Market update

Denmark
Netherlands
Belgium

Ingunn Sakshaug, 28.mars 2023

Norway

@Ingunn Sakshaug

SSB 2022

	2007	2010	2013	2016	2019	Andel 2019	2020	2021	2022	Andel 2022	Endring 2021-2022	Endring 2019-2022
I alt	28 663 930	28 540 497	29 243 016	33 114 132	35 179 554	100 %	23 720 833	27 092 046	36 127 194	100 %	33 %	3 %
Norge	20 338 157	20 637 311	21 551 330	23 387 248	24 478 073	70 %	20 402 530	23 782 515	26 313 965	73 %	11 %	8 %
Utlandet i alt	8 325 773	7 903 186	7 691 686	9 726 884	10 701 481	30 %	3 318 303	3 309 531	9 813 229	27 %	197 %	-8 %
Tyskland	1 703 050	1 637 206	1 309 550	1 687 582	1 955 111	18 %	565 953	788 659	2 213 667	23 %	181 %	13 %
Nederland	873 342	799 515	519 989	658 478	773 696	7 %	171 852	217 594	1 056 754	11 %	386 %	37 %
Sverige	912 915	958 838	999 339	1 189 888	1 103 425	10 %	397 600	376 801	996 498	10 %	164 %	-10 %
Danmark	1 006 816	914 053	835 121	828 916	755 652	7 %	589 832	262 335	830 456	8 %	217 %	10 %
USA	330 727	315 436	303 199	496 626	956 174	9 %	203 954	211 696	819 080	8 %	287 %	-14 %
Storbritannia	755 172	520 428	581 496	734 876	649 981	6 %	288 742	179 954	567 273	6 %	215 %	-13 %
Frankrike	291 826	318 280	285 525	372 107	451 608	4 %	65 530	114 200	461 000	5 %	304 %	2 %
Spania	313 766	245 638	174 862	304 303	343 513	3 %	43 286	70 186	267 916	3 %	282 %	-22 %
Sveits	121 970	133 159	139 545	204 456	243 469	2 %	43 380	57 178	267 826	3 %	368 %	10 %
Italia	228 275	222 540	164 254	235 288	273 372	3 %	65 730	101 058	265 617	3 %	163 %	-3 %
Belgia	65 857	88 866	81 671	130 164	160 179	1 %	27 845	48 978	192 687	2 %	293 %	20 %
Østerrike	64 536	76 045	67 776	98 760	112 522	1 %	23 402	37 288	118 856	1 %	219 %	6 %
Australia	41 620	43 917	61 294	87 498	125 339	1 %	22 041	4 052	54 115	1 %	1236 %	-57 %
India	n/a	n/a	n/a	n/a	106 608	1 %	27 152	13 661	41 295	0 %	20228 %	158 %
De forente arabiske emirater	n/a	n/a	n/a	n/a	40 068	0 %	3 345	3 748	35 088	0 %	836 %	-12 %
Brasil	13 847	22 882	38 999	35 582	50 726	0 %	11 001	4 516	30 326	0 %	572 %	-40 %
Kina	70 694	68 133	161 878	392 529	471 822	4 %	27 614	6 135	25 146	0 %	310 %	-95 %
Singapore	n/a	n/a	n/a	n/a	38 623	0 %	6 190	1 286	24 614	0 %	1814 %	-36 %
Sør-Korea	40 609	38 008	57 042	88 157	104 339	1 %	5 670	749	22 365	0 %	2886 %	-79 %
Russland	130 434	172 811	211 805	105 285	154 189	1 %	19 033	16 401	20 711	0 %	26 %	-87 %
Thailand	n/a	n/a	n/a	n/a	53 132	0 %	10 931	2 790	15 118	0 %	442 %	-72 %
Japan	115 962	104 014	103 882	111 579	100 283	1 %	8 833	4 807	14 819	0 %	208 %	-85 %
Indonesia	n/a	n/a	n/a	n/a	25 140	0 %	3 996	969	6 471	0 %	568 %	-74 %
Øvrige land	1 244 355	1 223 417	1 594 459	1 964 810	1 652 510	15 %	685 391	784 490	1 465 531	15 %	87 %	-11 %

Jan2023

Kommersielle overnattinger sortert etter størst andel i 2023

					Januar		
	2020	2021	2022	2023	%-endring 2022-2023	%-endring 2020-2023	andel 2023
I alt	1 877 566	778 702	1 179 569	1 768 743	50 %	-6 %	100 %
Utlandet i alt	507 041	125 286	291 523	422 079	45 %	-17 %	24 %
Norge	1 370 525	653 416	888 046	1 346 664	52 %	-2 %	76 %
Danmark	106 132	9 387	65 305	70 049	7 %	-34 %	17 %
Sverige	85 832	15 269	50 444	70 043	39 %	-18 %	17 %
Tyskland	43 073	5 298	29 121	46 584	60 %	8 %	11 %
Storbritannia	48 771	11 231	22 153	43 457	96 %	-11 %	10 %
USA	36 150	5 587	12 485	38 046	205 %	5 %	9 %
Nederland	16 321	2 391	16 213	24 526	51 %	50 %	6 %
Polen	15 751	26 889	21 592	14 650	-32 %	-7 %	3 %
Frankrike	12 074	3 050	8 450	12 853	52 %	6 %	3 %
Italia	11 931	3 505	7 123	9 122	28 %	-24 %	2 %
Spania	8 764	3 558	5 455	8 487	56 %	-3 %	2 %
Sveits	7 128	636	3 380	8 111	140 %	14 %	2 %
Australia	9 400	220	1 108	7 319	561 %	-22 %	2 %
Østerrike	3 371	400	2 354	4 095	74 %	21 %	1 %
Belgia	4 548	485	2 383	3 812	60 %	-16 %	1 %
Kina	15 963	561	1 418	2 950	108 %	-82 %	1 %
Brasil	2 767	700	834	2 424	191 %	-12 %	1 %
Singapore	2 265	34	289	2 399	730 %	6 %	1 %
India	5 051	1 950	1 443	1 878	30 %	-63 %	0 %
De forente arabiske emirater	726	273	450	1 191	165 %	64 %	0 %
Mexico	871	82	448	1 191	166 %	37 %	0 %
Japan	2 720	187	858	1 019	19 %	-63 %	0 %
Russland	7 098	1 528	3 055	1 010	-67 %	-86 %	0 %
Taiwan	1 795	2	83	796	859 %	-56 %	0 %
Thailand	2 722	431	115	558	385 %	-80 %	0 %
Qatar	988	473	884	544	-38 %	-45 %	0 %
Sør-Korea	1 152	116	1 076	524	-51 %	-55 %	0 %

Kilde: SSB

Denmark

Reisebarometer høst’22

Danmark

Danskenes reiselyst er tilbake på nivå med før pandemien, og 5 prosent av befolkningen vil reise til Norge de neste 12 månedene. Det er lavere enn i fjor. Interessen for Norge faller, og prisstigning og en forverret økonomi påvirker danskenes ferievalg. For danskene er Norgesferie naturopplevelser, kvalitetstid, ski og fysisk aktivitet vinter og sommer. Danskene foretrekker vinterferie i Norge.

Hver anden dansker på skiferie uden for højsæsonen

Af: Henrik Baumgarten | i Rejsebureauer | 9. marts 2023 | Senest opdateret: 9. marts 2023 kl. 11:16 | Print

Ifølge Danmarks Skiforbund tager halv million danskere årligt på skiferie – halvdelen i vinterferien. ”Skirejse efter højsæsonen giver meget mere for pengene,” siger direktør for stort skirejsebureau.

Danmarks Skiforbund anbefaler at tage på ski sent på sæsonen og i påsken. De fleste danskere tager på ski i januar og februar, men ifølge Danmarks Skiforbund, er slutningen af sæsonen den bedste periode at tage af sted i. Skiforbund peger på, at skiløb i marts og april er særligt godt nordpå i Norge og Sverige.

”det ser rigtig godt ud!”

- Økning i salg til Norge fra i 2022 på 41,61%
- Helt klar økning i etterspørsel til Norge (og Sverige) pga lav kronekurs
- Tyske operatører selger ekstremt godt på de dyre rundturene (og ikke de korte, billige), så enten prioriterer forbrukerne én stor og dyr reise, eller så er de ikke berørt av den finansielle uro

«Høyere standard på hytter etterspørres»

- Skiferier til Norge har solgt riktig godt i vinter
- Bookinger for jul/nyttår 23/24 er allerede i gang, og vintersesongen 2024. Og det er de store hytter/leiligheter som selges først.
- Er også en økning på sommerbestillingene, selv om dansker gjerne booker disse nærmere ferietid.

”En tendens vi ser er, at folk ikke længere vil have/klager over de hytter/lejligheder med dårlige møbler, tynde madrasser, mangelfuldt køkkenudstyr og generelt slidt interiør. Under coronaen brugte folk rigtig mange penge på at opgradere hjemmet og dette smitter nu også af på, hvordan boenhederne bliver vurderet. Her har destinationerne en opgave med at få ejerne til at pudse deres hytte/lejlighed op og generelt være bedre til at kvalitetssikre.”

«2022 var over alle forventninger – og 2023 ser ut til å holde samme nivå»

- Det er en stor økning i reiser med public transport, men en kjempeutfordring at tidstabellene er offentliggjort for sent i forhold til planlegging/booking, og avganger ofte kanselleres
- Norge er fremdeles mer etterspurt enn de andre nordiske landene
- Innføringen av turistskatt kan ha negativ innvirkning
- Det er kraftig prisøkning, liten tilgjengelighet, og leisure business oppleves nedprioritert sammenlignet med corporate travels
  - Leisure priser kommer for sent i forhold til planlegging
  - Hoteller tilbyr ikke lenger halvpensjon, kun frokost
  - Man får ikke tilgjengelighet på avtalt leisure pris, men kan få tilgang ved å betale høyere pris. Dette er utfordrende opp mot incoming operatørenes tilbud sendt ut til turoperatører, som er basert på leisure avtalepris.

Activities 2023

PRODUCT LAB DENMARK 2023

WORKSHOP TASTE OF NORWAY DK 2023

https://business.visitnorway.com/b2b/b2b-activity-calendar/

NORWAY

SEPTEMBER

14-16 September	Norwegian evening and M&IT Awards dinner	London, UK	Meetings	UK	Physical	Register your interest
18-22 September	Roadshow in LAM markets	3 cities in Brazil	Leisure	Brazil	Physical	Register your interest
27 September	Product Lab Denmark	Copenhagen, Denmark	Leisure	International	Physical	Register your interest
28 September	Workshop Taste of Norway	Copenhagen, Denmark	Leisure	International	Physical	Register your interest
In the course of September	Workshop Norway Connect	Asia	Leisure	International	Digital	Register your interest

Netherlands

Reisebarometer høst'22

Nederland

Reiselysten i Nederland er tilbake omtrent på samme nivå som før pandemien. Nederland skiller seg ut ved at prisstigning, krig, korona og klima i mindre grad påvirker reisevalg. Interessen for å reise til Norge faller også her. Nederlenderne vurderer betydelig færre destinasjoner nå enn i april, det tyder på at de er mer tilbakeholdne selv om det er færre som er påvirket av uro og usikkerhet enn i de øvrige landene.

Schiphol – hva skjer?

The KLM Group, Delta Air Lines, Corendon, easyJet and TUI are filing an interlocutory action against the Dutch government to ensure that the Netherlands remains connected to the rest of the world via Schiphol.

The immediate reason is the unilateral cabinet decision to drastically reduce the number of flight movements at Schiphol this year, without looking at alternatives. The airlines are convinced that they can achieve less noise and CO2 emissions while maintaining the destination network for the millions of passengers and tons of cargo they transport to and from Schiphol every year.

Holland Norway Lines

- Ser økning i etterspørsel for å reise april/mai
- 50% økning i 2023 vs 2022
- Juni-august er høysesong for NL reisende
- Holland Norway Lines says it has found a solution to the recent problems in Eemshaven and announces that the sailing schedule for the spring and summer season is guaranteed. For example, the shipping company will soon sail from the German port city of Cuxhaven and the cruise ferry company aims to move its activities for the high season to Emden, Germany (1st June).

Nederland

- Mer etterspørsel etter Norge enn våre nordiske naboer. Sverige og Finland er transit land til/fra Norge.
- Pga HNL – mer etterspørsel etter Sør-Norge enn før
- Hotell og camping/hytter
- Reisende ønsker å forhåndsbooke fulle pakker (aktiviteter, overnatting)
- Mer penger i banken, så de er villige til å bruke mer på ferie
- Folk er mer fleksible, og reiser når de ønsker/når det passer seg i større grad enn før. Dette fører til større spredning i trafikk året rundt.

@Anton Ligaarden

Nederland

- Mer ønske om fleksibilitet, så de kan bestille det de ønsker som innhold på turene
- Bookinger:
  - Bookinger for 2023 er over 2022, som var et godt år. De er også høyere enn 2019 – så det ser lovende ut
- Bookinger kommer tidligere, som i 2019

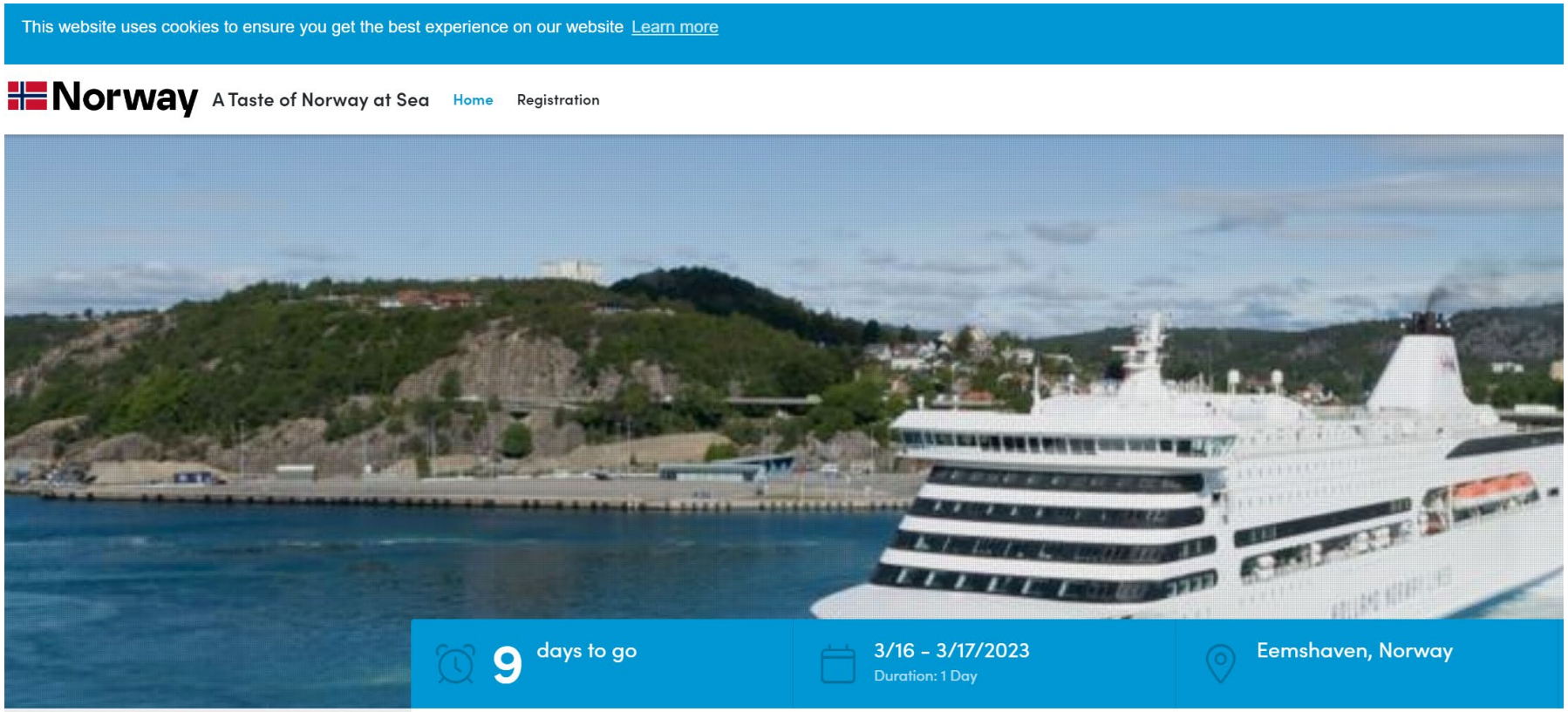
@Kristin Dalen Rogstad

“There is an interest for slower travel or staying longer on 1 spot. Which makes sense of course, but at the moment of booking they all go for the faster travel. It seems, the interest is there, but not everybody is ready for it. Maybe if the price was more interesting for 4 nights it could be more convincing.”

The cold welcome

We notice more and more locations are keeping automated check-in as a standard in place after covid or even implementing this unwelcoming form of welcome. Sure, it is a way to save on staff and therefore costs, but does it not breakdown the image of a hospitable travel destination. Or even worse, giving the impression of cold, inhospitable and distant hosts, confirming a known stereotype of Scandinavians... Image you rented a cabin or hotel room in a place you visit for the first time. Sure you can find your way with google maps and a code will open the door.... but then what? If you have questions, call a number.. But I think you might agree that a personal welcome would make you feel some much more at home and comfortable...

Activities 2023



Activities 2023

- A TASTE OF NORWAY event
  - Norwegian Ambassador's residence
  - «late summer party» - August
  - Destinations with chefs from their regions
  - Selected Tos

- NORDIC TALKS (Nordic Chambers of Commerse event) – 2nd of Nov
  - Friluftsliv

Belgium

Reisebarometer høst'22

Rapporten ser på ulike målgrupper: Følg ikonene og fargene, de brukes gjennomgående i hele rapporten

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 er 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 i løpet av de neste 3 årene

Områder det er gjennomført intervju:

Sveits, Østerrike og Belgia: *Dekket nasjonalt.*

Sverige, Danmark og Nederland: *Dekket nasjonalt.*

England: *Bedfordshire og Hertfordshire, Berkshire, Buckinghamshire og Oxford shore, Essex, Inner London, Outer London, Kent, Surrey, East og West Sussex (Området rundt London).*

Frankrike: *Ile de France og Rhone-Alpes (Områdene rundt Paris og Lyon).*

Tyskland: *Baden-Wüttemberg, Bayern, Berlin, Hamburg Hessen, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Schleswig-Holstein og Mecklenburg-Vorpommern*

Danmark	**Sverige**
100% / 66% / 54% / 5% / 31%	100% / 65% / 47% / 5% / 41%
Nederland	**Tyskland**
100% / 70% / 53% / 3% / 34%	100% / 59% / 43% / 3% / 34%
England	**Frankrike**
100% / 66% / 48% / 2% / 31%	100% / 70% / 51% / 3% / 41%

Belgia

100% / 73% / 61% / 2% / 36%

Sveits

100% / 81% / 72% / 3% / 46%

Østerrike

100% / 73% / 63% / 3% / 41%

Innovasjon Norge Epinion

Belgia

- Nedgang i fly&drive, vil kjøre egen bil, eller public transport (tenker klima)
- Feriehus/hytter er etterspurt, men de ønsker ikke en hel uke på ett sted, men halve uker
- Mer etterspørsel etter opplevelser, forhåndsbookede utflukter
- 2022 hadde gode tall, da det var mange utsatte reiser fra under pandemien. 2023 har startet saktere enn forventet (økte priser, energikrise påvirker)
- Bookinger kommer mye senere enn for 3 år siden

Belgia

- Generelt økt etterspørsel fra belgiere på alle type reiser og fra alle segment
- Norge er et dyrt reisemål, så færre etterspørsler nå fra de med begrenset budsjett, men økning i skreddersydde reiser (de mest kostbare)
- Ser ut til å bli den beste sesongen for Norge i år – ligger foran prognosene.
- Har vært litt utfordringer med tilgjengelighet, men dette ble løst gjennom å se på andre muligheter.
- Sommersesongen økes også ut i september.

@Fredrik Ahlsen - Maverix

Authenticity is placed above luxury. People are looking for places with a story, activities that bring them closer to nature or with a personal story and local food. They don't want extravagant buffets or over the top luxury, but prefer a meal made with local food – even if that means they don't have a choice in what they will eat. They are looking for a trip that can make them connect with the country in all the possible ways. Besides, they are also more and more looking for places 'undiscovered' by tourism yet – looking for stillness and raw nature.

Activities 2023

- A TASTE OF NORWAY event
  - Norwegian Ambassador's residence/Gent/Antwerpen
  - Destinations with chefs from their regions
  - Selected TOs

Thank you!