



GJESTEDØGN

(16 178 i 2025)

15 498



ANKOMNE GJESTER

(6 459 i 2025)

6 424

BELEGGSPROSENT AV
TILGJENGELIGE ROM

(64,6 % i 2025)

60,0 %



LIGGETID

(2,6 i 2025)

2,3 døgn



VISITSVALBARD.COM

Brukere
(83 437 i 2025)Sidevisninger
(323 501 i 2025)

62 869 215 727



LOSJOMSETNING

Snitt per solgte romdøgn
(2 335,- i 2025)

Kr 2 595,-



FACEBOOK

Antall følgere (82 538 i 2025)

85 696



INSTAGRAM

Antall følgere (132 346 i 2025)

136 668



NASJONALITETER

Gjestedøgn

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

	2025	2026	%ENDRING
Norge	6 480	5 200	-20 %
Storbritannia	1 424	1 763	24 %
Sverige	1 133	1 195	5 %
USA	1 186	1 065	-10 %
Tyskland	937	985	5 %



CRUISE

Antall passasjerer per mai 2026:

Ekspedisjon < 12 pax	998
Ekspedisjon 12-500 pax	2 441
Konvensjonelle	0
Rute	691
Yacht	0

ANTALL BESØKENDE I
TURISTINFORMASJONEN

(2 431 i 2025)

2 358



KOMMENTARER

Gjestestatistikken for mai viser omtrent samme antall ankomne gjester til byens hoteller og gjestehus vs i 2025, samtidig som det er noe færre gjestedøgn. Det betyr at hver gjest har hatt litt kortere opphold i mai i år kontra samme måned i fjor. De fleste nasjonalitetene av en viss størrelse er stabile, med unntak av nordmenn. De ble det nemlig betydelig færre av i år, med nesten 20 % nedgang i gjestedøgn fra det norske markedet. På den annen side viser gjennomsnittlig losjioversettning en fortsatt positiv utvikling, noe som må til gitt at innsatsfaktorene (kostnadene) også går mye opp. Samlet sett viser mai det samme som trenden som vi har sett hittil i år; stabil men med svak negativ utvikling.

KOMMENTARER TIL AKTIVITETSSALGET

Vi ser en liten nedgang på **-4%** i salget av aktiviteter som er **booket** i mai gjennom visitsvalbard.com, og en nedgang på **-3%** 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 både avreist og booket i mai finner vi nå naturlig nok båtturer på topp. Samtidig ser vi at andelen som har booket turer 0-9 dager før avreise er høy (47%), noe som mest sannsynlig kan sees i sammenheng med at vi begynner å gå inn i sommer- og cruisesesongen.

Webtrafikk på visitsvalbard.com













KOMMENTARER

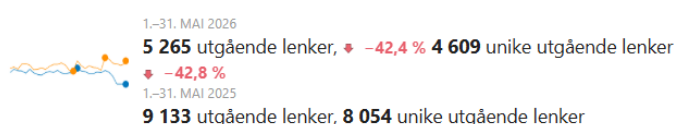
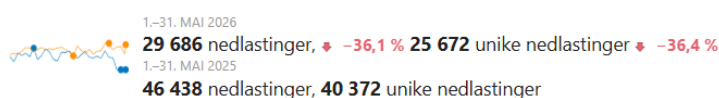
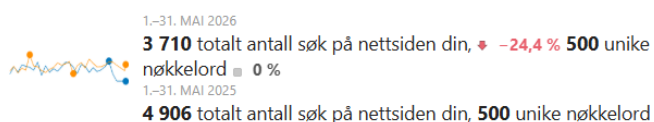
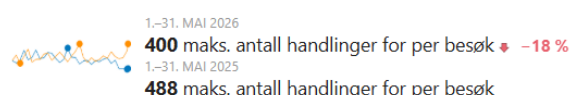
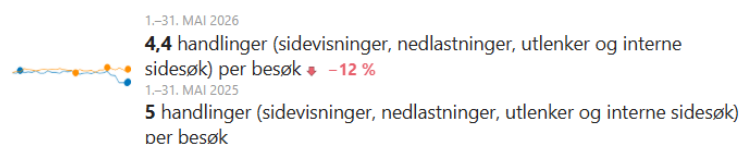
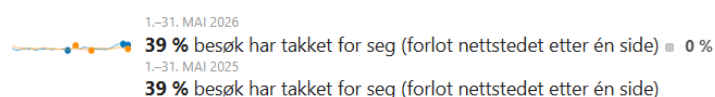
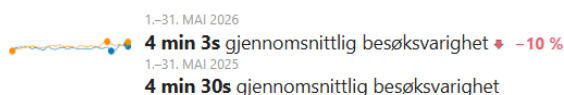
Under finner dere besøksstatistikken på nettsidene sammenlignet med samme måned i fjor. Til høyre ser dere topp 10 nasjonaliteter som hadde høyest trafikk i denne perioden.

Vi ser noenlunde de samme nasjonalitetene på topp 10-listen som vi har gjort i en lengre periode nå uten store variasjoner.

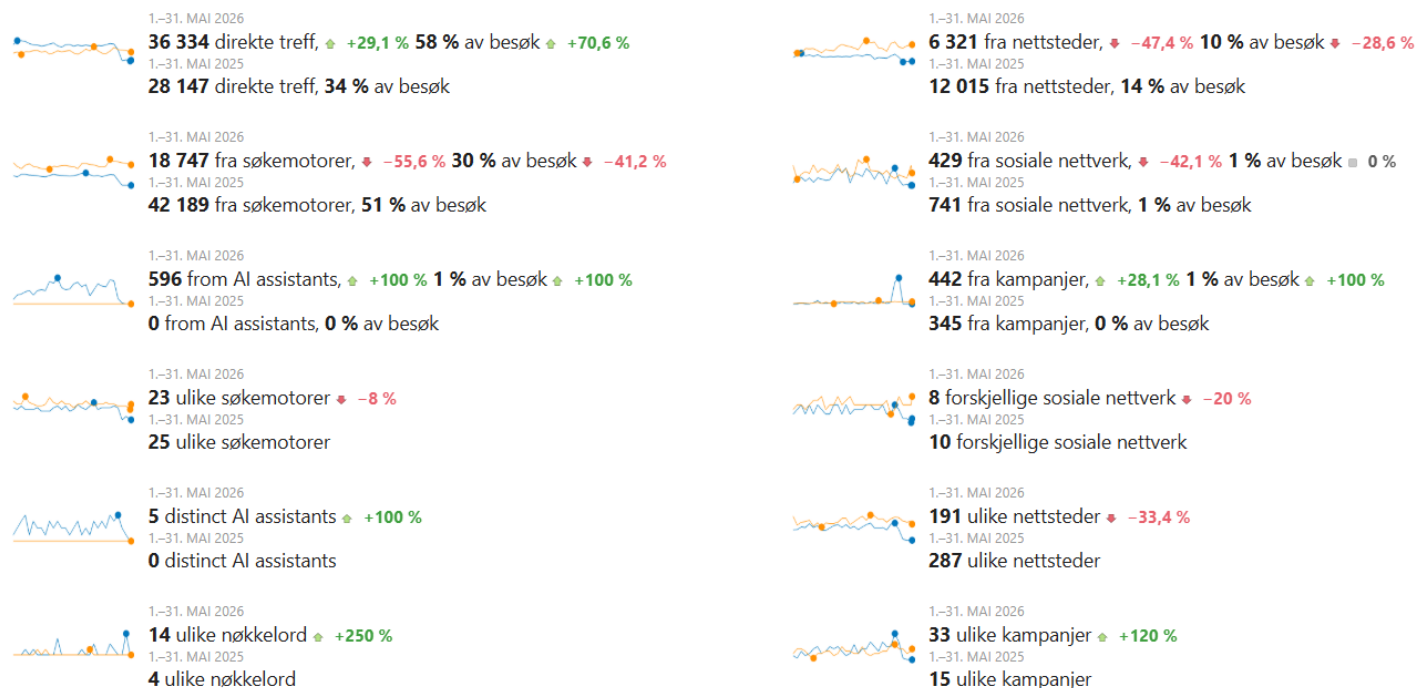
I besøksoversikten på nettsiden ser vi også denne måneden en nedgang for besøkende og for antall sidevisninger sammenlignet med fjoråret. Som nevnt foregående måneder mistenker vi at nedgangen vi ser potensielt kan komme av den økende bruken av ulike AI-plattformer. På grunn av den nye brukeratferden 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, men noe som flere destinasjoner og lignende aktører begynner å erfare også.

Land	Besøk
 Norge	35,5 % 22 340
 USA	12,5 % 7 847
 Storbritannia	9,1 % 5 728
 Sverige	4,1 % 2 597
 Tyskland	4,1 % 2 596
 Italia	2,4 % 1 495
 Danmark	2,3 % 1 460
 Nederland	2,3 % 1 423
 Frankrike	2 % 1 270
 Kina	1,8 % 1 106

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 (58%! av besøk, stor oppgang sammenlignet med fjoråret) eller via søkemotorer hvor de har aktivt søkt etter Svalbard (30% av besøk, stor nedgang sammenlignet med fjoråret). Den endrede adferden i trafikk her også antar vi kommer av en økende bruk av AI, som systemene våre fremdeles ikke klarer helt å spore korrekt - og derfor da fremstår som direkte treff på nettsiden.

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

