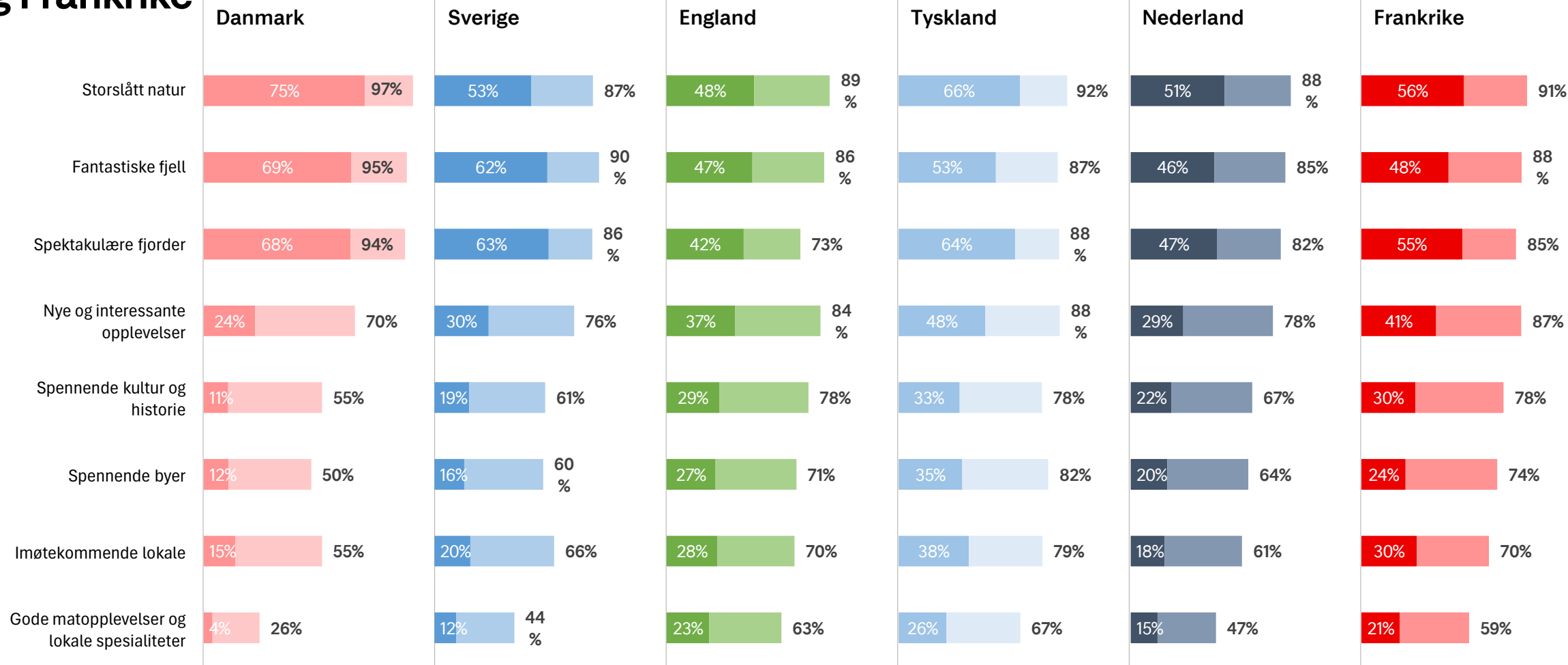
Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene**



Innovasjon Norge

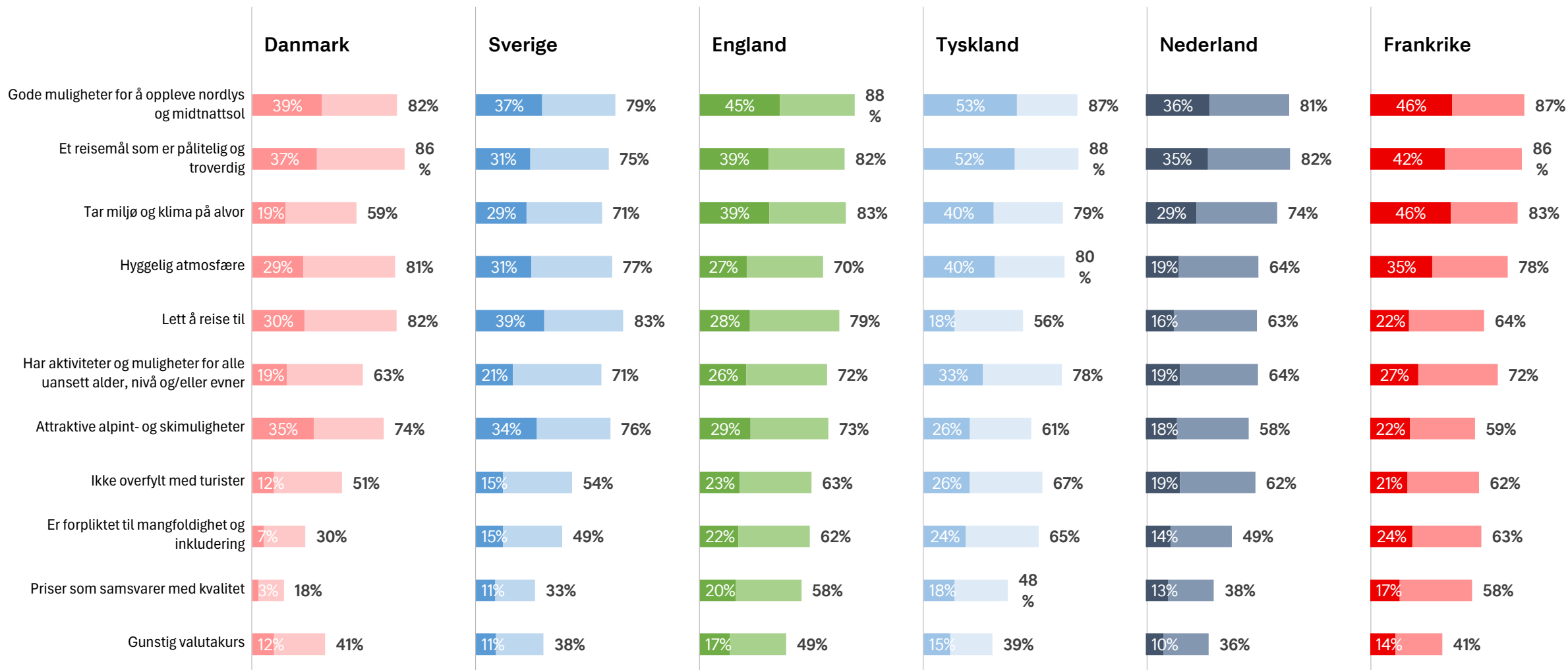


Norge har styrket seg som reisemål for matopplevelser i Sverige, Tyskland, Nederland og Frankrike





Flere i Danmark er helt enig i at Norge har attraktive alpint- og skimuligheter



Tema 3: Assosiasjoner til og interesse for Norge som reisemål

De som har vært i Norge er mer begeistret for byene, folkene og matopplevelsene

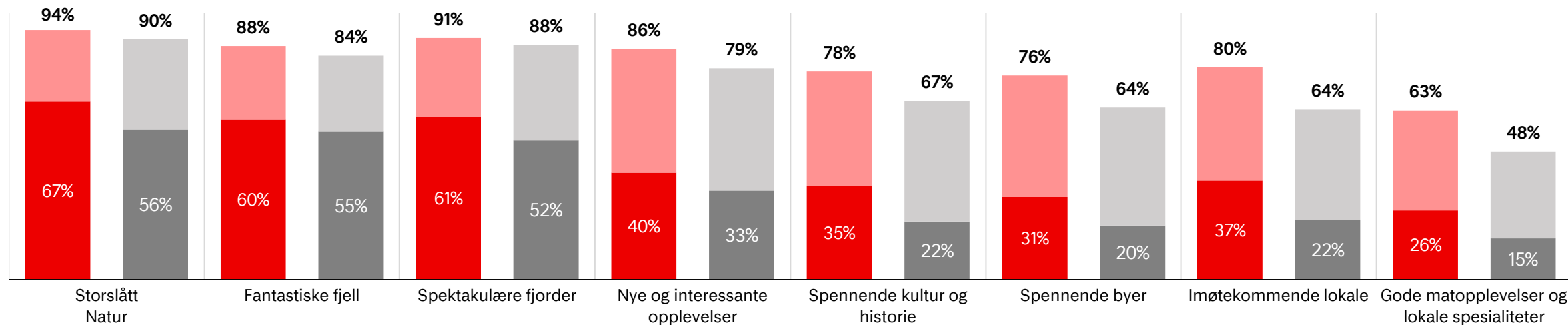
Det er markant fremgang fra i fjor på oppfatningen av Norge som reisemål for spennende kultur, historie og byer, imøtekommande lokale og gode matopplevelser blant dem som har besøkt Norge. Det er langt flere som er helt enig i alle disse påstandene om Norge i år enn det var på samme tid i fjor.

Hvor godt passer disse kjennetegnene med ditt bilde av Norge som reisemål?

Andelen som har svart «Enig» eller «Helt enig» av dem som er interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene. Gjennomsnitt på tvers av markeder

Mørke farger og hvite prosenter = «Helt enig»

Sorte prosenter = «Helt enig» + «Enig»



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene**

■ Har vært på ferie i Norge de siste 6 årene

■ Har ikke vært på ferie i Norge de siste 6 årene

Tema 3: Assosiasjoner til og interesse for Norge som reisemål

Norge har økt troverdighet på miljø og klima blant de som har vært her

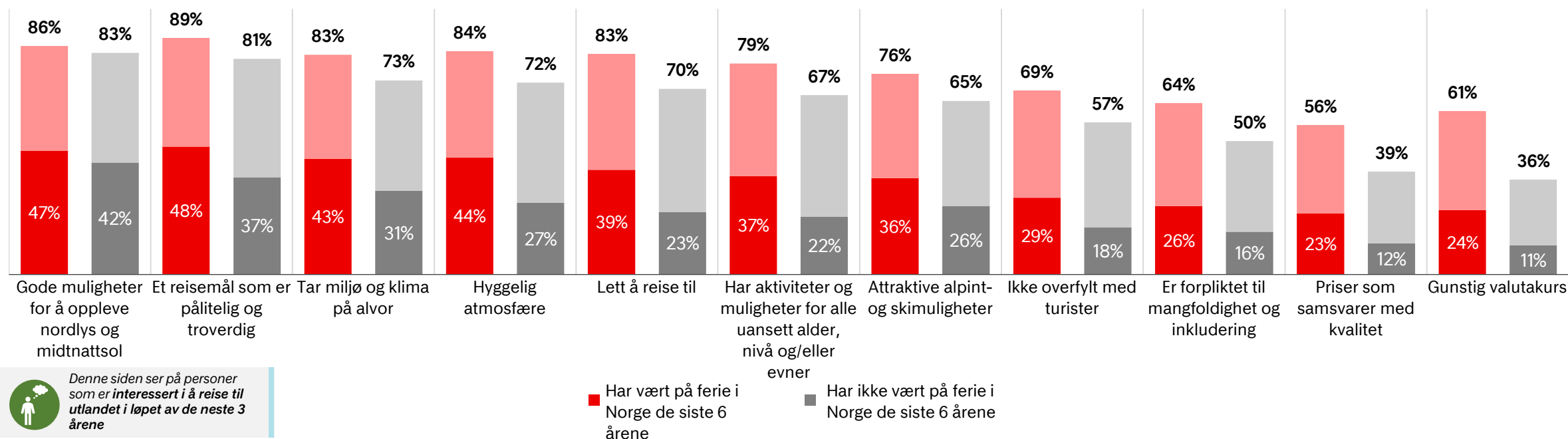
Det er markant fremgang fra i fjor på oppfatningen av Norge på miljø og klima, at det ikke er overfylt av turister, pris i forhold til kvalitet og at det er en gunstig valutakurs. Særlig blant de som har vært i Norge tidligere. Det er langt flere som er helt enig i disse påstandene i denne gruppen enn i 2025.

Hvor godt passer disse kjennetegnene med ditt bilde av Norge som reisemål?

Andelen som har svart «Enig» eller «Helt enig» av dem som er interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene. Gjennomsnitt på tvers av markeder

Mørke farger og hvite prosenter = «Helt enig»

Sorte prosenter = «Helt enig» + «Enig»

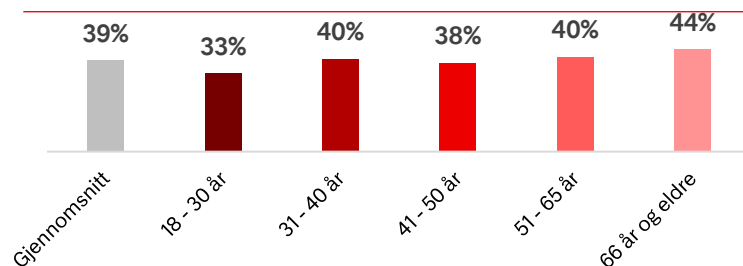


Tema 3: Assosiasjoner til og interesse for Norge som reisemål

Nesten 1 av 4 har vært i Norge tidligere

Hele 60 prosent av de som har vært i Norge, har besøkt Norge i løpet av de siste 6 årene. Det er langt flere med «fersk» Norges-erfaring nå, enn i fjorårets måling. Det kan være en viktig forklaring på hvorfor Norge har styrket seg på en rekke områder blant de som har besøkt Norge tidligere.

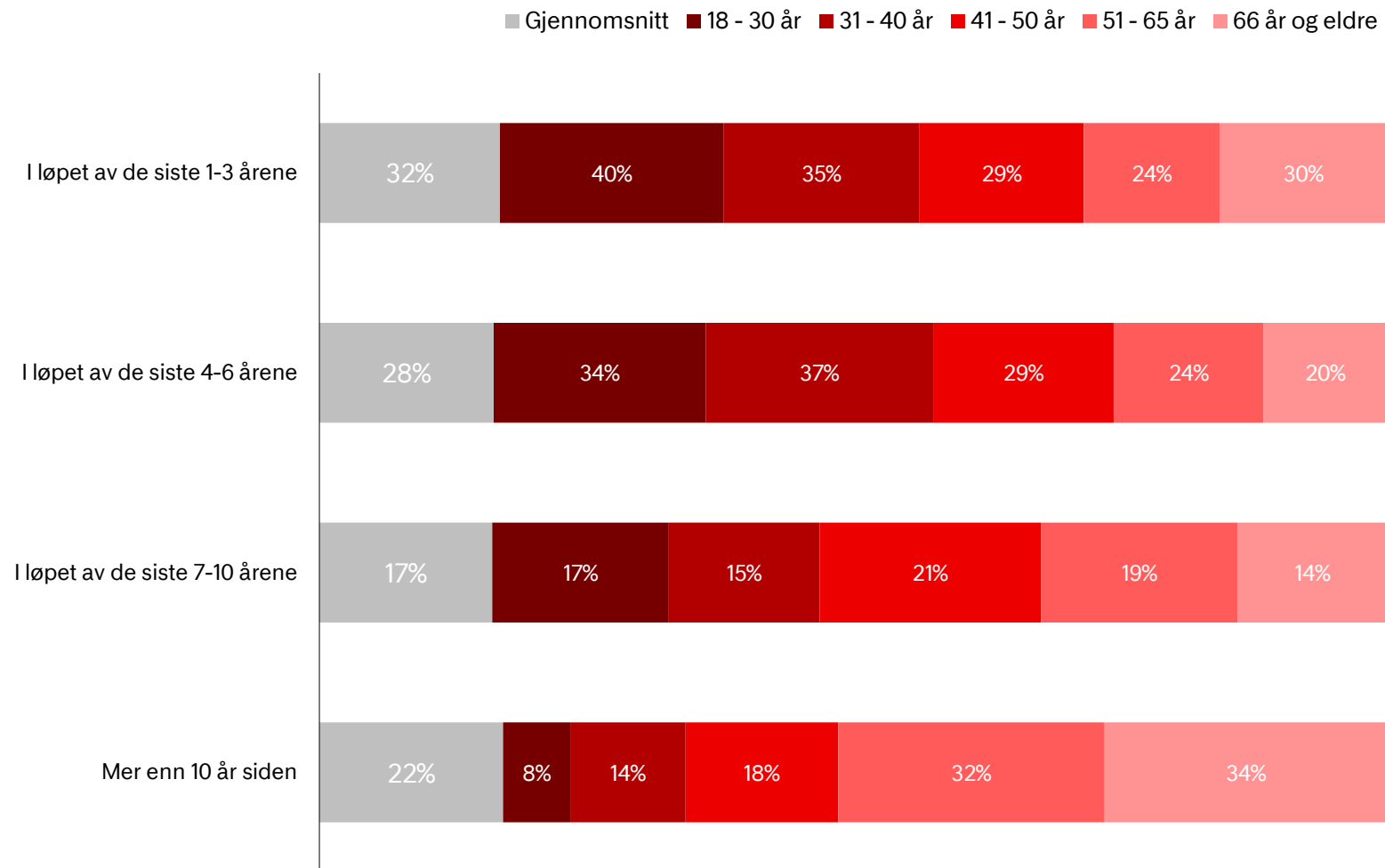
Andel som har vært på ferie i Norge tidligere



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene**

Når var du sist i Norge på ferie?

Andel av dem som er interessert i å reise til utlandet de neste 3 årene.



Tema 3: Assosiasjoner til og interesse for Norge som reisemål

Flest vurderer en ferie til Norge om sommeren, særlig svensker og tyskere

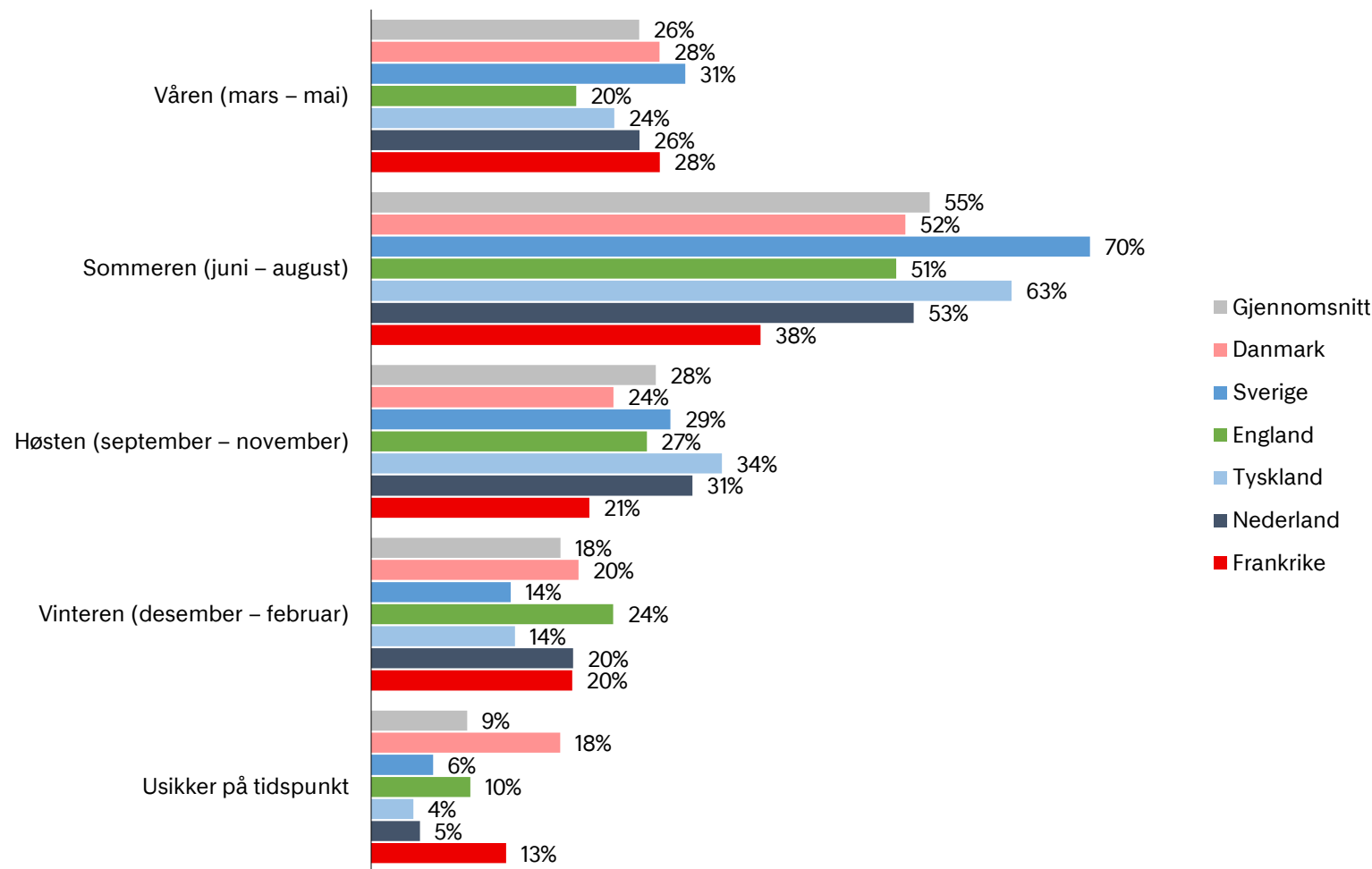
Det er relativt lite endring på når potensielle turister er interessert i å besøke Norge. På tvers av markeder er sommeren mest populært. Det gjelder særlig i Tyskland og Sverige.

Det er en tendens til at flere nederlendere vurderer å reise til Norge om høsten. Fjellferier og vandreferier er mer attraktivt for nederlendere som er interessert i Norge. Det er også flere engelskmenn som vurderer å reise til Norge i vintersesongen enn ved forrige måling. Interessen for skiferier i Norge har økt i det engelske markedet.



De som kunne tenke seg å reise på en ferie til Norge i løpet av de neste 3 årene

Når vurderer du å reise på en ferie til Norge de neste 3 årene? Du kan velge flere svar.
Andel av dem som er interessert i å reise til Norge de neste 3 årene.



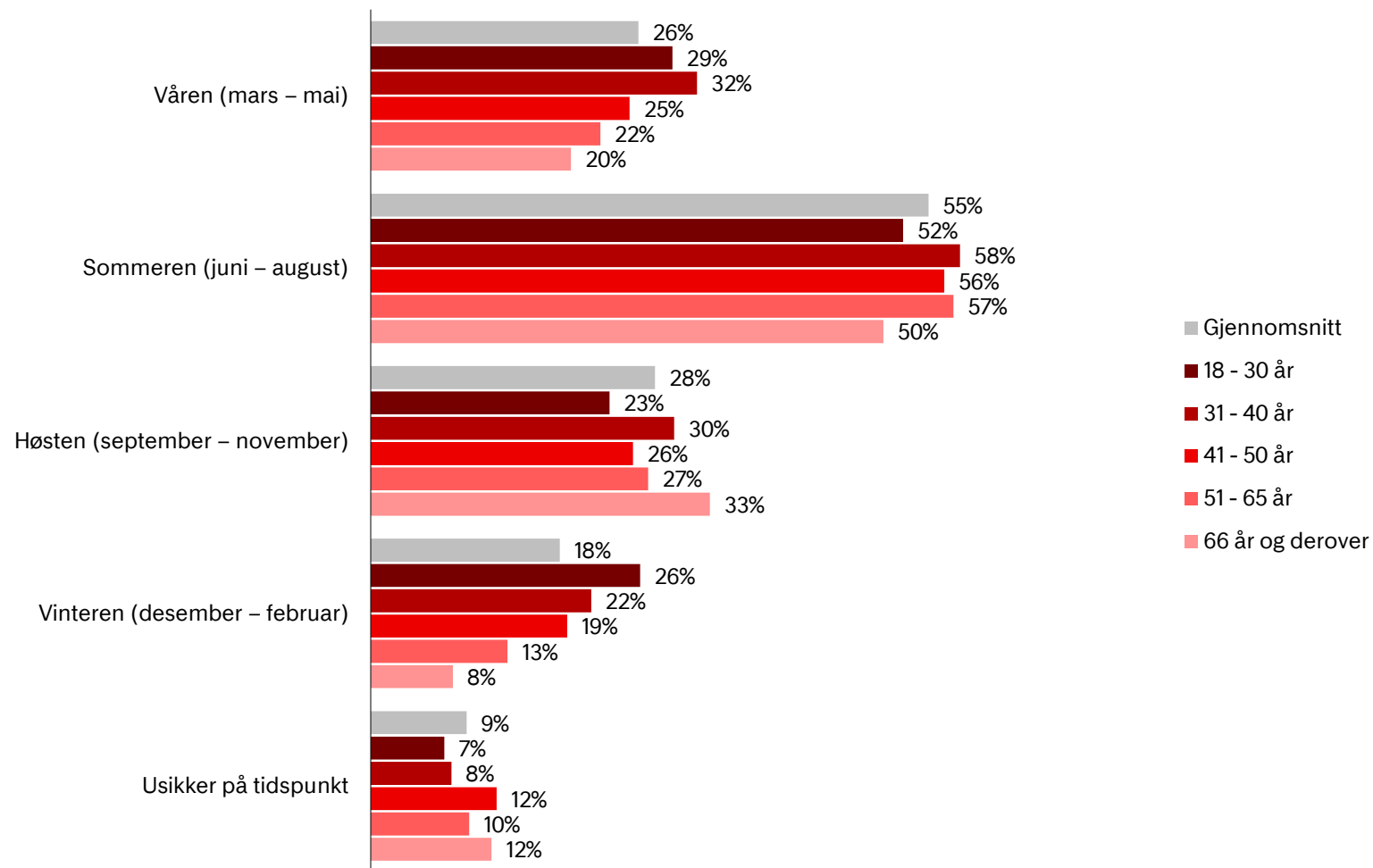
Tema 3: Assosiasjoner til og interesse for Norge som reisemål

De yngste er mest interessert i å reise til Norge utenfor sommersesongen

På tvers av aldersgrupper er det størst interesse for å besøke Norge om sommeren. Vinteren er mest populær blant de yngste aldersgruppene, det skyldes delvis at skiferie er mest aktuelt i disse aldersgruppene.

Reisende i aldersgruppen 50+ er mer tilbøyelig til å reise i sommer og høst. Disse er litt mer opptatt av å oppsøke sol og varme, kultur og historie eller et cruise når de reiser på ferie.

Når vurderer du å reise på en ferie til Norge de neste 3 årene? Du kan velge flere svar.
Andel av dem som er interessert i å reise til Norge de neste 3 årene.



De som kunne tenke seg å reise på en ferie til Norge i løpet av de neste 3 årene

Tema 3: Assosiasjoner til og interesse for Norge som reisemål

Interessen på høyeste nivå etter pandemien

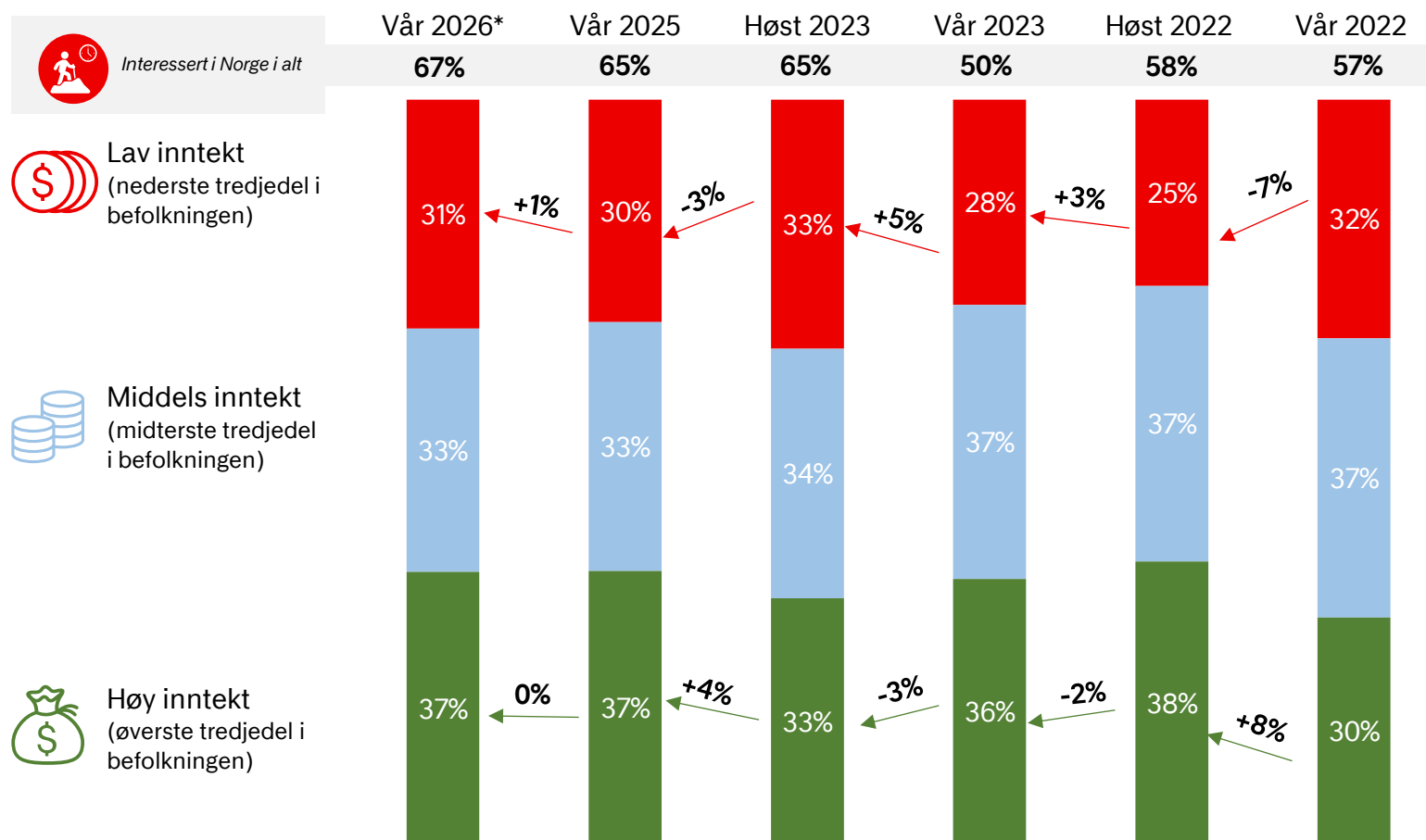
De reisende med høy inntekt har langt høyere reisefrekvens, særlig utenfor sommersesongen. De skiller seg ut ved å være langt mer interessert i sykkel- ski-, sports- og aktive ferier, helse og velvære og cruise enn gjennomsnittet.

De er mer opptatt av bærekraft og velger i større grad reisemål og bedrifter som tar bærekraft på alvor. Nesten halvparten har vært i Norge på ferie tidligere.



De som kunne tenke seg å reise på en ferie til Norge i løpet av de neste 3 årene

Inntektsnivå for de som er interessert i å reise til Norge de neste tre årene Gjennomsnitt på tvers av markeder



*Våren 2026 summerer til 101% på grunn av avrunding.

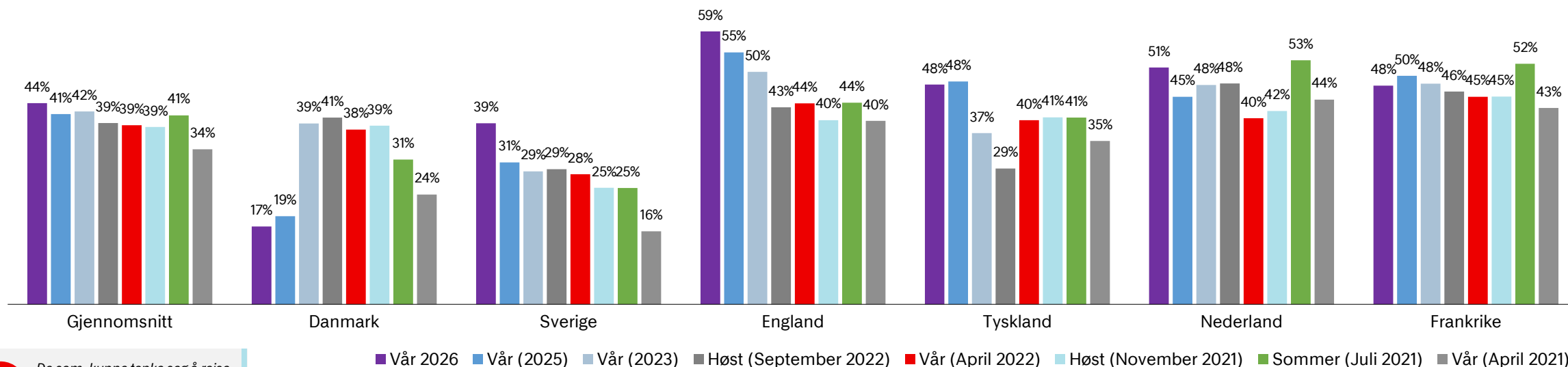
Interessen for pakkereise i Norge har økt og er høyest blant de med høy inntekt

Interessen for å kjøpe pakkereise har økt betydelig særlig i Sverige og England. Det er disse markedene som er sterkest påvirket av økonomisk og politisk usikkerhet. De som foretrekker pakkereiser er i større grad påvirket av ulike former for usikkerhet. Samtidig er det også større etterspørsel etter pakkereise blant de som har høy inntekt, reiser på cruise, kulinariske reiser, helse og velvære og sykkelferier.

Du har svart at du kunne tenke deg å dra på ferie til Norge i løpet av de neste 3 årene. Hvordan vil du mest sannsynlig bestille norgesferien?

«Jeg ville bestilt hoveddelen av turen fra en turoperatør som kan arrangere en pakketur som inkluderer det meste (f.eks. transport og overnatting)»

Andelen som har svart 'Ja' av dem som planlegger eller tenker å dra på ferie til Norge innen de neste 3 årene.



De som kunne tenke seg å reise på en ferie til Norge i løpet av de neste 3 årene



Innovasjon Norge



Tema 4: **Opplevelser i Norge**

Naturen er viktig for det store flertallet som vurderer å reise til Norge. De potensielle turistene vil også ha tilgang til et variert aktivitetstilbud, kultur, mat, stillhet, ro, velvære og bli kjent med Norge og norsk kultur.

Tema 4: Opplevelser i Norge

Flest vil oppleve natur, flere vil på helse og velvære, fest, moro og sykkelferie

Turistene med høyest inntekt og høyest reisefrekvens reiser vil i større grad reise på skiferie, helse og velvære, sport og aktiv ferie, sykkelferie og ulike former for feiringer og jubileum.

De yngste (opp til 40 år) vurderer i langt større grad skiferier, sport- aktiv og eventyrferier.

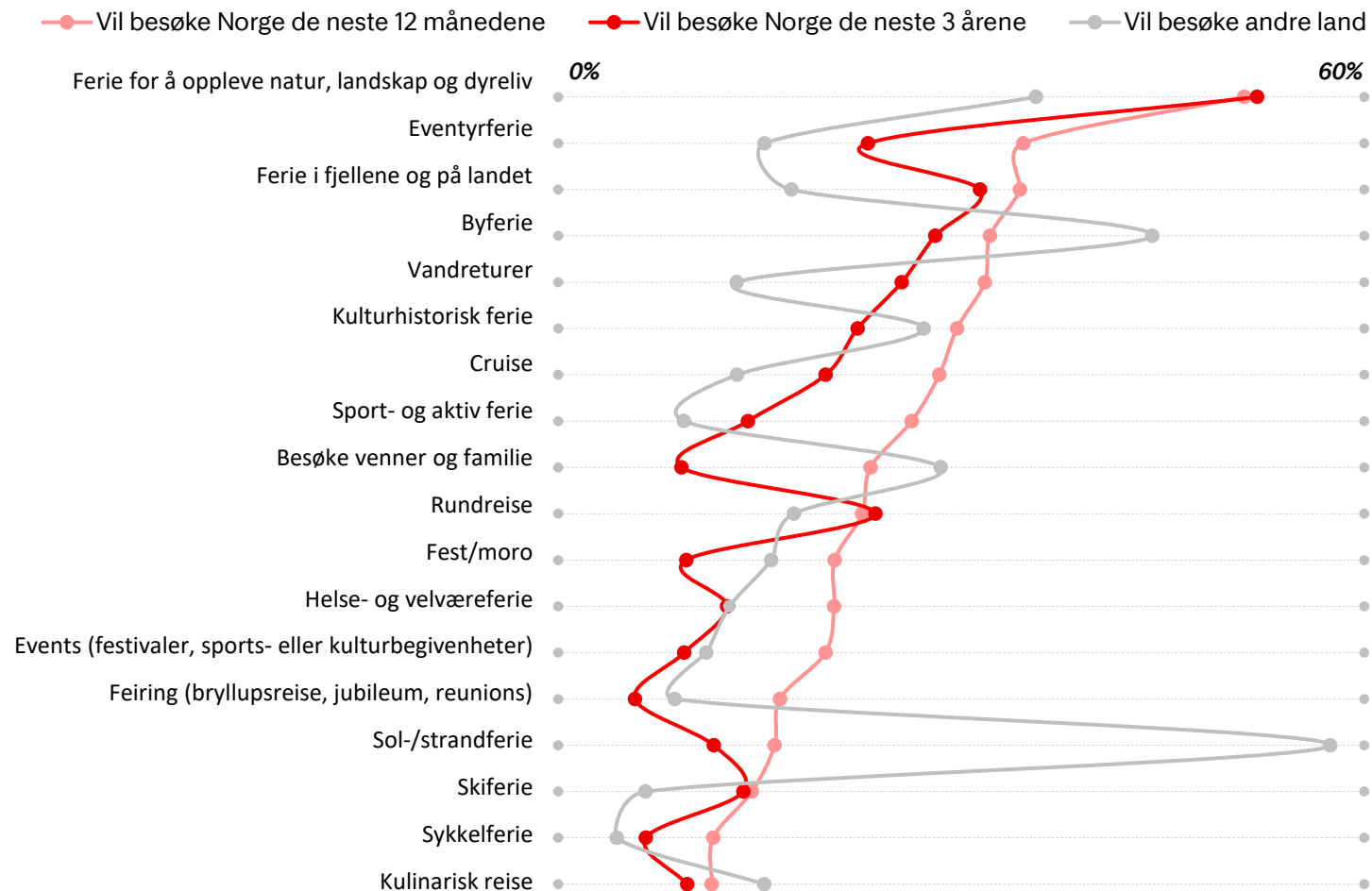
Gruppen mellom 40 og 50 år er mer interessert i eventyrferier/adventure, naturferier, helse og velvære og kulinariske reiser.

De reisende over 50/55 år er mer interessert i kulturhistoriske ferier, rundreiser, byferier og cruise.



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene**

Hvilke av følgende beskrivelser passer best ferien(e) du kunne tenke deg å reise på i utlandet / i Norge?
Prosentene viser gjennomsnittlig andel som svarer at beskrivelsen passer på tvers av markedene



Tema 4: Opplevelser i Norge

Norgesferie i natur og aktivitet står sterkt blant svensker og dansker

Halvparten av danskene og 3 av 4 svenske aktive reisende er interessert i å reise til Norge de kommende 3 årene. Grafen viser hvilke ferietyper de vil vurdere på en norgesferie. Interessen for Norge er relativt uendret, men det er en tendens til at flere skyver norgesferien frem i tid og vurderer Norge de neste 3 årene, ikke de kommende 12 månedene.

For danskene er ferie i Norge særlig knyttet til natur, fjell, vandring, sport, aktivitet og ski. Det er riktig nok 25 prosent som vil vurdere en byferie, men de som velger seg andre destinasjoner vil i mye større grad på byferie.

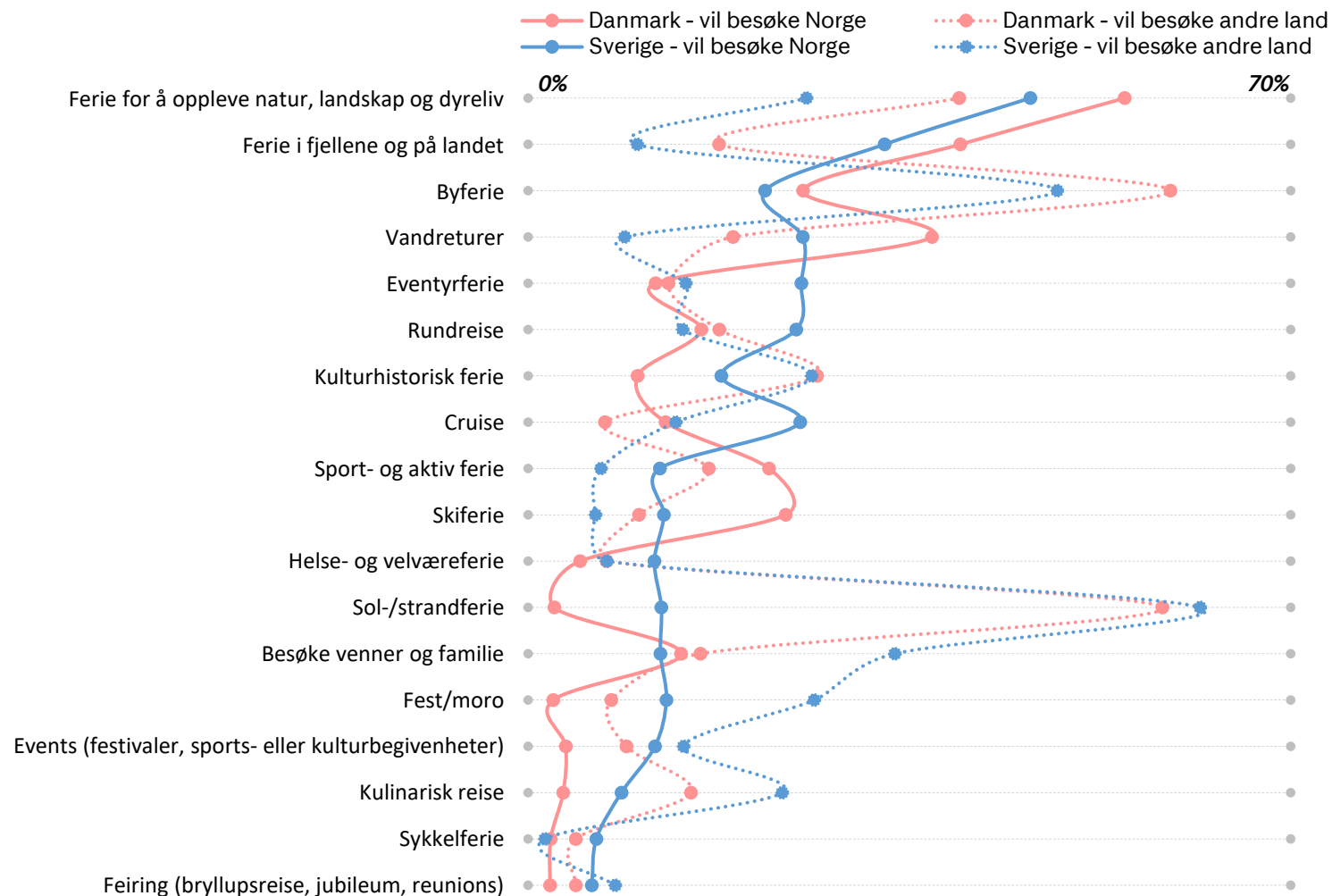
Natur, vandring og fjell er viktig for svenskene også, men de vil i større grad vurdere rundreiser, eventyrferier eller cruise.



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene**

Hvilke av følgende beskrivelser passer best ferien(e) du kunne tenke deg å reise på i Norge / i utlandet?

Prosentene viser gjennomsnittlig andel som svarer at beskrivelsen passer pr. marked



Tema 4: Opplevelser i Norge

Norge står sterkere på kulturhistoriske ferier i England og Frankrike

Både i England og i Frankrike er omtrent 2 av 3 interessert i å reise til Norge de kommende 3 årene. I Frankrike er det betydelig flere som svarer at de vil reise til Norge allerede de neste 12 månedene.

Engelskmenn skiller seg fra andre land ved at naturferier ikke er like dominerende, og at byferier er omtrent like stort som naturferier. Hele 16 prosent er interessert i skiferie i Norge, det er opp fra i fjor og det er kun Danmark som har høyere interesse.

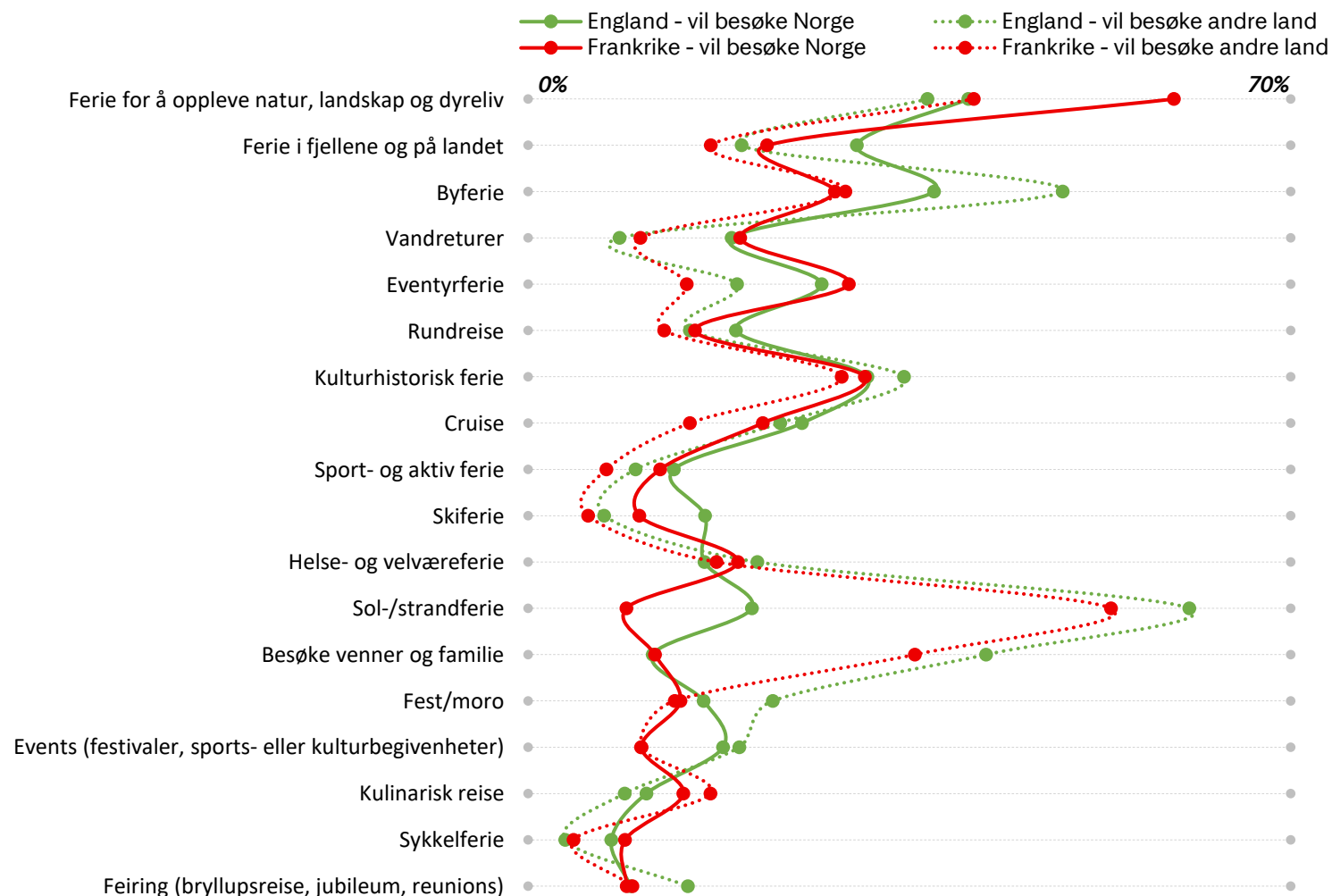
Frankrike ligner på England, men franskmenn er langt mer interessert i naturferier og vandring og rundreiser, og mindre interessert i fjellferier og byferier i Norge.



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene**

Hvilke av følgende beskrivelser passer best ferien(e) du kunne tenke deg å reise på i Norge / i utlandet?

Prosentene viser gjennomsnittlig andel som svarer at beskrivelsen passer pr. marked



Tema 4: Opplevelser i Norge

Tyskere og nederlendere vil oppleve natur og fjell på ferie i Norge

I Tyskland er 7 av 10 interessert i å reise til Norge de kommende 3 årene, og i Nederland er i underkant av 6 av 10 interessert.

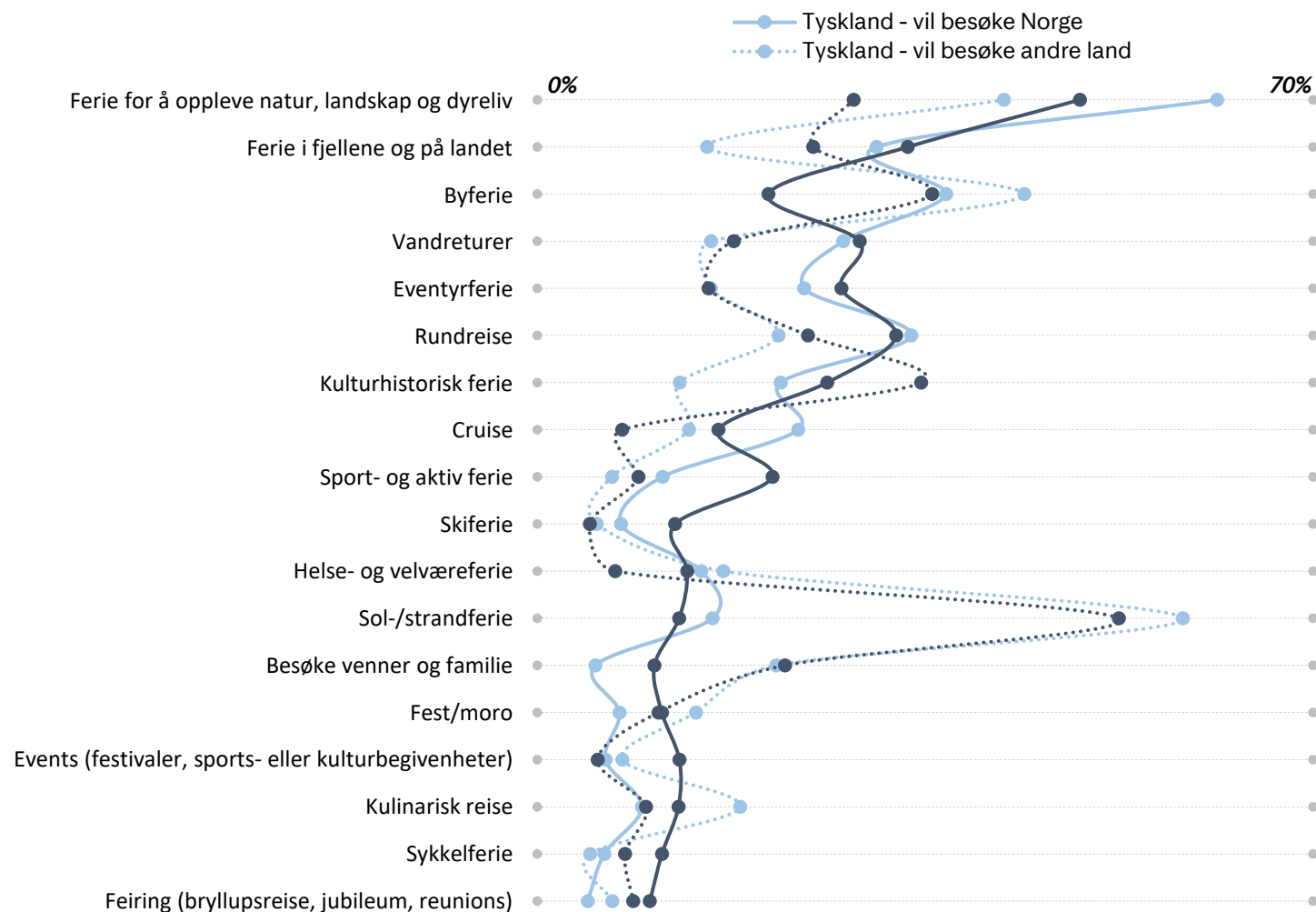
Naturferier er ubestridt på topp for mulige ferier i Norge for tyskere, etterfulgt av byferier og rundreiser. Sport- og aktiv ferie, sammen med vandreferier og eventyrferier, skiller ut som de feriene som er langt mer interessante i Norge enn i andre land.

Nederlenderne har mange likhetstrekk med tyskerne, men de er mindre interessert i byferier i Norge.



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene**

Hvilke av følgende beskrivelser passer best ferien(e) du kunne tenke deg å reise på i Norge / i utlandet?
Prosentene viser gjennomsnittlig andel som svarer at beskrivelsen passer pr. marked



Tema 4: Opplevelser i Norge

Flest vil utforske natur på norgesferien

Selv om det er flest som vil utforske natur på norgesferien, er det litt færre enn i fjor som er opptatt av dette.

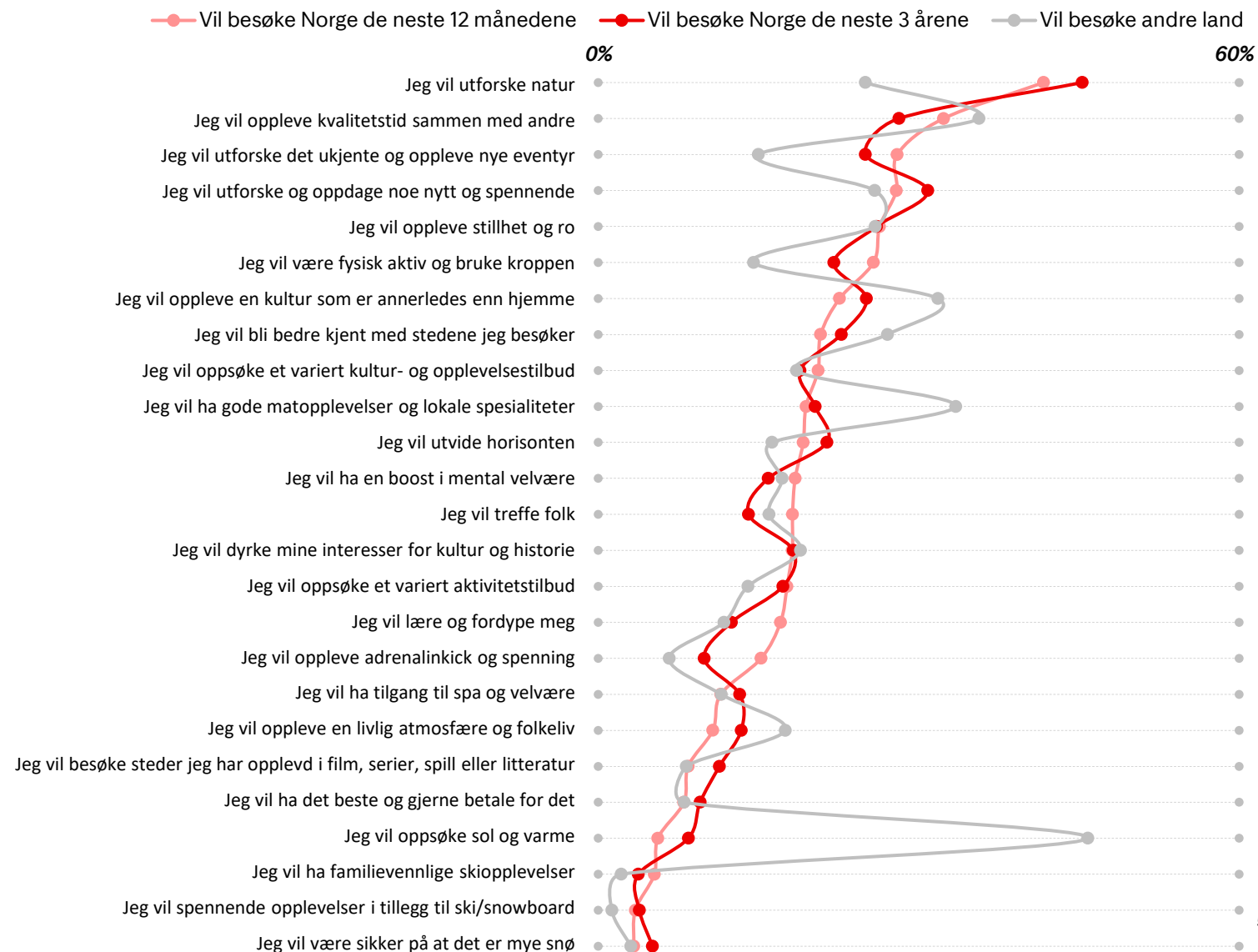
Det er flere i aldersgruppen fra 66 år og oppover og mellom 30 og 40 som svarer at de vil reise til Norge allerede det kommende året. Disse er, av ulike grunner, mindre opptatt av å utforske naturen enn aldersgruppen mellom 50 og 66 år.

Det er en tendens til at flere, uavhengig av om de vil feriere i Norge eller andre steder, er opptatt av at ferien skal gi en boost i mental velvære, ha tilgang til spa og mulighet for å oppleve adrenalinkick og spenning.



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene**

På en ferie i Norge / i utlandet, hvilke av følgende utsagn beskriver best de behovene ferien skal oppfylle. Prosentene viser gjennomsnittlig andel som svarer at utsagnene passer på tvers av markedene



Tema 4: Opplevelser i Norge

Natur er blitt mindre dominerende for svenskene, stillhet og ro viktigere

Utforske natur og kvalitetstid med andre er langt viktigere for danskene som vurderer Norge, enn for svenskene. Begge er mer opptatt av at ferien skal gi en boost i mental velvære.

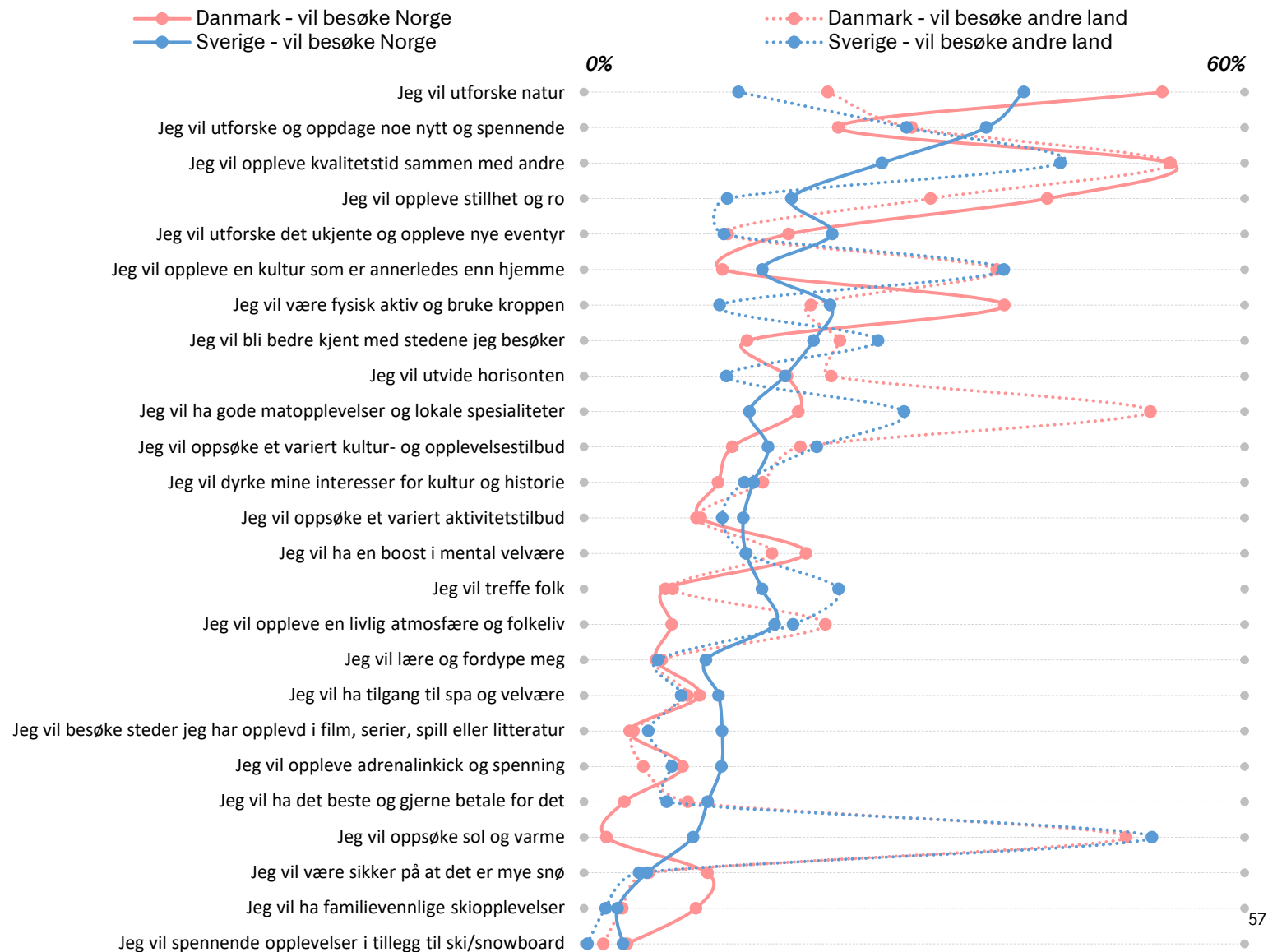
Danskene er opptatt av å være i fysisk aktivitet. Adrenalinkick og spenning fenger flere nå enn før. Adrenalinkick og spenning trenger ikke henge sammen med fysisk aktive ferier, det er også et behov som er viktig for ferier med fest og moro og eventer. Begge disse ferietypene er mer aktuelle for svensker på norgesferie fremover.

Svenskene legger mer vekt på å utforske noe nytt og spennende og oppleve nye eventyr, dette er viktigere for svensker som er interessert i å feriere i Norge enn på andre reisemål.



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene**

På en ferie i Norge / i utlandet, hvilke av følgende utsagn beskriver best de behovene ferien skal oppfylle. Prosentene viser gjennomsnittlig andel som svarer at utsagnene passer pr. marked.



Tema 4: Opplevelser i Norge

Natur, nye opplevelser og annerledes kultur er viktig i England og Frankrike

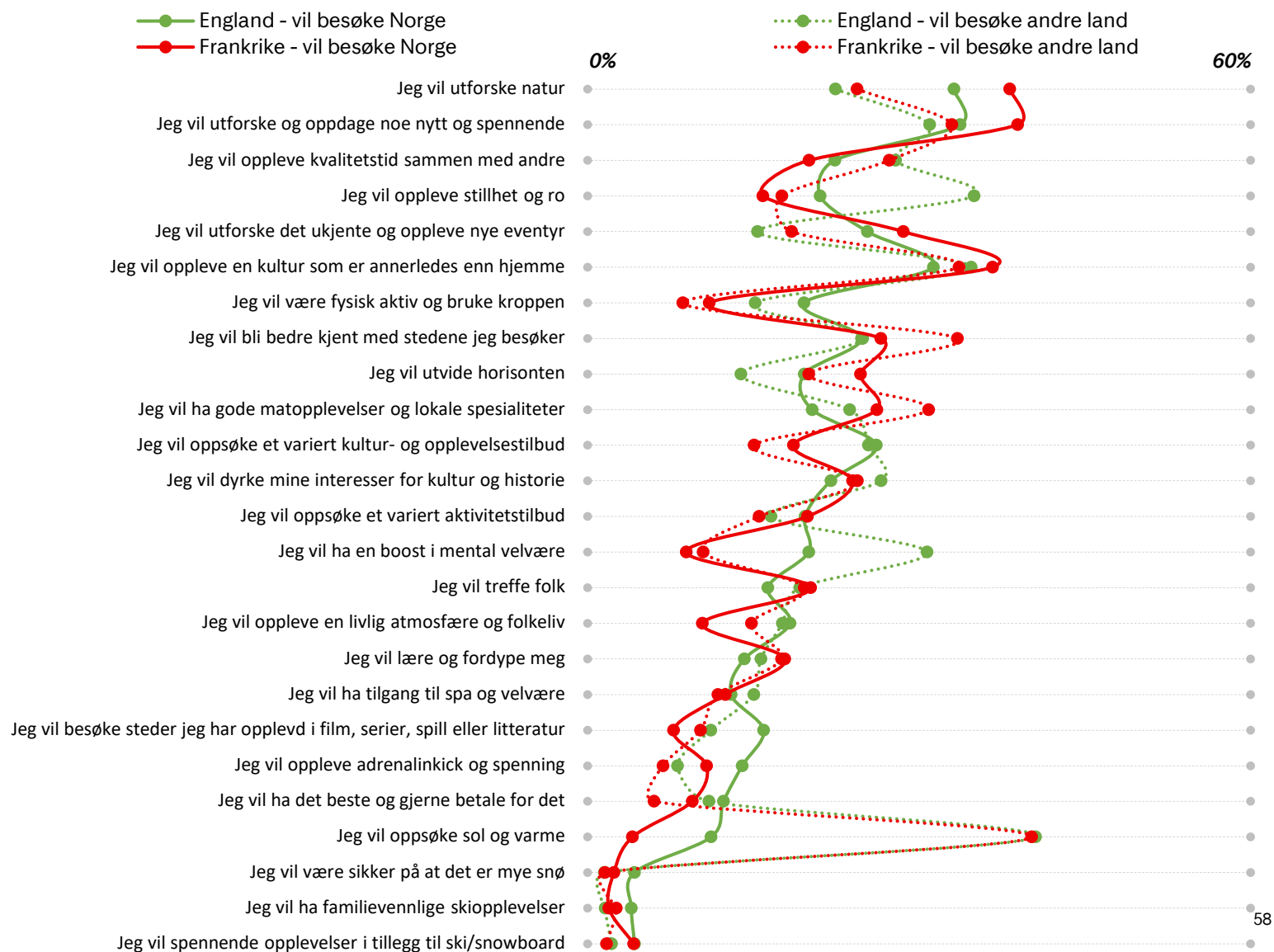
Behovene engelskmenn og franskmenn vil dekke på norgesferien er relativt like. De vil utforske både natur, kultur, matopplevelser, bli kjent med stedene og oppleve noe som er annerledes enn hjemme.

De er mindre opptatt av fysisk aktivitet og stilhet og ro.



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene**

På en ferie i Norge / i utlandet, hvilke av følgende utsagn beskriver best de behovene ferien skal oppfylle. Prosentene viser gjennomsnittlig andel som svarer at utsagnene passer pr. marked.



Tema 4: Opplevelser i Norge

Natur er klart viktigst for tyskere og nederlendere som vil til Norge

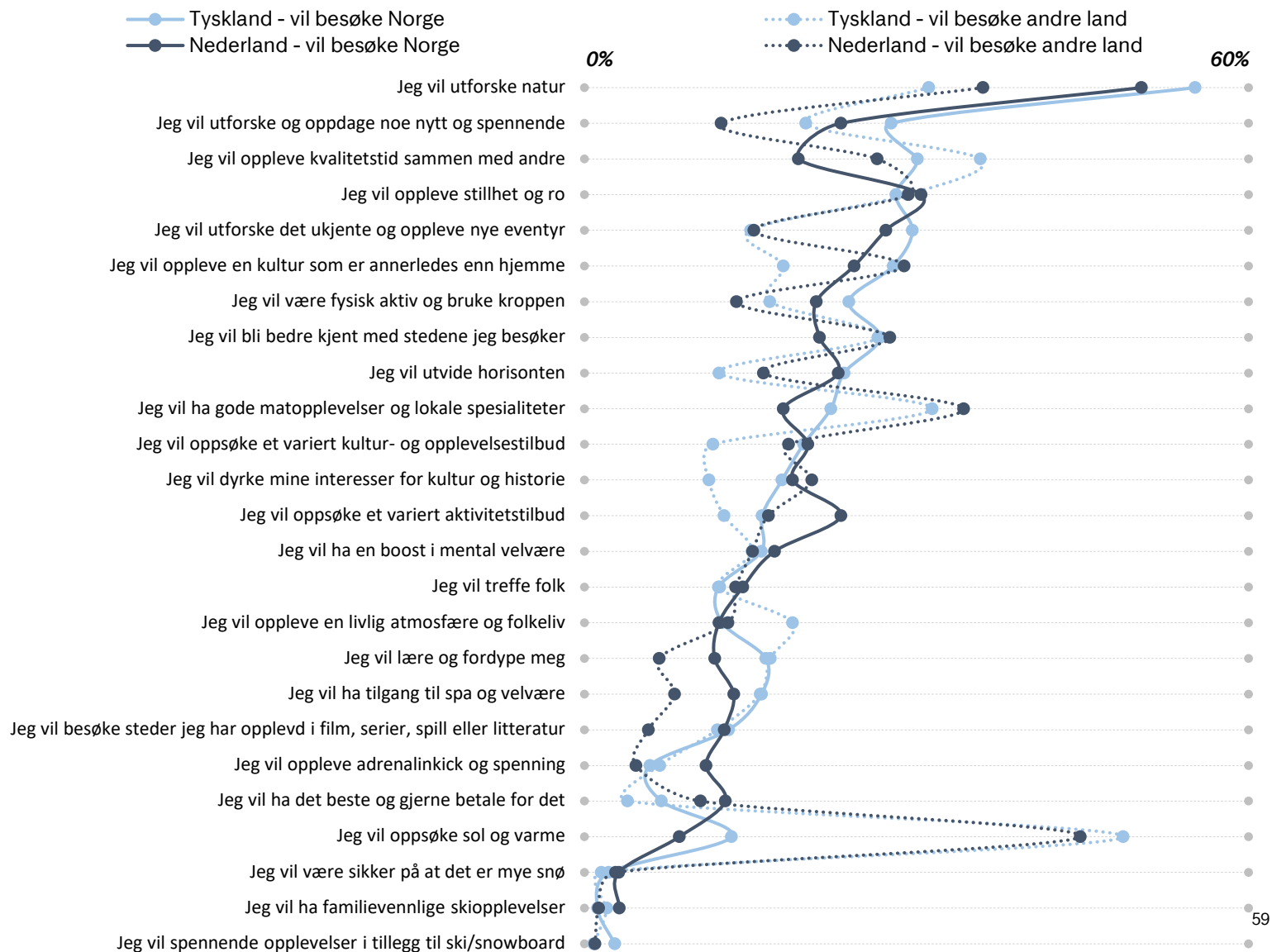
Naturen er blitt litt mindre enerådende i år enn i fjor for de nederlandske reisende. Andelen nederlendere som vil til Norge er mye større i år enn i fjor. Det er flere med høy inntekt som er opptatt av spa, fordypning og adrenalinkick, nye spennende opplevelser og et variert aktivitetstilbud.

Tyskland er det eneste markedet der å utforske natur er viktigere i år enn i fjor, og høyest av alle markeder (tett etterfulgt av Danmark). Samtidig er det ingen andre som er mer opptatt av å utforske og oppleve eventyr som tyskerne.



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene**

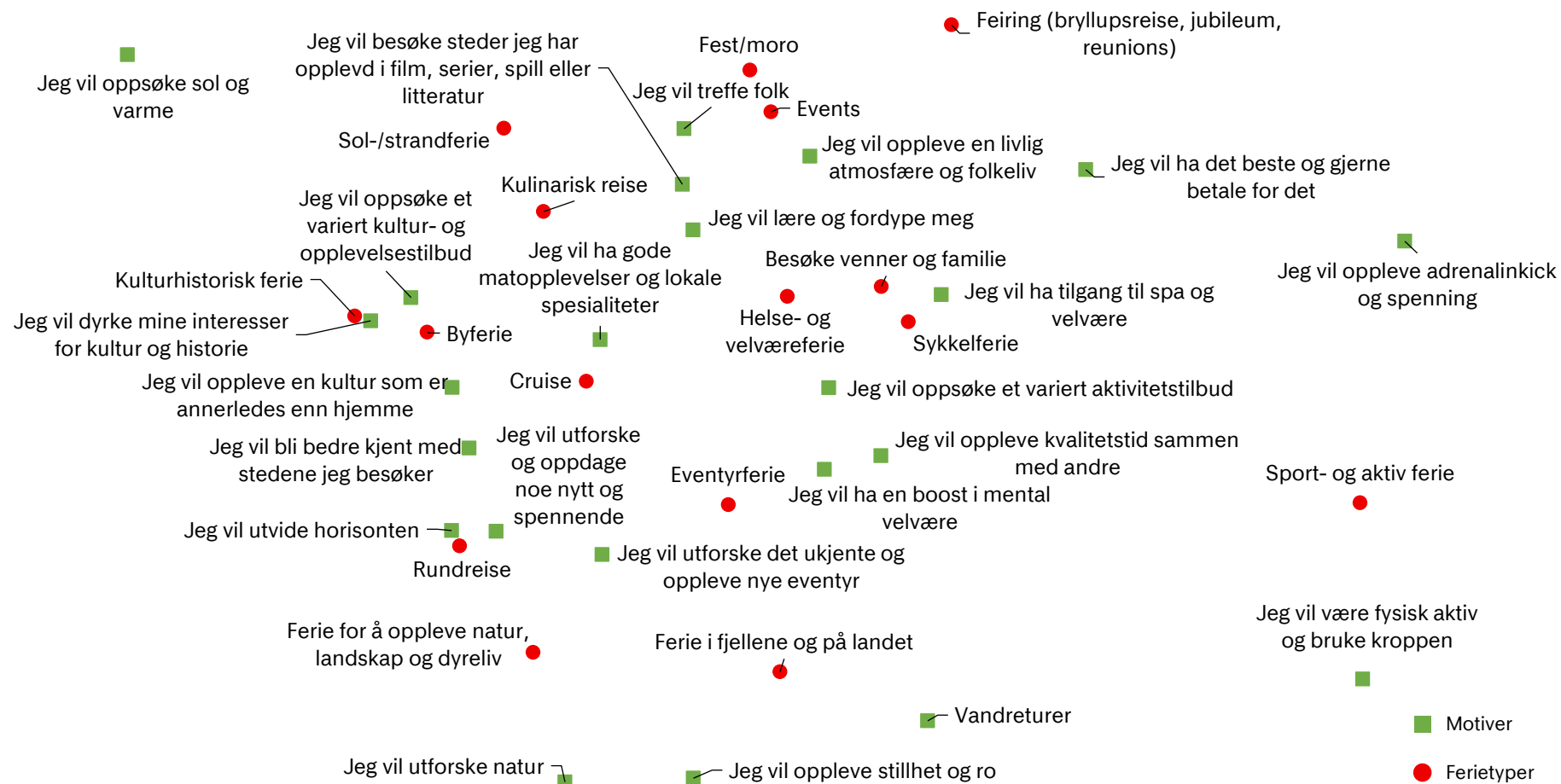
På en ferie i Norge / i utlandet, hvilke av følgende utsagn beskriver best de behovene ferien skal oppfylle. Prosentene viser gjennomsnittlig andel som svarer at utsagnene passer pr. marked.



Ulike ferieformer i Norge drives av ulike behov og motiver

Disse ferietypene og behovene ligger relativt tett på hverandre og er viktig for stadig flere når de skal velge reisemål og planlegge ferier i tiden som kommer.

Dette viser figuren: Korrespondansekartet illustrerer hvordan ulike ferietyper i Norge og behov er knyttet sammen. Jo nærmere hverandre en ferietype og et behov ligger i kartet, dess sterkere er disse knyttet sammen. Vandreferier ligger nær stillhet og ro og en boost i mental velvære. Det betyr at disse behovene er sterkt knyttet til en vandreferie. Byferie og kulinarisk reise ligger svært nært, det betyr at disse er nært knyttet til hverandre, og til å oppleve en livlig atmosfære, folkeliv og gode matopplevelser og lokal spesialiteter.



De som kunne tenke seg å reise på en ferie til Norge i løpet av de neste 3 årene

Tema 4: Opplevelser i Norge

Vekst i interesse for alle disse fysisk aktive ferietypene

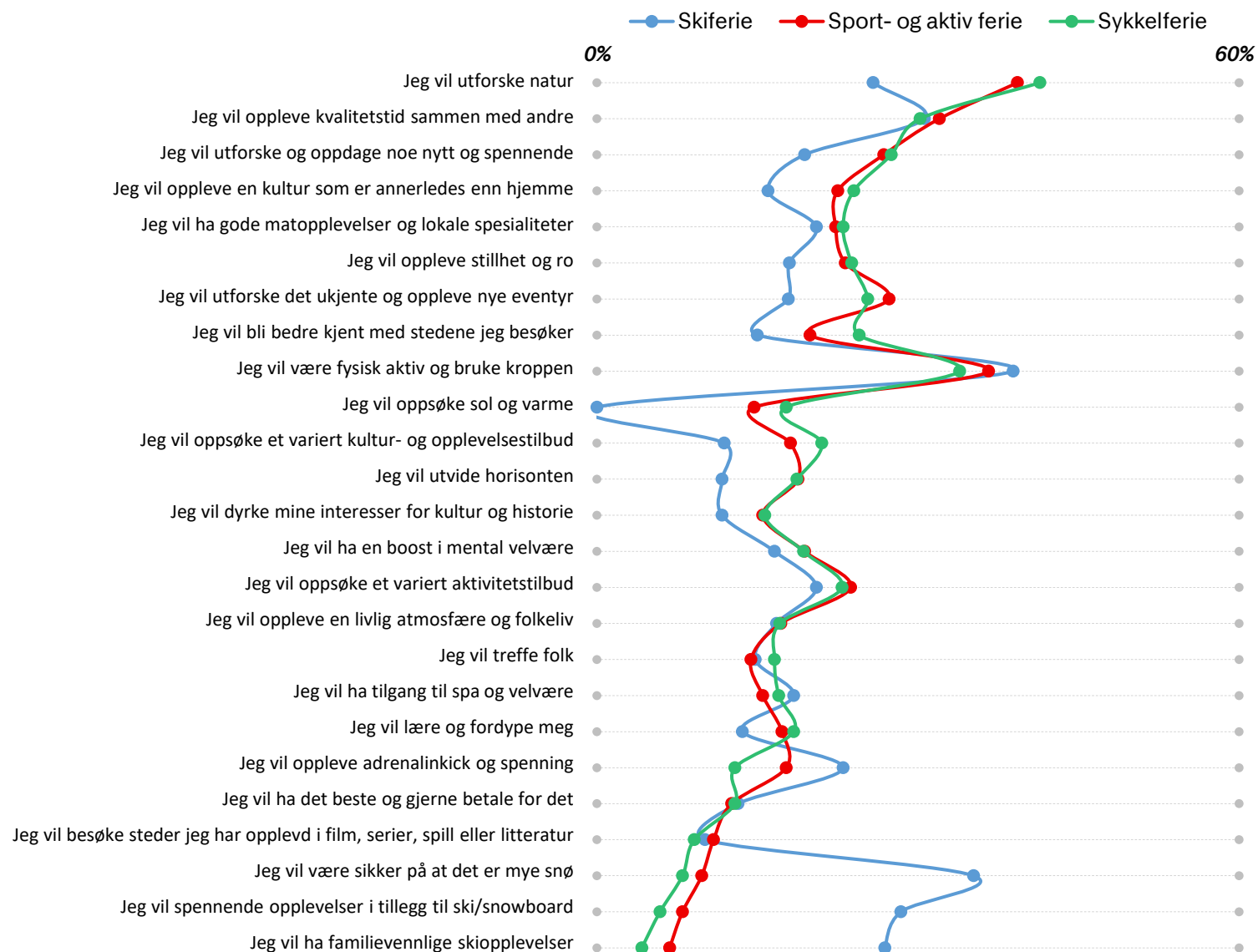
De som vil reise på en ski-, sport-/aktiv eller sykkelferie er langt mer opptatt av å være fysisk aktiv, adrenalinkick, tilgang på et variert aktivitetstilbud og spa og velvære enn gjennomsnittet.

På sykkelferie og sport-/aktiv vil mange utforske og oppleve eventyr, lære og utforske naturen. Skituristene er mindre opptatt av natur og eventyr, og mer opptatt av snøsikkerhet og familievennlige skiopplevelser.



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene**

På en ferie i Norge / i utlandet, hvilke av følgende utsagn beskriver best de behovene ferien skal oppfylle. Prosentene viser gjennomsnittlig andel som svarer at utsagnene passer pr. ferietype



Tema 4: Opplevelser i Norge

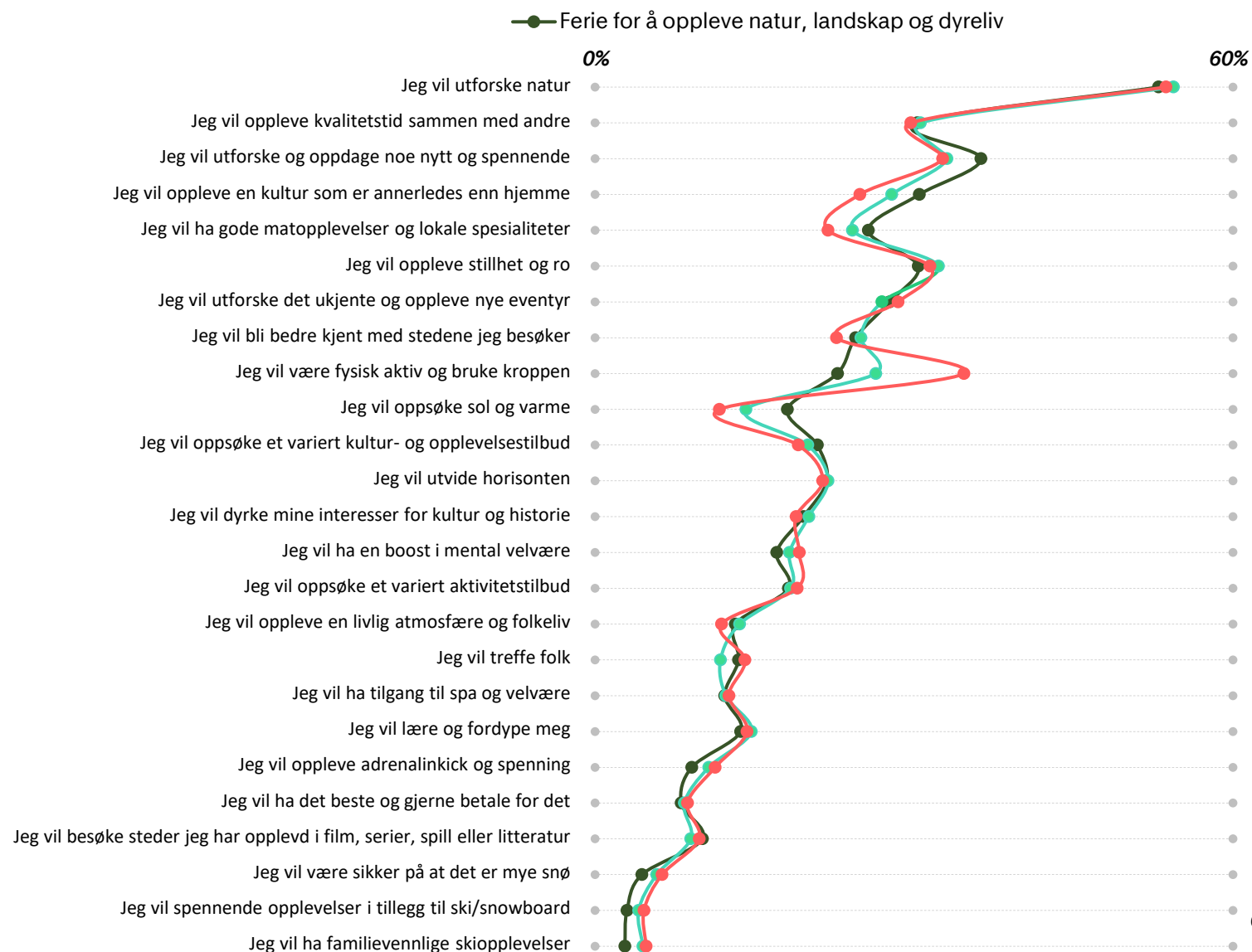
Natur- og fjellferier er de største ferietypene for de som er interessert i norgesferie

Utforske natur er det klart største behovet, men det er mindre viktig for alle disse ferietypene enn i 2025. Nye, spennende opplevelser, gode matopplevelser, spa og velvære er viktigere for disse feriene nå enn det var i fjor.



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene**

På en ferie i Norge / i utlandet, hvilke av følgende utsagn beskriver best de behovene ferien skal oppfylle. Prosentene viser gjennomsnittlig andel som svarer at utsagnene passer pr. ferietype



Tema 4: Opplevelser i Norge

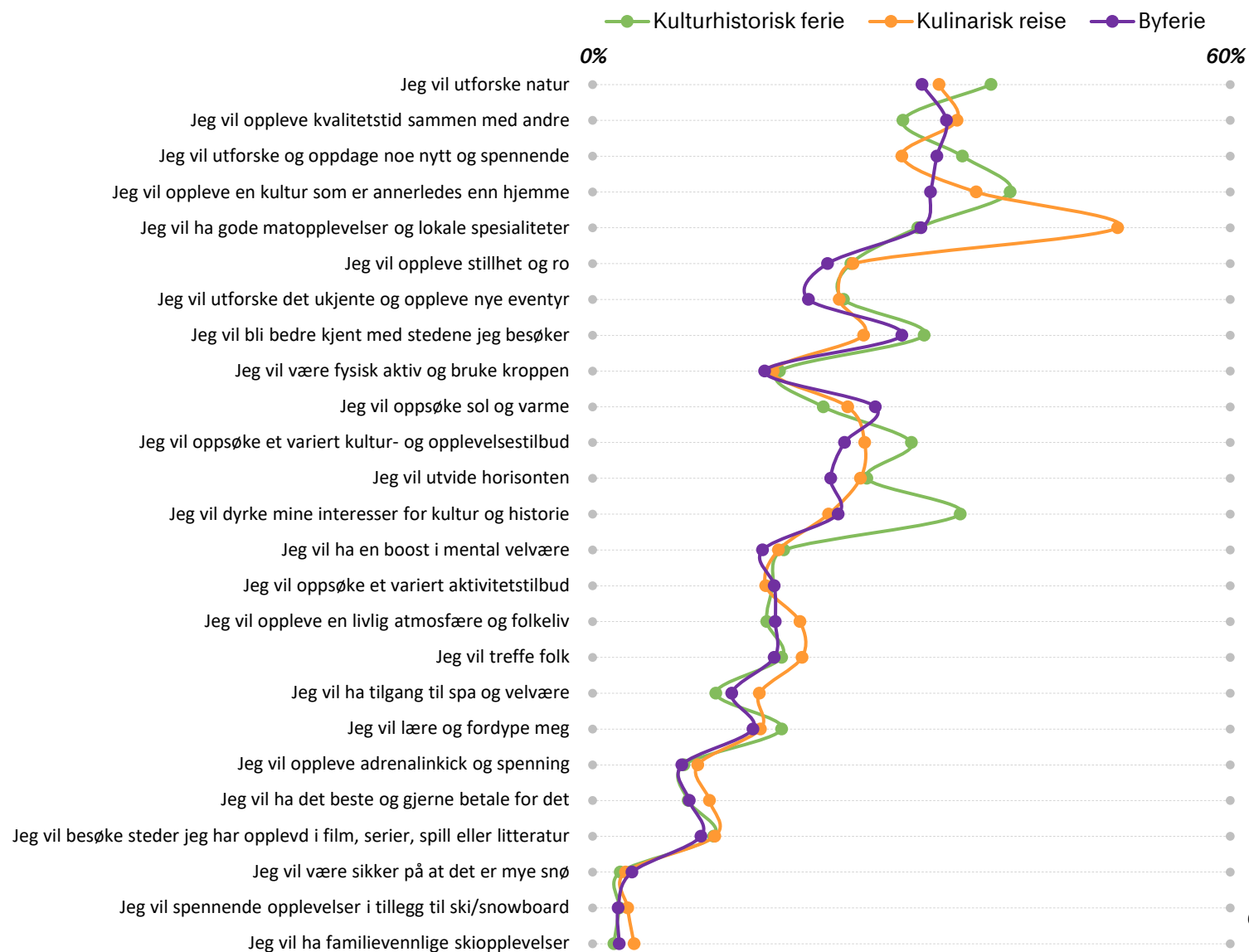
Kultur, historie, matopplevelser og bli kjent med stedene er viktigere på disse feriene

Disse turistene er mer opptatt av å bli kjent med stedene, lokal kultur og matkultur. Naturlig nok er matopplevelser spesielt viktig for de som vil reise på en kulinarisk reise.



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene**

På en ferie i Norge / i utlandet, hvilke av følgende utsagn beskriver best de behovene ferien skal oppfylle. Prosentene viser gjennomsnittlig andel som svarer at utsagnene passer pr. ferietype



Tema 4: Opplevelser i Norge

Natur er viktigst for alle disse ferietypene

De som vurderer en rundreise (49 år) eller et cruise har en betydelig høyere gjennomsnittsalder enn de som vil reise på en eventyrferie/adventure (41 år).

Cruiseturistene reiser litt mer, er mer opptatt av å kjøpe pakkereiser, har høyere inntekt, har i større grad vært i Norge tidligere og bruker færre informasjonskilder når de planlegger ferien.

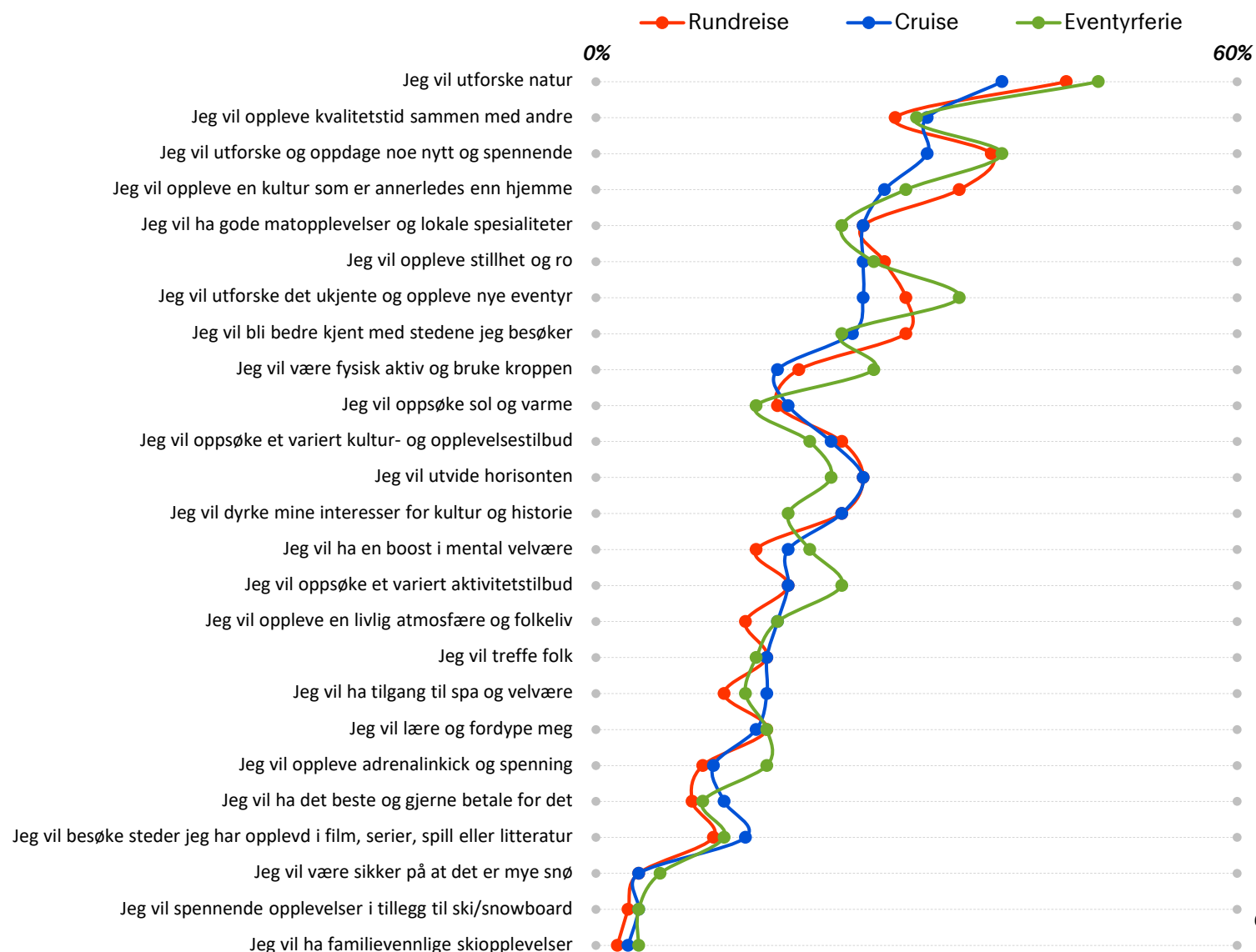
Cruise- og rundreiseturistene er mer enn gjennomsnittlig opptatt av å utvide horisonten, men for rundreiseturistene handler det i langt større grad om å utforske noe nytt og spennende og oppleve en kultur som er annerledes enn hjemme.

Eventyrferier er i større grad å oppleve noe ukjent, være i fysisk aktivitet og kjenne på adrenalinkick og spenning.



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene**

På en ferie i Norge / i utlandet, hvilke av følgende utsagn beskriver best de behovene ferien skal oppfylle. Prosentene viser gjennomsnittlig andel som svarer at utsagnene passer pr. ferietype



Tema 4: Opplevelser i Norge

Små ferieformer som viser tegn til å vokse

Helse og velværeferie, fest og moro og eventer er små ferieformer sammenlignet med by-, fjell- og naturferier. Det er mye som tyder på at det er i vekst.

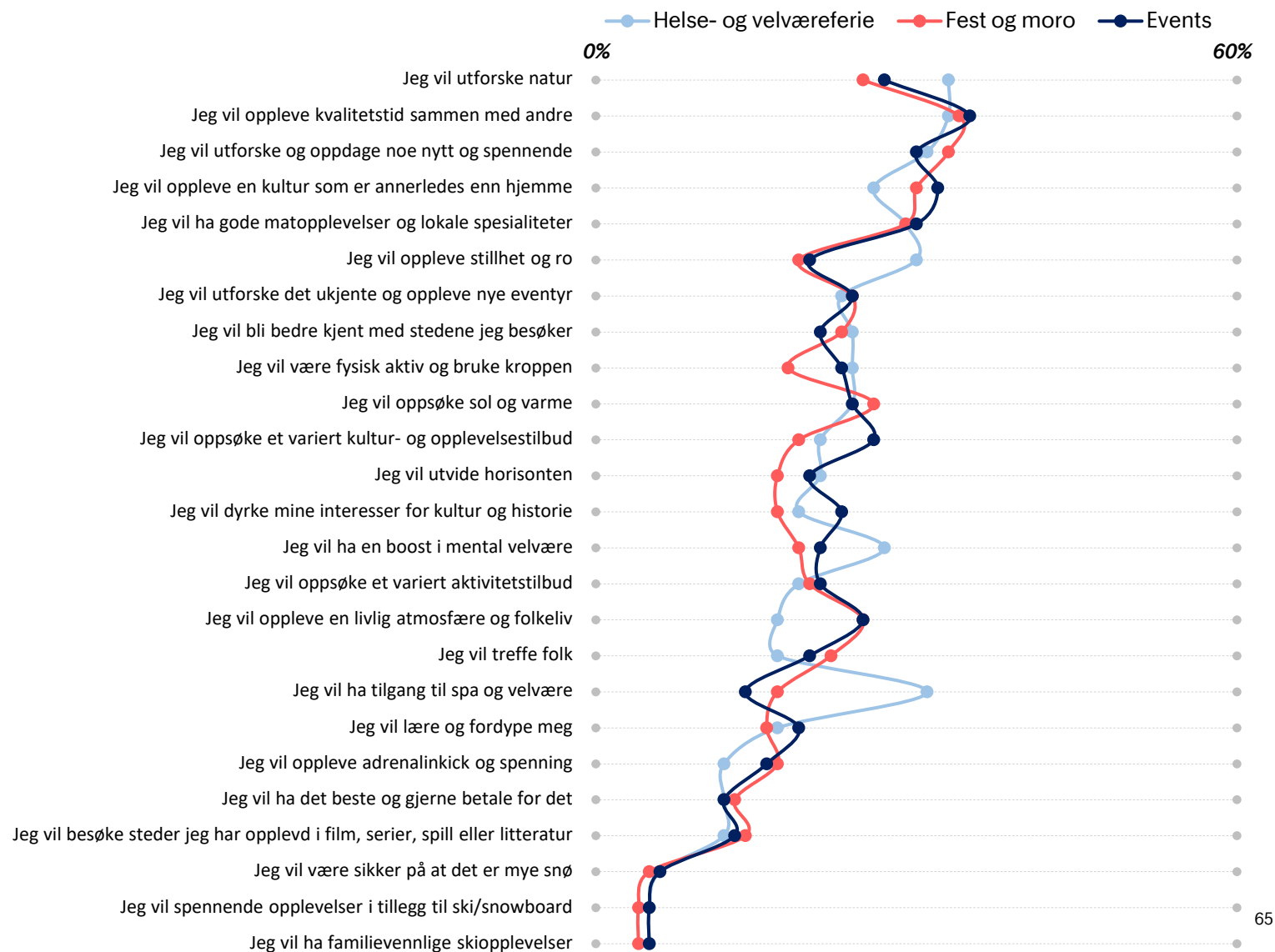
Helse og velvære er viktigst i Frankrike (19%), England (18%) og Tyskland (15%). Fest og moro er mer enn gjennomsnittlig interessant for engelskmenn (18%) og svensker (15%). Det er størst interesse for å bruke ferien til å reise til utlandet på festivaler, sportsarrangement eller kulturbegivenheter (eventer) i England (18%) og Sverige (12%).

Fest og moro (40 år) og eventer (43 år) er yngre enn turistene som vurderer helse og velvære (47 år).



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene**

På en ferie i Norge / i utlandet, hvilke av følgende utsagn beskriver best de behovene ferien skal oppfylle. Prosentene viser gjennomsnittlig andel som svarer at utsagnene passer pr. ferietype





Tema 5: **Holdninger til bærekraft**

Klimakrise og ekstremvær påvirker flere når de planlegger ferien. En reise til Norge oppleves som et bærekraftig valg for stadig flere. Det må bli enklere å ta valg som reduserer reisens negative effekt på natur, klima og miljø.

Tema 5: betydningen av bærekraft

Flertallet er opptatt av å ta hensyn til klima og miljø når de reiser

Selv om klimakrise og ekstremvær påvirker stadig flere i ferieplanleggingen, er andelen som er opptatt av at måten de reiser på ikke skal påvirke natur, klima og miljø negativt helt stabil for markedene totalt sett.

Det er flest som vil ta ansvar for natur og miljø i England, og andelen har økt fra i fjor. I det engelske markedet er det også flere som svarer at klimakrisen og ekstremvær vil påvirke reisevalgene nå enn det var i 2025.

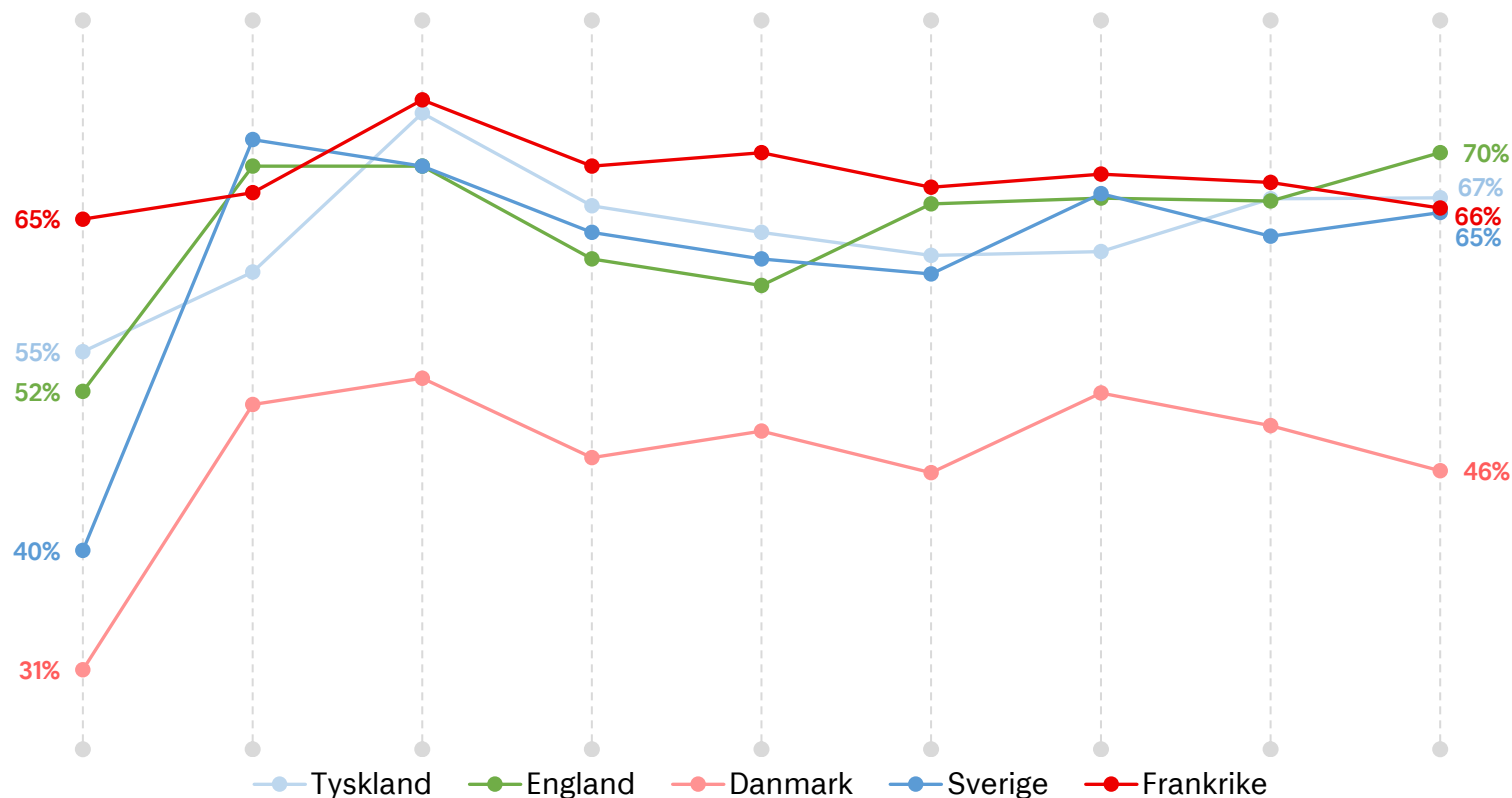
De som vurderer å reise til Norge er mer opptatt av å ta ansvar for natur og miljø, og mer påvirket av klimakrisen og ekstremvær, når de planlegger en reise.



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene**

I hvilken grad er du enig eller uenig med følgende påstand: Jeg er opptatt av å ta ansvar for at måten jeg reiser på ikke påvirker natur, miljø og klima negativt**. Andel som har svart helt enig eller enig.

Høst 2019 Sommer 2021 Høst 2021 Vår 2022 Høst 2022 Vår 2023 Høst 2023 Vår 2025 Vår 2026



*Nederland er skjult pga. en oversettelsesfeil.

**Formuleringen var i 2019: Jeg vurderer å endre måten jeg reiser på grunn av bekymring for miljøet/klimaet.

Tema 5: betydningen av bærekraft

Flest vil velge klimavennlig transport for å ta vare på miljø, natur og klima

De som vurderer Norge scorer høyere på alle alternativene i listen til høyre, bortsett fra å reise utenom høysesong og feriere mer i hjemlandet.

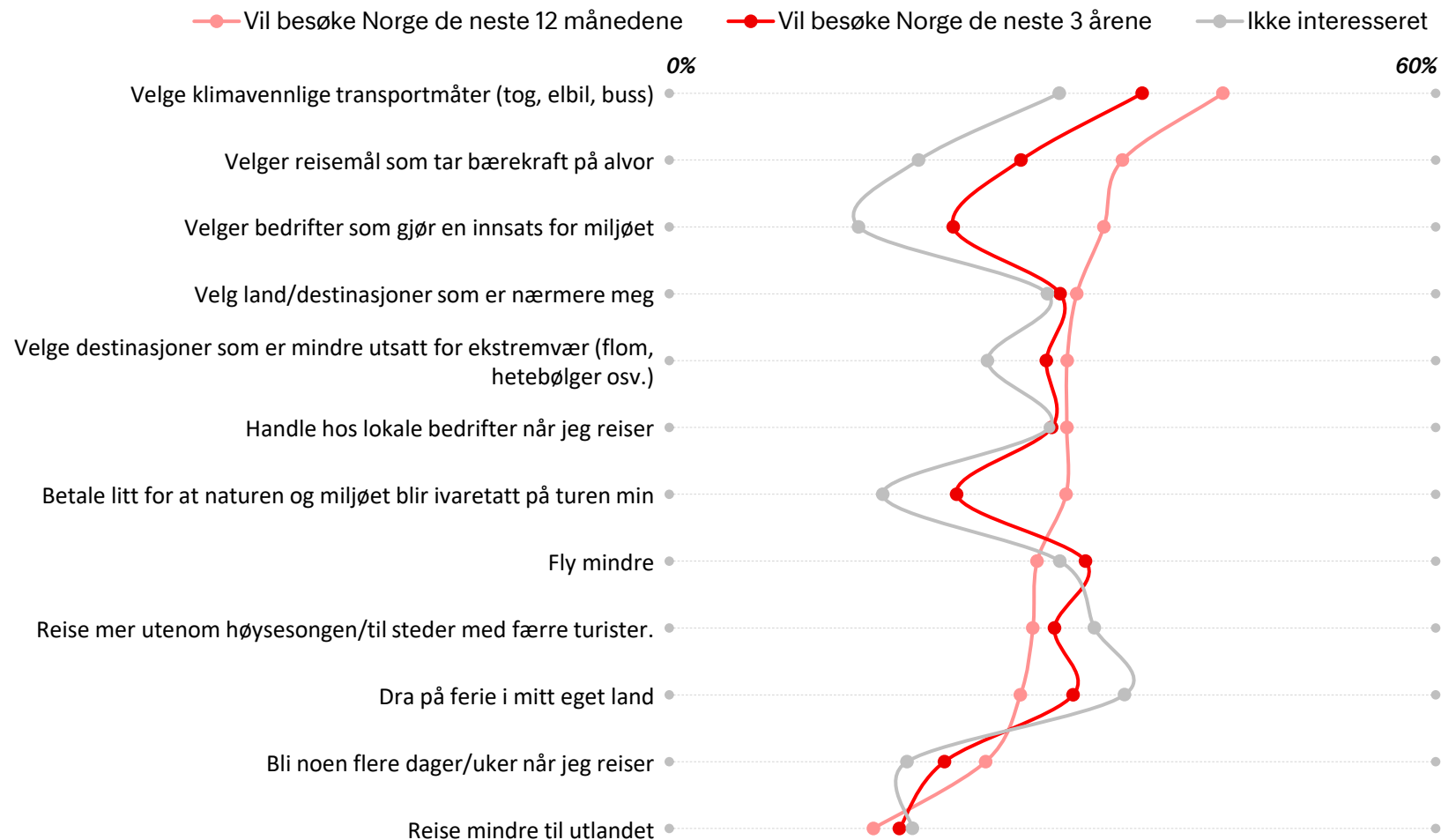
Det er en nedgang i andelen som er villig til å gjennomføre tiltakene for å redusere negativ effekt på natur, miljø og klima. Unntakene er at det er flere som vil betale for at natur og miljø blir ivaretatt og som vil vurderer reisemål som ligger nært.



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene**

Vil du gjøre noe av følgende for å motvirke, at måten du reiser på, påvirker miljø, klima og natur negativt?

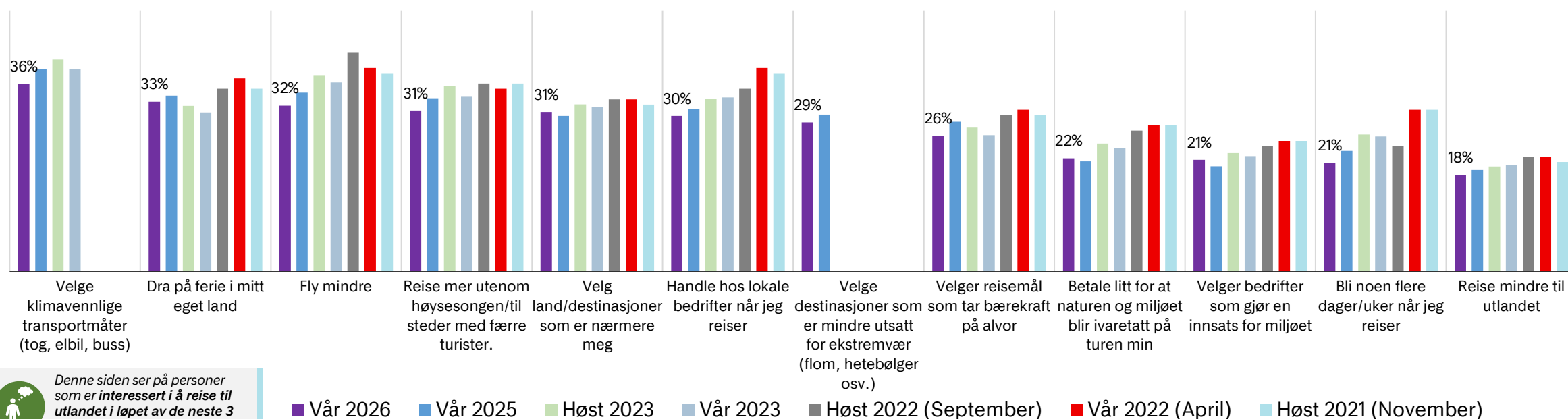
Andelen av aktive reisende. Gjennomsnitt på tvers av markeder.



Mindre interesse for å gjøre konkrete tiltak for å ta vare på natur og miljø

For nesten alle målte variabler er det en klar tendens til at viljen til å handle er mindre enn den var under pandemien. Det kan henge sammen med at det er andre faktorer som påvirker reisevalgene mer enn klima i en situasjon med høy økonomisk og politisk usikkerhet.

Vil du gjøre noe av følgende for å motvirke, at måten du reiser på, påvirker miljø, klima og natur negativt? Andelen av de som er interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene og som vil ta ansvar for at måten de reiser på ikke påvirker miljø, klima og natur negativt. Gjennomsnitt på tvers av markeder.



Tema 5: betydningen av bærekraft

6 av 10 vurderer en reise til Norge som et bærekraftig valg for dem

En reise til Norge oppleves i mye større grad som et bærekraftig valg nå, enn ved tidligere målinger. Andelen som svarer at å reise til Norge er et bærekraftig valg for meg har økt fra 57 prosent i fjor til 60 prosent nå.

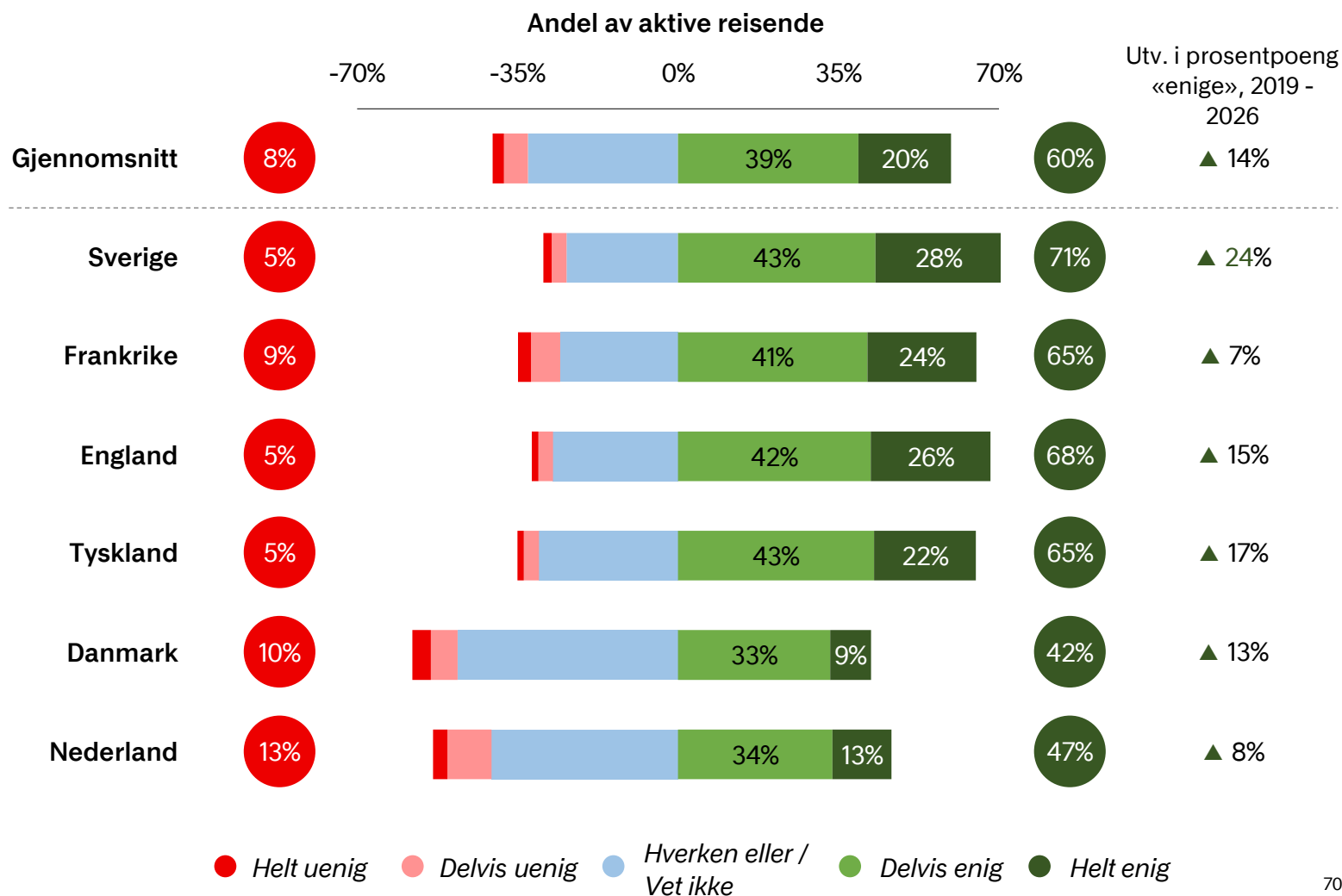
Interessen har for ferier i Norge har økt mye i det nederlandske markedet. I fjor vurderte kun 41 prosent Norge som et bærekraftig valg, nå har det økt til 47 prosent. Andelen har økt kraftig også i Sverige, fra 64 til 71 prosent. For de andre markedene er det mindre endringer.



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene**

I hvilket grad er du enig eller uenig i følgende utsagn:

Å reise til Norge vil være et bærekraftig valg for meg.



Tema 5: betydningen av bærekraft

Stadig flere vurderer Norge som et bærekraftig valg

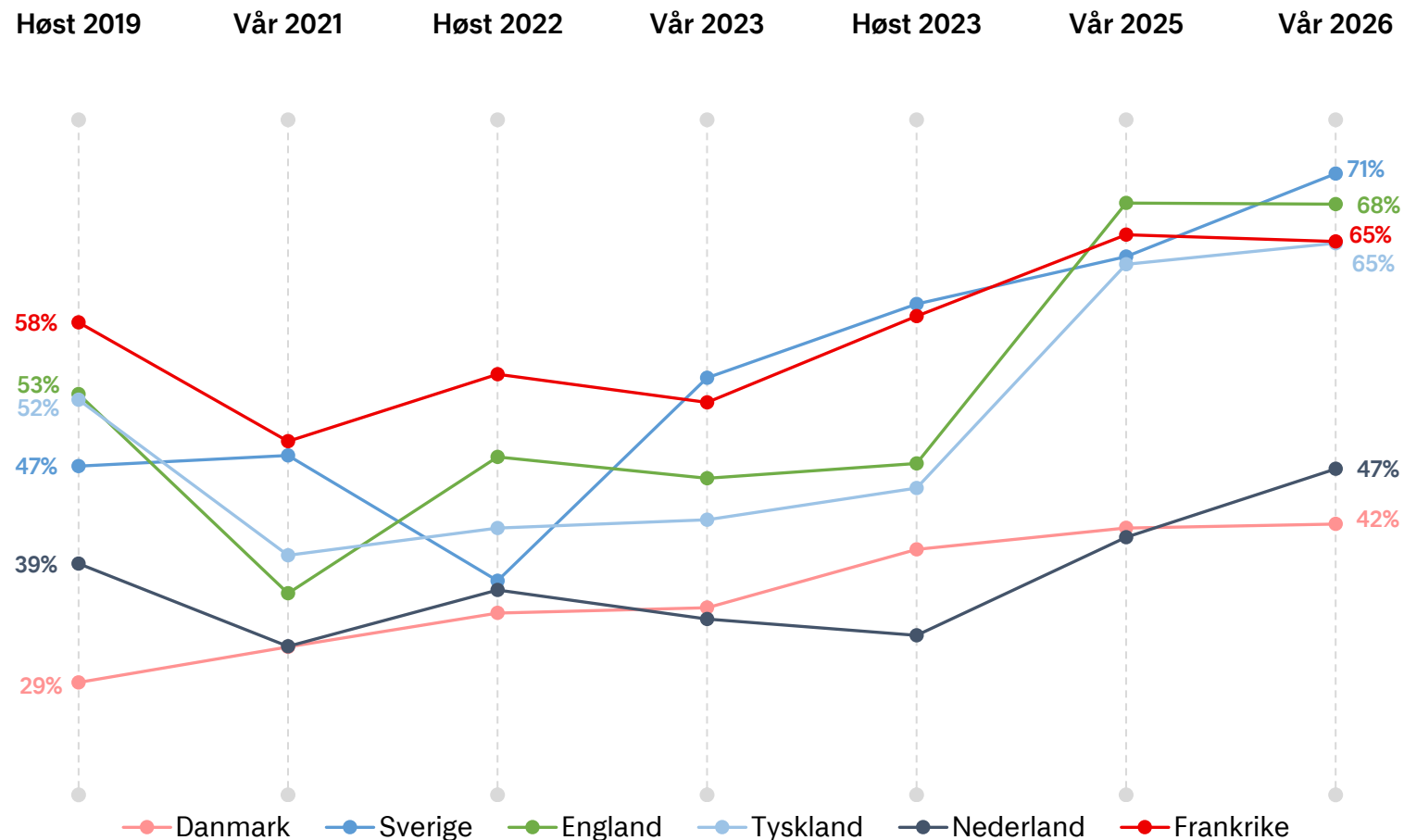
En ferie i Norge oppleves i minst grad som et bærekraftig valg i Danmark og Nederland.

De reisende i disse landene er langt mindre opptatt av å ta hensyn til natur, klima og miljø når de reiser, og klimakrisen påvirker i mindre grad reiseplanleggingen enn i andre land for eksempel England og Frankrike.



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene**

I hvilket grad er du enig eller uenig i følgende utsagn: Å reise til Norge vil være et bærekraftig valg for meg.*
Andel som har svartet helt enig/enig.



*Spørsmålet ble ikke stilt i målingene våren 2022, høsten 2021 og sommeren 2021.



Tema 6: **Informasjons- og inspirasjonskilder**

Søkemotorer og anbefalinger fra venner og bekjente er fremdeles den viktigste kilden til informasjon og inspirasjon. Yngre reisende orienterer seg i større grad i digitale kart, sosiale medier og KI-verktøy, mens eldre i større grad bruker offisielle nettsider og nettsidene til reiselivsaktørene.

Informasjon og inspirasjon finnes oftest på nett eller gjennom anbefalinger fra andre

De som har høy reisefrekvens og inntekt bruker langt flere kilder til inspirasjon og informasjon når de skal planlegge en potensiell ferie.

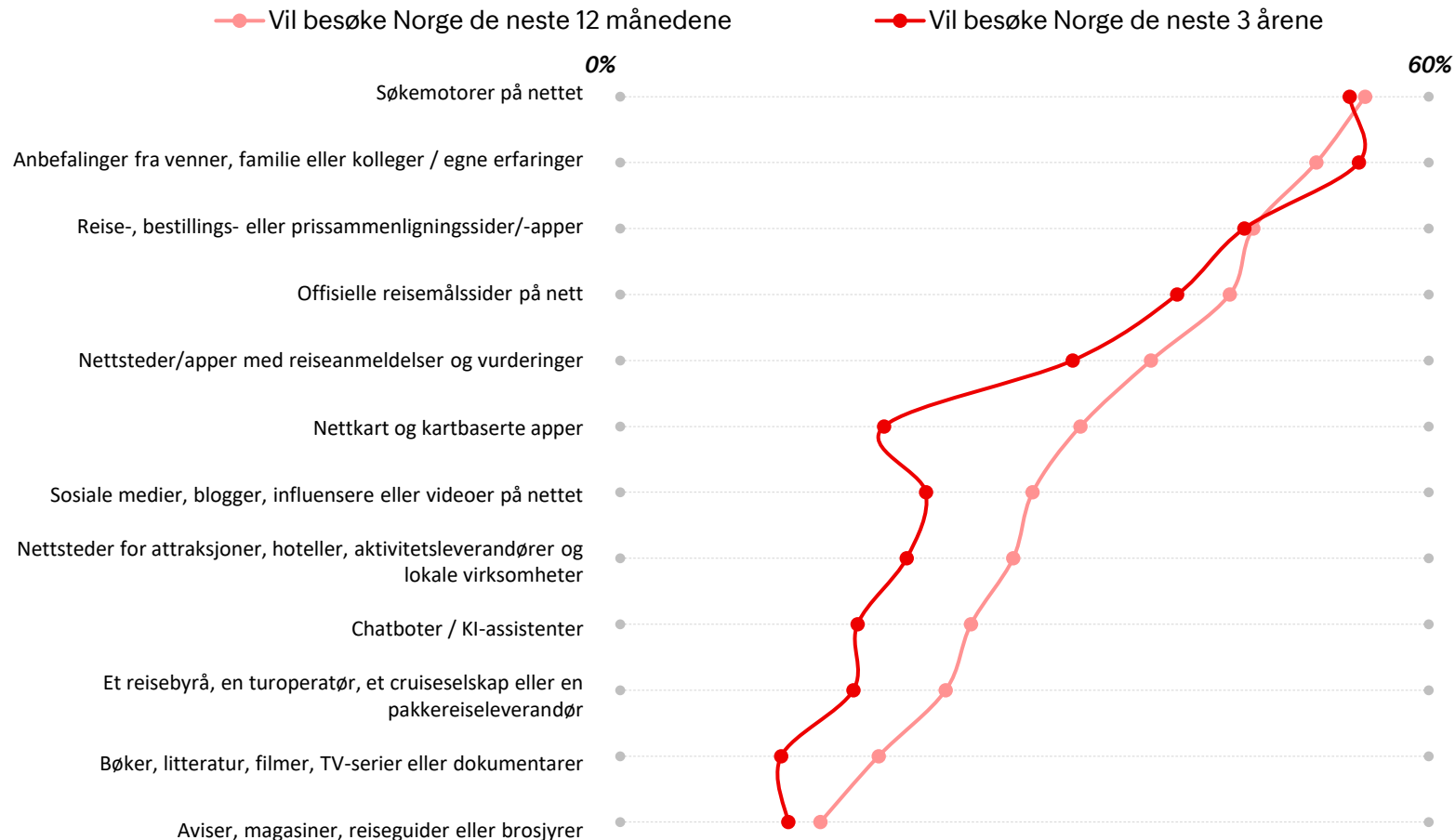
Reisende opp til 40 år bruker i langt større grad nettkart og kartapper, sosiale medier, influensere og chatboter/AI-assistenter, mens det er de over 50 år som er trofaste brukere av offisielle «visit»-sider og nettstedene til reiseaktørene.

Kartapplikasjoner er mest populære blant sport/aktiv og sykkelturistene.



De som kunne tenke seg å reise på en ferie til Norge i løpet av de neste 3 årene

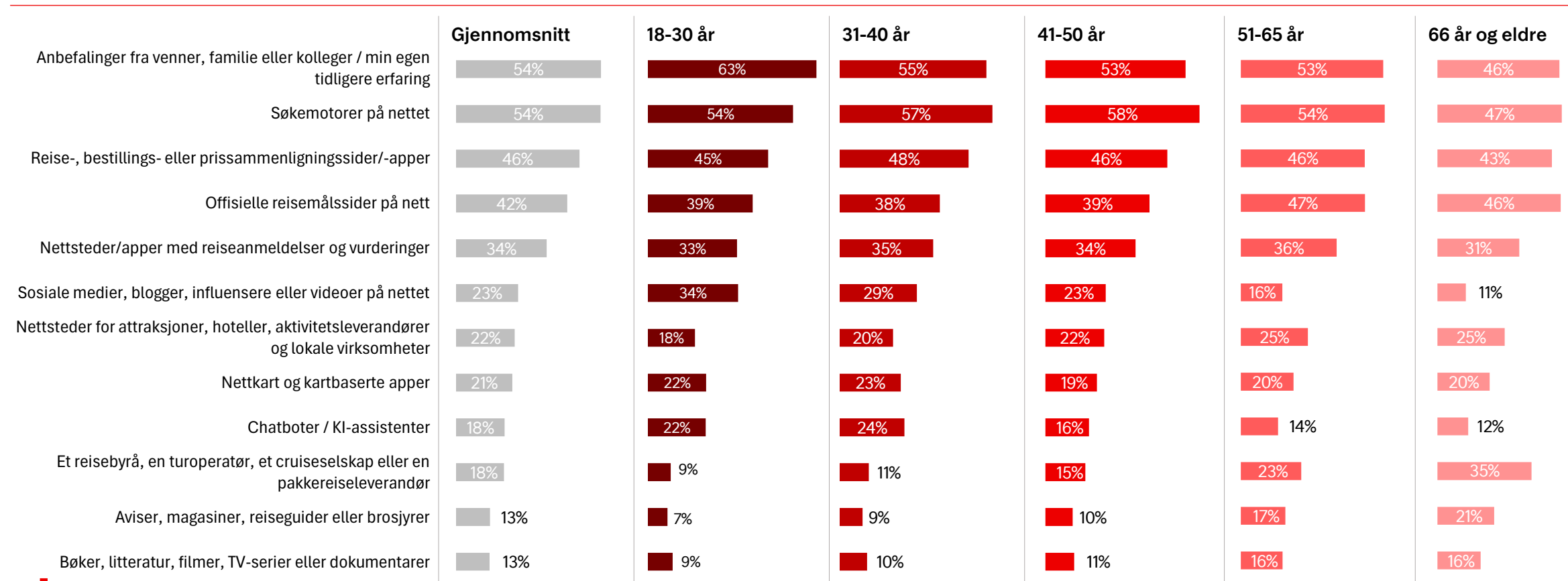
Hvilke av følgende kilder ville du forvente å bruke til inspirasjon og informasjon når du vurderer eller planlegger en mulig ferie i løpet av de neste 3 årene? Andelen av aktive reisende. Gjennomsnitt på tvers av markeder.





De eldre bruker i større grad reisebyrå, turoperatør, og pakkereiseleverandør

Hvilke av følgende kilder ville du forvente å bruke til inspirasjon og informasjon når du vurderer eller planlegger en mulig ferie i løpet av de neste 3 årene? Andelen av aktive reisende. Gjennomsnitt på tvers av markeder.

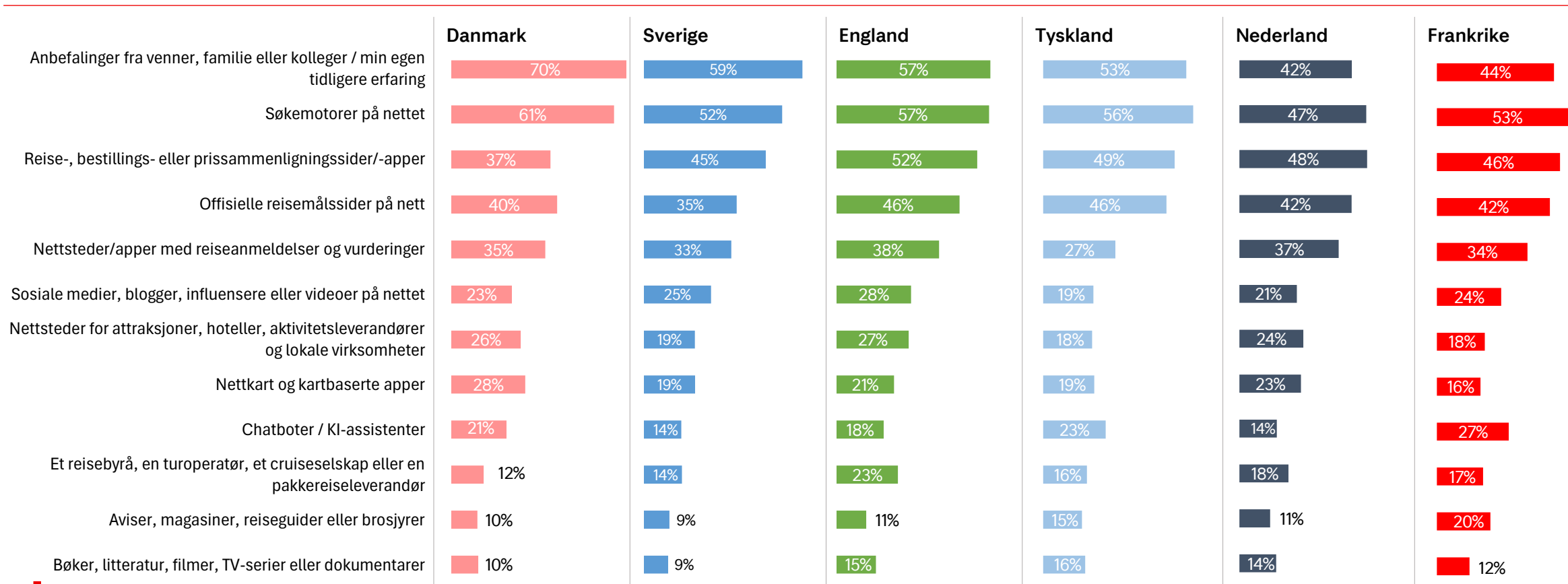


Danskene stoler på familie og venner, franskmenn spør KI



De som kunne tenke seg å reise på en ferie til Norge i løpet av de neste 3 årene

Hvilke av følgende kilder ville du forvente å bruke til inspirasjon og informasjon når du vurderer eller planlegger en mulig ferie i løpet av de neste 3 årene? Andelen av aktive reisende. Gjennomsnitt på tvers av markeder.



Innovasjon Norge

Tlf: (+47) 22 00 25 00

Pb. 448 Sentrum, 0104 Oslo

Grev Wedels plass 9,
0151 Oslo

www.innovasjonnorge.no

Epinion

Ryesgade 3F

2200 Copenhagen N

Denmark

T: (+45) 87 30 95 00

E: copenhagen@epinionglobal.com

www.epinionglobal.com

Gyger

Sigrid Oterholm Hoem

T: (+47) 90 78 77 80

E: sigrid@gyger.no

www.gyger.no



Innovasjon
Norge