

Utviklingen i luksusmarkedet interessant for Norge

Luksusmarkedet endrer seg både når det gjelder turistenes ønsker for innhold og reisemål. Dette er interessant også for norsk reiseliv. I en nylig gjennomført undersøkelse av Horwath HTL (v/kontorene i Frankrike, Singapore og New York på oppdrag av organisasjonen ILTM) fremstilles fire relativt klare profiler for denne gruppen turister:

- ”Den uavhengige” (søker det autentiske, aktive og personlige)
- ”Utforskeren” (søker spesielle opplevelser, ofte med budsjettbegrensning)
- ”Luksuskandidaten” (søker høy kvalitet og høy service)
- ”Shopperen” (yngre segment, ofte ekspert i bruk av nye media)

Endringer i etterspørselsmønsteret viser at denne typen turister i større grad vil underholdes og stimuleres, fremfor bare å bli ”dullet” med. Flere av funnene er interessante for segmenter i norsk reiseliv. Hele rapporten kan lastes ned [her](#).

Hotell vs. cruise

Selv om gjestedøgnutviklingen til hoteller i Norge er svært positiv i år, er det stadig mange hoteller som sliter. Dette gjelder særlig i distriktene (slik det fremgår av Norsk Hotellnæring 2011, del I, presentert i forrige Nyhetsbrev).

Samtidig har Norge sin hittil største cruisesesong med rekord i antall cruiseturister. Fortsatt dukker det opp oppslag i media om at cruise ”stjeler gjester” fra hotellene. Etter diskusjonene for to år siden, er dette tydeligvis fortsatt en relativt utbredt misforståelse.

Historisk så langt tilbake som på slutten av 1800-tallet var det cruise til Vestlandet som var starten på turismen til Norge. Denne turismen flyttet etter hvert over fra sjø til land – og slik er det fortsatt:

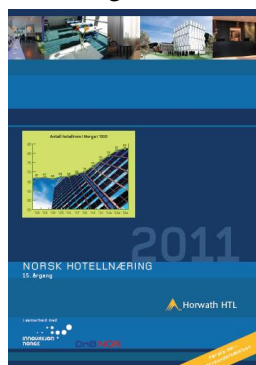
- ca. 90% av cruiseturistene har ikke vært i Norge før,
- de er gjennomgående meget fornøyd med Norgescruiset (høy skår på rederienes passasjerundersøkelser) og
- en høy andel (ca. 70%) svarer på spørsmål at de kan tenke seg å komme tilbake.

Selv om det sikkert er en vesentlig mindre andel som realiserer ideen om å komme tilbake, betyr dette en viktig del av markedsføringen av Norge. Cruise kan på mange måter grovt beskrives som en ”studietur”, der turistene selv betaler for reisen. At de er fornøyd betyr også at de forteller andre om Norge når de kommer hjem. Dette er viktig når vi vet at Norge er ukjent som reisemål for svært mange.

Et moment å ta med seg i denne saken er at det kun er litt over 1% av europeerne som velger cruise som ferieform (og Europa står for ca. 80% av cruiseturismen til Norge). I Norge er det ca. 2% som drar på cruise.

Hotellrapport i september

Det skjer mye i hotell og reiseliv for tiden. Stadig kommer meldinger om både positive og negative utviklingstendenser.



Kanskje har du et tema du ønsker skal behandles nærmere?

Ta gjerne kontakt. Vi er interessert i det som opptar næringen. Rapporten Norsk Hotellnæring utgis i full versjon for 15. gang i slutten av september.

Vi benytter anledningen til å ønske våre samarbeidspartnere og forbindelser en riktig god sommer.

09.07.2011