



# Nøkkeltall om norsk turisme

2019







# Innhold

<b>01</b>	Nøkkeltall	06
<b>02</b>	Turismens betydning for Norge	08
<b>03</b>	Reiselivsåret 2019	16
<b>04</b>	Miljøhensyn	49
<b>05</b>	Nordmenns syn på turisme	53
<b>06</b>	Nordmenns ferievaner	61
<b>07</b>	Cruise	65
<b>08</b>	Internasjonale møter	69

# Siste år slik vi kjenner det

I skrivende stund er reiselivsnæringen verden over i en krise få kan se omfanget av. Over natten ble landegrenser stengt, fly plassert på bakken og hotell, serveringsvirksomheter og attraksjoner stengt. Ingen hadde forestilt seg at verden kunne endre seg så raskt fra en dag til en annen. Etter omfattende globale tiltak for å hindre smittespredning av Covid-19, stoppet alle ferie- og forretningsreiser fra midten av mars. De nyeste tall fra UNWTO som per nå er publisert, viser en nedgang i internasjonale ankomster på 97 prosent i mai måned.

## Norsk reiseliv var trolig på vei til nok et år med økt verdiskapning

Gjestedøgnstatistikken SSB publiserte for februar 2020, er den siste i rekken av god vekst for reiselivet i Norge. Sett stort på det, har det vært en sammenhengende vekst fra utlandet siden januar 2014. Også 2015 var et spesielt år for norsk reiseliv. Nedgangen i oljesektoren medførte færre yrkesrelaterte overnattinger, og ferie- og fritidstrafikken var eneste driver bak veksten. I årene etter har ferietrafikken vært en sterk motor i norsk reiseliv gjennom året.

Samlet turistkonsum er beregnet til 186 milliarder kroner viser tall fra SSB. Det betyr at næringen utgjør 4,2 prosent av Norges BNP. Reiselivsnæringen sysselsatte 168 700 personer i 2018, noe som er en økning på 2,2 prosent fra året før. Samtidig økte antall årsverk i Fastlands-Norge med 1,8 prosent. Det betyr at næringen økte sin andel av sysselsettingen i Norge for sjette år på rad. Transport og serveringsvirksomhet sysselsetter flest, deretter følger overnattingsvirksomheter.

## 2019 med lavere internasjonal vekst enn ventet

Internasjonale ankomster økte med fire prosent i 2019 og nådde en ny milepæl med 1,5 milliarder reiser på tvers av

landegrenser. Vekst til tross, den var lavere enn ventet. Mye grunnet lavere etterspørsel i Europa. Året var preget av usikkerhet på verdens børser, usikkerhet rundt Brexit og handelskrig mellom USA og Kina. Det var også det året Thomas Cook og flere lavprisselskaper gikk konkurs.

I Norge hadde vi utfordringer med at tilveksten var størst i sommersesongen, på steder som i stor grad allerede hadde mange turister fra før av. Innovasjon Norges Innbyggerundersøkelse viser at det var en økende misnøye blant nordmenn som bor på mindre områder som til tider hadde mange tilreisende. Les mer om dette, og reiselivsåret 2019 inne i brosjyren.

## Oppdrag fra Regjeringen

I oppdragsbrevet fra Nærings- og fiskeridepartementet står det: «Innovasjon Norge skal samle, sammenstille og formidle statistikk og markedsanalyser som er relevante for reiselivsnæringen.» I denne brosjyren vises kun en liten del. **Mer informasjon og hele rapporter finnes på Innovasjon Norges nettsider for reiseliv [visitnorway.no/innsikt](https://visitnorway.no/innsikt)**



**Margrethe Helgebostad**  
Analyseansvarlig, reiseliv

# 01 Nøkkeltall 2019





## Nøkkeltall

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Endring siste periode
<b>Sysselsetting reiselivsnæringen</b>									
Årsverk, heltidsekvivalenter, lønntakere og selvstendige	153 000	153 800	157 000	159 200	162 600	165 100	168 700 <sup>1</sup>		2 %
<b>Turistkonsum i Norge, etter konsumentgruppe. Løpende priser. Tall i millioner</b>									
Totalt konsum	136 882	145 156	151 416	158 669	170 002	176 306	186 308 <sup>1</sup>		6 %
Utlendingenes konsum i Norge	36 574	38 214	40 629	45 407	50 201	52 564	55 349 <sup>1</sup>		5 %
Norske husholdningers turistkonsum i Norge	78 008	84 158	86 939	90 101	95 463	98 885	105 259 <sup>1</sup>		6 %
Norske næringers utgifter til forretningsreiser i Norge	22 300	22 784	23 848	23 161	24 338	24 857	25 700 <sup>1</sup>		3 %
<b>Turismeforbruk. Tall i millioner <sup>2</sup></b>									
Totalt forbruk							128 800	124 900	-3
Norske turister							109 000	107 800	-1
Utenlandske turister							19 900	17 100	-14
<b>Feriegjestedøgn <sup>2</sup></b>									
Alle feriegjestedøgn							87 856 661	93 706 324	7%
Norske feriegjestedøgn							78 178 223	83 678 267	7%
Utenlandske feriegjestedøgn							9 678 437	10 028 057	4%
<b>Forretningsgjestedøgn <sup>2</sup></b>									
Alle forretningsgjestedøgn							15 925 228	16 769 905	5%
Norske forretningsgjestedøgn							14 344 903	15 478 671	8%
Utenlandske forretningsgjestedøgn							1 580 325	1 291 234	-18%
<b>Kommersielle gjestedøgn <sup>3</sup></b>									
Alle kommersielle gjestedøgn	29 914 832	29 243 016	30 306 594	31 653 839	33 114 132	33 296 767	33 812 674	35 179 554	4%
Norske kommersielle gjestedøgn	21 974 364	21 551 330	22 152 158	22 825 068	23 387 248	23 348 139	23 684 456	24 478 073	3%
Utenlandske kommersielle gjestedøgn	7 940 468	7 691 686	8 154 436	8 828 771	9 726 884	9 948 628	10 128 218	10 701 481	6%
<b>Hytteformidlingsgjestedøgn</b>									
Alle hytteformidlingsgjestedøgn	988 467	1 101 595	1 181 185	1 075 030	1 062 287	1 013 696	979 538	924 301	-6%
Norske hytteformidlingsgjestedøgn	283 046	276 100	292 219	323 118	297 879	257 452	232 230	156 589	-33%
Utenlandske hytteformidlingsgjestedøgn	705 421	825 495	888 966	751 912	764 408	756 244	747 308	767 712	3%
<b>Cruiseturisme</b>									
Antall besøkende cruisepassasjerer	588 000	620 000	574 000	511 000	658 882	749 414	852 241	944 994	11%
Antall dagsbesøkende fra cruise til norske havner	2 573 335	2 996 114	2 667 362	2 494 921	2 700 000	3 045 000	3 436 376	3 329 917	-3%
<b>Alle ferie- og fritidsreiser</b>									
Alle ferie- og fritidsreiser	17 000 000	19 190 000	19 140 000	17 880 000	17 320 000	18 350 000	22 220 000	18 500 000	-17%
Ferie- og fritidsreiser i Norge	9 590 000	11 590 000	11 670 000	10 660 000	10 820 000	11 370 000	15 660 000	11 080 000	-29%
Ferie- og fritidsreiser til utlandet	7 410 000	7 600 000	7 480 000	7 230 000	6 530 000	6 990 000	6 550 000	7 410 000	13%

<sup>1</sup> Foreløpige tall<sup>2</sup> Turistundersøkelsen ble utvidet i 2018, derfor finnes ikke tall for tidligere år<sup>3</sup> Samlebegrep på overnattinger på kommersielle overnattingssteder som hotell, camping, hyttegrenn og vandrerhjem

# 02 Turismens betydning for Norge





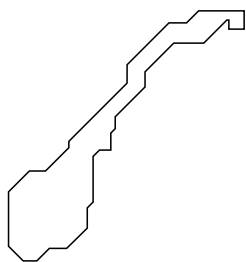
# Norge har hatt en god utvikling i turisme

Det har gitt seg utslag i flere gjestedøgn og et positivt bidrag til norsk økonomi. Samlet turistkonsum er beregnet til 186 milliarder kroner i 2018, viser foreløpige tall fra SSB. Økningen på seks prosent fra 2017, tilsvarer ti milliarder kroner. Norske husholdningers turistkonsum økte med seks prosent, og utlendingers konsum med fem prosent. Til sist kommer norske næringers utgifter til

forretningsreiser i Norge. Dette representerer 14 prosent av totalkonsumet, og her var veksten tre prosent.

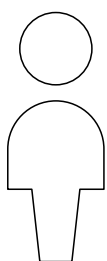
Turismens betydning for Norge øker i takt med resten av norsk økonomi

## Turismens betydning for Norge i 2018



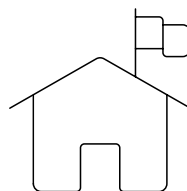
**4,2% BPN**

Utgjør  
121 mrd



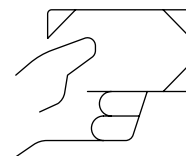
**7 av 100**

Jobber i  
reiselivsnæringen  
som utgjør  
168 700 sysselsatte



**186 mrd**

Samlet  
turistkonsum



**55 mrd**

Utlendingers andel  
av det samlede  
turistkonsumet  
utgjør 30 prosent

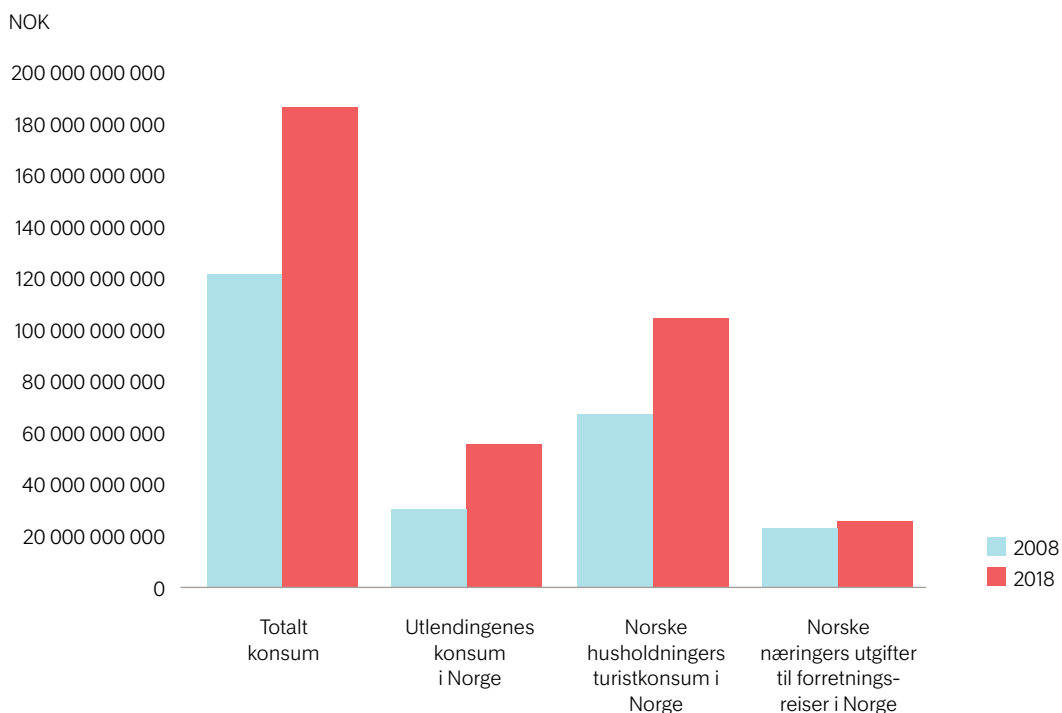
# God vekst i inntekter fra turisme

## God utvikling de siste ti årene

Fra 2008 til 2018 har turistkonsumet økt fra 121,6 milliarder kroner til 186,3 milliarder kroner. Veksten på 53 prosent tilsvarer 64,7 milliarder kroner. Av økningen i perioden, bidrar utenlandske turister med 34 prosent av tilveksten. Det er spesielt at utenlandske turister står for en så stor del av økningen i absolutte

tall, siden det er langt færre av dem, enn nordmenn som bidrar inn i regnskapet. Samme tendens finner vi igjen i overnatningsstatistikken til SSB, som viser utvikling i kommersielle gjestedøgn. Her ser vi at utenlandske gjestedøgn representerer 38 prosent av veksten i samme periode.

## Turistkonsum



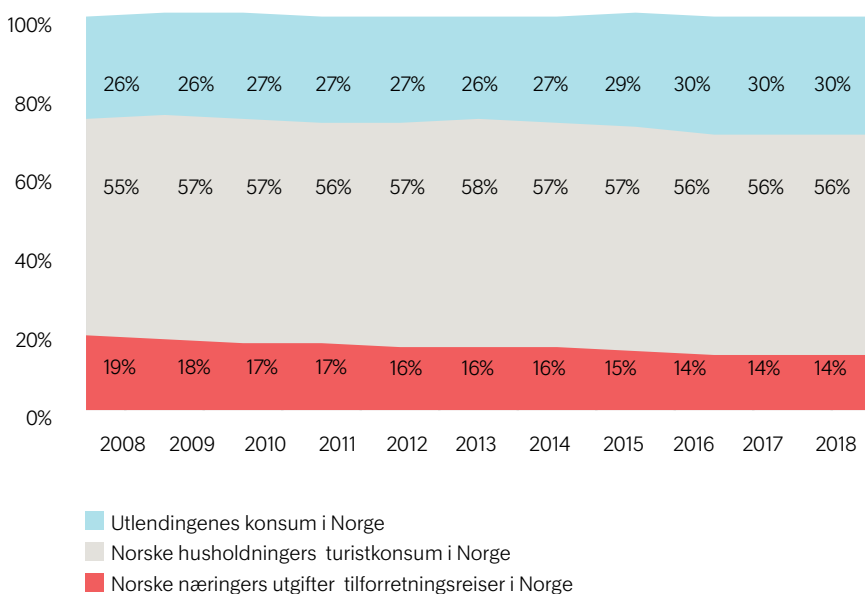
# Utenlandske besøkende bidrar rekordhøyt

Naturligvis er det nordmenn som bidrar mest inn i turistkonsumet. Det være seg forbruk på ferie- og forretningsreiser her hjemme, eller bruk av reisebyrå- og reisearrangørtjenester. Dette har økt, men utlendingers bidrag inn øker raskere. Utlendingers konsum i Norge

representerer 30 prosent av totalkonsumet, som er en ny rekord målt i absolutte tall. Sammenlignet med 2008 har konsumet økt fra 31 milliarder kroner til 55 milliarder kroner i 2018. Det betyr at utlendingers andel av konsumet har gått fra 26 prosent til 30 prosent.

## Det har vært en god utvikling i utlendingers bidrag til norsk økonomi fra 2007

Fordeling av turistkonsum 2007-2018





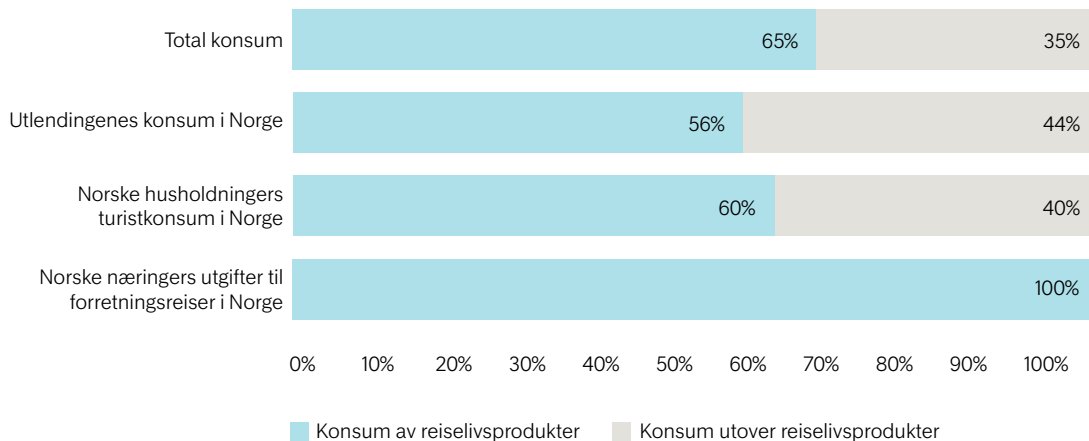
# Flere næringer tjener penger på turisme

Av totalkonsumet på 186 milliarder kroner, går 121 milliarder kroner som er en andel på 65 prosent, til kjøp av varer og tjenester som går inn under det som defineres som reiselivsprodukter. Samtidig går 35 prosent eller 65,3 milliarder til kjøp av varer og tjenester fra andre næringer i Norge.

Foreløpige tall fra SSB viser at veksten i reiselivsnæringen var 2,6 prosent i 2018. Til sammenligning økte Norges BNP med 2,2 prosent. Det betyr at reiselivsnæringen hadde en høyere vekst enn det som var gjennomsnittet for fastlandsøkonomien det året.

## Mye av hva Norge tjener på turisme, går til kjøp av varer og tjenester som ikke er reiselivsprodukter

Fordeling av konsumet på 186 milliarder kroner



### Kilde:

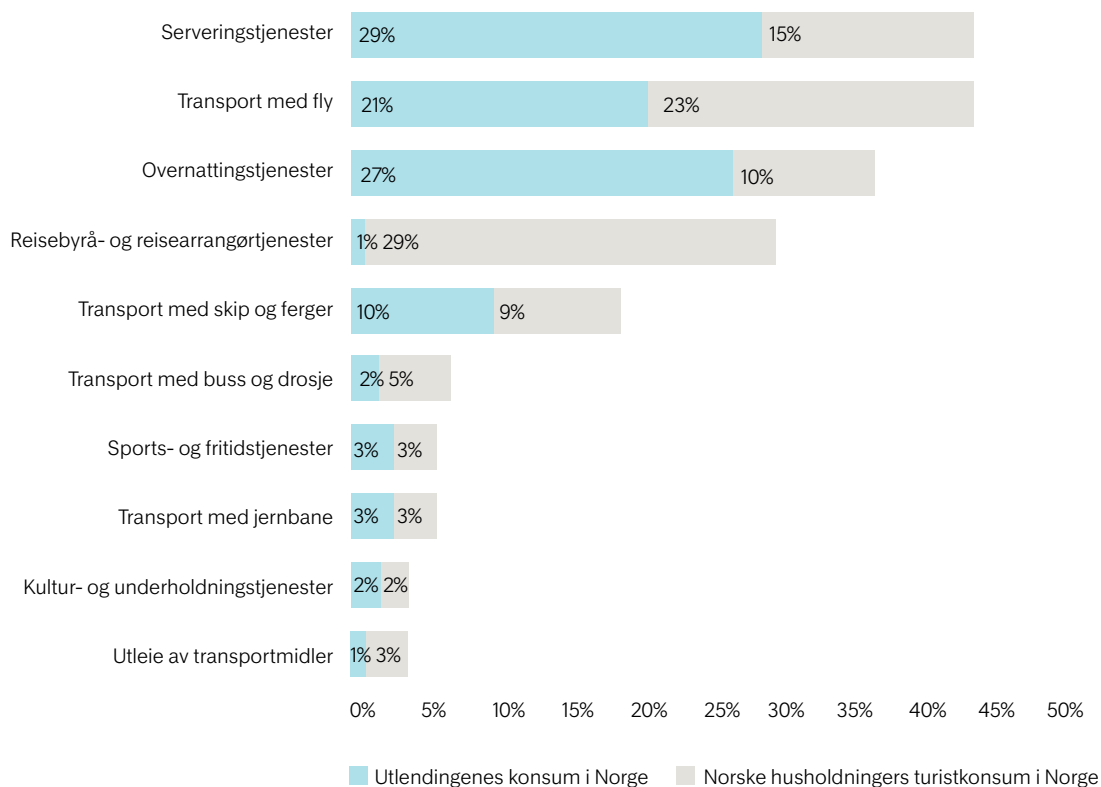
Satellittregnskapet for turisme, SSB

121 milliarder kroner ble brukt på varer og tjenester som faller inn under det som kalles reiselivsprodukter. Det være seg transport, overnatting, servering, kultur og underholdning. Ulike typer av transporttjenester utgjør 42 prosent av reiselivsproduktet. Deretter følger servering

som representerer 30 prosent og overnattingstjenester som representerer 16 prosent. Grafen under viser hvordan konsumet fordeler seg mellom norske- og utenlandske turister.

### Fordeling av reiselivskonsum

Grafen er sortert etter størst totalkonsum



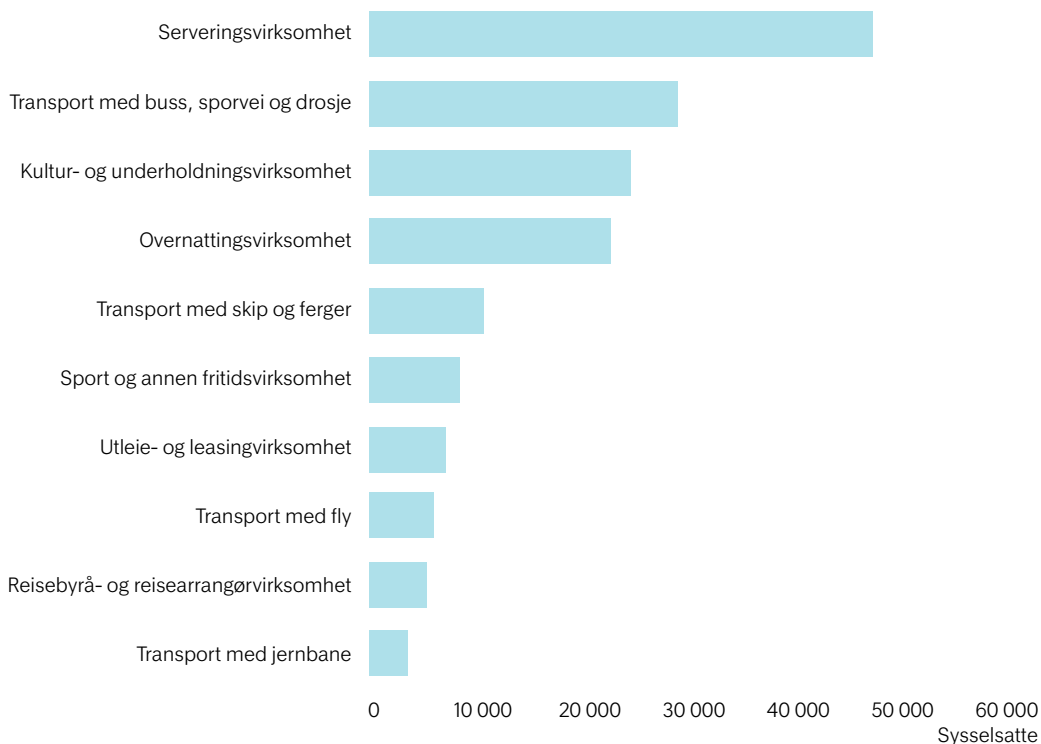
# 7 av 100 jobber i reiselivsnæringene

Det var 168 700 sysselsatte knyttet til reiselivsnæringene i 2018, noe som er en økning på 2,2 prosent fra året før. Samtidig økte antall årsverk i Fastlands-Norge med 1,8 prosent. Det betyr at næringen økte sin andel av sysselsettingen i Norge for sjette år på rad. Andel sysselsatte i reiselivsnæringene er beregnet til 7,1 prosent av all sysselsetting i Norge.

Er du interessert i verdiskapingstall for ditt fylke eller kommune, finnes disse tallene på [www.visitnorway.no/innsikt](http://www.visitnorway.no/innsikt)

Det er flest innen transport og serveringsvirksomhet med en andel på hhv. 31 og 29 prosent. Deretter kommer overnattingsvirksomheter med en andel på 14 prosent.

## Enda flere jobber med reiseliv





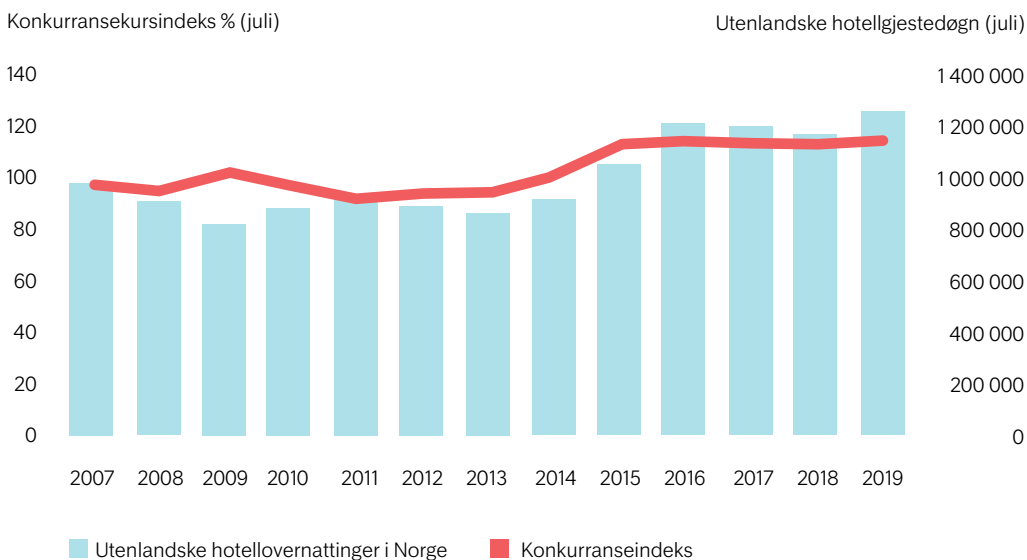
# En svekket kronkurs

Den norske kronen har de siste årene ligget relativt lavt mot både euro, pund, amerikanske dollar, samt dansk og svensk krone. Det nyter reiselivet godt av, som er en eksportnæring. Et mål for Norges konkurransevne er konkurransekursindeksen. Øker den, betyr det en svekket krone, noe som gjør Norge mer

konkurransedyktig, og vice versa. Jo lavere kronkurs, jo sterkere blir Norges konkurransevne. Det betyr igjen at utenlandske turister får mer for pengene i Norge, og det er en klar sammenheng. En lav kronkurs fører til flere utenlandske gjestedøgn.

## Utvikling i konkurransekursindeksen og utenlandske gjestedøgn følger hverandre

Kronekursen bidrar til at det er litt rimeligere å feriere i Norge.



# 03 Reiselivsåret 2019



# Nok et rekordår for verdensturismen

## Det har vært ti år med sammenhengende vekst

Tall fra UNWTO viser at det var 1,5 milliarder reiser på tvers av landegrenser i 2019. I tillegg kommer dagsreiser som ikke er inkludert i tallene. Det er en vekst på fire prosent fra 2018 som betyr 1 million flere reiser.

## Lavere internasjonal vekst enn ventet

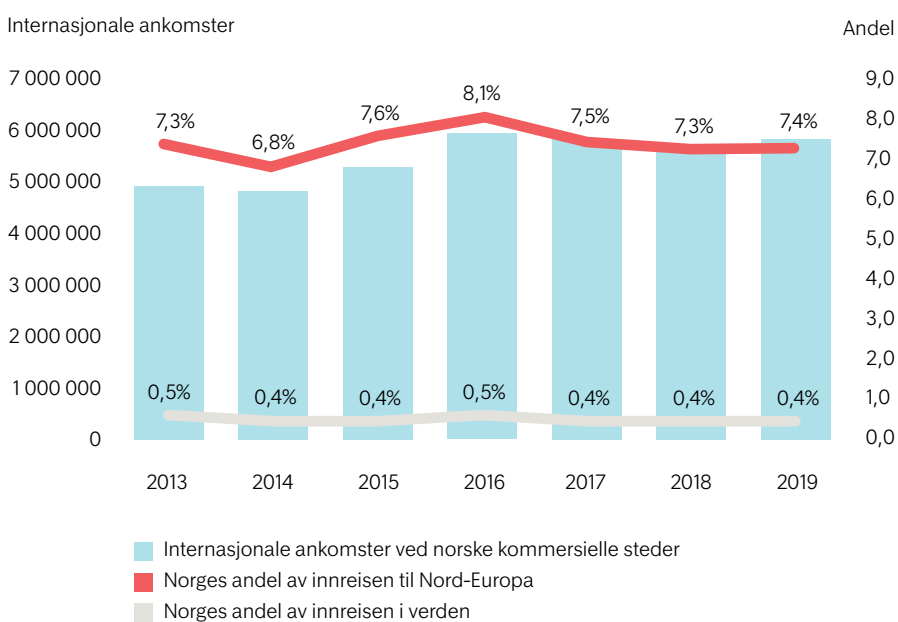
Veksten på fire prosent var lavere enn ventet. Året var preget av usikkerhet rundt Brexit, uro på verdens børser, sosial uro i Hong Kong og handelskrig mellom USA og Kina. Det var også året Thomas Cook og flere lavprislufselsskap i Europa gikk konkurs.

Som turisme regnes alle aktiviteter personer deltar på utenfor sitt ordinære hjemsted – uavhengig av formål. Det betyr at turisme inkluderer alle reiser, både feriereiser og forretningsreiser.

Innreisen til Norge økte med tre prosent i 2019, og siden innreisen til Nord-Europa ikke økte mer enn 1,5 prosent, økte Norges andel av innreisen til regionen. Fra 7,3 prosent i 2018 til 7,4 prosent i 2019. Norges andel av all innreise i verden ligger på 0,4 prosent.

## Utenlandske ankomster ved kommersielle steder og Norges markedsandel i Nord-Europa og verden

Reiser på tvers av landegrenser med minimum én overnatting





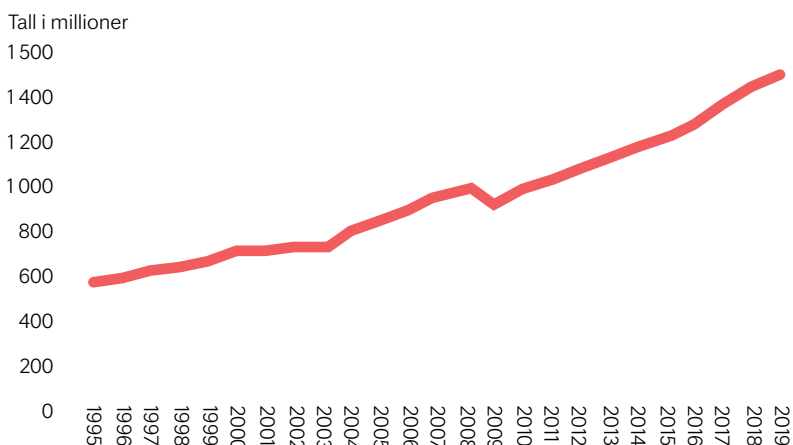
# Europa mest besøkt

Med over halvparten av alle ankomster er Europa fremdeles den mest besøkte verdensdelen. Slik har det alltid vært, men andelen er fallende. I 2019 var andelen 51 prosent, mens den i 1980 lå på 63 prosent.

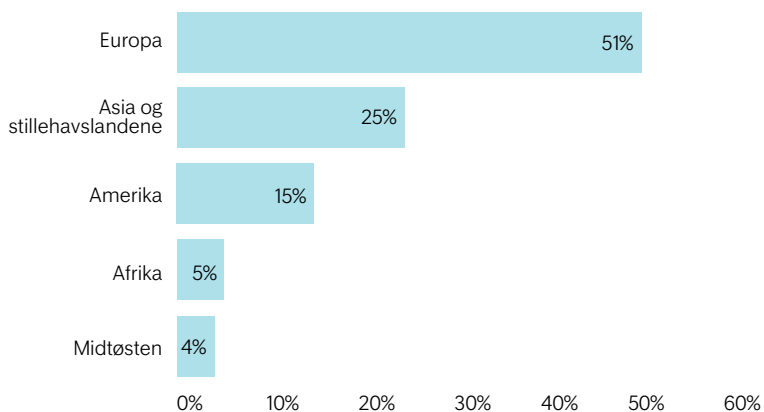
Det var 1,5 milliarder reiser på tvers av landegrenser med én overnatting eller mer i 2019.

## Ny rekord for verdensturismen

Internasjonale turistankomster med minimum én overnatting



## Fordeling av internasjonale turistankomster

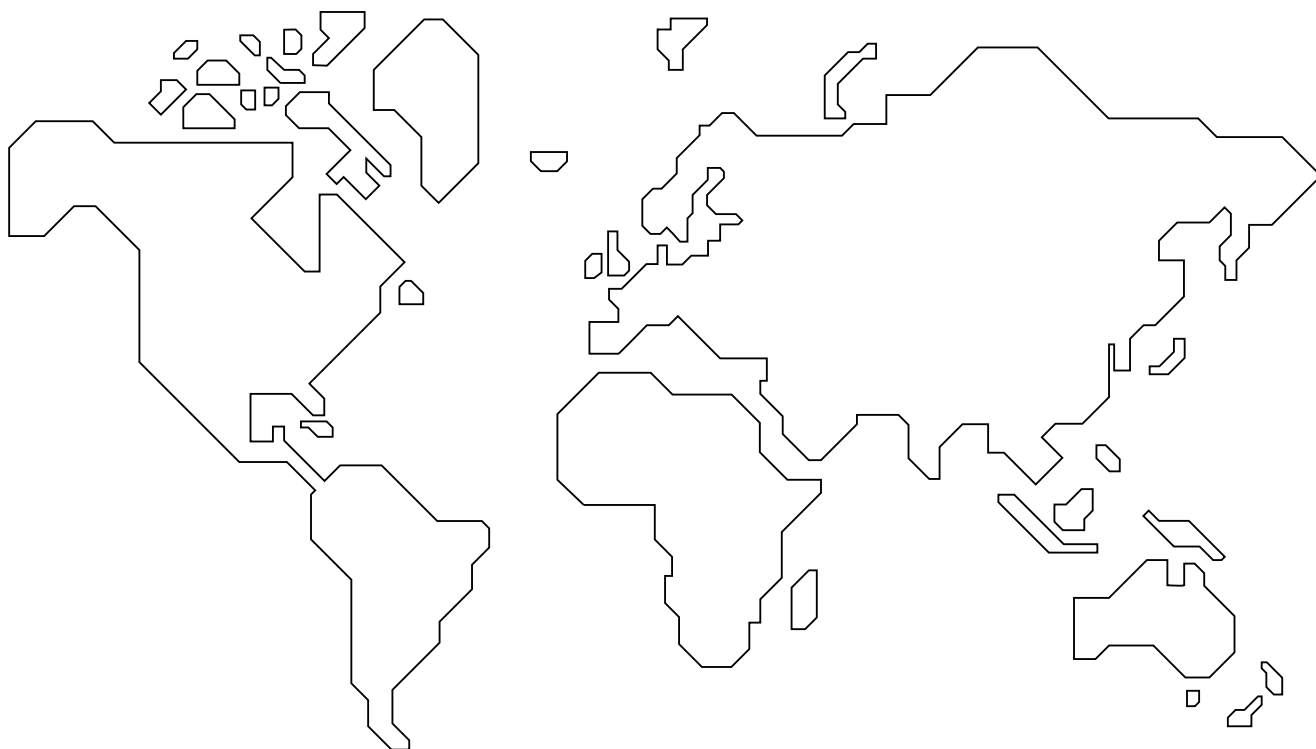


### Kilde:

World Tourism Organization (UNWTO)

## Endringer i antall turistankomster i verden

Turistankomst med minimum én overnatting.



Alle tall i %

Amerika

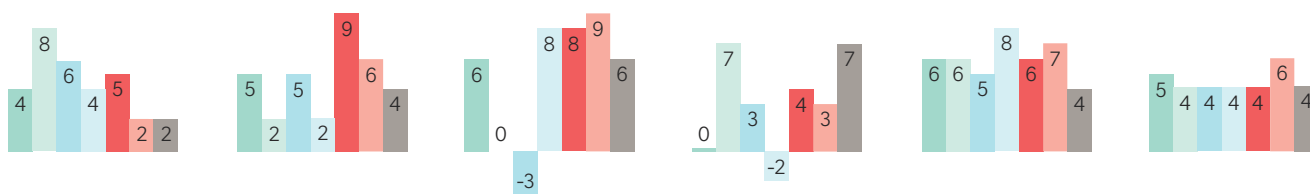
Europa

Afrika

Midtøsten

Asia og stillehavslan-  
dene

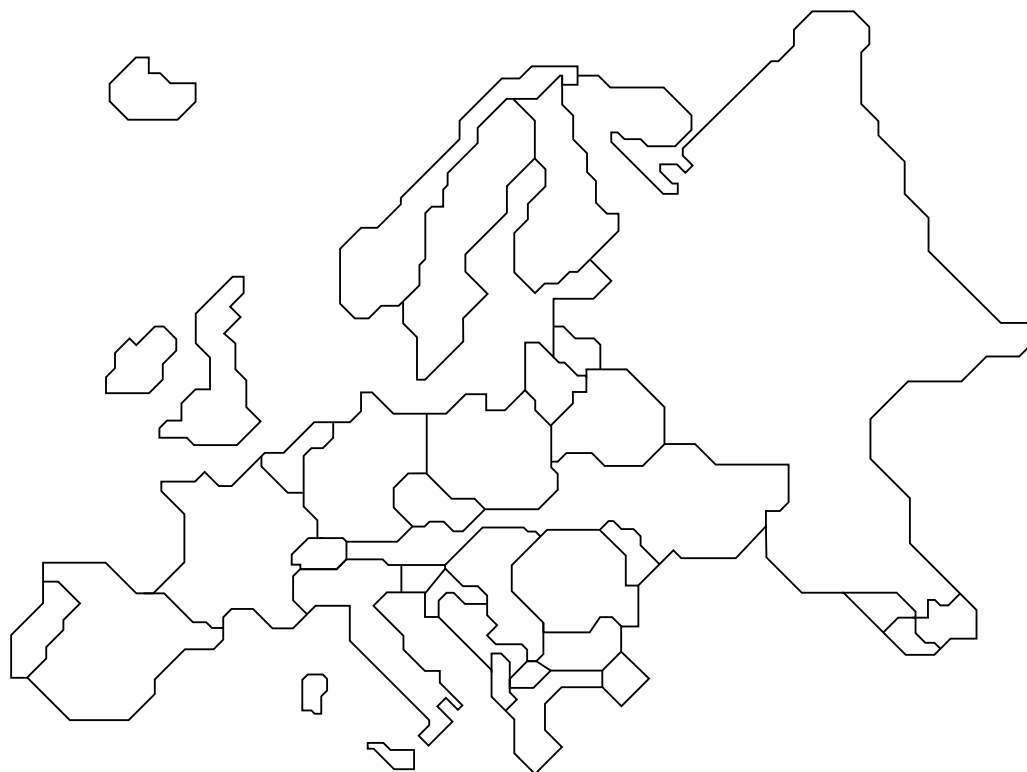
Verden



■ 2013 ■ 2014 ■ 2015 ■ 2016 ■ 2017 ■ 2018 ■ 2019

## Endringer i antall turistankomster i Europa og Norge

Turistankomst med minimum én overnatting.



Alle tall i %

Norge

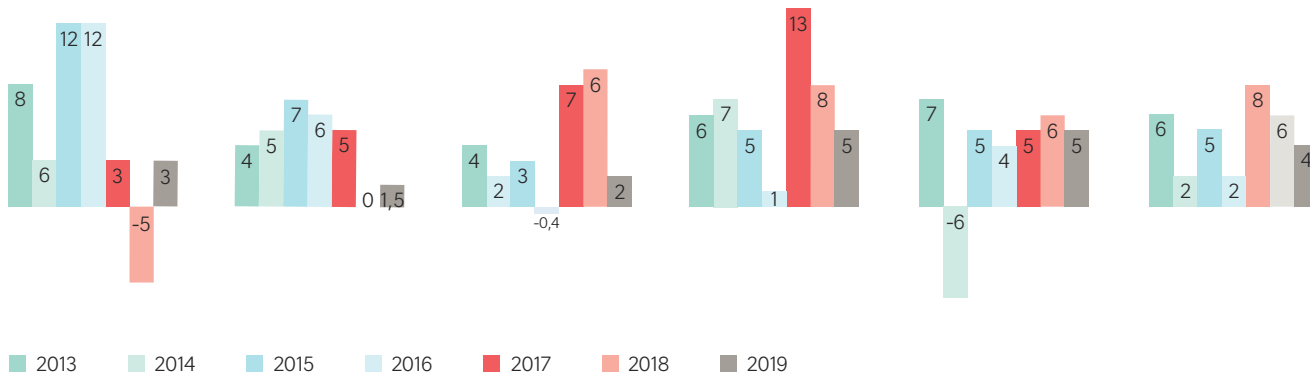
Nord-Europa

Vest-Europa

Sør-Europa

Sentral-og Øst-Europa

Europa



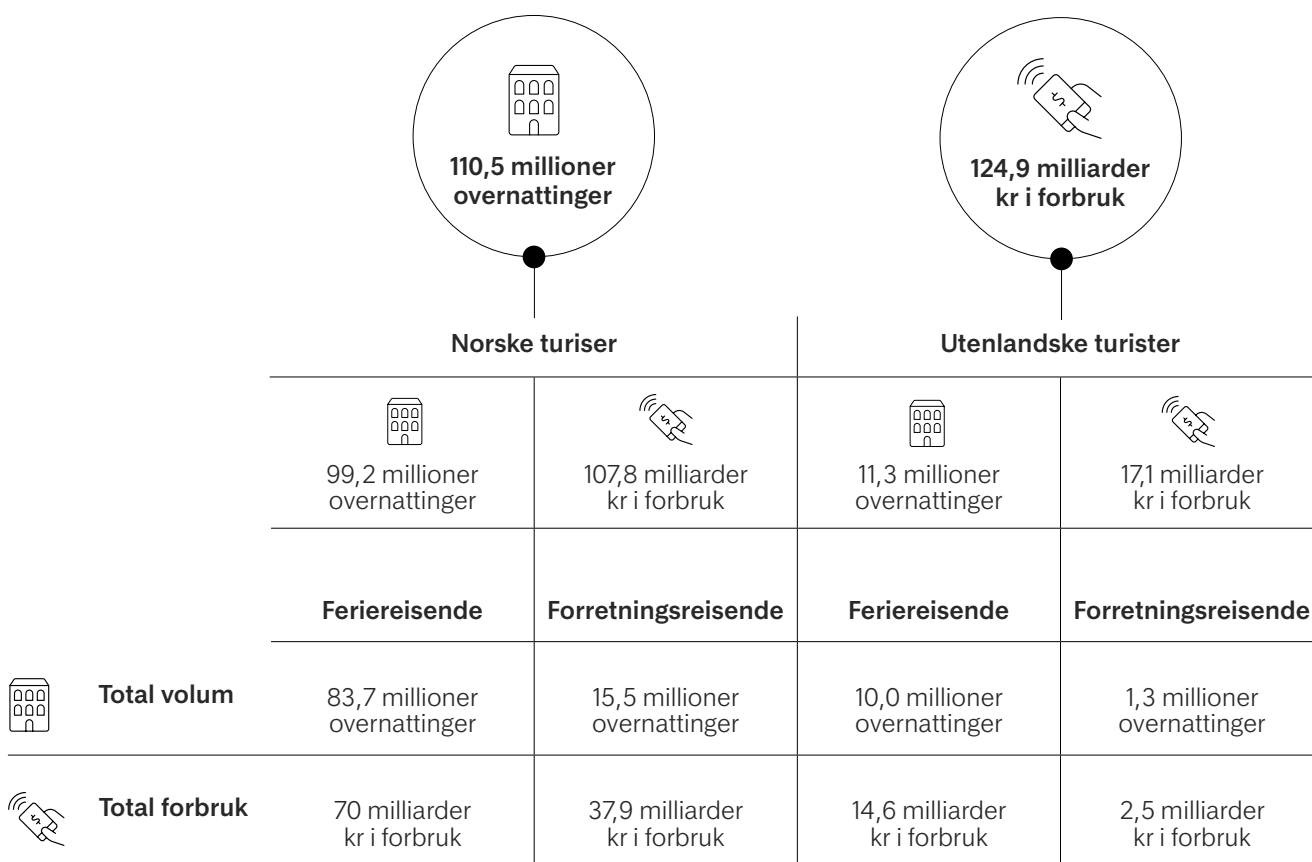


# Antall overnattinger og forbruk i 2019

Nordmenn står for flest overnattinger og det meste av forbruket

I løpet 2019 var det 110,5 millioner registrerte overnattinger i Norge og et totalforbruk på 124,9 milliarder norske kroner. Nordmenn stod for 90 prosent av overnattingene og 86 prosent av forbruket. Mange av de norske overnattingene kan knyttes til besøk av venner og familie og egen hytte.

Antall overnattinger i Norge er i forbruksmodellen basert på SSB sin overnattingsstatistikk og hytteformidlingsstatistikk, den norske reisevaneundersøkelsen (RVU), Avinors reisevaneundersøkelse og Turistundersøkelsen.



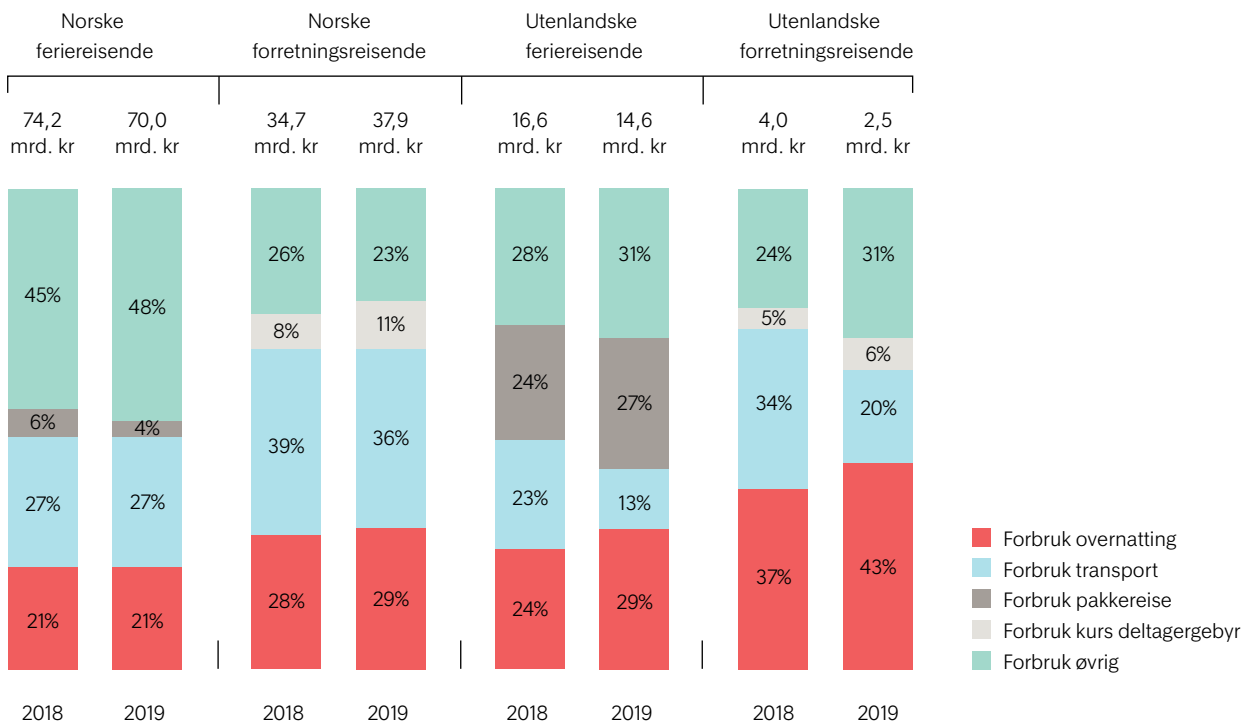
# Forbruket gikk noe ned i 2019

Forbruket har gått ned blant norske og utenlandske feriereisende sammenlignet med 2018. Det gjorde det også for utenlandske forretningsreisende. Nordmenn derimot, brukte mer penger på forretningsreiser i Norge. Forbruket blant nordmenn på ferie i eget land gikk ned

fra 74,2 milliarder kroner i 2018, til 70 milliarder kroner i 2019. Nedgangen tilsvarer 4,2 milliarder kroner. Norske forretningsreisende hadde et økt forbruk på 3,2 milliarder kroner. Her ble noe mer brukt på overnatting og noe mer gikk til kursavgifter.

## Fordeling av forbruk

Totalforbruk i Norge



# Overnattinger og forbruk for utenlandske feriereisende

Totalt var det 10 millioner utenlandske ferierelaterte overnattinger og et forbruk på 14,6 milliarder kroner knyttet til norgesferien.

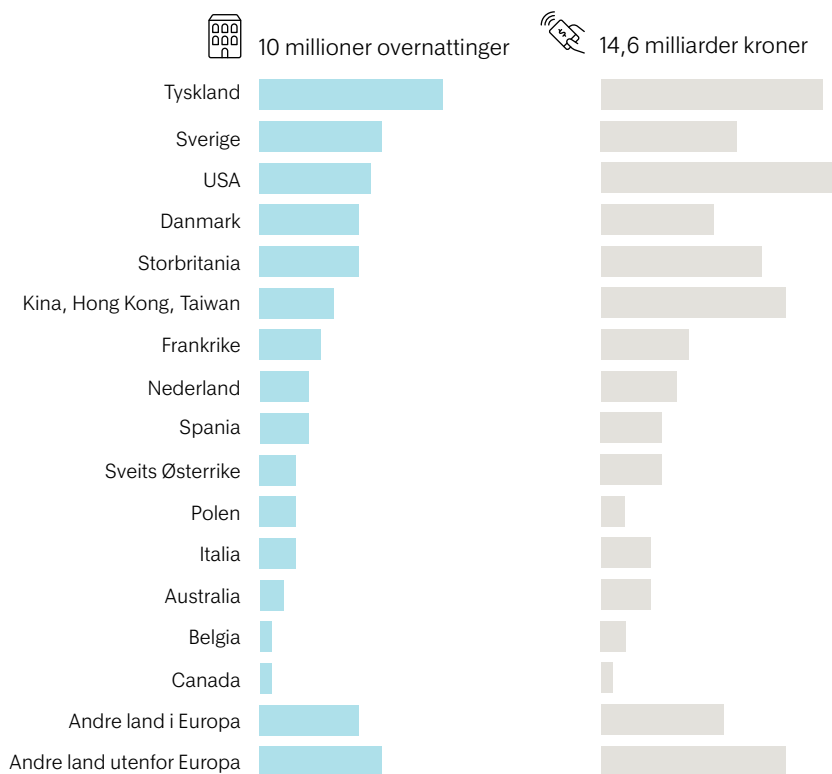
Totalforbruket beregnes ut fra antall overnattinger og gjennomsnittlig døgnforbruk per person (per marked).

## Tyskland det største feriemarkedet

Det var 1,5 millioner tyske overnattinger i forbindelse med feriereiser og et forbruk på 1,8 milliarder kroner i 2019. Deretter kommer Sverige og USA målt i antall overnattinger. Amerikanere har derimot et høyere gjennomsnittlig døgnforbruk enn tyskere, så det samlede

bidraget fra amerikanere ligger på 1,9 milliarder kroner. Besøkende fra Kina, Hong Kong og Taiwan skiller seg ut ved å ha et høyt gjennomsnittlig døgnforbruk. Det er ikke mer enn 600 000 overnattinger til sammen fra disse markedene, mens forbruket ligger på 1,5 milliarder kroner.

## Per marked



# Feriemarkeders økonomiske bidrag

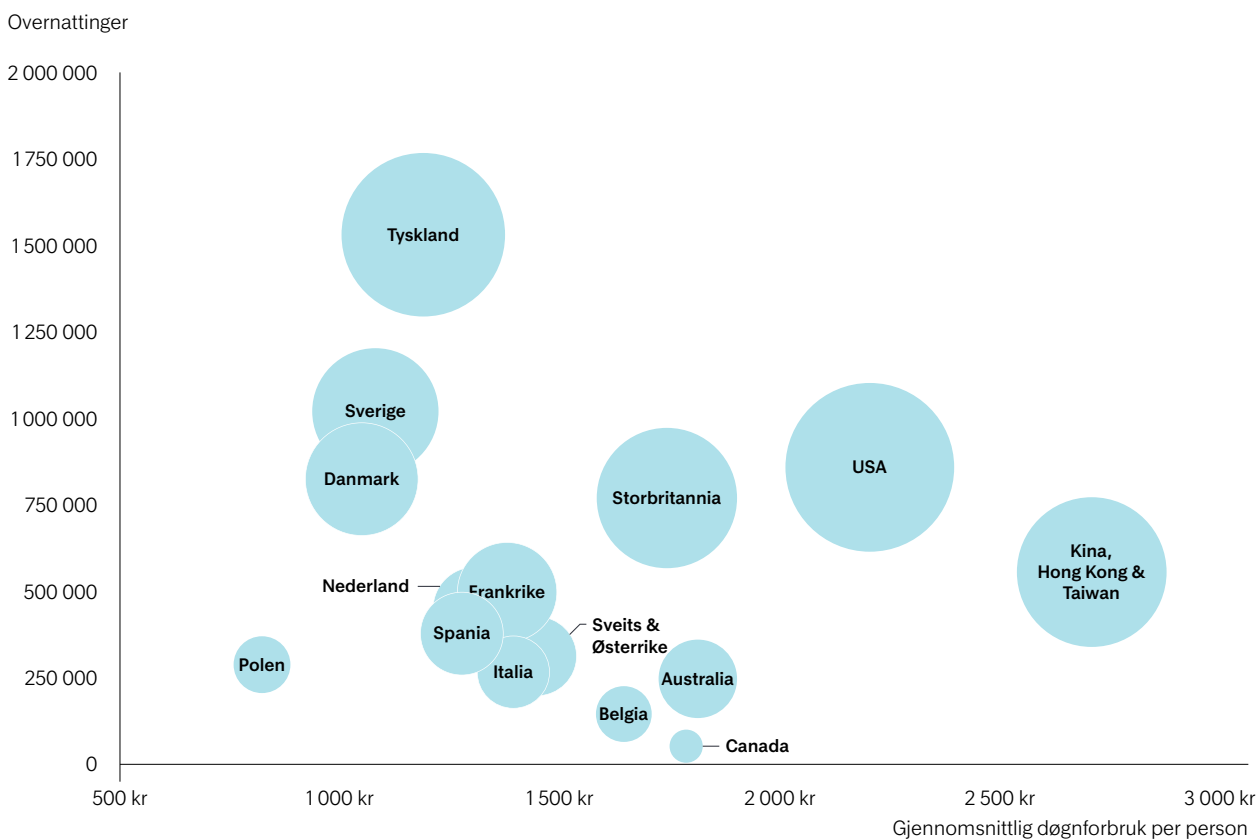
## Det er flere viktige markeder for norsk reiseliv

Noen er viktige fordi det kommer mange turister derfra, og dermed blir også det økonomiske bidraget stort. Fra andre markeder kommer det færre turister, men med et høyt døgnforbruk, slik at Norge likevel tjener godt på turister fra disse markedene.

Som vist på forrige side, kommer Tyskland ut som et viktig marked. Primært fordi det er mange tyske turister, som er her i mange dager. USA er et annet viktig marked, men det skyldes derimot et høyt døgnforbruk per person.

## Feriemarkedenes totalforbruk i Norge

Størrelsene på sirklene viser markedets totale økonomiske bidrag



# Utenlandske feriereisende har et høyere døgnforbruk enn nordmenn

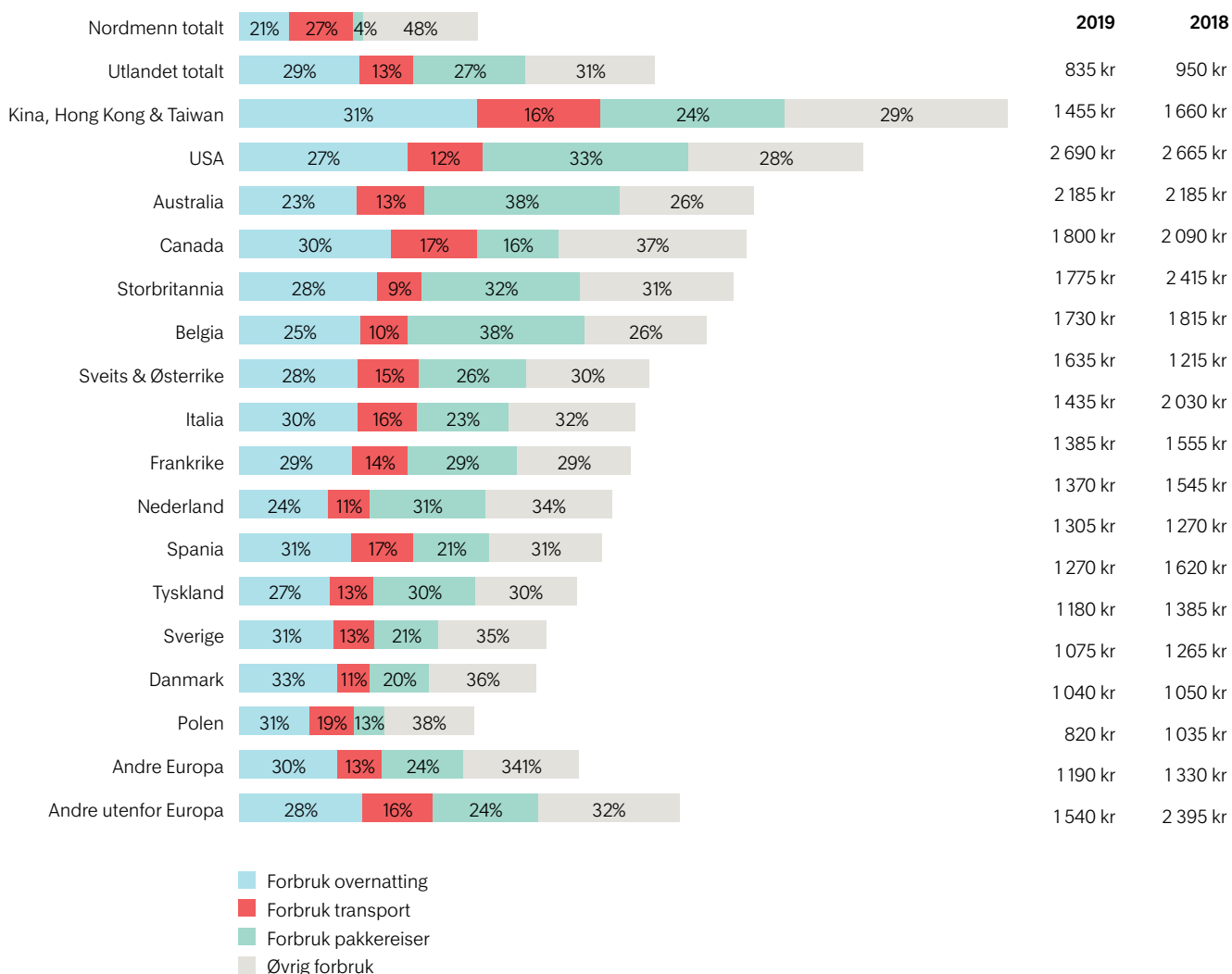
Det gjennomsnittlige døgnforbruket for en utenlandsk feriereisende er 1 455 kr, mens det for en norsk feriereisende ligger på 835 kr. Forskjellen utgjør hele 620 kroner per person per døgn.

De aller fleste utenlandske feriemarkedene har et høyere døgnforbruk enn nordmenn (med unntak av Polen), men det er store forskjeller. Nærliggende markeder har jevnt over et lavere forbruk i Norge, enn de som har reist langt for å oppleve landet. På topp med det høyeste døgnforbruket ligger reisende fra Kina, Hong Kong, Taiwan, USA, Australia og Canada.

I forbruksposten *øvrig* ligger det turister bruker på ferie i Norge på f.eks. varer og tjenester som ikke er forhåndsbetalt i en eventuell pakkereise og overnatting og transport.



## Gjennomsnittlig døgnforbruk per feriemarked



# De aller fleste reiser sammen med en annen person

## **Det er ingen større forskjeller i antall personer i reisefølget mellom feriemarkedene**

Det gjennomsnittlige reisefølget ligger på to personer, både for norske og utenlandske feriereisende. Det er mindre variasjoner mellom de utenlandske markedene, hvor danske feriereisende i gjennomsnitt har et noe større reisefølge enn f.eks. Sverige.

## **Det er noe større forskjeller når det kommer til antall barn i reisefølget**

Selv om også gjennomsnittet for antall barn under 18 år i reisefølget er likt mellom norske og utenlandske feriereisende på overordnet nivå, er det forskjeller mellom de utenlandske feriemarkedene. Se graf på neste side.

Det er ikke mange utenlandske barnefamilier som kommer til Norge på ferie, bortsett fra de som kommer på skiferie. Kun 13 prosent av alle utenlandske feriereisende hadde med barn under 18 år. Blant utenlandske skiturister ligger andelen på 33 prosent.

## Gjennomsnittlig antall personer i reisefølge og barn under 18 år

### 2 personer

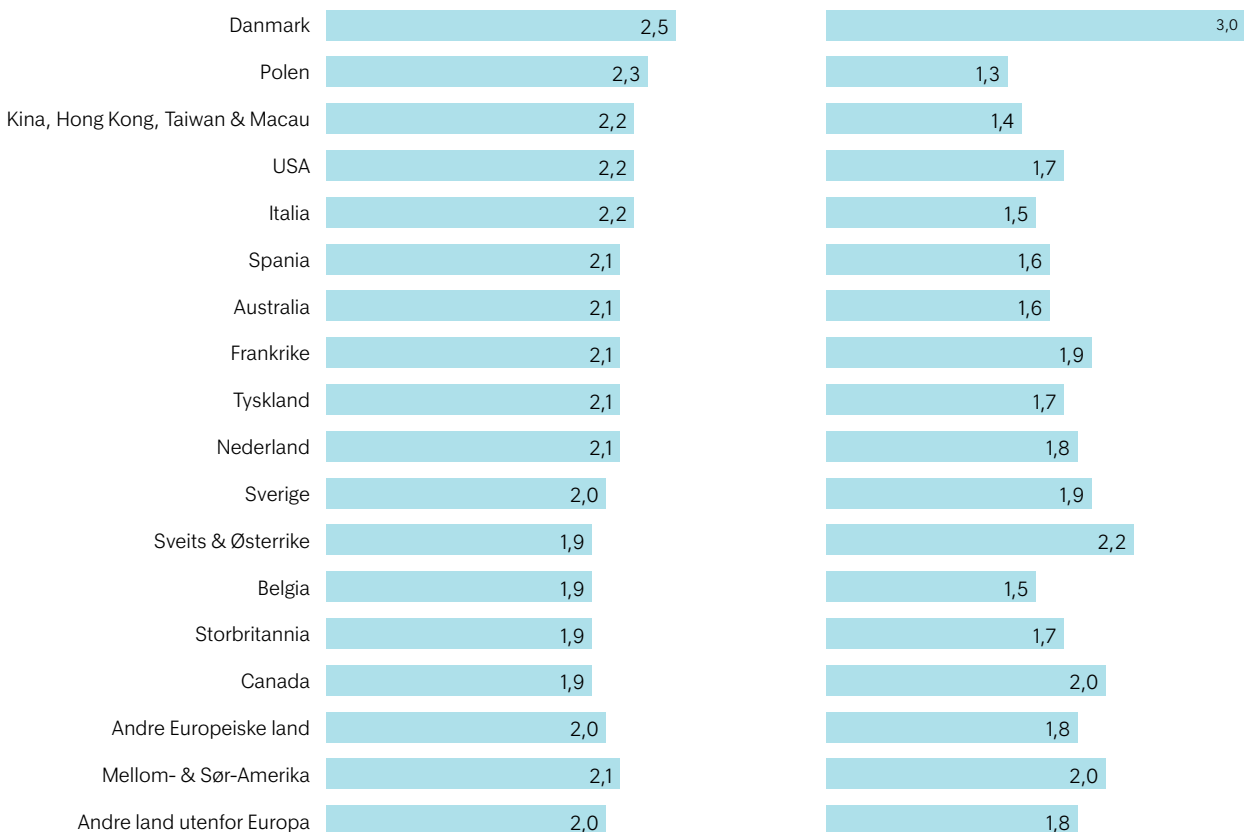
Gjennomsnittlig antall personer i reisefølget for alle feriereisende

Nordmenn totalt	2,1
Utlandet totalt	2,1

### 2 barn

Gjennomsnittlig antall barn i reisefølget for de feriereisende som reiser med barn

	2,1
	2,1



# Utenlandske feriereisende er på dobbelt så lange ferier som nordmenn

Utenlandske feriereisende er på betydelig lengre ferier enn nordmenn, og det er store variasjoner mellom feriemarkedene

## **En gjennomsnittlig norgesferie varer i en uke**

Utenlandske feriereisende har i gjennomsnitt ti overnattinger, mens en gjennomsnittlig norgesferie for nordmenn er fem overnattinger.

Det er store forskjeller mellom de ulike utenlandske markedene. Feriereisende fra Sverige er her i gjennomsnitt seks døgn, mens feriereisende fra Sveits og Østerrike er her gjennomsnittlig 14,4 døgn.

## **Over en tredjedel av de feriereisende besøker mer enn én region**

Ser vi på andelen som besøker mer enn én region, gjelder det for omtrent en femtedel av nordmenn og over halvparten av de utenlandske. Utenlandske feriereisende er i betydelig større grad på en rundreise rundt i Norge, og det er de som er i landet lengst.

## Gjennomsnittlig antall overnattinger og andel på rundreise

### 7 overnattinger

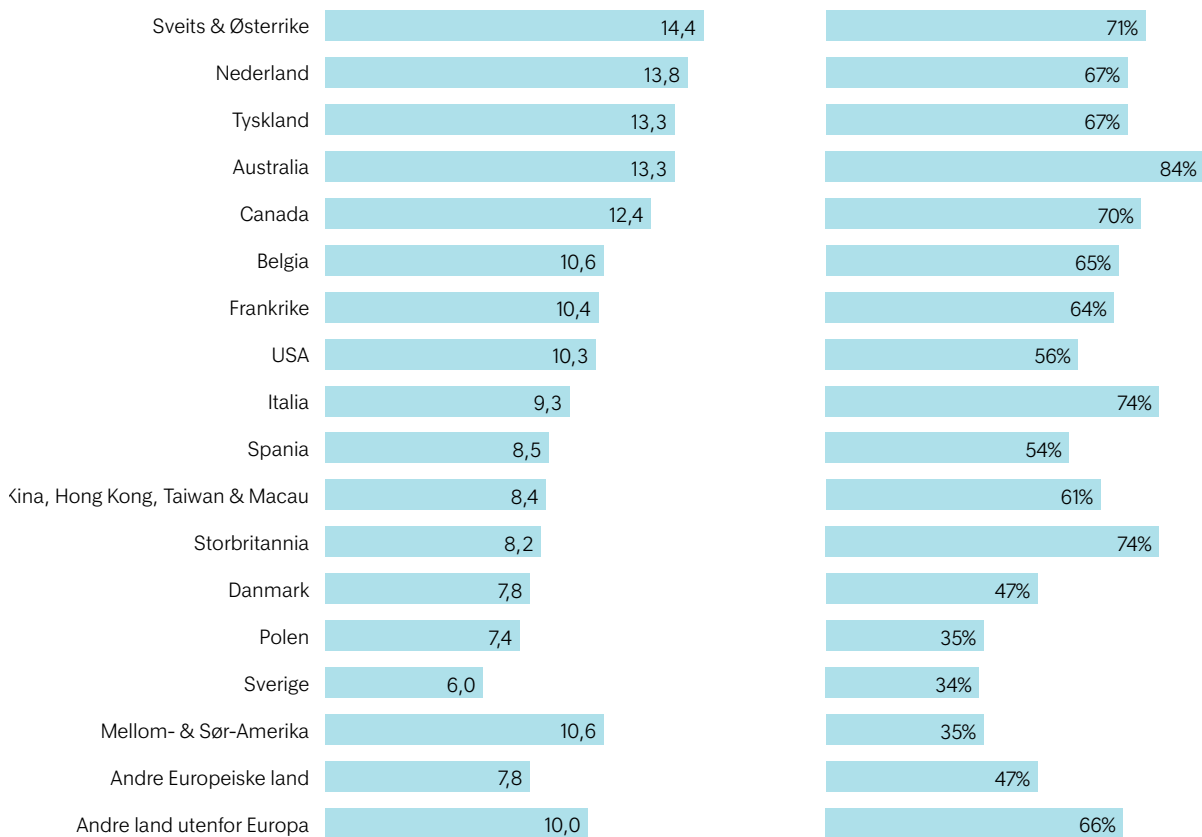
Gjennomsnittlig antall overnattinger for feriereisende i Norge

Nordmenn totalt	5,20
Utlandet totalt	10,0

### 37% på rundreise

Andel av alle feriereisende som har hatt overnattinger i mer enn én region

	20%
	57%





# Ikke uvanlig å kombinere ulike overnattingsformer

Flere av dem som bor hos venner og familie eller benytter seg av Airbnb, har også overnattinger på hotell i løpet av ferien

Det er ikke slik at de besøkende kun benytter seg av én overnattingsform på sin feriereise i Norge. Det viser seg at mange kombinerer ulike overnattingsformer i løpet

av ferien. Eksempelvis har omtrent en fjerdedel av de utenlandske turistene som har overnattet hos venner og familie, også overnattinger på hotell. Tilsvarende er det 36 prosent av de som har hatt overnattinger på Airbnb som også har hatt overnattinger på hotell.

## Kombinasjon av flere typer overnattinger på ferien i Norge

Har hatt minst én overnatting på:

Andel som også har overnattet på:



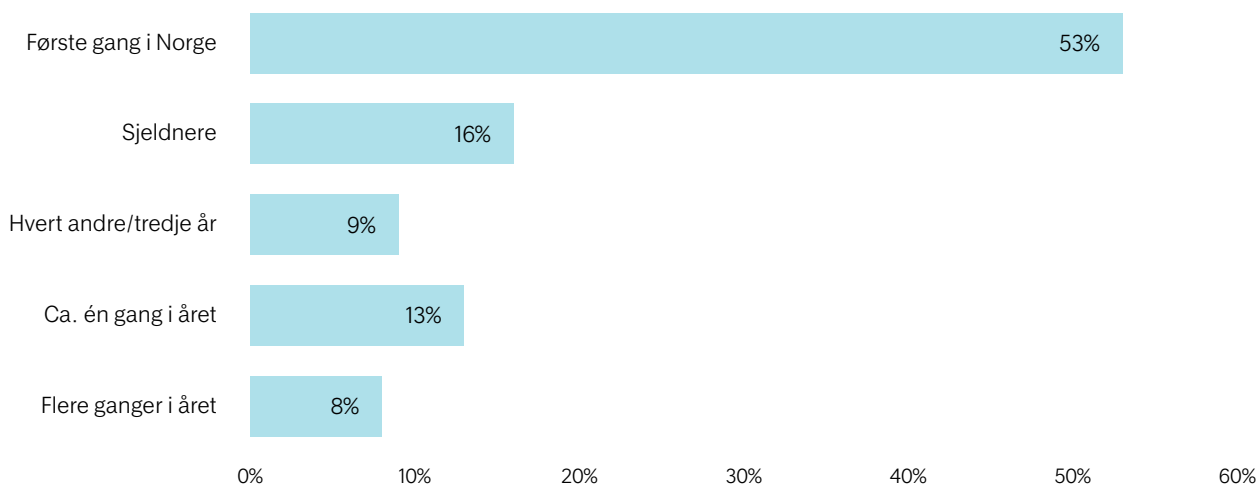
Note: Overnattinger fremvist for camping inkluderer tre ulike former for camping; camping på campingplass, camping utenfor campingplass og campinghytter.

# Litt over halvparten var i Norge for første gang

For et ferieland er det naturlig å ha en god blanding av førstegangsbesøkende og av turister som kommer tilbake gang etter gang. I 2019 var 53 prosent av alle utenlandske ferieturister her for første gang. Det betyr at 47 prosent hadde vært her tidligere. Blant dem som har vært her tidligere, er størst andel fra Danmark, Sverige og Tyskland.

Blant de som besøker oss ofte, er det særlig dansker, svensker og tyskere som er trofaste norgesvenner

## Andel som har vært på ferie i Norge tidligere

**Kilde:**

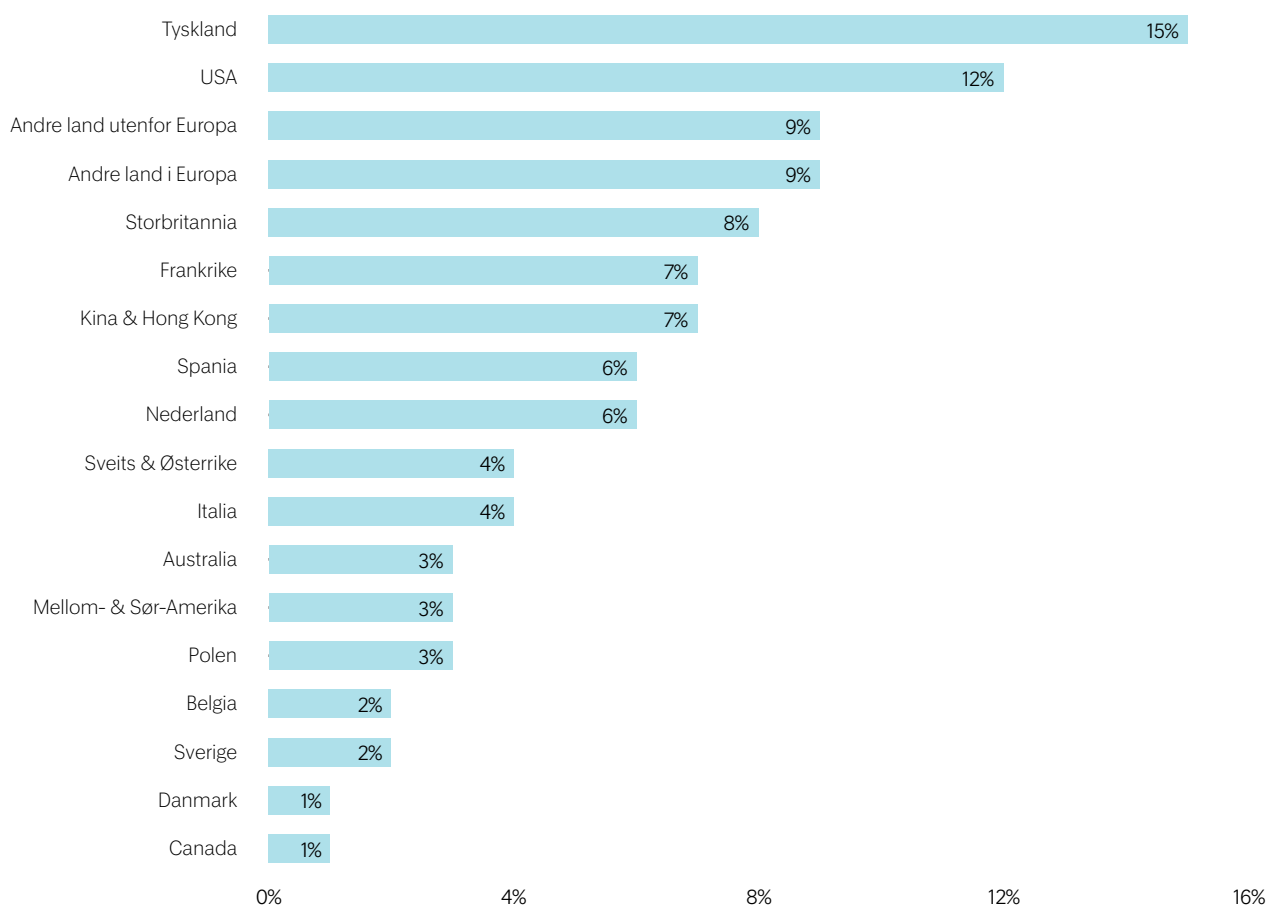
Turistundersøkelsen, Innovasjon Norge

# Flest førstegangsbesøkende fra Tyskland og USA

Blant dem som var på ferie i Norge for aller første gang var det et flertall tyskere, deretter amerikanere. Hele 73 prosent av alle amerikanske turister var i Norge for aller første gang. Det kjennetegner også andre oversjøiske

markeder, hvor en norgesferie er noe man gjør en gang i livet. I 2019 var det også mange italienere og spanjoler som var i Norge for første gang.

## Andel førstegangsbesøkende 2019



# Hva skiller landsdelene fra hverandre?

Det er nokså store variasjoner mellom regionene når det kommer til antall besøkende, hvor mye de legger igjen av penger og tilfredshet. Det er også ulikt hvorvidt de feriereisende har opplevd grad av overturisme under oppholdet.

## Fjord Norge og Oslo-regionen mest besøkt

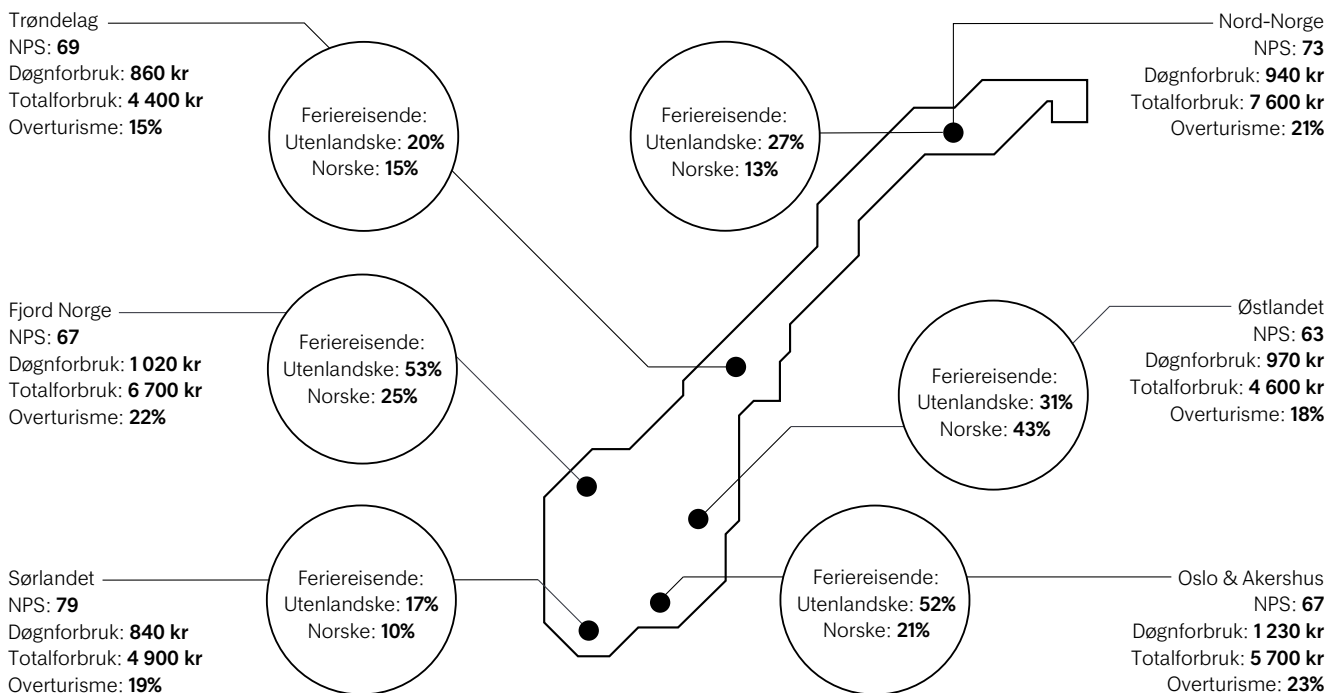
Det gjelder særlig for de utenlandske, hvor en andel på 53 prosent besøker Fjord Norge og 52 prosent besøker Oslo-regionen. Den samme trenden finner vi igjen blant de norske feriereisende. Her besøker en fjerdedel Fjord Norge og omtrent en femtedel besøker Oslo-regionen. Likevel er Østlandet (uten Oslo) den regionen som har flest norske feriegjestedøgn gjennom året. Sirkelene viser andel overnattinger i regionen, og utenlandske

feriereisende er i større grad på rundreise med overnatting i flere regioner.

I Nord-Norge bruker turistene mest penger per ferie med et gjennomsnittlig forbruk på 7 600 kr. Det gjennomsnittlige døgnforbruket i Nord-Norge er lavere enn i både Oslo og Fjord Norge, men siden de tilbringer flere dager i regionen blir totalen høyere.

Turistene på Sørlandet vil i størst grad anbefale andre en ferie i regionen (NPS 79), og det er besøkende i Oslo og Fjord Norge som i størst grad har opplevd overturisme. I Oslo sier 23 prosent seg enig og 22 prosent av de besøkende i Fjord Norge.

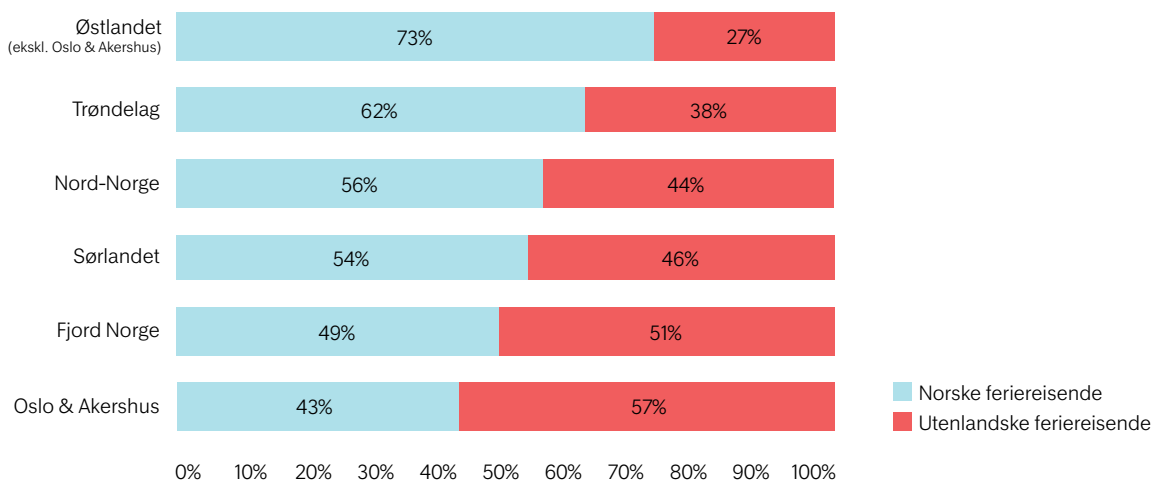
Sirkelen viser andel av turister som har en overnatting eller mer i regionen



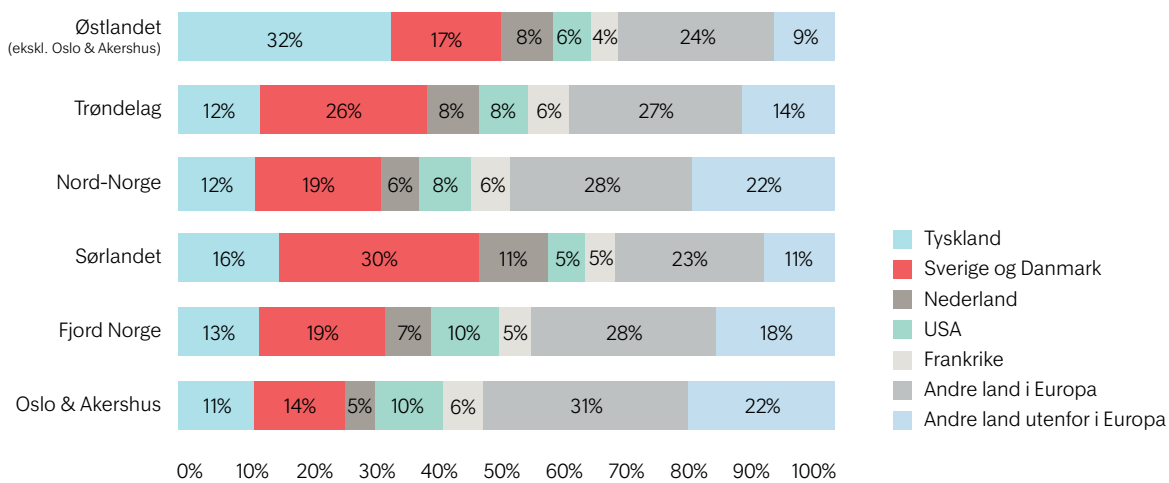
### Kilde:

Turistundersøkelsen, Innovasjon Norge

### Andel norske og utenlandske feriereisende per region



### Fordeling av utenlandske feriereisende per region på de største utenlandske markedene



**Kilde:**  
Turistundersøkelsen, Innovasjon Norge

# Transportmåte til og i Norge

Mange utenlandske feriereisende kommer til Norge med fly, men langt fra alle reiser videre i landet med fly.

I figuren på neste side vises bruk av transportmidler til Norge fordelt etter fly, ferge og bil/bobil eller bil med campingvogn. 61 prosent av de utenlandske feriereisende reiser til Norge med fly som det primære transportmiddelet, men kun 40 prosent av dem reiser videre innenlands med fly. Det er faktisk en større andel som reiser videre med tog/buss blant de som kommer

Det er vanlig å kombinere flere ulike transportmidler på reisen til og i Norge

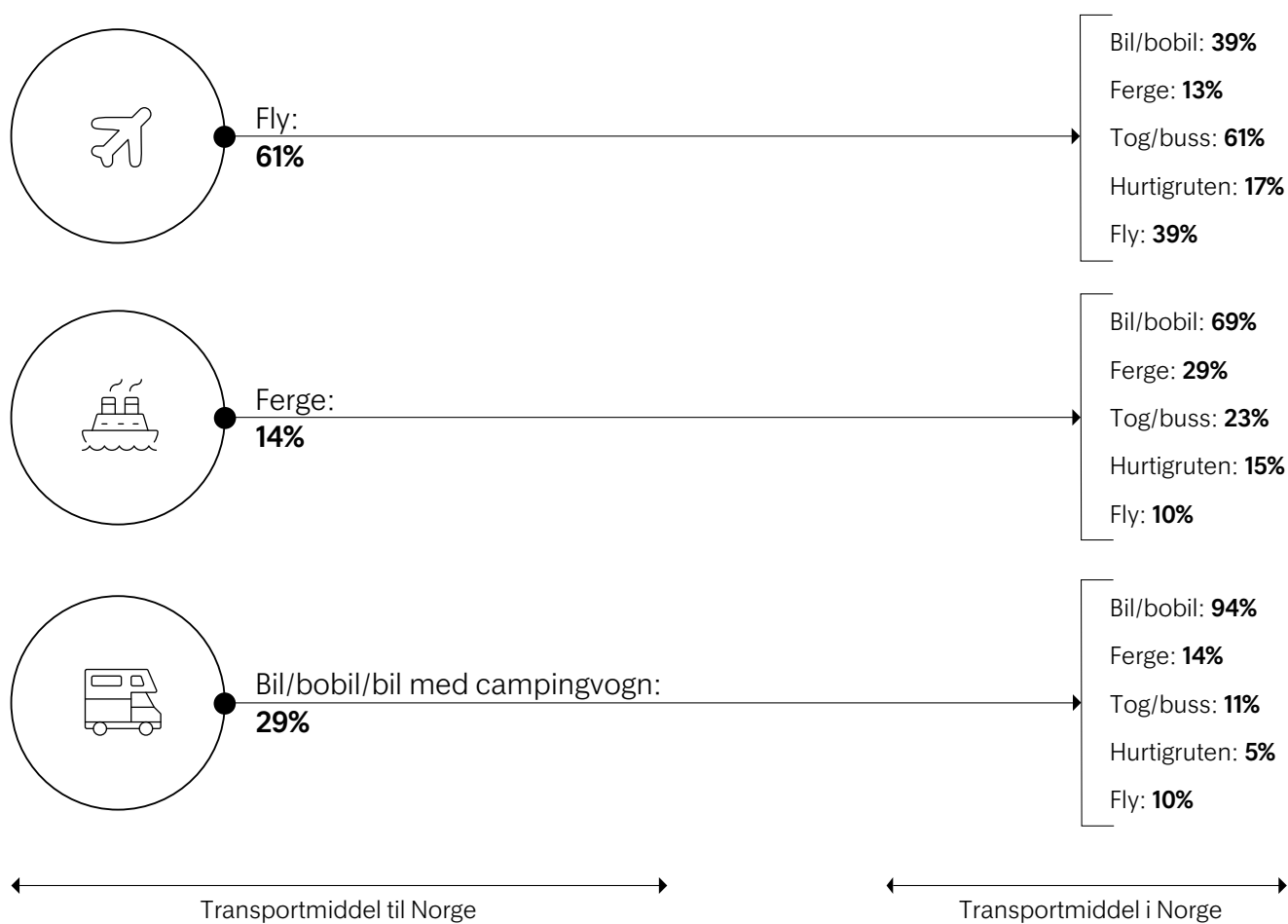
med fly. I underkant av en tredjedel av de utenlandske feriereisende reiser til Norge med bil/bobil eller bil med campingvogn. Av disse reiser naturlig nok, de fleste videre i Norge med samme transportmiddel. Det gjelder også for omtrent 70 prosent av dem som kommer til Norge med ferge.





## Oversikt over transportmidler benyttet til og i Norge for utenlandske feriereisende

### Transportmiddel til og i Norge



Kun utvalgte transportmidler fremvises i figuren av hensyn til figurens oversiktighet.

Merk at det er mulig å velge mer enn ett transportmiddel i spørsmålet.

Spørsmålet er formulert slik: Hvilke(t) transportmiddel har du hovedsakelig brukt/ kommer til å bruke mens du er i Norge?

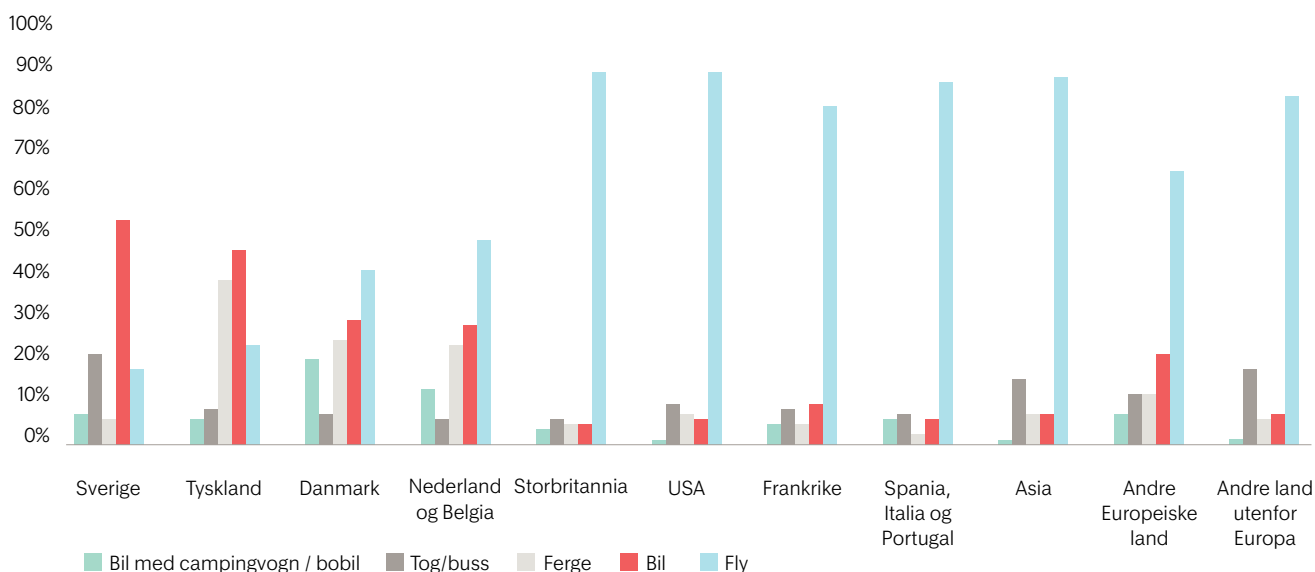
# Feriereisende fra nærmarkeder kommer i større grad med bil

Fly er den mest benyttede transportmåten til Norge for utenlandske feriereisende. Naturlignok variere det mellom markedene, og feriereisende fra nærmarkeder benytter i større grad bil som transportmiddel til Norge.

## Tyskland, Nederland og Belgia skiller seg ut

Det er en betydelig større spredning i bruk av ulike typer transportmidler blant tyske, nederlandske og belgiske feriereisende. Her er det en større andel som tar fly, enn det er fra Danmark og Sverige. Samtidig er det en stor andel som kjører bil (enten med eller uten campingvogn) og som tar ferge.

Transportform til Norge fordelt etter utenlandske feriemarkeder

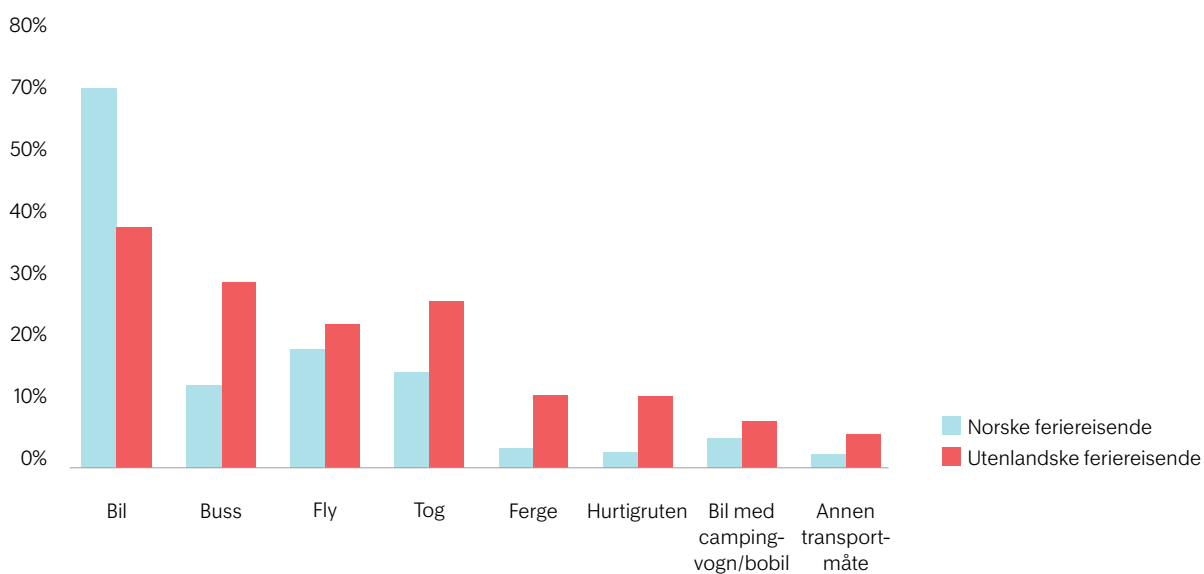


# Nordmenn bruker i all hovedsak bil

Hele 70 prosent av de norske feriereisende reiser rundt i Norge med bil, mens tilsvarende andel for de utenlandske ligger på 45 prosent. Det er større variasjon i bruk av transportmidler blant utenlandske turister.

Mange kommer til Norge med fly, og så velger de andre transportmidler under oppholdet. Eksempelvis er det 34 prosent som tar buss, og 31 prosent som reiser med tog.

## De feriereisendes valg av transportmiddel på reisen i Norge



# Nok en rekord i kommersielle gjestedøgn

Det var 35,2 millioner gjestedøgn ved kommersielle overnattingssteder i 2019. Det er en økning på fire prosent, som betyr 1,4 millioner flere gjestedøgn fra 2018. Norske gjestedøgn økte med tre prosent og utenlandske med seks prosent.

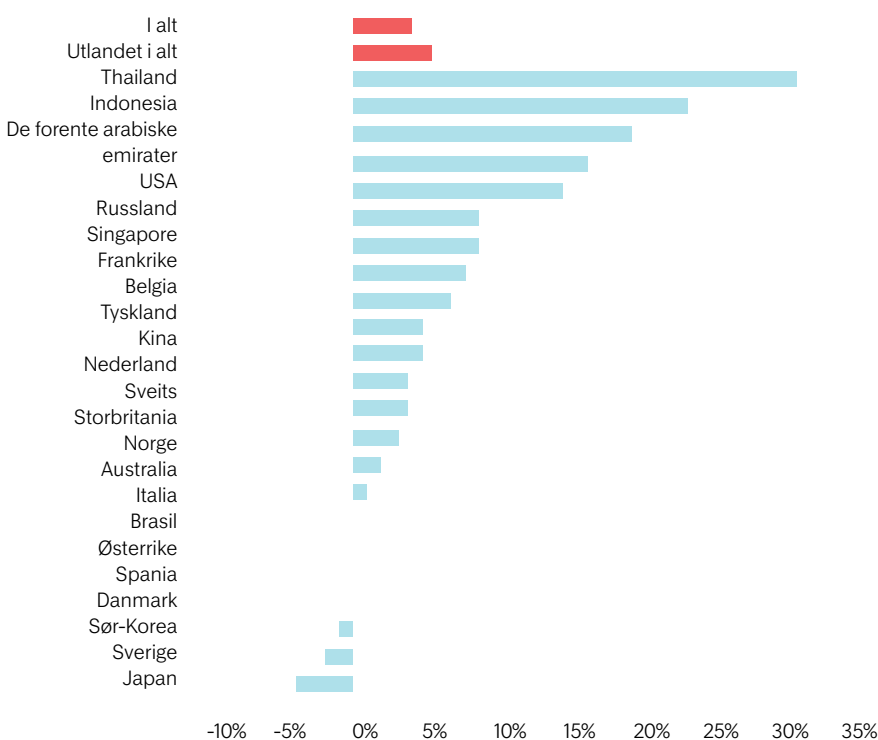
## God utvikling i antall besøkende fra 2014 til 2019

Perioden etter finanskrisen i 2007 var tøffe år for norsk reiselivsnæring. En økonomisk nedgang preget mange av våre hovedmarkeder, samtidig som den norske kronkursen gjorde det dyrt å feriere her.

Det løsnet i januar 2014, og deretter har det vært en sammenhengende vekst frem til mars 2020. Veksten er dessverre ikke spredd likt utover landet. Størst tilvekst har Fjord Norge, Oslo-regionen og Nord-Norge hatt.

Tyskland, Sverige, USA og Danmark er de største utenlandsmarkedene for norsk reiseliv. Tyskland har i lang tid vært på topp. I 2019 er Tyskland det markedet som legger igjen mest penger i Norge, og der det er flest førstegangsbesøkende fra.

## Prosentendring i 2019



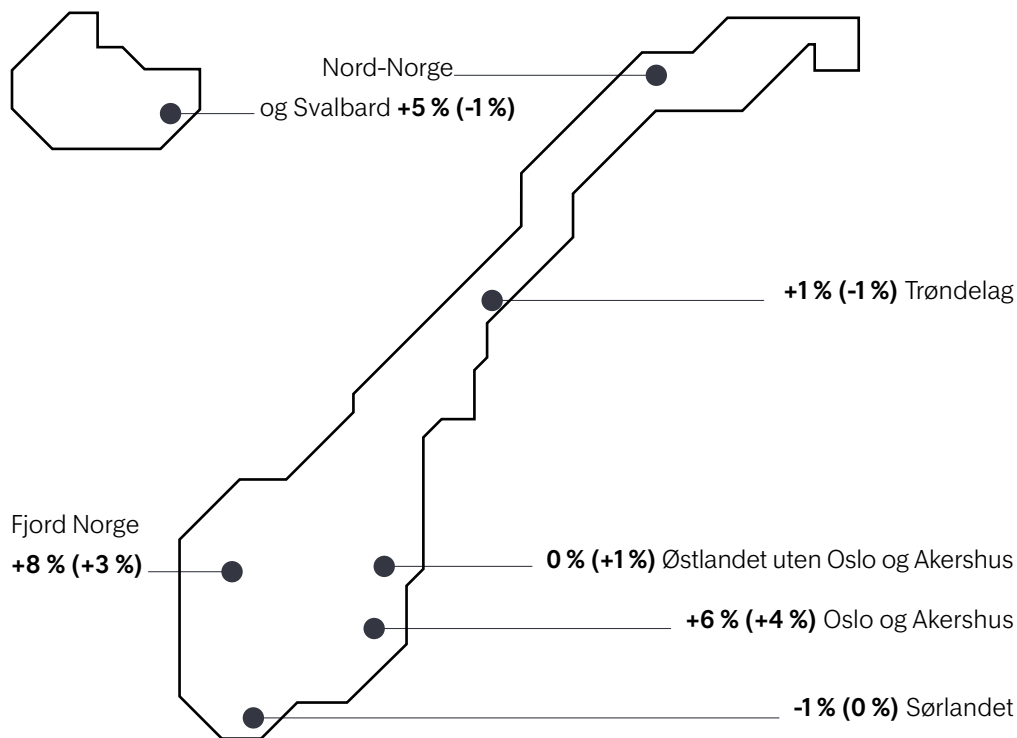
## Kommersielle gjestedøgn

Tabellen er sortert etter størst andel i 2019

	2007	2010	2013	2016	2017	2018	2019	Andel 2019	Endring 2018-2019	Endring 2007-2019
<b>I alt</b>	28 663 930	28 540 497	29 243 016	33 114 132	33 296 767	33 812 674	35 179 554	100 %	4 %	23 %
<b>Norge</b>	20 338 157	20 637 311	21 551 330	23 387 248	23 348 139	23 684 456	24 478 073	70 %	3 %	20 %
<b>Utlandet i alt</b>	8 325 773	7 903 186	7 691 686	9 726 884	9 948 628	10 128 218	10 701 481	30 %	6 %	29 %
<b>Tyskland</b>	1 703 050	1 637 206	1 309 550	1 687 582	1 725 066	1 830 027	1 955 111	18 %	7 %	15 %
<b>Sverige</b>	912 915	958 838	999 339	1 189 888	1 168 554	1 126 646	1 103 425	10 %	-2 %	21 %
<b>USA</b>	330 727	315 436	303 199	496 626	671 385	815 656	956 174	9 %	17 %	189 %
<b>Danmark</b>	1 006 816	914 053	835 121	828 916	776 196	757 113	755 652	7 %	0 %	-25 %
<b>Nederland</b>	873 342	799 515	519 989	658 478	716 308	735 973	773 696	7 %	5 %	-11 %
<b>Storbritannia</b>	755 172	520 428	581 496	734 876	716 930	627 203	649 981	6 %	4 %	-14 %
<b>Kina</b>	70 694	68 133	161 878	392 529	476 767	450 827	471 822	4 %	5 %	567 %
<b>Frankrike</b>	291 826	318 280	285 525	372 107	382 769	414 147	451 608	4 %	9 %	55 %
<b>Spania</b>	313 766	245 638	174 862	304 303	346 610	342 877	343 513	3 %	0 %	9 %
<b>Italia</b>	228 275	222 540	164 254	235 288	250 876	271 612	273 372	3 %	1 %	20 %
<b>Sveits</b>	121 970	133 159	139 545	204 456	225 576	234 924	243 469	2 %	4 %	100 %
<b>Belgia</b>	65 857	88 866	81 671	130 164	145 375	148 671	160 179	1 %	8 %	143 %
<b>Russland</b>	130 434	172 811	211 805	105 285	123 604	133 851	154 189	1 %	15 %	18 %
<b>Australia</b>	41 620	43 917	61 294	87 498	113 341	122 733	125 339	1 %	2 %	201 %
<b>Østerrike</b>	64 536	76 045	67 776	98 760	97 424	112 046	112 522	1 %	0 %	157 %
<b>Sør-Korea</b>	40 609	38 008	57 042	88 157	120 540	104 921	104 339	1 %	-1 %	-14 %
<b>Japan</b>	115 962	104 014	103 882	111 579	111 976	104 463	100 283	1 %	-4 %	-10 %
<b>Thailand</b>	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	40 306	53 132	0 %	32 %	265 %
<b>Brasil</b>	13 847	22 882	38 999	35 582	68 167	50 485	50 726	0 %	0 %	n/a
<b>De forente arabiske emirater</b>	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	33 357	40 068	0 %	20 %	266 %
<b>Singapore</b>	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	35 387	38 623	0 %	9 %	n/a
<b>Indonesia</b>	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	20 280	25 140	0 %	24 %	n/a

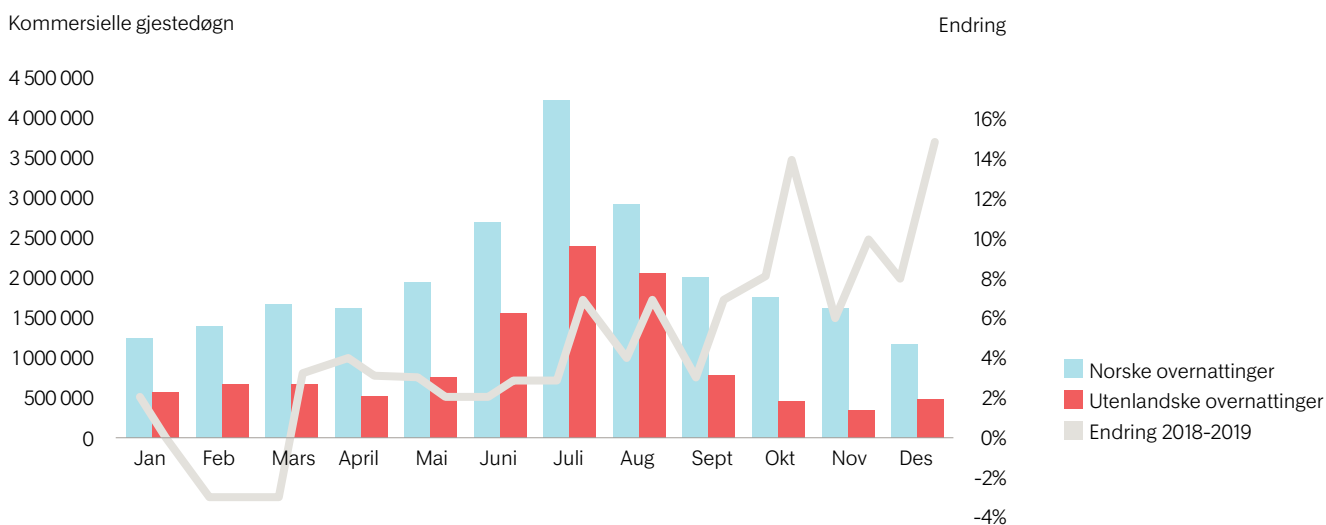
## Endring i kommersielle gjestedøgn per landsdel i 2019

I parantes vises endring i 2018



### Fordeling av norske og utenlandske gjestedøgn gjennom året og endring fra 2018

Det var en god vekst fra utlandet stort sett gjennom hele 2019. Spesielt fra juli og ut året





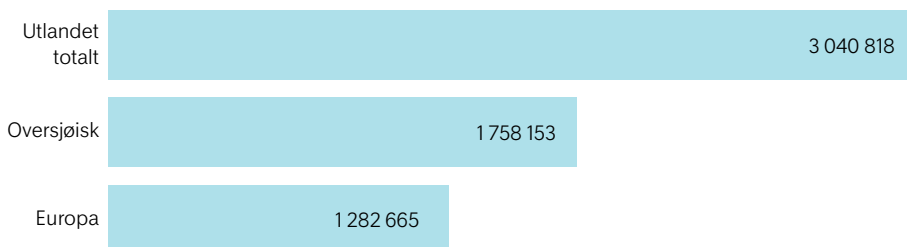
# Verdens befolkning reiser stadig mer, og flere finner veien hit

I 2005 var 11 prosent av alle utenlandske kommersielle gjestedøgn fra land utenfor Europa. Nå er andelen 24 prosent. Så ikke bare kommer det flere til Norge, men veksten fra oversjøiske markeder er større enn fra europeiske markeder.

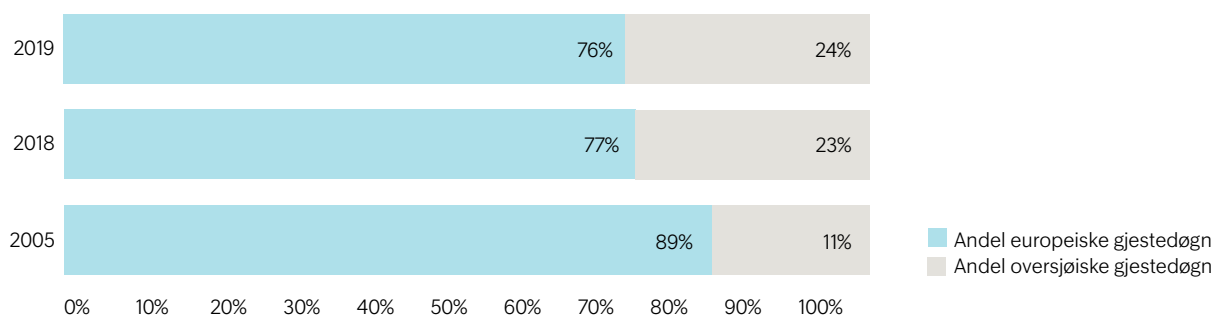
Fra 2005 til 2019 har antall utenlandske gjestedøgn økt med 3 millioner. I underkant av 1, 8 millioner, som tilsvarer 58 prosent, er fra land utenfor Europa.

## Grafen viser tilvekst i gjestedøgn i perioden 2005-2019

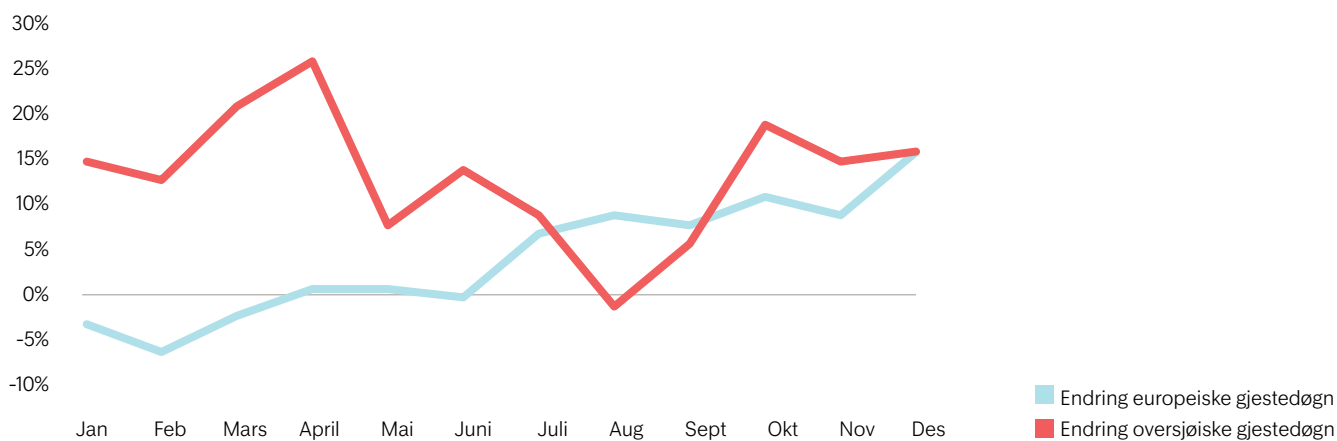
Fra 2005 er over halvparten av veksten fra utlandet vært fra land utenfor Europa



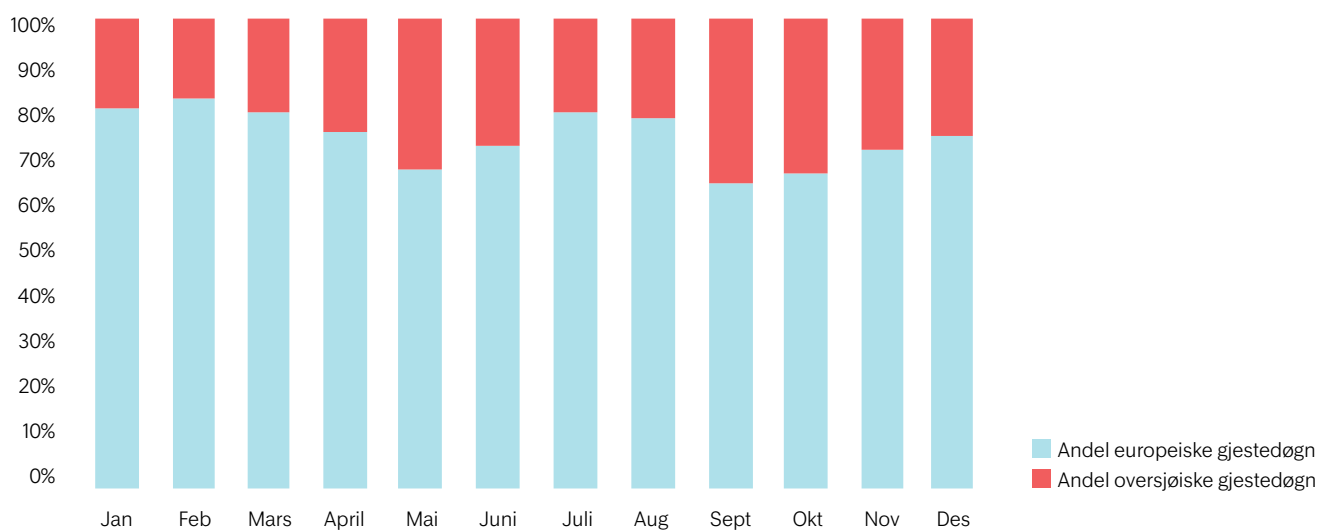
## Andel utenlandske gjestedøgn fordelt på europeiske og oversjøiske markeder



### Endring i europeiske og oversjøiske gjestedøgn gjennom 2019



### Andel europeiske og oversjøiske gjestedøgn gjennom 2019



# Oppfatning av Norge som feriemål

## Mange vil ha både natur- og kulturopplevelser

At Norge har vakker natur er godt kjent, og blir av mange tatt som en selvfølge. Norge har en sterk posisjon som et naturbasert reisemål. Samtidig har vi klart å utvide assosiasjonene til hva en ferie i Norge har å tilby.

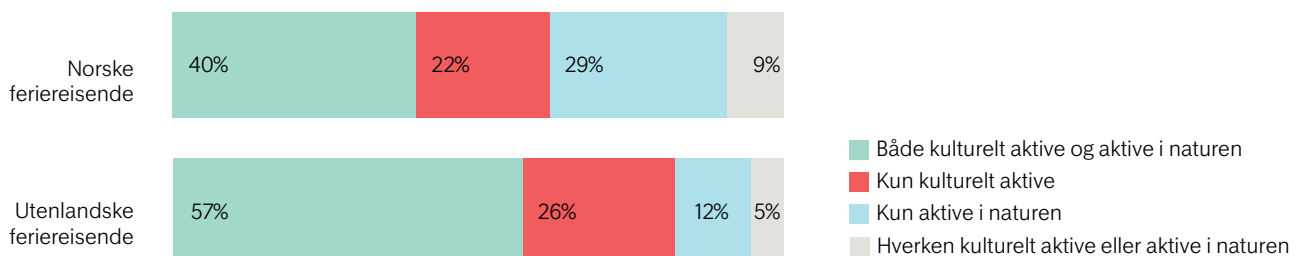
## Kultur og natur hånd i hånd

Mange norgesturister kommer for å oppleve både kultur og natur. I motsetning til naturaktiviteter som i mange tilfeller er gratis og dermed medfører et lavt forbruk, bidrar kulturaktiviteter til et økt forbruk. Det er nettopp av den grunn kombinasjonen mellom kultur og natur er

De besøkende som har interesser utover kun natur i dag, har et større døgnforbruk og er mer tilfreds med norgesferien viser Turistundersøkelsen.

viktig. Blant de utenlandske turistene i 2019, var det 57 prosent som svarte at både kultur- og naturopplevelser var viktig for norgesferien. Samtidig svarte 26 prosent at de kun var interessert i kulturopplevelser. Den minste gruppen er de utenlandske turistene som kun kom for aktiviteter i naturen.

## Aktiviteter som vurderes som viktig for feriereisen til Norge



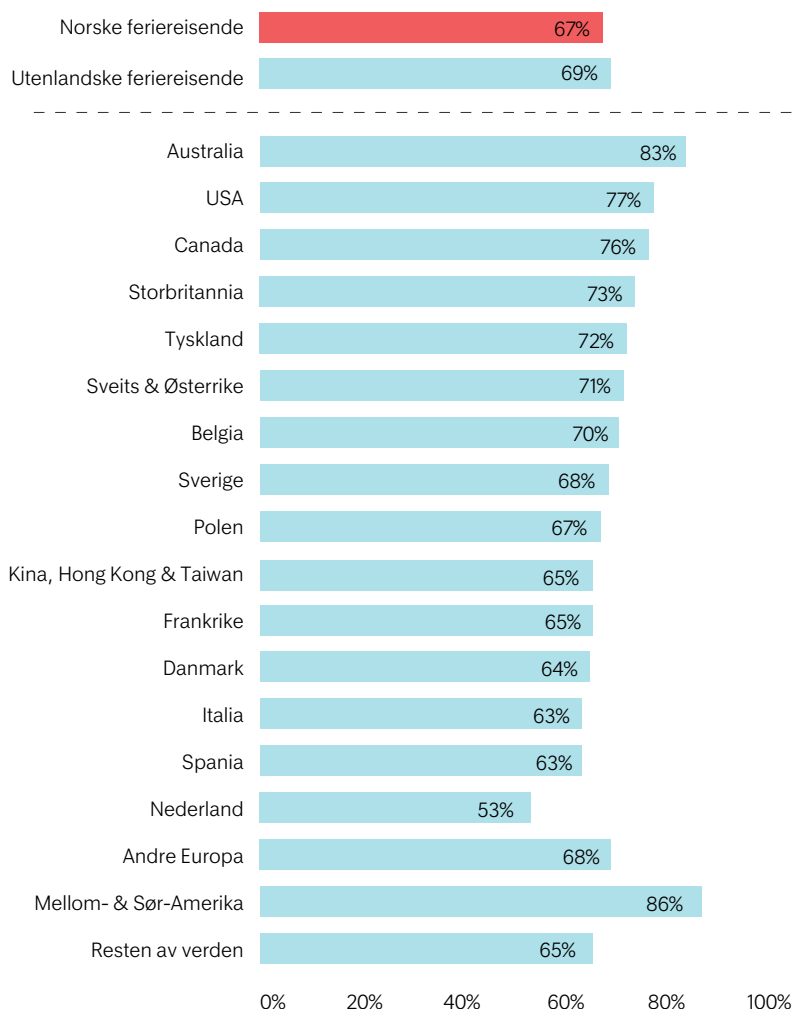
# Australiere og amerikanere er våre fremste ambassadører

NPS står for Net Promoter Score, som regnes ut fra de besøkernes anbefalingsvillighet på en skala fra 0–10. 90 prosent av våre besøkende svarere mellom syv og ti på spørsmålet om de vil anbefale en ferie i Norge til andre.

Samlet er resultatet bra, men svarene varierer mellom markedene. Australiere, amerikanere og canadiere er våre aller fremste ambassadører, som i størst grad vil anbefale andre å reise til Norge.

## NPS på tvers av feriemarkeder

Net Promoter Score



### Kilde:

Turistundersøkelsen, Innovasjon Norge

# Hva øker sannsynligheten for å legge ferien til Norge?

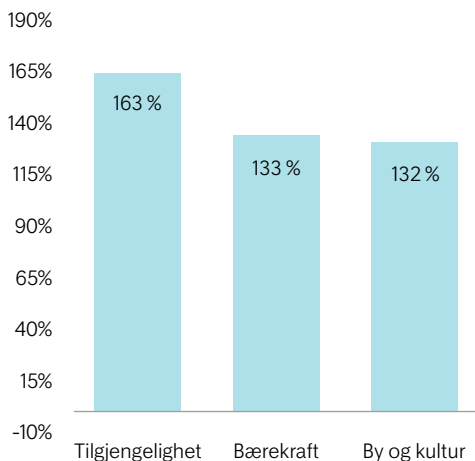
Det at Norge har vakker natur er velkjent for mange, men det bidrar ikke alene til at flere velger å komme hit. Merkevarertrackeren viser at det som i størst grad øker sannsynligheten for å bestemme seg for en norgesferie er tilgjengelighet, bærekraftige alternativer

og et spennende by- og kulturliv. Det må være enkelt å reise til Norge, men også enkelt å reise rundt i landet. Det er et konkurransefortrinn å vise at man har tilgang til bærekraftige alternativer under ferien, og at man på norgesferien kan oppleve by og kulturtilbud.

## Hvor sannsynlig er det at du vil dra på ferie til Norge i løpet av de neste tolv månedene?

Skala fra 0 til 10 der 0 er at du definitivt ikke vil, og 10 at du definitivt vil dra på ferie til Norge.

Gjennomsnittlig merkevareeffektivitet i %



% = Hvor mye mer sannsynlig det er at turister drar til Norge på ferie hvis de er helt enige med bare den ene merkevaren som er forbundet med Norge som feriemål.

### Eksempel på tolkning:

En turist som helt er enig i bare «By og kultur» som kjennetegn på Norge som feriemål, har 132% større sannsynlighet for å besøke Norge enn en turist som ikke er enig i noen merkevare som kjennetegn på Norge.

### Kilde:

Merkevaretracker, Innovasjon Norge

# Mange bruker lang tid på å planlegge en norgesferie

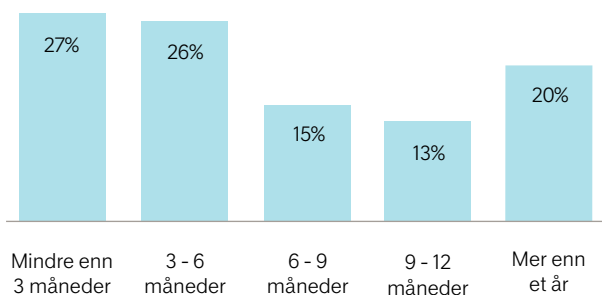
Halvparten av turistene planlegger en ferie til Norge i mer enn seks måneder før avreise

En av fem av de som ferierte her i 2019 hadde begynt å planlegge reisen ett år før avreise. Samtidig er det mange som bestiller kort tid før de reiser. Selv om mange bruker lang tid på å vurdere en norgesferie, bestiller 63 prosent av turistene turen mindre enn tre måneder før avreise.

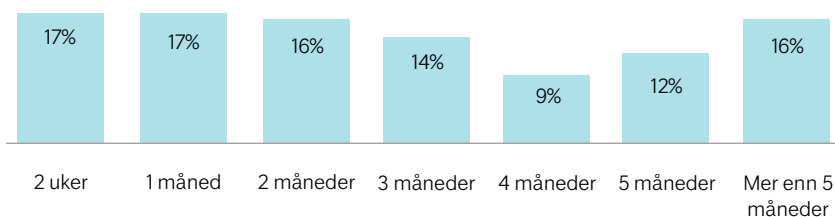
63 prosent av turistene bestiller turen mindre enn 3 måneder før avreise.

## Planlegging og bestilling av norgesferien

Hvor lenge før du besøkte Norge vurderte du først denne turen til Norge?



Hvor lenge før avreise bestilte du den første delen av turen til Norge?



### Kilde:

Turistundersøkelsen, Innovasjon Norge

# 04 Miljøhensyn





# Endrer vi reisemønstre på grunn av bekymring for miljøet?

Som vist på side 47, er det et konkurransefortrinn å fortelle at man på en ferie i Norge har tilgang til bærekraftige alternativer. I samme undersøkelse blir potensielle norgesturister spurt om de vil endre måten de reiser på grunnet bekymring for miljø/klima.

Undersøkelsen gjennomføres regelmessig i Norge, Sverige, Danmark, Storbritannia, Tyskland, Nederland og Frankrike. Blant svarene er det flest som vil endre måten de reiser på i Frankrike og færrest som er interessert i Norge.

På topp ligger Frankrike og Tyskland, hvor hhv. 64 prosent og 55 prosent sier seg enig. På bunn ligger Norge og Danmark med hhv. 26 prosent og 33 prosent. I Sverige er det 41 prosent som sier seg enig i påstanden.

De som vil endre reisemønstre fikk følgende oppfølgingsspørsmål: "På hvilken måte vil du endre atferd?" Kanskje ikke overraskende, kom det å reise mindre med fly høyt opp i flere land, men ikke i Frankrike. Her svarte kun 39 prosent at de vil reise mindre med fly. Det å velge destinasjoner som tar vare på det lokale miljøet er viktigst for franskmenn.

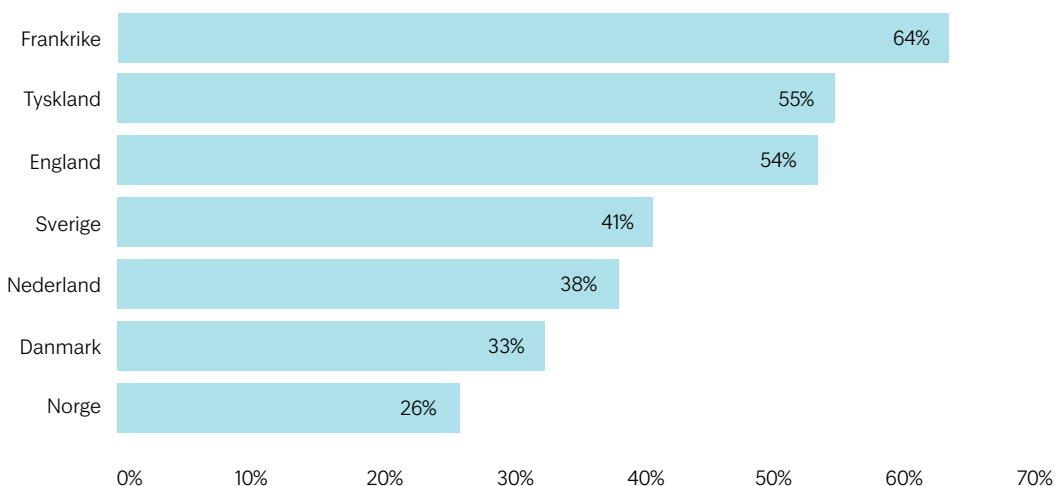
## **Få svarte at de vil reise mindre til utlandet**

Av dem som svarte at de vil endre måten de reiser på, var det relativt få som vil reise mindre til utlandet. Blant nordmenn var det 39 prosent som svarte at de vil reise mindre til utlandet.

### I hvilken grad er du enig eller uenig med følgende utsagn:

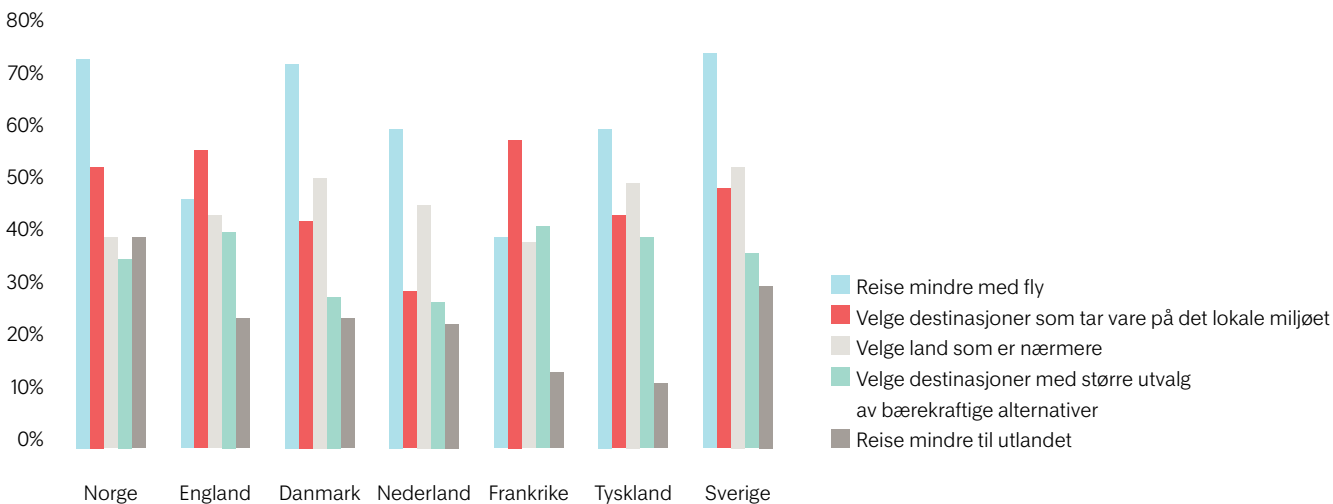
Jeg vurderer å endre måten jeg reiser på grunn av bekymring for miljøet/klimaet

Her vises svaralternativene helt enig og enig



### På hvilken måte vurderer du å endre måten du reiser på?

Flyskam er reelt, men ikke like sterke i alle markeder. De som svarte av de ville endre reisemåte på grunn av miljøet (som vist over), fikk følgende oppfølgingsspørsmål: På hvilken måte vurderer du å endre måten du reiser på? Vennligst velg alle som gjelder.

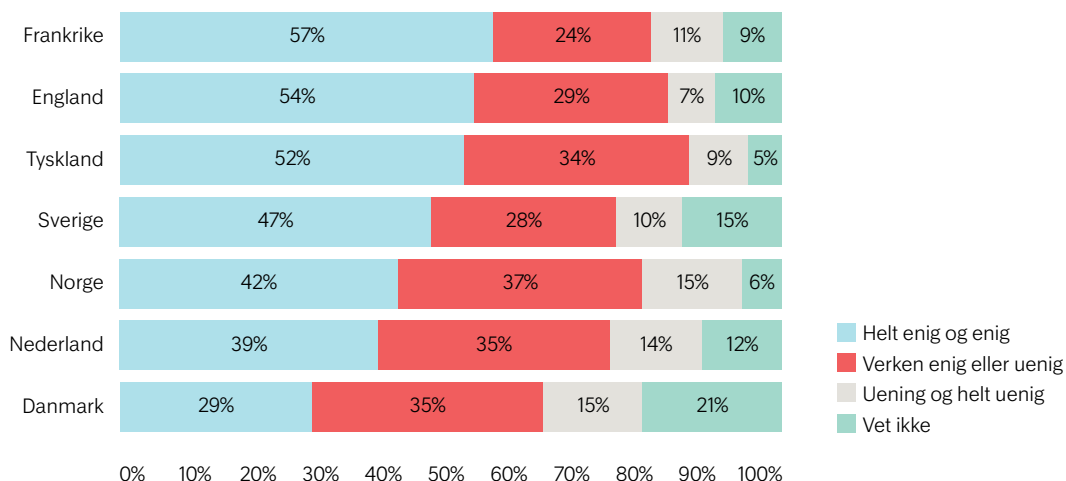


# Vil det å reise til Norge være et godt valg?

Over halvparten av befolkningen i Frankrike, England og Tyskland vurderer en norgesferie å være et godt valg ut fra et bærekraftsperspektiv. Det interessante er at dansker,

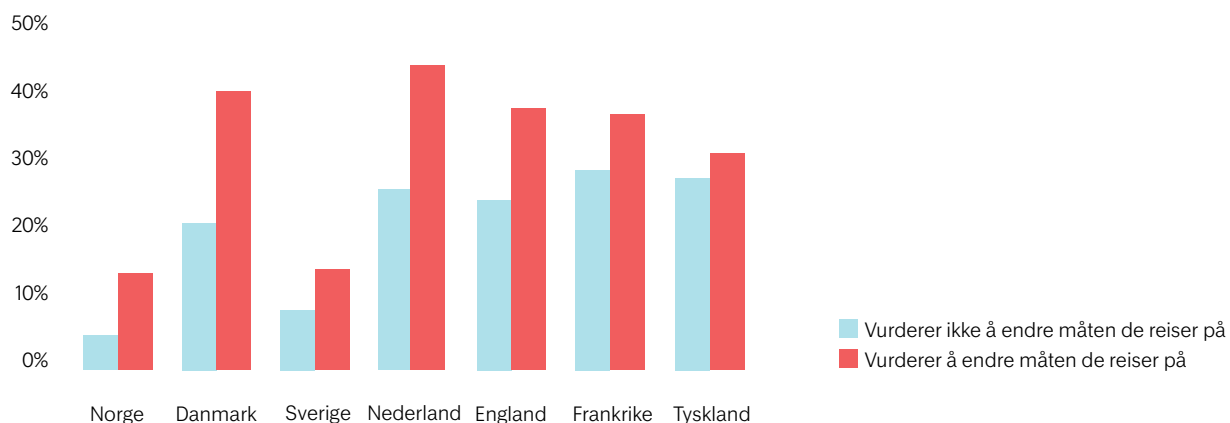
svensker og nordmenn i mindre grad er enig. Kun 42 prosent av nordmenn anser en ferie i eget land å være et bærekraftig alternativ.

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



## De unge miljøinteresserte vil i større grad reise til Norge

Blant de mellom 18-35 år øker sannsynligheten for å besøke Norge betraktelig hvis de samtidig sier de vil endre måten å reise på, på grunn av bekymring for miljøet/klimaet.



# 05 Nordmenns syn på turisme



# Normenns holdninger til turisme

Nordmenn er stolte over at utenlandske turister velger å komme hit, og det er enighet om at turisme gir økt velstand, økonomisk vekst og sysselsetting. Samtidig står turismens forvaltning overfor flere utfordringer. Reiselivsnæringen i Norge er svært sesongbasert, med over halvparten av alle gjestedøgn i sommermånedene mai til august. Det er i denne perioden tilveksten har vært størst, i enkelte områder i landet.

For å ta problemstillingen om overturisme på alvor gjennomførte Innovasjon Norge landsdekkende undersøkelser som måler nordmenns syn på turisme i 2018 og 2019. I tillegg spør vi turistene her det samme; Har de vært plaget av overturisme under oppholdet?

## Innbyggerundersøkelsen

Her er det nok respondenter til å si noe om Norge totalt, per landsdel og Oslo for seg. I tillegg presenteres resultater etter geografiske områder som har mye turisme i sommersesongen, samt områder med skiturisme og nordlysturisme i vintersesongen.

### **Pressområder sommer.**

Stavanger, Bergen, Ålesund, Stranda (Geiranger), Lofoten, Aurland, Stryn og Longyearbyen.

### **Skidestinasjoner:**

Hemsedal, Geilo, Hafjell, Kvitfjell, Trysil, Norefjell, Lillehammer, Voss og Myrkdalen.

### **Nordlysturisme:**

Tromsø og Svalbard.

NB: Det kan være mange turister andre steder også. Det at det er flere tilreisende enn fastboende er ofte en utfordring. Dette er en innbyggerundersøkelse, så vi er avhengig av at det bor nok folk på steder for å kunne gjennomføre intervju.

# Turismens omfang

Vi kan deles Norges befolkning i tre når det kommer til syn på turisme

Litt over halvparten av befolkningen opplever dagens turistvolum (i 2019) som akkurat passe. Så kommer de som synes det er for få turister. Det gjelder 37 prosent av befolkningen. Til sist kommer gruppen som synes det er for mange. De utgjør 12 prosent. Utfordringen er at denne andelen har økt fra 2018, og det er blant innbyggere som bor steder hvor det har vært en kraftig vekst de

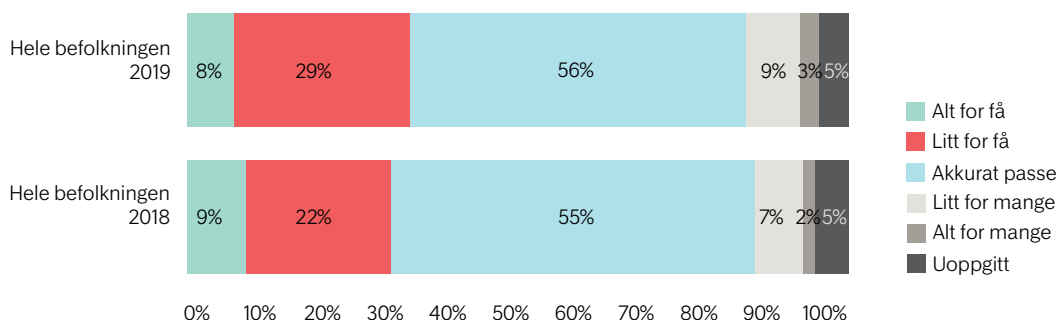
siste årene. Både av cruiseturister, bobiler og andre tilreisende.

Siden antall turister ikke er likt fordelt utover landet, eller gjennom hele året har Innbyggerundersøkelsen nok respondenter til å si noe om Norge totalt, per landsdel og Oslo for seg. I tillegg presenteres resultater etter geografiske områder som har mye turisme i sommersesongen, samt områder med mye skiturisme og nordlysturisme i vintersesongen.

## Volumet er akkurat passe for halve befolkningen

men det er en endring siste år i nordmenns holdninger til turisme

Der du bor:



### Kilde:

Innbyggerundersøkelsen, Innovasjon Norge

# Størst belastning i sommersesongen

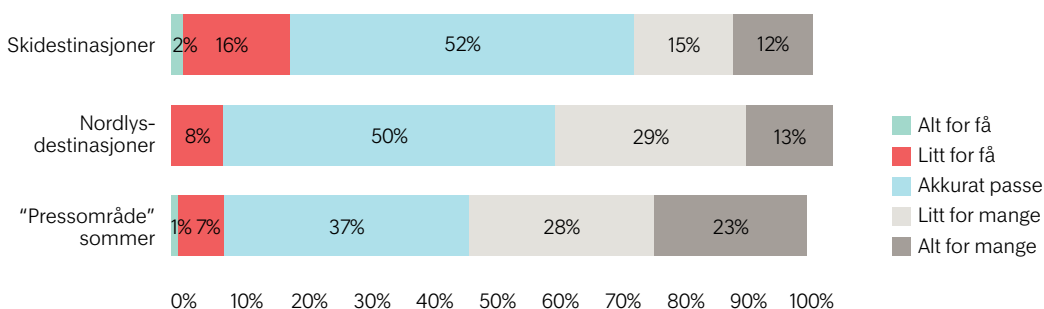
I sommersesongen er det spesielt innbyggere i områder av Fjord Norge, Lofoten og på Svalbard som merker presset fra turisme. Her er det halvparten som svarer at det er litt til altfor mange turister. I vintersesongen har vi samlet svar fra folk som bor ved større skidestinasjoner og de som har nordlysturisme. Resultater viser at innbyggere ved skidestinasjonene er minst plaget av turismen. Her svarer en mindre andel at det er for mange turister. Blant dem som har nordlysturisme er andelen litt høyere. Her svarer 42 prosent at det er litt til altfor mange turister.

Landsdelene i mellom er det ganske likt, med noen unntak. I Fjordfylkene og i Nord-Norge sier noen flere

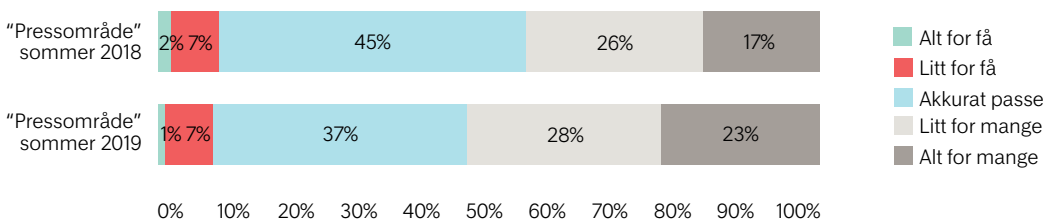
(to av ti) at volumet er for høyt, enn ellers i landet (én av ti). Blant dem som mener antallet turister er for høyt, betyr dette for de fleste «litt for mange, fra tid til annen».

Det er særlig cruisevolumet som vurderes å være for høyt, og i stigende utstrekning (tre av ti i 2018 - fire av ti i 2019) i befolkningen. Motsatt vurderer flere i 2019 volumet på individuelle turister som for lavt. Mange av resultatene er like på tvers av landet, men det er særlig de som har mange turister i Fjord Norge og i Nord-Norge som i større grad opplever antall cruiseturister, og dels bobilturister, som for høyt.

## Størst belastning i sommersesongen



## Det er områder med mye turisme om sommeren som oppgir en større belastning sommersesongen 2019 enn de gjorde i 2018





# Alt i alt er nordmenn positive til turisme

## Turisme skaper stolthet

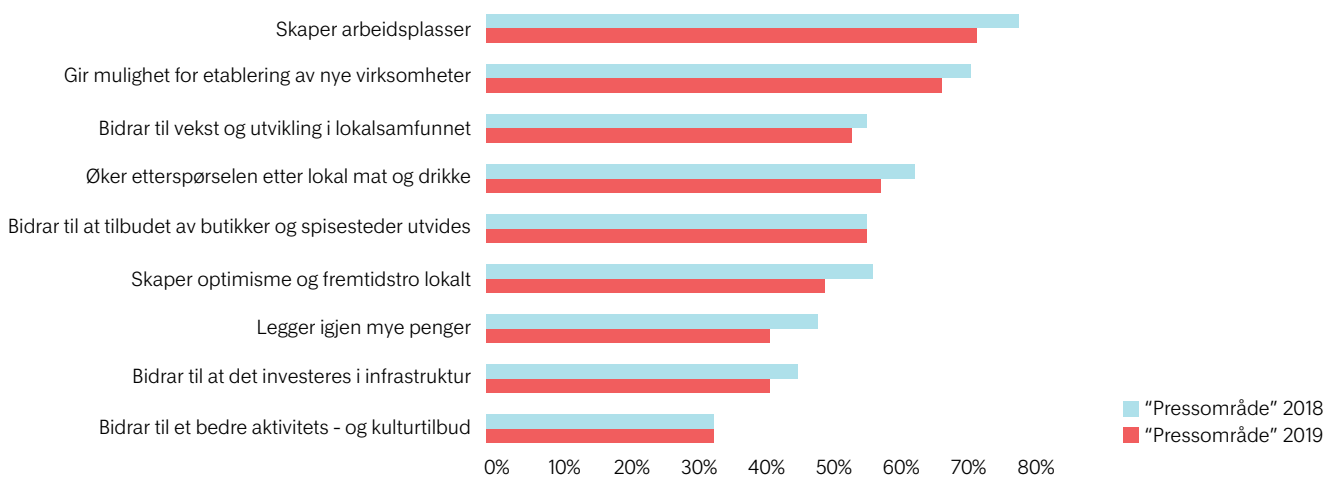
Nordmenn er stolte over at utenlandske turister velger Norge som reisemål. Vi er enige om at turister som besøker oss får produkter og opplevelser i verdensklasse, og vi ønsker dem som kommer en god opplevelse.

Drøyt over halvparten av nordmenn mener at turismen bidrar til lokal vekst og skaper optimisme og fremtidstro. Befolkningen i pressområdene deler den øvrige befolkningens positive vurderinger, samtidig som skidestinasjonene skiller seg ut med lavere vekt

på næringslivsetablering og høyere vekt på de fleste andre positive egenskapene. Nordmenn synes turisme bringer med seg flere positive, enn negative sider. Folk i områder med mye turisme, er i større grad enn resten av befolkningen klar over turismens positive betydning. Samtidig som de er bevisst medaljens negative bakside.

Færre (fire-fem av ti) mener den har positiv effekt på lokal infrastruktur og kulturtilbud, eller at turistene legger igjen mye penger.

**Folk som bor i "pressområdene" er i større grad klar over turismens positive side enn resten av befolkningen, men begeistringen har sunket på et år**

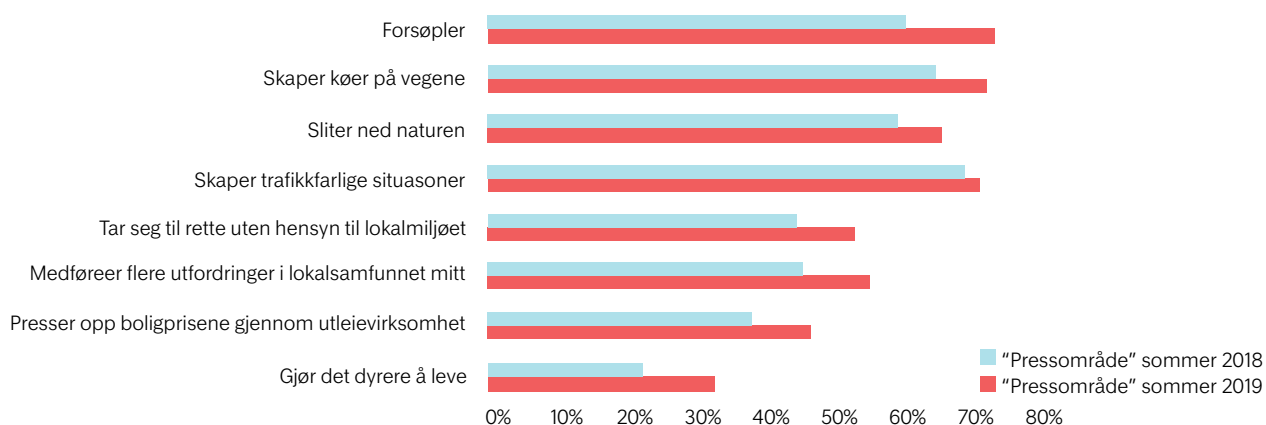


# Forsøpler og skaper trafikkfarlige situasjoner

Negative ringvirkninger knyttes gjerne til forsøpling og trafikale forhold, mens de i liten utstrekning assosieres med økt lokalt kostnadsnivå som levekostnader og boligpriser. I pressområdene er de negative tilbakemeldingene mere varierende, samtidig som flere opplever disse enn befolkningen ellers i landet.

Forsøpling er oftest nevnt, samtidig erfarer flere i pressområdene jevnt over flere negative konsekvenser. Særlig med trafikksituasjon og naturslitasje.

## I tillegg til syn på turismens positive sider har sunket, har syn på turismens negative konsekvenser økt i områder med mye turisme.



# Hvordan vil nordmenn i 2019 at turismen skal utvikle seg?

## **Hvis du fikk lov til å bestemme fremtidens turisme?**

Undersøkelsen viser at det er flere som ønsker ytterligere vekst der de bor, enn en reduksjon. Det gjelder særlig i Østlandsregionen (utenom Oslo) og på Sørlandet, men svarene er ikke så annerledes for de andre landsdelene. I Fjordfylkene og i de nordligste landsdelene antydes polarisering, der to av ti ønsker reduksjon, mot én

av ti i landet ellers. Vekstambisjonen knyttes gjerne til «noe flere, hele året». Polariseringen skyldes at innbyggerne i disse områdene hvor det er mange turister om sommeren, er andelen som ønsker reduksjon høyere i 2019 (fire av ti) enn i 2018 (tre av ti) og særlig i sommersesongen.

# Opplever de besøkende overturisme?

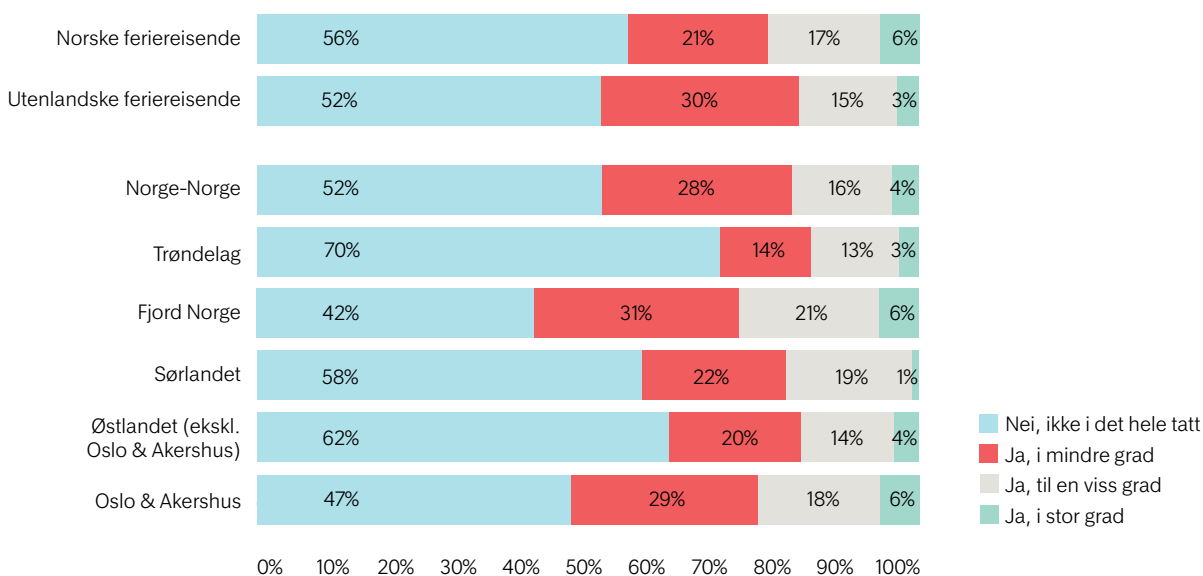
## Nordmenn oppgir i større grad at de opplever overturisme enn utenlandske feriereisende

23 prosent av de norske feriereisende og 18 prosent av de utenlandske sier at de i større grad opplevde at stedene de besøkte føltes overfylte, fordi det var for mange turister der.

Det er særlig Fjord Norge og Oslo som skiller seg ut ved at over halvparten av turistene oppgir at de opplevde en grad av overturisme på stedene de besøkte. Trøndelag er den regionen i Norge hvor turistene i minst grad opplever overturisme.

## Opplevd overturisme blant de feriereisende fordelt etter region

Spørsmålet er formulert slik: I hvilken grad er du enig i dette utsagnet: «Stedene jeg besøkte, føltes overfylte fordi det var for mange turister der»?



# 06 Nordmenns ferievaner



# Nordmenn på ferietoppen i Europa

## **Nordmenn er de mest reiseglade i Europa**

Ifølge tall fra Eurostat lå Norge i Europa-toppen når det gjelder å reise på ferier. Vi må kun se oss slått av Finland som inntok førsteplassen. Over ni av ti nordmenn over 15 år dro på minst en feriereise i 2019. Det er langt over EU-gjennomsnittet som er 62 prosent.

## **Vi liker oss på hytta**

Til tross for at hele to av tre feriereiser er innenlands, bruker vi to av tre ferie-kroner på utenlandsferier. Det henger sammen med at når nordmenn ferierer innenlands, overnatter flere enn seks av ti privat. Enten er det på hytta, i et feriehus eller hos venner og familie. Så lite som 12 prosent av overnattingene er på hotell, mens på feriereiser utenlands velger over halvparten overnatting på hotell.

## **Spania og Sverige på topp**

Når vi ikke ferierer i eget land, går turen til Spania og Sverige. Danmark innehar en tredjeplass over

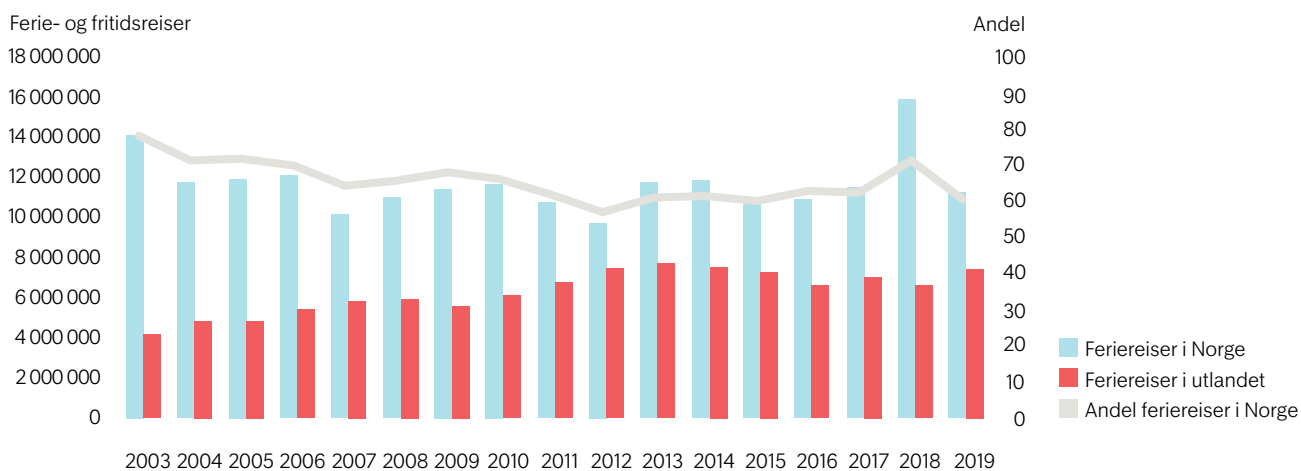
60 prosent av alle feriereiser nordmenn hadde i 2019 var i eget land, mens kun 26 prosent av feriebudsjettet ble brukt her.

nordmenns feriereiser. I 2019 gjennomførte nordmenn i alt 18,5 millioner feriereiser i inn- og utland. Det er en nedgang på 17 prosent, som betyr 3,7 millioner færre reiser, sammenlignet med 2018. Nedgangen skyldes 4,6 millioner færre reiser i Norge. Antall utenlandsreiser økte med 860 000.

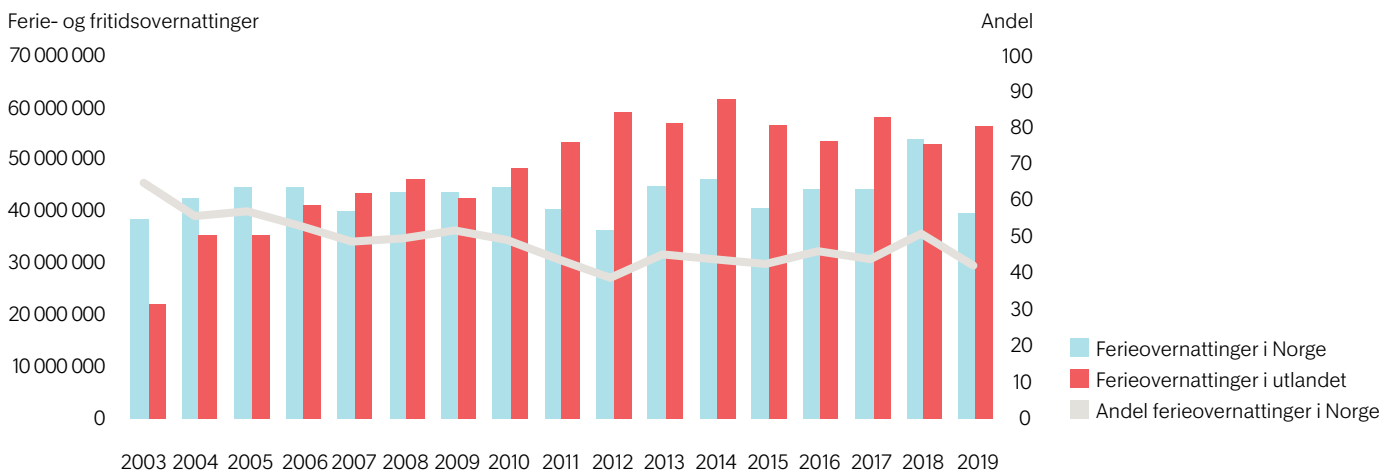
## **Nordmenn har alltid feriert mest i eget land, og det er ikke et særnorsk fenomen**

Sett under ett, har alle EU-borgere samme reisemønster som nordmenn når det kommer til fordelingen mellom innenlands- og utenlandsreiser. Omtrent to av tre reiser foretatt av EU-borgere, er i eget hjemland, viser tall fra det europeiske statistikkbyrået (Eurostat).

### Flere utenlandsreiser og færre reiser i eget land



### Ferie- og fritidsovernattinger

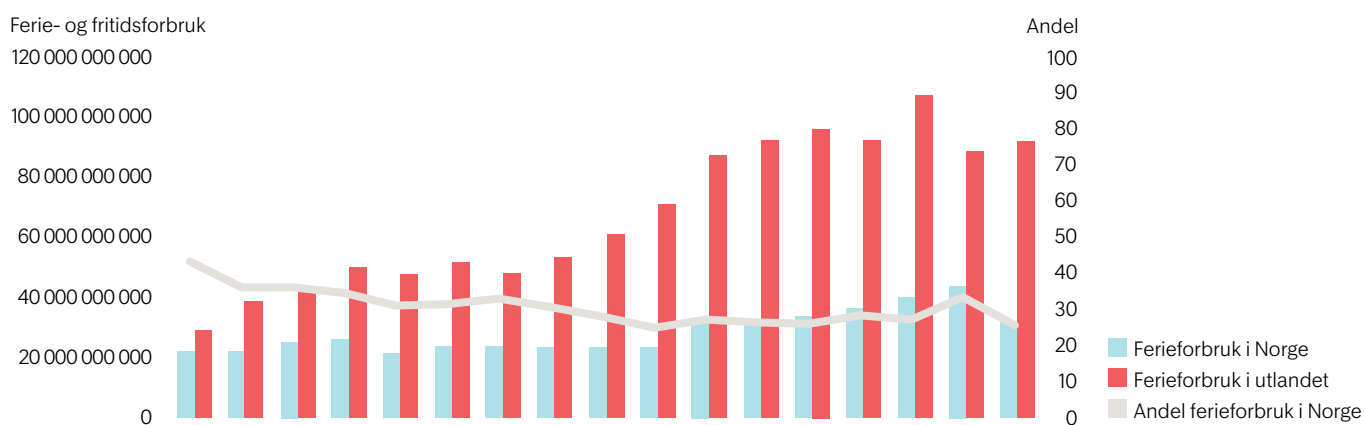


# Vi bruker mer penger på utenlandsferier

Nordmenn brukte i underkant av 123 milliarder kroner på feriereiser i 2019. Det er en nedgang på syv prosent, og betyr 8,6 milliarder mindre enn året før. Nedgangen

skyldes at nordmenn brukte 12 milliarder mindre på ferier i Norge. Forbruket på utenlandsferier økte med 3,4 milliarder.

## Ferie- og fritidsforbruk





# 07 Cruise



# Cruiseturister utgjør en liten andel av all ferietrafikk

Cruiseturister er en liten andel av all ferietrafikk i Norge, men Norges andel av den internasjonale cruiseturismen er større enn vår andel av den landbaserte.

I dag ligger Norges andel av internasjonal cruiseturisme på rundt tre prosent, og den kryper stadig oppover. Markedsandelen på cruise er betydelig høyere enn for andre former av turisme, der Norges andel av verdensturismen ligger på 0,4 prosent (se side 17).

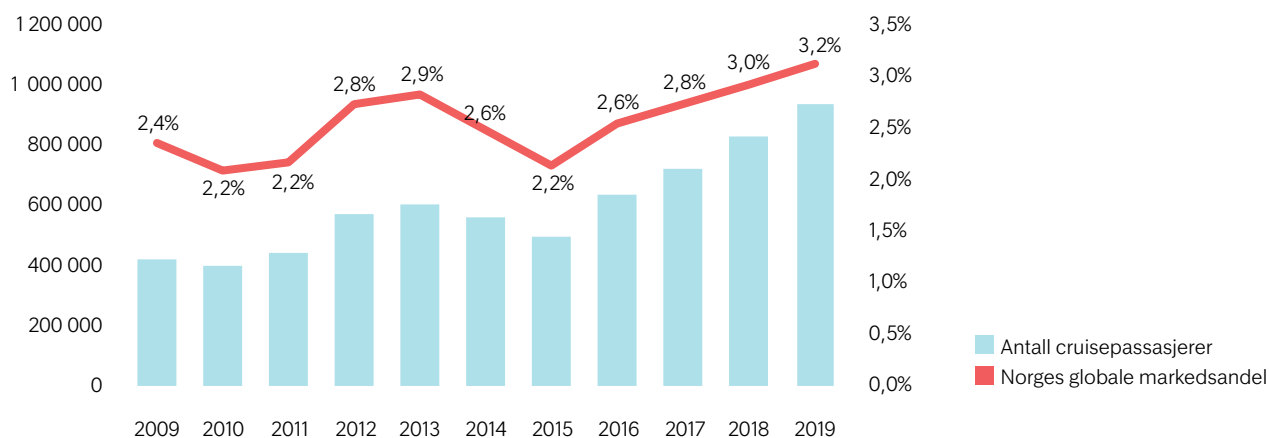
I 2019 var det 944 994 cruisepassasjerer, som er en økning på 11 prosent fra 2018. Cruiseskip besøker ofte flere havner, og teller man samme gjest ved alle havner skipet besøkte blir det totalt 3,3 millioner dagsbesøkende til norske havner.

## Flest tyskere

Tyskland er Norges aller største marked når det kommer til turisme. Det er flest tyske gjestedøgn på land, og det er flest tyske cruisepassasjerer. I 2019 var 37 prosent av alle cruisepassasjerer tyske, deretter kommer briter og amerikanere. Til sammen representerer disse nasjonalitetene 72 prosent av alle cruisepassasjerer. I 2018 lå tilsvarende andel på 68 prosent.

Cruisepassasjerene besøkte i snitt 3,5 norske havner i 2019 som er en nedgang fra 2018

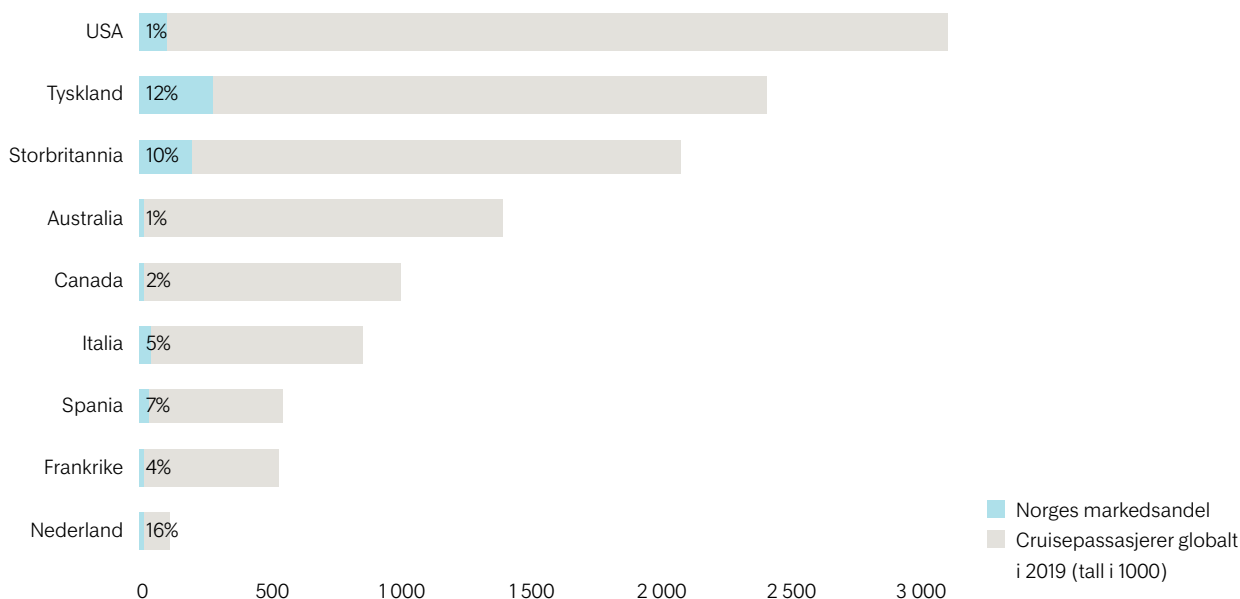
## Cruiseturismens utvikling i Norge



### Kilde:

Cruise Lines international Association, 2019 Cruise Trends & Industri Outlook. og Kystverket

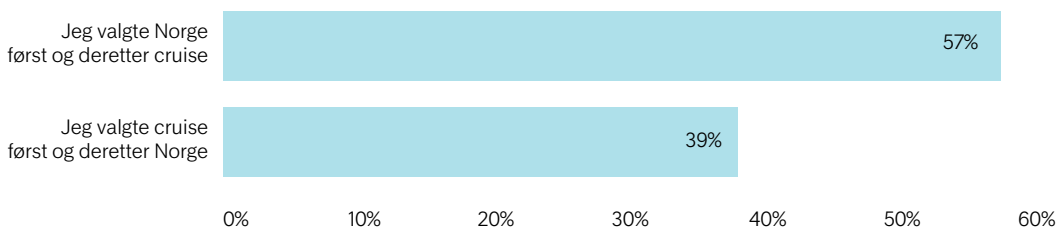
### Norges markedsandel blant de ulike nasjonaliteter



Noen hevder at cruisepassasjerer ikke er opptatt av å oppleve Norge som reisemål, fordi de er først og fremst på et cruise. I cruiseundersøkelsen Innovasjon Norge gjennomførte sommeren 2019, ble passasjerene stilt nettopp det spørsmålet. 57 prosent svarte at det var viktig for dem å oppleve Norge, mens for 39 prosent var det

å være på et cruise viktigst. Svarene har sammenheng med at det er stor variasjon i programmet til cruisene som besøker Norge. Noen cruise er kun innoen en havn i Norge som en del av rundreise til flere land, mens andre cruise er den store norgesreisen hvor skipet er besøker mange havner langs norgeskysten.

### Majoriteten kommer for å oppleve Norge



#### Kilde:

Cruise Lines international Association og Kystverket, Cruiseundersøkelsen 2019, Innovasjon Norge

## Største nasjonaliteter på cruise til Norge

Tabellen viser nasjonaliteter med mer enn 10 000 unike cruisepassasjerer i 2019. Hver passasjer besøkte i snitt 3,5 havner, så totalt var det 3 339 917 dagsbesøk i norske havner.

Nasjonalitet	2019	Endring 2018-2019
Tyskland	351 980	28%
Storbritannia og Nord Irland	209 060	5%
USA	117 388	12%
Italia	37 833	-5%
Spania	37 610	-4%
Canada	20 703	12%
Nederland	20 696	15%
Frankrike	18 322	-9%
Australia	17 224	-10%
Belgia	11 464	-5%
Østerrike	10 836	3%
Andre nasjonaliteter	91 878	-3%
<b>Total</b>	<b>944 994</b>	<b>11%</b>

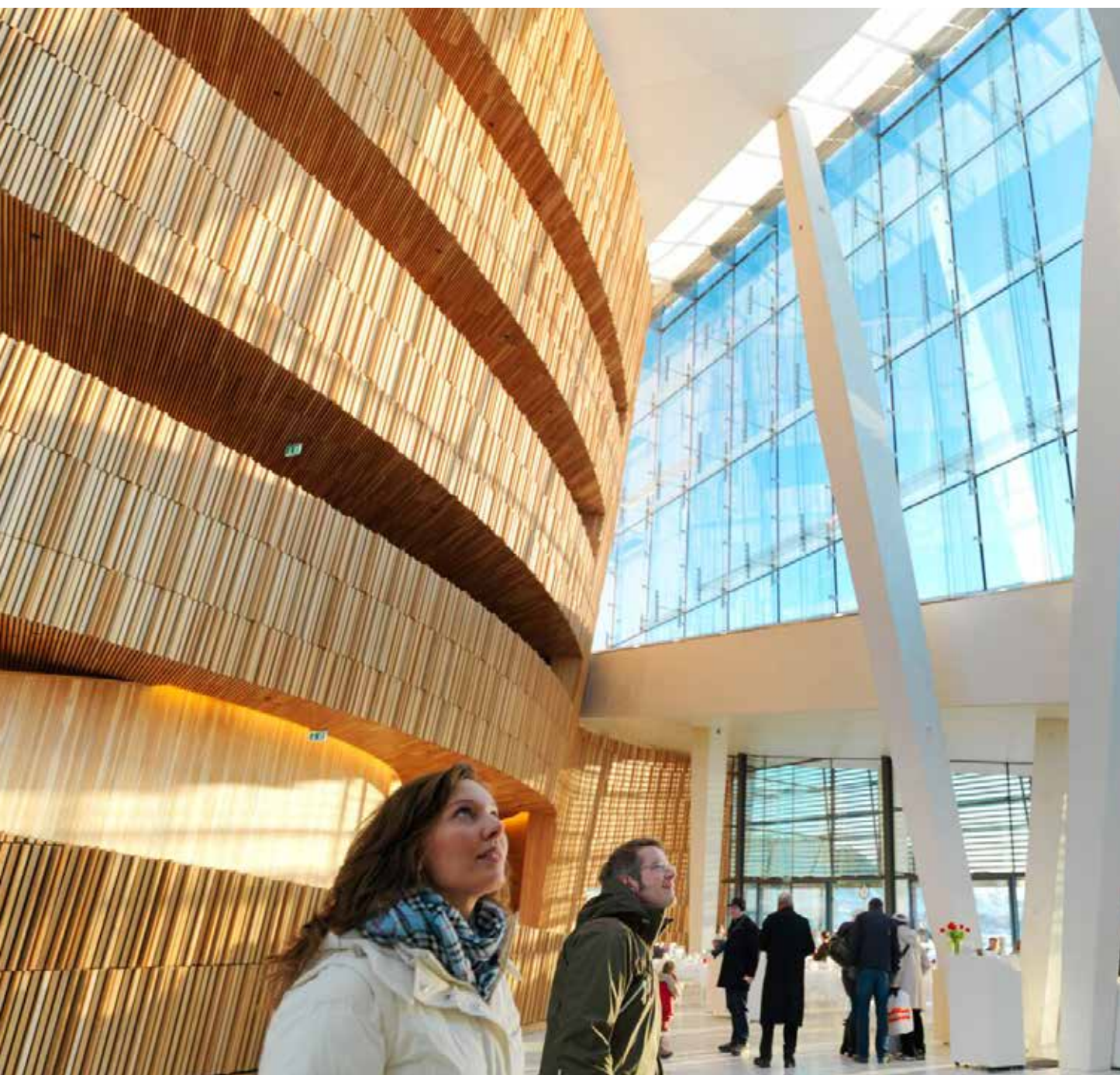
## Mest besøkte havner i 2019

Målt i antall passasjerer, er Bergen nok en gang den havnen med flest passasjerer, etterfulgt av Stavanger og Geiranger.

Havn	Antall passasjerer 2019	Endring 2018-2019
Bergen	576 000	-4%
Stavanger	460 000	38%
Geirangerfjorden Geiranger	402 335	13%
Ålesund	355 551	16%
Flåm	257 988	0%
Oslo	233 383	24%
Nordfjord Olden	176 225	1%
Romsdal Havn (alle tre)	168 086	-11%
Tromsø	155 160	9%
Trondheim	146 269	-2%
Nordkapp Honningsvåg	143 717	1%
Hardangerfjorden Eidfjord	138 457	4%
Andre havner	116 746	-75%
<b>Total</b>	<b>3 329 917</b>	<b>-3%</b>



# 08 Internasjonale møter



# Det ble arrangert 496 kongresser

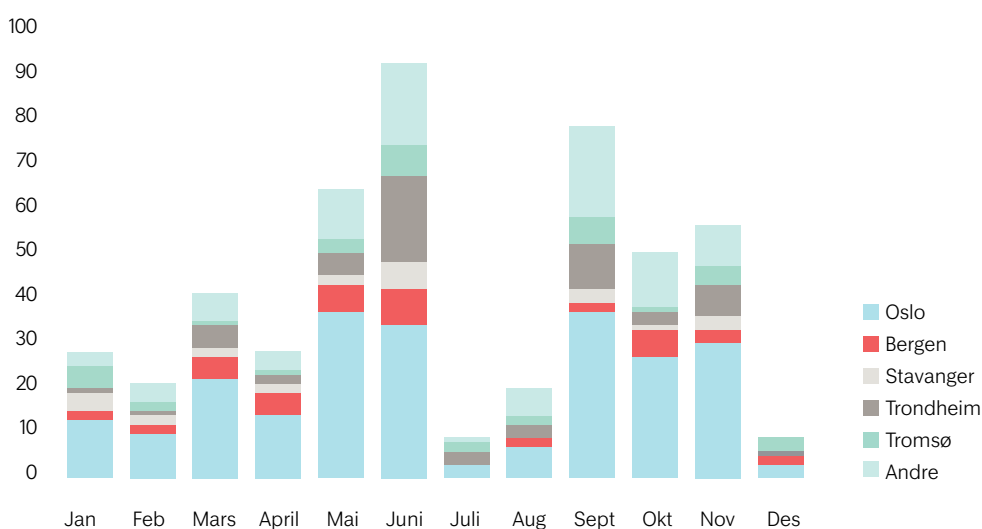
I 2019 ble det arrangert 496 kongresser i Norge. De aller fleste ble arrangert i Oslo, Bergen, Stavanger, Trondheim og Tromsø, som er de fem kongressbyene i Norge. Det er naturlig, siden storbyene har hotellkapasitet til å arrangere større kongresser, tilgjengelighet direktefly og tilgang til kongressentre som mindre destinasjoner ikke har.

Samtidig er kongressene ofte fagmiljøer, og konsentrasjonen av disse er størst i byene med store universiteter og andre utdannings- og forskningsmiljøer.

## Kongresser bidrar til et helårlig reiseliv

Reiselivsnæringen i Norge er i stor grad sesongbasert, med over halvparten av alle gjestedøgn i sommermånedene mai til august. I 2019 ble 311 av de 496 kongressene arrangert utenfor sommermånedene. Det betyr at 63 prosent av kongressene det året, var med å fylle opp hotellsenger utenfor hovedsesongen. Kongresser er viktig for reiselivet, fordi det har høy lønnsomhet, gir ringvirkninger for vertsbyer langt utenfor reiselivet og turistsesonger. Samtidig som kongresser gir vesentlig større verdi til fagmiljøer, regioner og nasjonen enn den direkte verdiskapingen i gjennomføringen av den enkelte kongress.

## Kongresser gjennom 2019

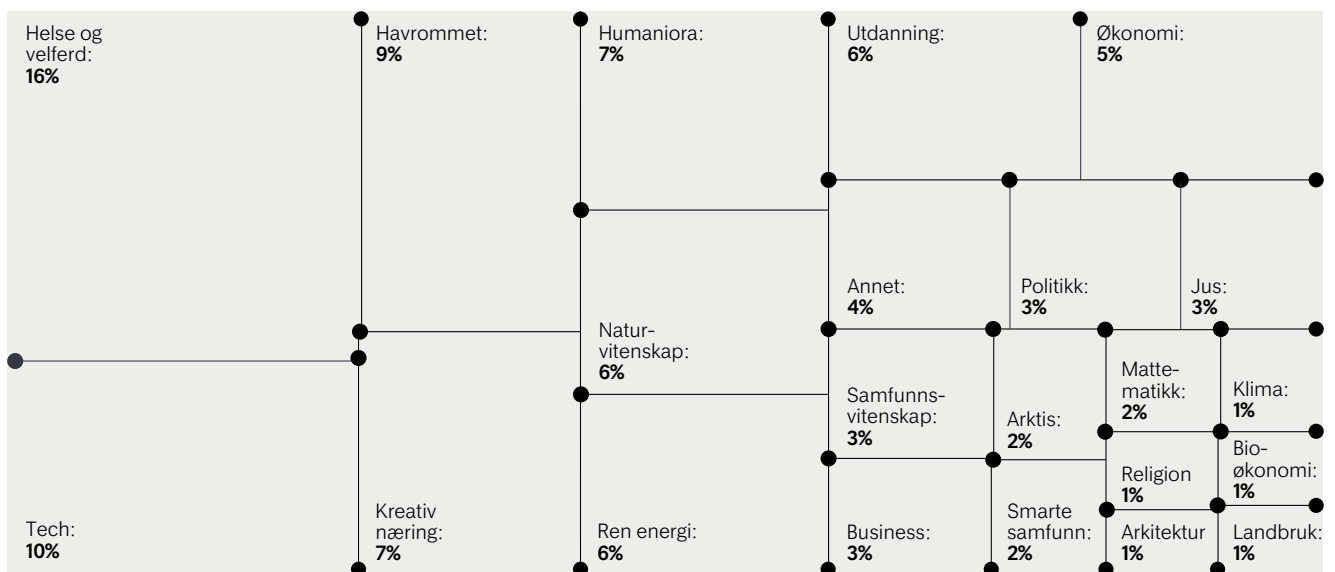


# Tema for kongresser i Norge

Det er stor spredning av hvor i Norge kongresser gjennomføres og tema for kongressen. I 2019 var det flest kongresser innen tema helse og velferd. Deretter følger tech og havrom. Disse tema gjenspeiler store forskningsområder tilknyttet universitet og andre forsknings- og læringsinstitusjoner, hvor

det er et stort fokus på utvikling av ny teknologi og kompetanseoverføring.

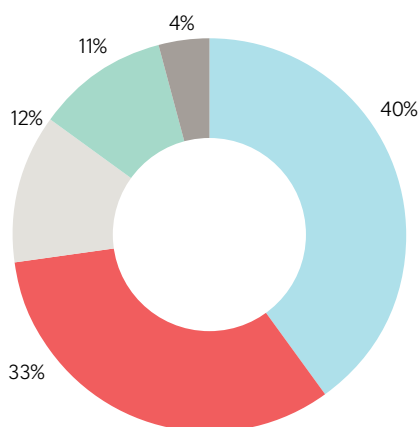
Internasjonalt ledende kongresser bidrar til å synliggjøre og stimulere norske fagmiljøer, til innovasjon og utvikling, samt til synliggjøring av et ledende og kompetent Norge.



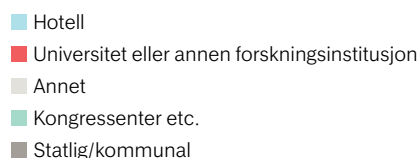
**Kilde:**

Kongresstatistikk innhentet av Innovasjon Norge

# Oversikt over hvor kongresser gjennomføres



Flest kongresser ble gjennomført på hoteller i 2019. Deretter kommer universitet og annen forskningsinstitusjoner. Hotell blir oftest benyttet som konferansested, etterfulgt av forskningsinstitusjoner som sykehus og universitet.



## International Association Conventions – Global\*

**Rotasjon** Typisk alternerer en konferanse årlig eller hvert annet år i ulike land og verdensdeler. Initiativet til å være vertskap kommer ofte fra en lokalt fagmiljø eller nasjonal forening.

**Varighet** for kongresser i Norge ca. 2-5 dager

**Antall** delegater i Norge 50-7000.

Mens gjennomsnittet er på rundt 270 delegater.

**Lead time** Ofte er det lange beslutningsprosesser og konferansen har ofte lead time på 3-5 år og mer.

**Beslutningsprosessen** ICCA estimerer at 2/3 av de større kongressene krever en offisiell søknadsprosedyre fra lokale medlemmer (fagmiljø), men at andelen mer sentraliserte prosesser er økende.\*\*

## Nøkkeltall 2019

496

Kongresser

2,8

Gjennomsnitt antall dager per kongress

273

Gjennomsnitt antall delegater per kongress

3 940

Døgnforbruk i kroner

### Kilde:

Kongresstatistikk innhentet av Innovasjon Norge. Turistundersøkelsen, Innovasjon Norge, \*Kilde: UIA og ICCA ,

\*\*Kilde: ICCA Association meetings bidding and decision making manual



# Kort om Innovasjon Norge

Innovasjon Norge skal være statens og fylkeskommunenes viktigste verktøy for å realisere verdiskapende næringsutvikling i hele landet.

Med regional tilstedeværelse både i Norge og i utlandet har Innovasjon Norge en unik posisjon til å utløse lønnsom næringsutvikling basert på regionenes ulike forutsetninger og næringslivets muligheter.

Innovasjon Norge har mange oppdragsgivere, men felles for alle er at vi skal bidra til langsiktig og bærekraftig verdiskaping i Norge og at vi skal jobbe med bedrifter, både enkeltvis og i nettverk.

Innovasjon Norge har et bredt og sammensatt samfunnsoppdrag. Kjernen i dette oppdraget er å bidra til verdiskaping gjennom å skape bedrifts- og samfunnsøkonomisk lønnsom næringsutvikling over hele landet.

Innovasjon Norges virkemidler og tjenester har som mål å skape flere gode gründere, flere vekstkraftige bedrifter og flere innovative næringsmiljøer.

Kundegruppene våre spenner fra gründere, etablerere i tidlig startfase og småbedrifter til store vekstkraftige konsern i hele spekteret av bransjer og næringer. Felles for alle gruppene er at de ser muligheter i det å gjøre nytte av den kompetansen og bistanden som Innovasjon Norge forvalter på vegne av et samfunn der ny framtidsrettet næringsutvikling er viktig.

Med et landsdekkende kontornettverk kan Innovasjon Norge møte kundene der de er og har sin virksomhet. Internasjonalt følges kundene opp via kontorer i de viktigste markedene verden rundt.

Innovasjon Norge eies av Nærings- og fiskeridepartementet (51 prosent) og fylkeskommunene (til sammen 49 prosent).

# Definisjoner

**Ankomst** En ferie- eller forretningsreise med minimum én overnatting.

**Feriereise** En reise der hovedformålet oppgis å være:  
-besøk hos slekt og venner  
-ferie- og fritidsreise, inkludert skiferie  
-shopping

**Gjestedøgn** Antall overnattinger på reise.

**Kommersielle gjestedøgn** Overnattinger på hotell, camping, hyttegrend og vandrerhjem.

**Konkurranssekursindeks** En nominell effektiv valutakurs beregnet på grunnlag av kursen på den norske kronen opp mot Norges 28 viktigste handelspartnere.

**Kort feriereise** Én til tre gjestedøgn.

## Landsdeler

Fjord Norge: Møre og Romsdal,  
Sogn og Fjordane, Hordaland og Rogaland.  
Nord-Norge: Finnmark, Troms og Nordland.  
Sørlandet: Telemark, Vest-Agder og Aust-Agder.  
Østlandet: Oslo, Akershus, Buskerud, Oppland,  
Hedmark, Vestfold og Østfold.

**Lang feriereise** Fire gjestedøgn eller flere.

**Merkevaretracker** Innovasjon Norge gjennomfører ukentlige undersøkelser i Danmark, Norge, Sverige, Storbritannia, Tyskland, Nederland, og Frankrike. Undersøkelsen inneholder spørsmål om sannsynligheten for å reise til Norge, og oppfatning av Norge som turistnasjon. Samtidig gir undersøkelsen indikasjon på om markedsarbeidet som gjøres, gir ønsket resultat.

**Reisefølge** Med reisefølge menes personer som reiser sammen med felles økonomi.

**Reiseundersøkelsen** En utvalgsundersøkelse gjennomført av SSB, hvis formål er å kartlegge nordmenns reisevaner i Norge og utlandet.

**Satellittregnskapet for turisme** Formålet med satellittregnskapet for turisme er å beskrive den økonomiske effekten av turisme, på en måte som er sammenlignbar og konsistent med andre deler av økonomien beskrevet av nasjonalregnskapet. Satellittregnskapet for turisme er en integrerte del av det årlige nasjonalregnskapet og gjennomføres av SSB.

**Sommersesongen** Perioden fra og med mai til og med august måned.

**Turistankomst** Inneholder tall for både ferie-, fritids- og forretningsreiser med minimum én overnatting.

**Turist/turisme** Aktiviteter til personer som reiser og oppholder seg på steder som ligger utenfor vedkommendes ordinære oppholdssted, uavhengig av formål, for mindre enn ett år. Personer som er ansatt i det landet de besøker faller utenfor denne definisjonen.

**Turistundersøkelsen** Innovasjon Norge gjennomfører en landsdekkende og helårlig undersøkelse hvor norske og utenlandske ferie- og fritidsturister, samt forretningsreisende intervjues ved blant annet ved turistattraksjoner, skianlegg, havner, lufthavner m.m.

**Vintersesongen** Perioden fra og med januar til og med april måned.

**UNWTO** World Tourism Organization.

**Utlending** Person som er bosatt utenfor Norge.



