



Viðhorfskönnun meðal erlendra söluaðila um íslenska ferðapjónustu

Janúar 2018

Helstu niðurstöður

Ísland mælist enn sem eftirsóknarverður áfangastaður og mikill meirihluti erlendra söluaðila eru jákvæðir gagnvart bókunum á ferðum sínum til Íslands.

79% svarenda upplifðu svipaða eða aukna sölu á ferðum til Íslands árið 2017 samanborið við 2016, sem eru 5% fleiri söluaðilar en þegar sama spurning var lögð fram í júní 2017.

Þegar spurt var um bókunarstöðu á núverandi vetrartímabil (sept17-apr18) sagðist mikill meirihluti, eða 76% svarenda, vænta þess að um jafna eða bætta bókunarstöðu væri að ræða samanborið við síðasta tímabil. Það eru þó 9% færri aðilar en þegar sama spurning var lögð fram í desember 2016 um þáverandi tímabil. N-Ameríka, auk fjarmarkaða („önnur lönd“), sker sig úr hvað varðar jákvæðar væntingar á meðan Bretland og Þýskaland skera sig áfram úr varðandi neikvæðar væntingar. Mesta breytingin á væntingunum var meðal þýskra söluaðila.

Í heildina eiga 77% svarenda von á svipaðri eða aukinni sölu á ferðum til Íslands árið 2018 samanborið við árið áður. Áfram ríkir meiri jákvæðni meðal söluaðila í N-Ameríku og á fjarmörkuðum („önnur lönd“) samanborið við önnur markaðssvæði á meðan breskir og þýskir söluaðilar vænta verri stöðu í bókunum til Íslands.

Helstu þættir sem þykja jákvæðir fyrir framþróun íslenskrar ferðaþjónustu árið 2017 eru vinsældir áfangastaðarins (17%), öryggi áfangastaðar (16%), aukið flugframboð (13%) og markaðssetning (10%). Sá neikvæði þáttur sem lang oftast var nefndur var „hátt verðlag“ (28%), en þar á eftir var nefnt aðgengi að þjónustubáttum (15%), vöxtur ferðaþjónustunnar (13%) og samkeppni frá öðrum áfangastöðum (10%).



Samantekt

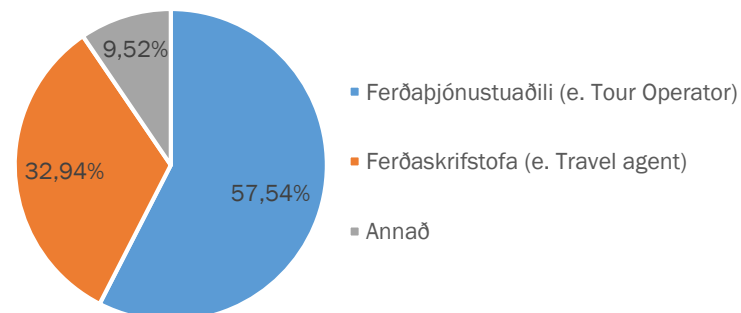
Íslandsstofa framkvæmdi viðhorfskönnun í janúar 2018 meðal erlendra söluaðila sem selja ferðir til Íslands. Kannað var viðhorf þeirra til þróunar íslenskrar ferðaþjónustu og væntingar þeirra til sölu á ferðum til landsins. Sambærileg könnun var gerð í desember 2016 og júní 2017. Könnunin var send í tölvupósti á rúmlega 4000 erlendar ferðaskrifstofur sem selja ferðir til Íslands og 252 aðilar svöruðu könnuninni.

Rannsóknartímabil: janúar 2018

Aðferðafræði: Netkönnun

Úrtak: Erlendir söluaðilar sem bjóða ferðir til Íslands

Hlutfallsskipting söluaðila eftir flokkum:



Höfu könnun	Luku könnun	Svarhlutfall
252	228	90,48%

Markaðssvæði	Land	Fjöldi	Hlutfall	
N-AMERÍKA (82 svarendur)	Kanada	20	7,94%	
	Bandaríkin	62	24,60%	
	Austurríki	1	0,40%	
	Belgía	5	1,98%	
	Frakkland	7	2,78%	
MIÐ- OG SUÐUR-EVRÓPA (96 svarendur)	Þýskaland	28	11,11%	
	Ítalía	12	4,76%	
	Holland	10	3,97%	
	Spánn	18	7,14%	
	Sviss	15	5,95%	
NORÐURLÖND (25 svarendur)	Noregur	6	2,38%	
	Danmörk	8	3,17%	
	Finnland	4	1,59%	
	Svíþjóð	7	2,78%	
BRETLAND (27 svarendur)	Bretland	27	10,72%	
ÖNNUR LÖND (22 svarendur)	Ástralía	0	0,00%	
	Kína	0	0,00%	
	Hong Kong	3	1,19%	
	Indland	3	1,19%	
	Japan	1	0,40%	
	Rússland	3	1,19%	
	Singapore	1	0,40%	
	Annað*	11	4,37%	
	Samtals:	252		

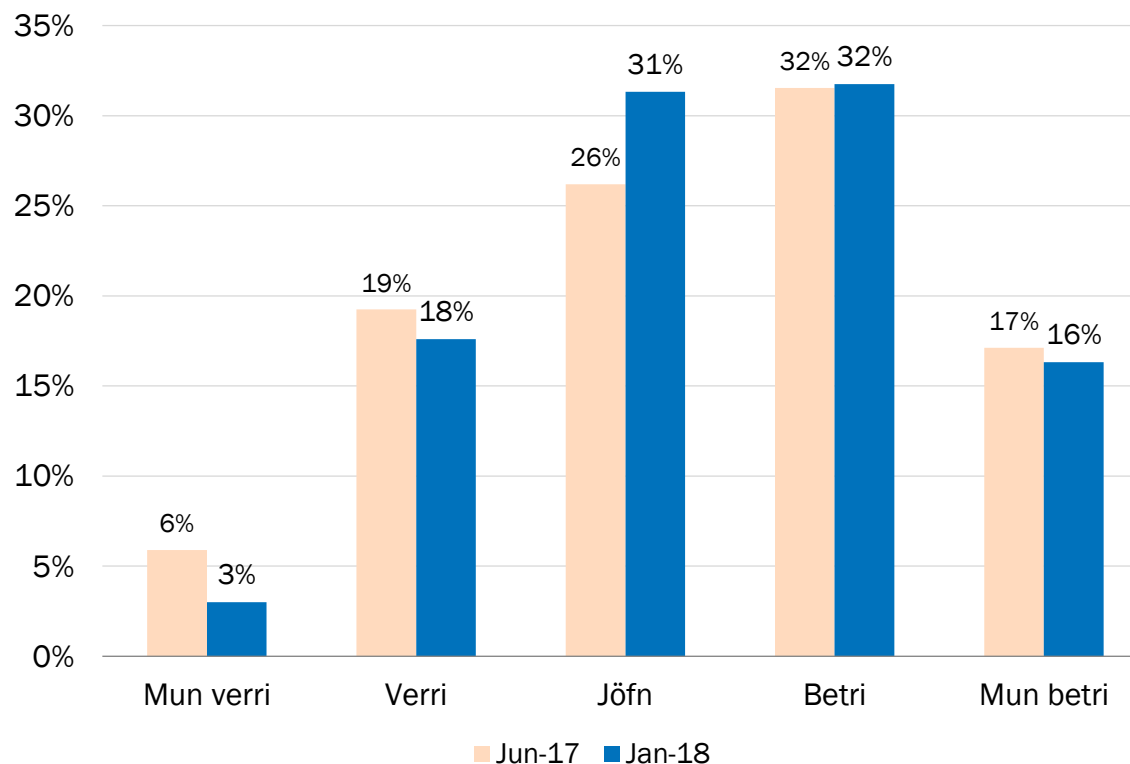
*Tæland (1), Litháen (1), Malasía (3), Eistland (1), Pólland (3), Lettland (1), Ungverjaland (1)

Bókanir á ferðum til Íslands 2017

79% svarenda upplifðu svipaða eða aukna sölu á ferðum til Íslands árið 2017 samanborið við 2016

(+5% frá könnun júní 2017)

Hvernig er bókunarstaða fyrirtæki þíns á ferðum til Íslands í ár (2017) samanborið við síðasta ár (2016)?*



*Compared to 2016, how are the number of bookings to Iceland with arrivals in 2017 for your company?

Bókanir á ferðum til Íslands 2017

Markaðir

Talsvert meiri jákvæðni ríkir meðal söluaðila í N-Ameríku samanborið við önnur markaðssvæði þar sem 93% svarenda sögðust upplifa jafna eða betri sölu á ferðum til Íslands.

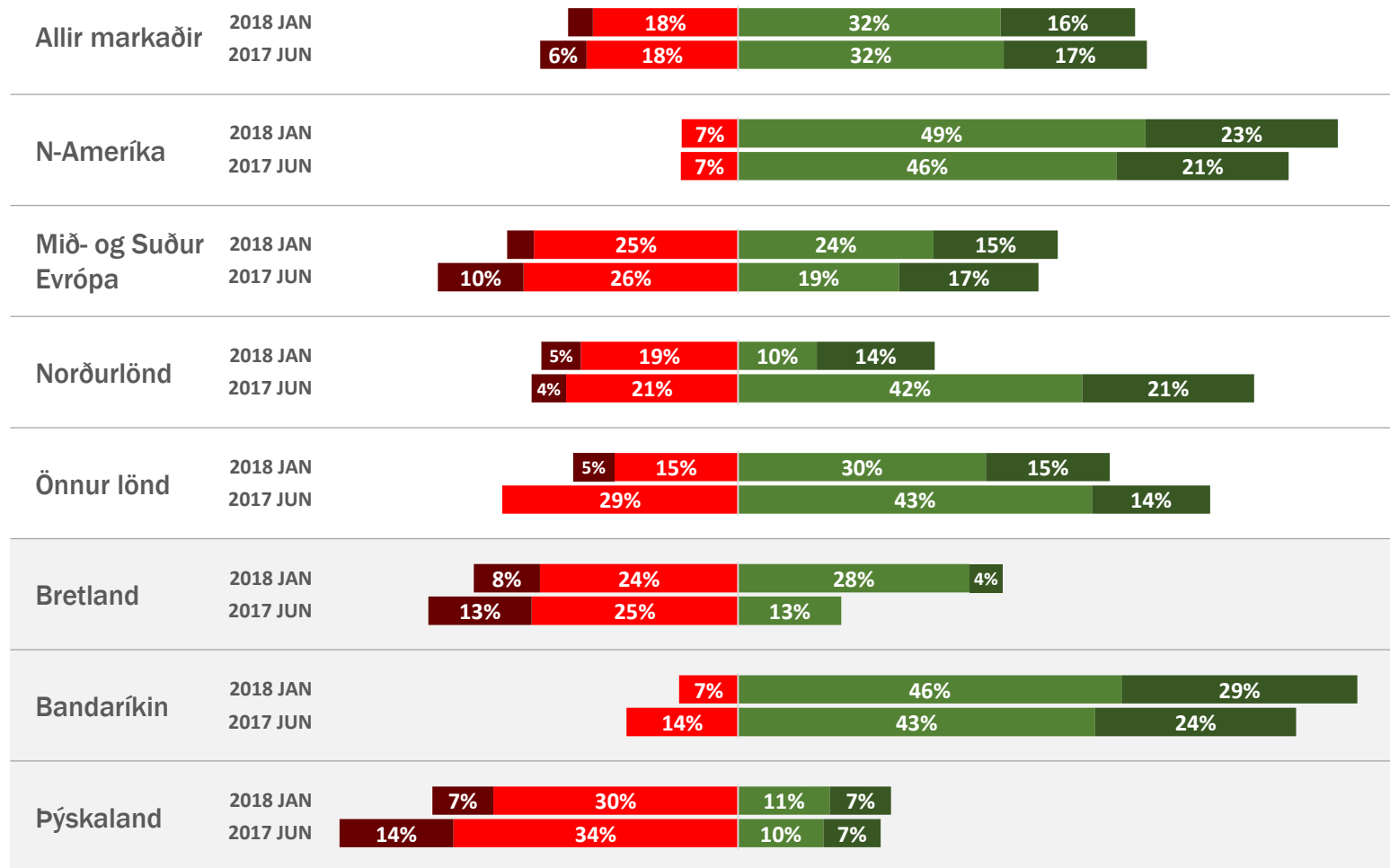
Á Norðurlöndunum hélst hlutfallið nánast eins milli júní 2017 og janúar 2018 þar sem 76% upplifðu svipaða eða aukna sölu. Mun færri (40%) upplifðu þó aukna sölu samanborið við þær væntingar sem voru í júní 2017.

Í Bretlandi upplifðu 68% söluaðila svipaða eða aukna sölu í ferðum til Íslands árið 2017, sem eru 6% fleiri söluaðilar frá síðustu könnun í júní 2017.

Í Mið- og Suður-Evrópu er svipuð þróun og sjá má á Bretlandi. 72% söluaðila upplifðu svipaða eða aukna sölu árið 2017.

Pegar rýnt er í einstök lönd sker Þýskaland sig áberandi úr. Einungis 18% þýskra söluaðila upplifa aukna sölu samanborið við 39% söluaðila í Mið- og Suður-Evrópu í heild.

Hvernig er bókanarstaða fyrirtæki þíns á ferðum til Íslands í ár (2017) samanborið við síðasta ár (2016)?*



■ Mun verri ■ Verri ■ Betri ■ Mun betri

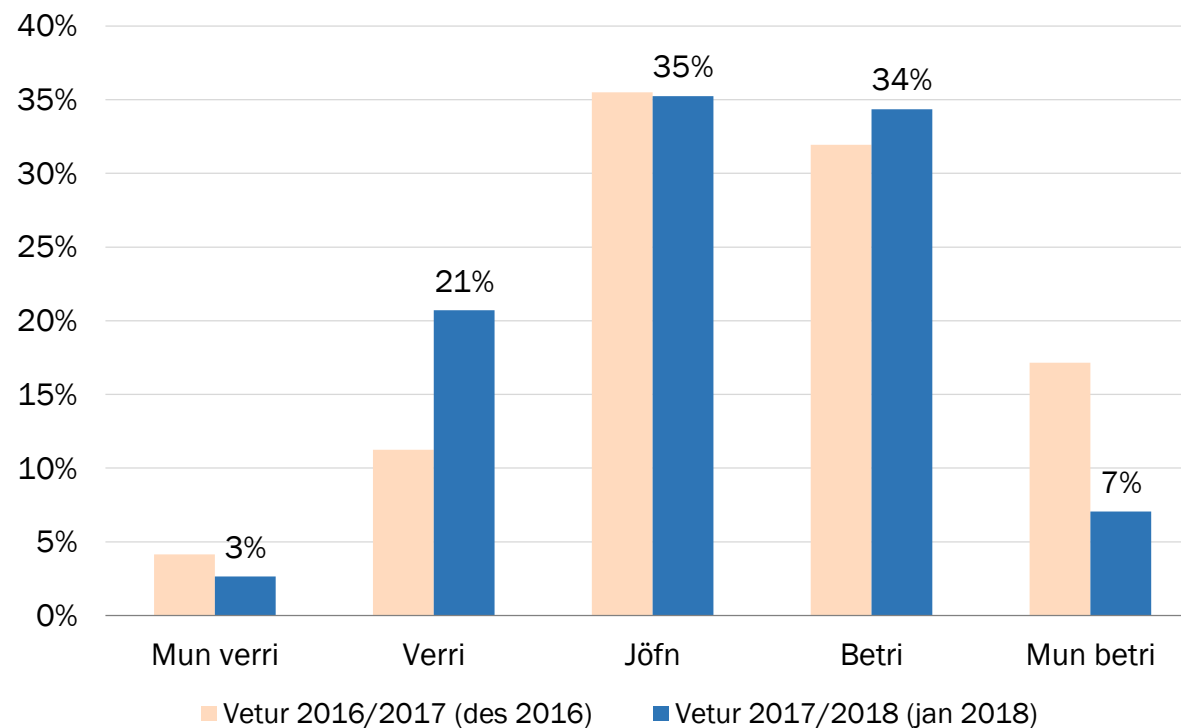
*Compared to 2016, how are the number of bookings to Iceland with arrivals in 2017 for your company?

Væntingar um bókanir á ferðum til Íslands veturinn 2017/2018

76% svarenda eiga von á svipaðri eða aukinni sölu á ferðum til Íslands veturinn 2017/2018

(9% færri frá könnun í desember 2016)

Hverjar eru væntingar fyrirtæki þíns á bókunum á ferðum til Íslands þetta vetrartímabil (sep 2017 – apr 2018) samanborið við síðasta vetrartímabil?*



*Compared to last winter season, what is your company's prospects for bookings to Iceland for arrivals this winter season (September 2017 - April 2018)?

Væntingar um bókanir á ferðum til Íslands veturinn 2017/2018

Markaðir

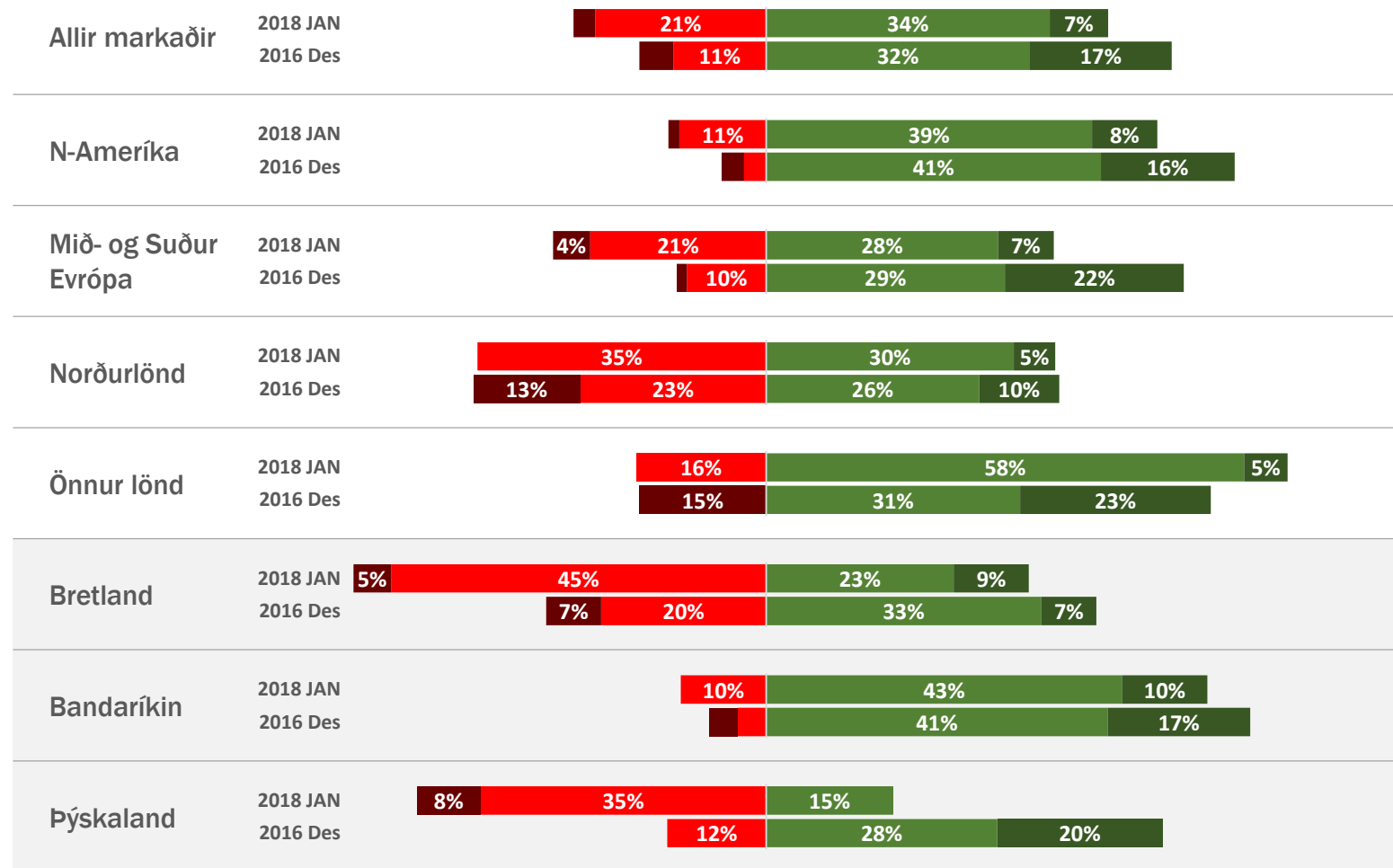
Hverjar eru væntingar fyrirtæki þíns á bókunum á ferðum til Íslands næsta vetrartímabil (sep 2017 – apr 2018) samanborið við síðasta vetrartímabil?*

Flest markaðssvæði eru með jákvæðar væntingar um bókanir á ferðum veturinn 2017/2018.

N-Ameríka, auk fjarmarkaða („önnur lönd”), sker sig úr hvað varðar jákvæðar væntingar. Örlítil hliðrun gætir þó á milli ára, í neikvæða átt fyrir N-Ameríku en jákvæða átt varðandi fjarmarkaði.

Bretland og Þýskaland skera sig áfram úr varðandi væntingar söluaðila. Helmingur breskra söluaðila vænta verri bókunarstöðu veturinn 2017/2018 en veturinn 2016/2017 sem er tæplega fjórðungi fleiri en fyrir ári síðan. Mesti viðsnúningurinn hefur þó átt sér stað meðal þýskra söluaðila þar sem 43% þeirra vænta verri bókunarstöðu, það er 31% fleiri en fyrir ári síðan.

Á Norðurlöndunum er jafnt hlutfall milli þeirra sem upplifa aukna bókunarstöðu og þeirra sem upplifa samdrátt auk þess sem hlutfallið er sambærilegt á milli ára.



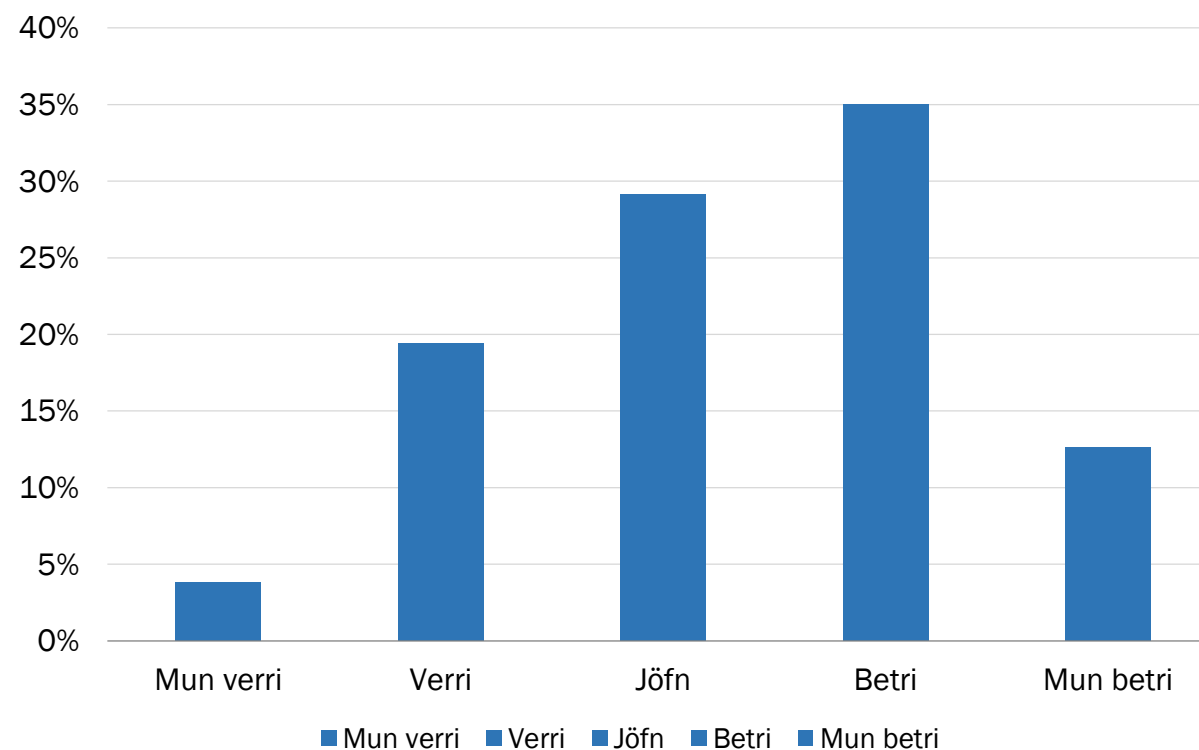
■ Mun verri ■ Verri ■ Betri ■ Mun betri

*Compared to last winter season, what is your company's prospects for bookings to Iceland for arrivals this winter season (September 2017 - April 2018)?

Væntingar um bókanir á ferðum til Íslands 2018

77% svarenda eiga von á svipaðri eða aukinni sölu á ferðum til Íslands árið 2018 samanborið við árið áður

Hverjar eru væntingar fyrirtæki þíns á bókunum á ferðum til Íslands árið 2018?*



*Compared to last winter season, what is your company's prospects for bookings to Iceland for arrivals this winter season (September 2017 - April 2018)?

Væntingar um bókanir á ferðum til Íslands 2018

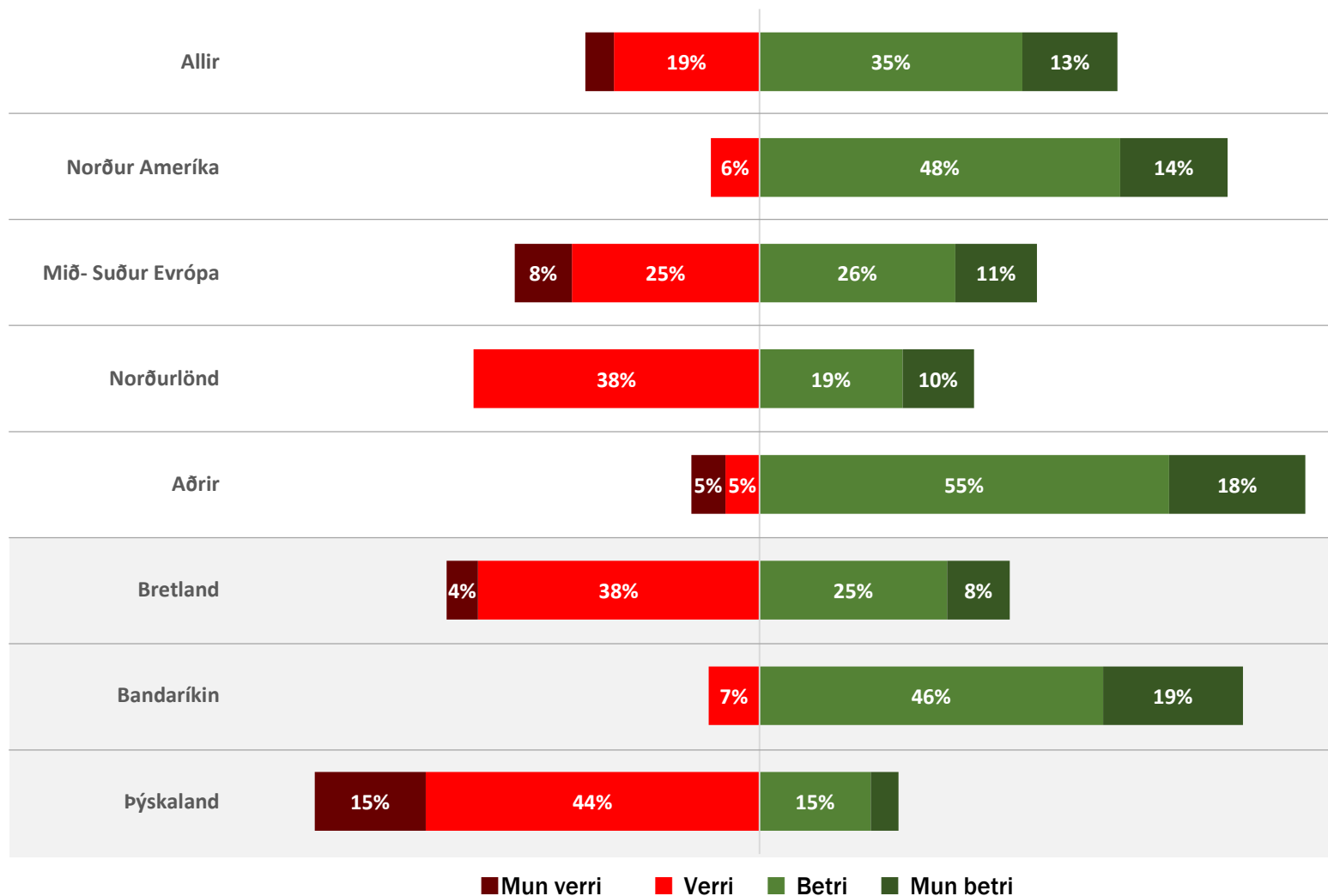
Markaðir

Meirihluti söluaðila (77%) gera ráð fyrir svipuðum eða auknum bókunum árið 2018 samanborið við 2017, og þar af 48% sem vænta betri bókunarstöðu.

Mun meiri jákvæðni er meðal söluaðila í N-Ameríku og á fjarmörkuðum („önnur lönd”) samanborið við önnur markaðssvæði.

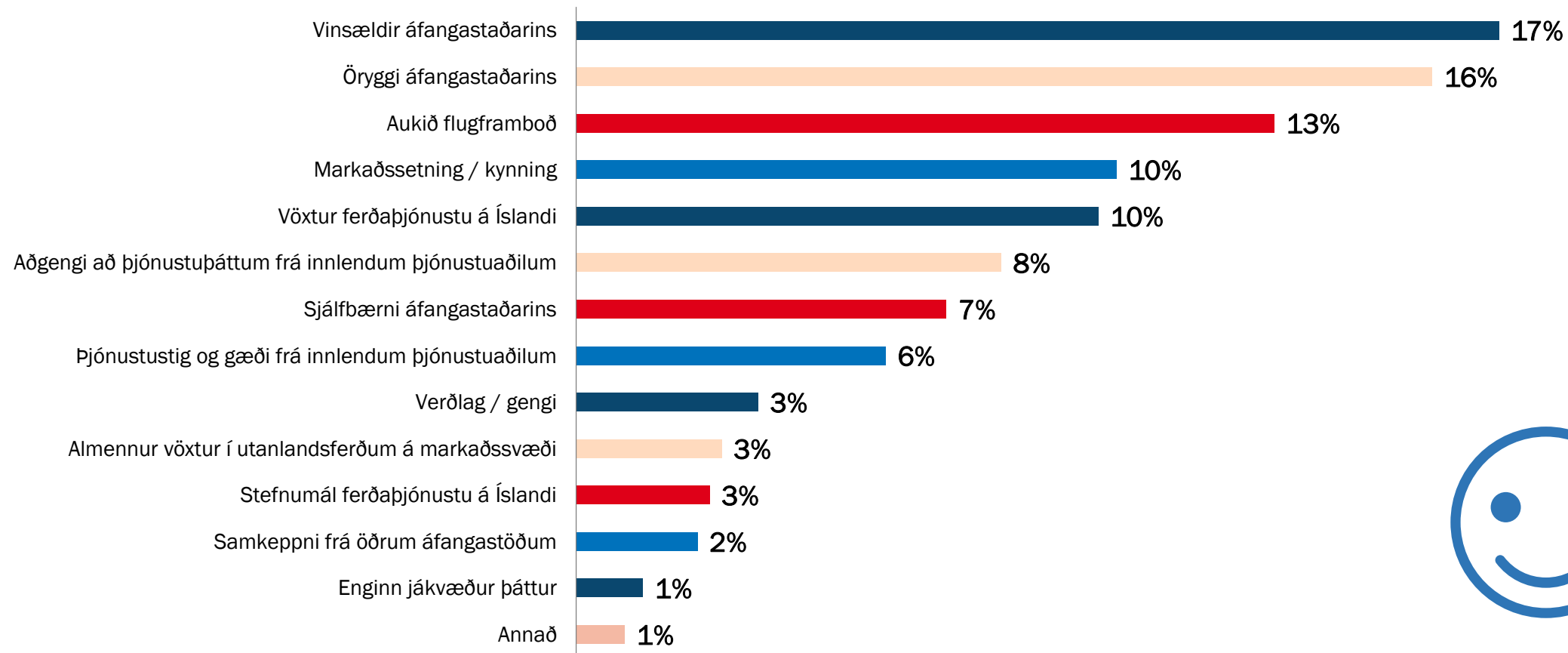
Svipað hlutfall er að finna í löndum í Mið- og Suður-Evrópu og Norðurlöndunum fyrir utan Þýskaland sem sker sig þó nokkuð frá þeim löndum þar sem meirihluti söluaðila (59%) vænta verri bókunarstöðu árið 2018 samanborið við 2017. Ekki langt á eftir Þýskalandi er Bretland þar sem næstum helmingur, eða 42% söluaðila, væntir einnig verri stöðu í bókunum til Íslands.

Hverjar eru væntingar fyrirtæki þíns á bókunum á ferðum til Íslands árið 2018?*



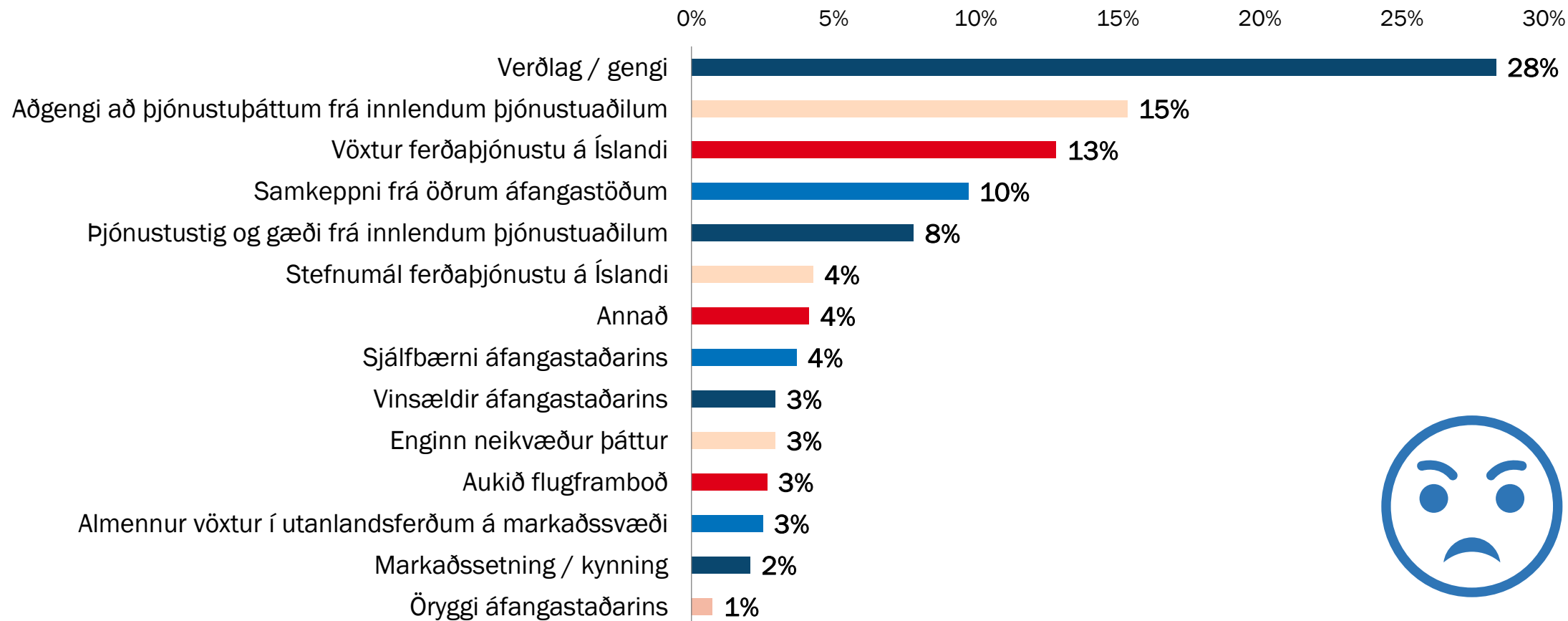
*What is your company's prospects for bookings to Iceland with arrivals in 2018?

Jákvæðir þættir sem hafa áhrif á þróun íslenskrar ferðaþjónustu



Spurning: In your opinion, what are the top five positive factors for the development of tourism in Iceland this year? (Please select up to 5 factors); Marketing efforts / promotion, Safety of the destination, Increase in air connections / supply, Sustainability of the destination, Tourism policy of the destination, Trendy destination, Price level / currency, Availability of service from local suppliers (e.g. accommodation, tours, restaurants, etc.), Level of service and quality from local suppliers, Growth in tourism in Iceland, General growth in outbound tourism in source market, Competing destinations, Other, please specify

Neikvæðir þættir sem hafa áhrif á þróun íslenskrar ferðaþjónustu



Spurning: In your opinion, what are the top five negative factors for the development of tourism in Iceland this year? (Please select up to 5 factors); Marketing efforts / promotion, Safety of the destination, Increase in air connections / supply, Sustainability of the destination, Tourism policy of the destination, Trendy destination, Price level / currency, Availability of service from local suppliers (e.g. accommodation, tours, restaurants, etc.), Level of service and quality from local suppliers, Growth in tourism in Iceland, General growth in outbound tourism in source market, Competing destinations, Other, please specify

GREINING FRAMKVÆMD AF ÍSLANDSSTOFU

SVIÐ FERÐAÞJÓNUSTU OG SKAPANDI GREINA – JANÚAR 2018

Afritun eða frekari dreifing ekki heimiluð án samráðs við Íslandsstofu

Íslandsstofa er öflugur samstarfsvettvangur atvinnulífs og stjórnvalda. Hlutverk okkar er að sinna markaðs- og kynningarstarfi í þágur íslenskra útflutningsgreina og styðja þannig við gjaldeyrisöflun þjóðarinnar.

www.islandsstofa.is

Fyrirvari

- Kynning þessi er eingöngu ætluð til upplýsinga og er ekki ætluð sem grundvöllur fyrir ákvörðunum móttakanda. Upplýsingar sem fram koma í þessari kynningu fela ekki í sér loforð um framtíðina. Íslandsstofu ber ekki skylda til að útvega móttakanda aðgang að frekari upplýsingum en þeim sem fram koma í kynningu þessari, eða til að uppfæra þær upplýsingar sem þar koma fram.
- Upplýsingar sem fram koma í kynningu þessari eru byggðar á fyrirliggjandi upplýsingum, áætlunum um væntanlega þróun ytri skilyrða o.fl. Eru upplýsingarnar háðar ýmsum óvissuþáttum og geta þær breyst án fyrirvara.
- Með móttöku þessarar kynningar fellst móttakandi á framangreindan ábyrgðarfyrirvara.