



Viðhorfskönnun meðal erlendra söluaðila um íslenska ferðapjónustu

Janúar 2019

Samantekt

Íslandsstofa framkvæmdi viðhorfskönnun í janúar 2019 meðal erlendra söluaðila sem selja ferðir til Íslands. Kannað var viðhorf þeirra til þróunar íslenskrar ferðapjónustu og væntingar þeirra til sölu á ferðum til landsins. Sambærileg könnun var lögð fyrir í desember 2016 og janúar 2018 auk áþekktum könnunum í júní 2017 og júlí og ágúst 2018.

Könnunin var send í tölvupósti á tæplega 4.000 erlendar ferðaskrifstofur sem selja ferðir til Íslands. Alls hófu 226 aðilar þátttöku og 204 luku allri könnuninni.

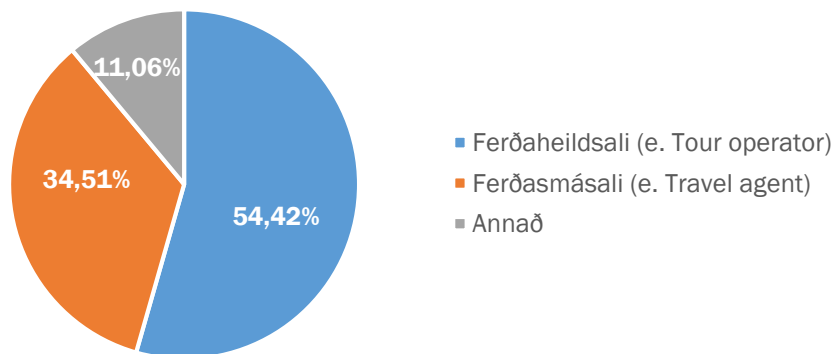
Rannsóknartímabil: Janúar 2019

Aðferðafræði: Netkönnun

Úrtak: Erlendir söluaðilar sem bjóða ferðir til Íslands

Tungumál: Enska, franska, spænska og þýska

Hlutfallsskipting söluaðila eftir flokkum:



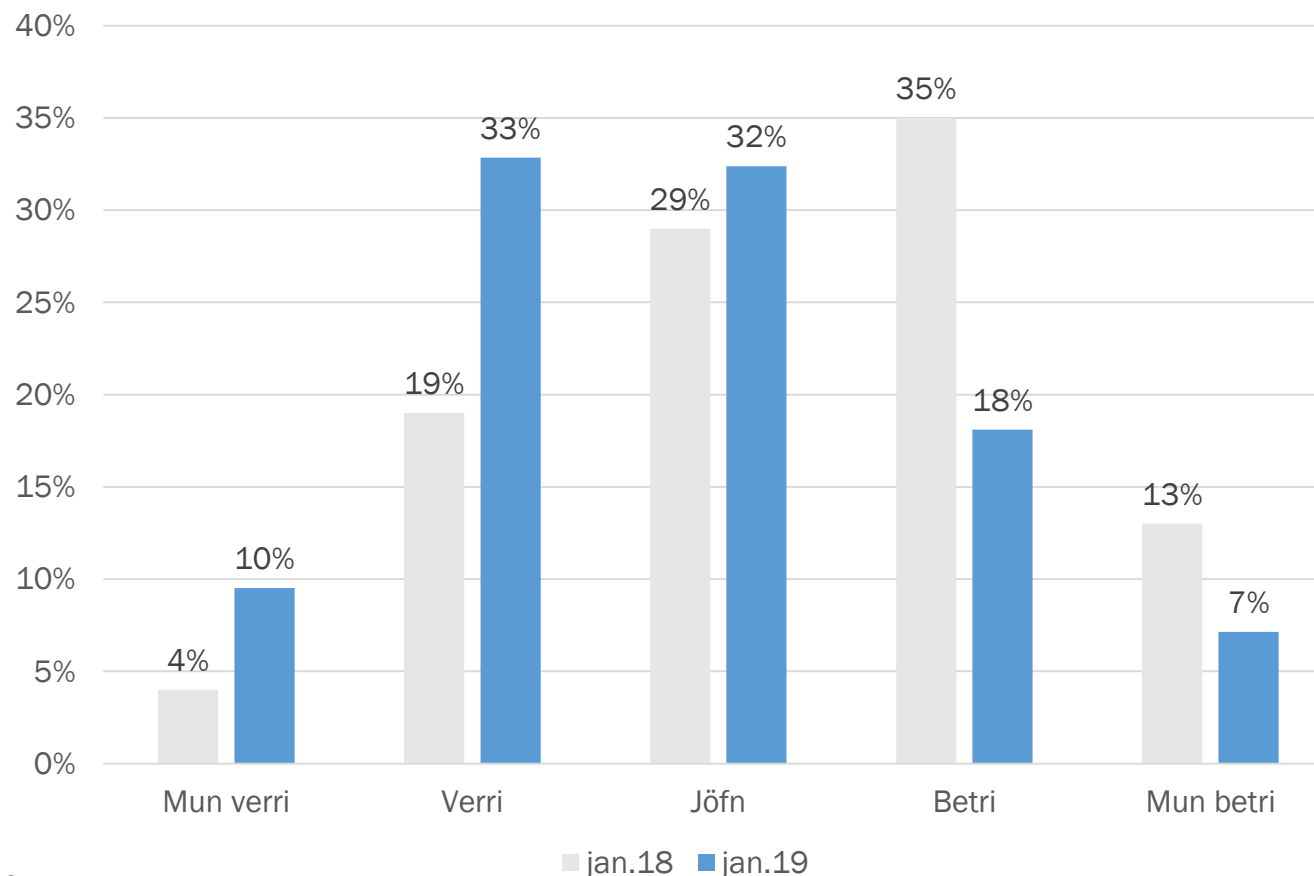
Markaðssvæði	Land	Fjöldi	Hlutfall
N-Ameríka (69 svarendur)	Bandaríkin	47	20,80%
	Kanada	22	9,73%
Mið- og Suður-Evrópa (106 svarendur)	Austurríki	3	1,33%
	Belgía	10	4,42%
	Frakkland	10	4,42%
	Holland	15	6,64%
	Ítalía	11	4,87%
	Portugal	3	1,33%
	Spánn	21	9,29%
	Sviss	13	5,75%
	Þýskaland	20	8,85%
	Norðurlöndin (12 svarendur)	Danmörk	7
Noregur		1	0,44%
Svíþjóð		4	1,77%
Bretlandseyjar (15 svarendur)	Bretland	15	6,64%
	Írland	0	0,00%
A-Evrópa (9 svarendur)	Eistland	1	0,44%
	Lettland	1	0,44%
	Litháen	1	0,44%
	Poland	4	1,77%
	Tékkland	1	0,44%
	Ungverjaland	1	0,44%
	Fjarmarkaðir (15 svarendur)	Ýmis lönd: <i>Ástralía (1), Indland (3), Hong Kong (5), Ísrael (1), Japan (1), Kína (1), Malasía (1), Singapore (2)</i>	15
Samtals:		226	100,00%

Sala á ferðum til Íslands árið 2018

57% þátttakenda upplifðu svipaða eða aukna sölu á ferðum til Íslands árið 2018

(-20% frá könnun janúar 2018)

Hvernig er bóknarstaða fyrirtæki þíns á ferðum til Íslands árið 2018 samanborið við sama tíma fyrir ári?*



*Compared to same time last year, how are the number of bookings to Iceland with arrivals in 2018 for your company?

Sala á ferðum til Íslands árið 2018

Breyting út frá mörkuðum

Hvernig er bókunarstaða fyrirtæki þíns á ferðum til Íslands árið 2018 samanborið við sama tíma fyrir ári?*

Könnun frá janúar 2019

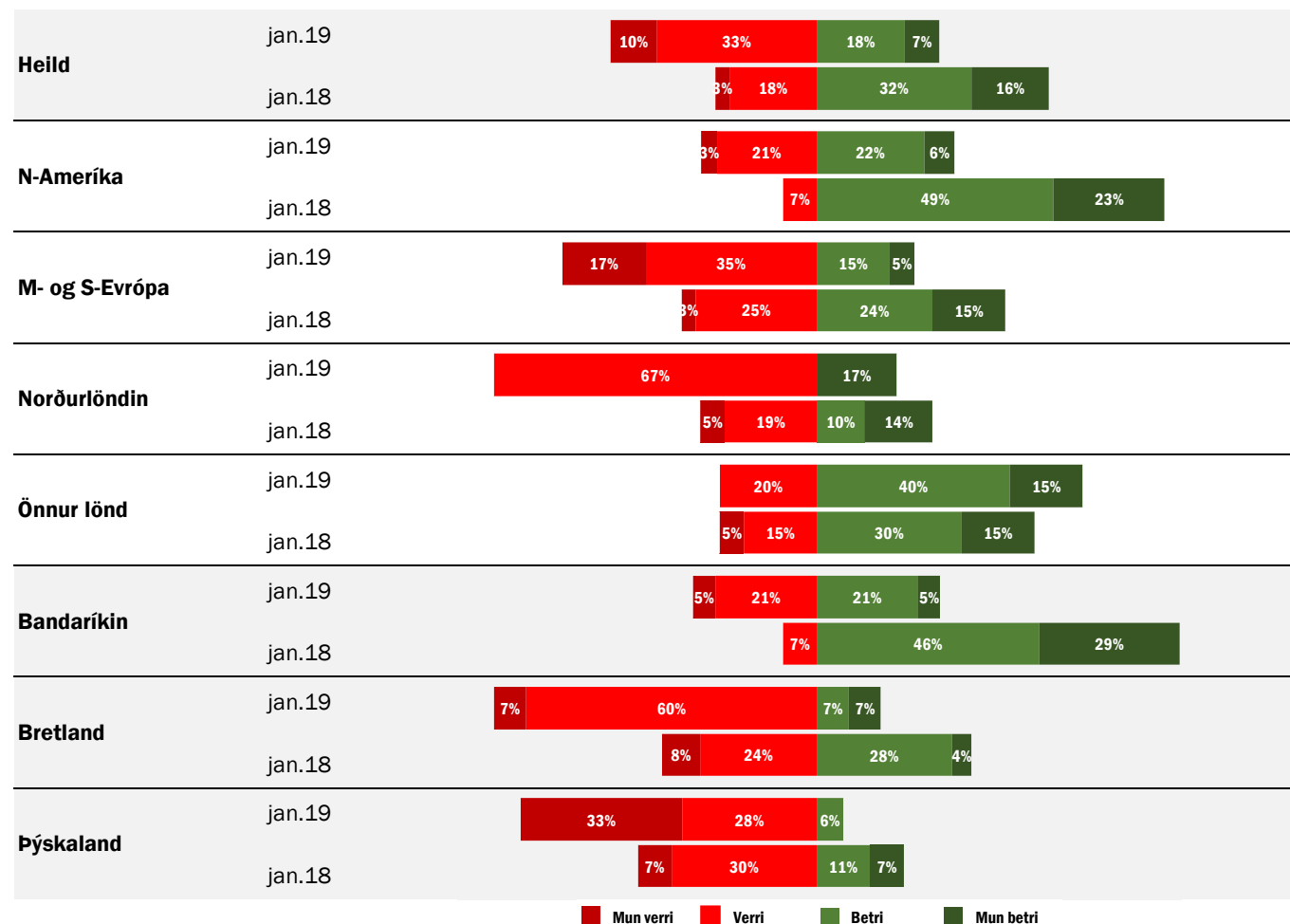
Þar sem hlutfallslega fleiri greindu frá verri eða mun verri bókunarstöðu en þeir sem greindu frá betri eða mun betri bókunarstöðu sjáum við eðlilega merki þessar þegar svörin eru greind niður á markaðssvæði og einstök lönd.

Í flestum tilfellum var hlutfall þeirra sem greindu frá verri eða mun verri bókunarstöðu hærra en hlutfall þeirra sem greindu frá betri eða mun betri bókunarstöðu. Undantekningin eru þátttakendur sem tilheyra „Önnur lönd“, þar sem hlutfallslega fleiri greindu frá betri eða mun betri bókunarstöðu, og þátttakendur frá Bandaríkjunum, þar sem hlutfallið var jafnt.

Samanburður við könnun frá janúar 2018

Ef við skoðum samanburð á milli ára þá greindu hlutfallslega færri frá betri eða mun betri bókunarstöðu í fyrra miðað við árið á undan. Þessi breyting varð hlutfallslega mest meðal þátttakenda frá Þýskalandi, Bandaríkjunum og Bretlandi og þau áhrif sjáum við vel á markaðssvæðunum N-Ameríka og M- og S-Evrópa.

Ef við skoðum svo svör þeirra sem greindu frá verri eða mun verri bókunarstöðu er eðlilega nokkur fylgni. Hlutfallsleg breyting varð langmest meðal þátttakenda frá Bandaríkjunum, sem hafði áhrif á svörin frá N-Ameríku. Breytingin var einnig mikil meðal þátttakenda frá Norðurlöndunum og Bretlandi. „Önnur lönd“ skera sig einnig úr í þessum flokki þar sem engin hlutfallsleg breyting varð á milli ára.



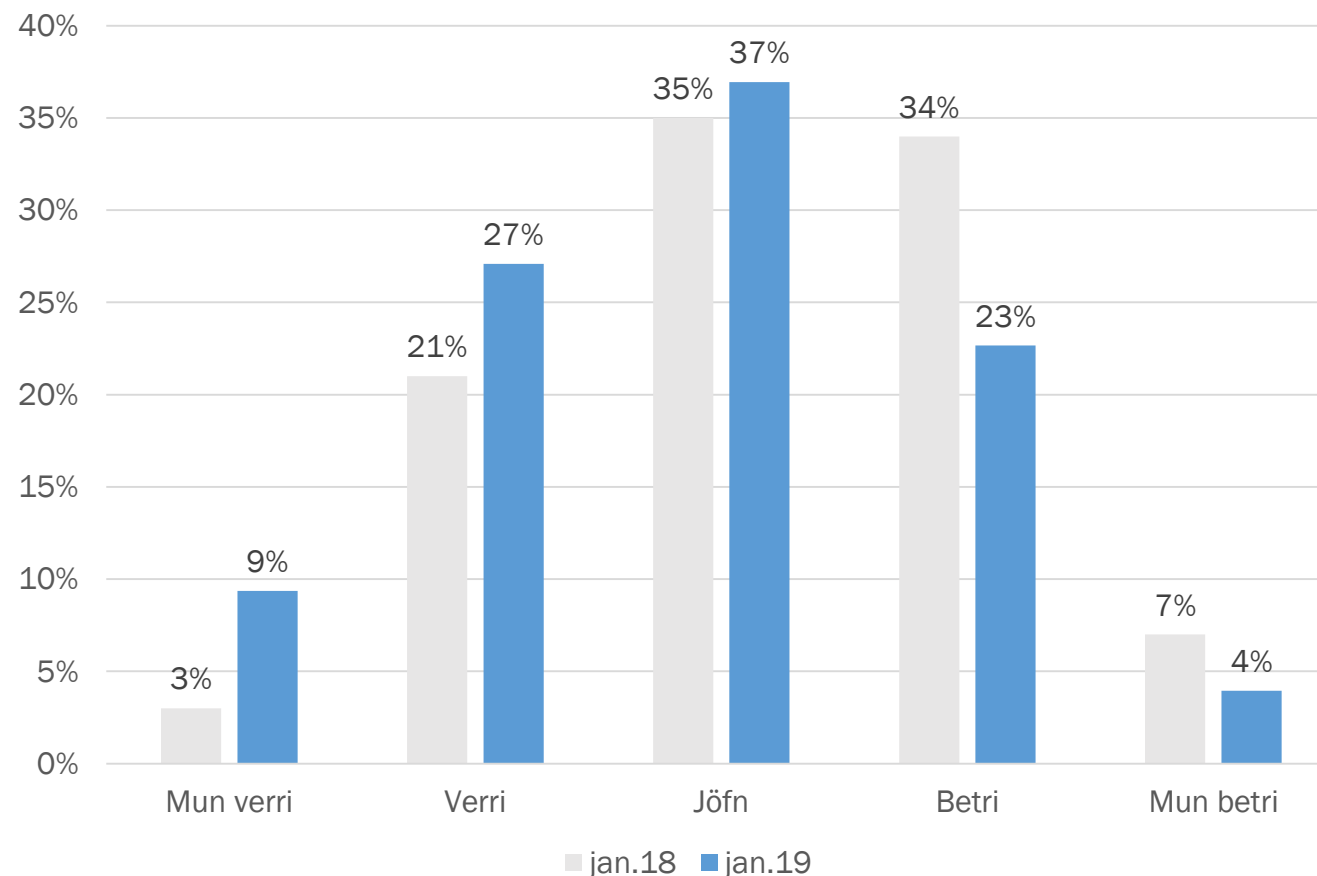
*Compared to same time last year, how are the number of bookings to Iceland with arrivals in 2018 for your company?

Væntingar um bókanir á ferðum til Íslands í vetur

64% þátttakenda eiga von á svipaðri eða aukinni sölu á ferðum til Íslands veturinn 2018/2019

(-12% frá könnun í janúar 2018)

Hvernig er bókanarstaða fyrirtæki þíns á ferðum til Íslands á þessu veturartímabili samanborið við sama tíma fyrir ári?*



*Compared to last winter season (September 2017 - April 2018), what is your company's prospects for bookings to Iceland with arrivals this winter season (September 2018 - April 2019)?

Væntingar um bókanir á ferðum til Íslands í vetur

Breyting út frá mörkuðum

Könnun frá janúar 2019

Þar sem hlutfallslega fleiri gera ráð fyrir verri eða mun verri sölu í vetur en þeir sem gera ráð fyrir betri eða mun betri sölu sjáum við aftur fylgni þegar svörin eru greind niður á markaðssvæði og einstök lönd.

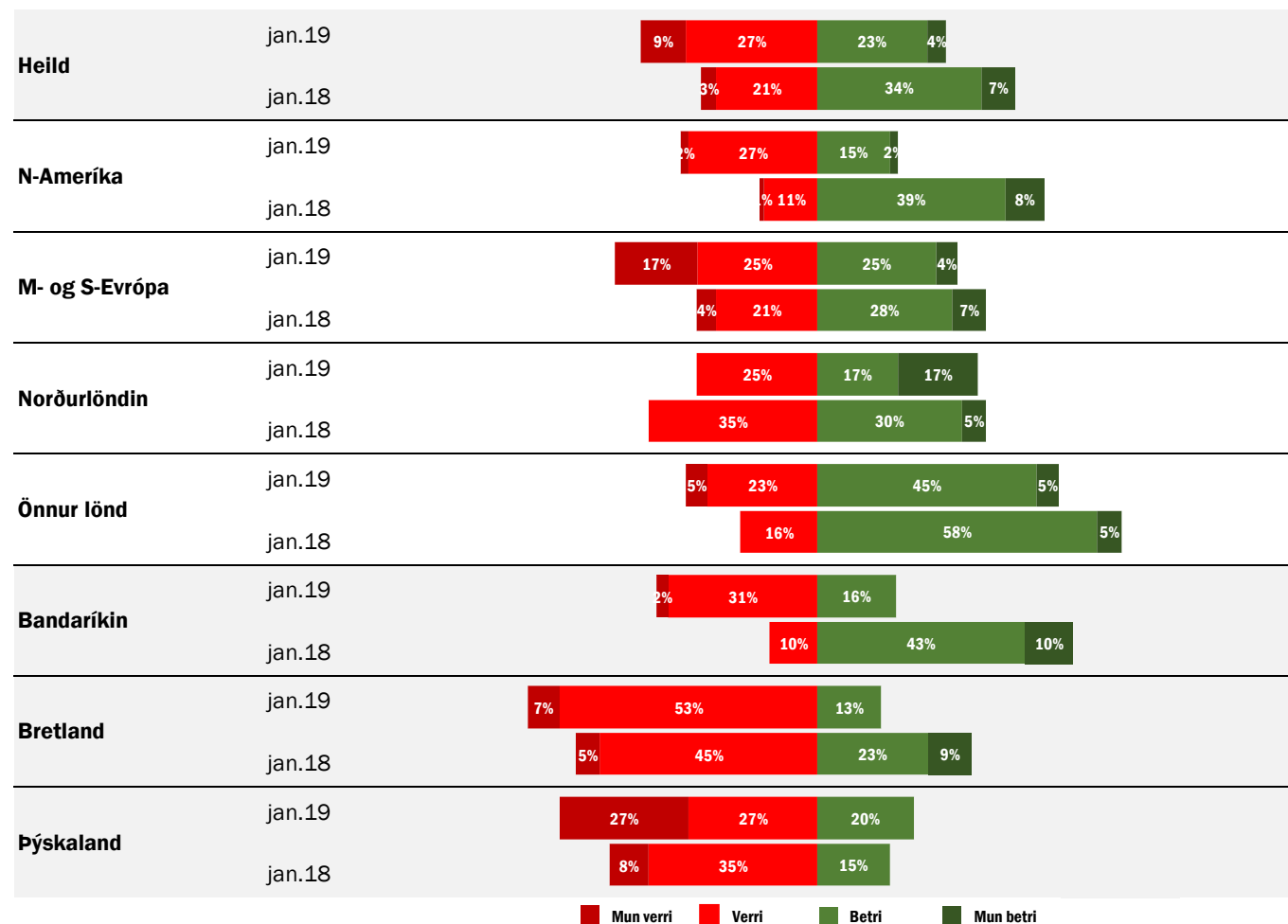
Á flestum markaðssvæðum er hlutfall þeirra sem gera ráð fyrir verri eða mun verri sölu í vetur hærra en hlutfall þeirra sem gera ráð fyrir betri eða mun betri sölu. Undantekningin er meðal þátttakenda frá Norðurlöndunum og þeirra sem tilheyra „öðrum löndum“.

Samanburður við könnun frá janúar 2018

Ef við skoðum samanburð á milli ára þá er breytingin á væntingum til betri eða mun betri sölu í vetur hlutfallslega mest meðal þátttakenda frá Bandaríkjunum, sem hefur áhrif á svörin frá N-Ameríku, og þátttakendum Bretlandi. Athygli vekur þó að hlutfallslega fleiri þátttakendur frá Þýskalandi greindu frá betri væntingum en fyrir ári síðan.

Ef við skoðum svo svör þeirra sem gera ráð fyrir verri eða mun verri sölu í vetur varð hlutfallsleg breyting á milli ára minnst meðal þátttakenda frá Bretlandi og Þýskalandi, enda tilheyrðu hlutfallslega fleiri þegar þeim flokki fyrir. Hlutfallsleg aukning varð mest meðal þátttakenda frá Bandaríkjunum aukningin meðal þátttakenda frá M- og S-Evrópu og þeirra sem tilheyra „öðrum löndum“ vekur einnig athygli. Einungis á Norðurlöndunum eru færri sem gera ráð fyrir verri sölu í vetur en fyrir ári síðan.

Hvernig er bókanarstaða fyrirtæki þíns á ferðum til Íslands á komandi veturartímabili samanborið við sama tíma fyrir ári?*



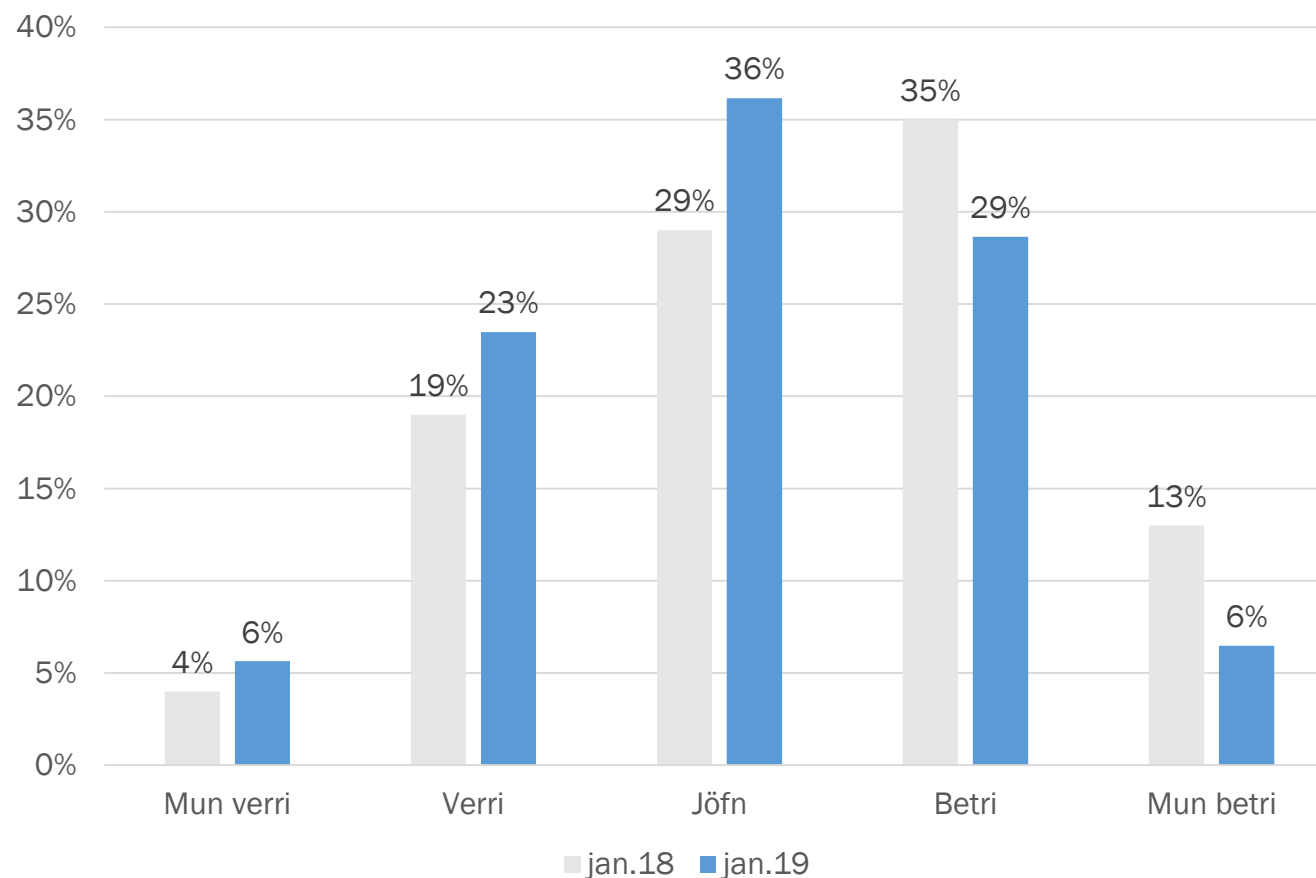
*Compared to last winter season (September 2017 - April 2018), what is your company's prospects for bookings to Iceland with arrivals this winter season (September 2018 - April 2019)?

Væntingar um bókanir á ferðum til Íslands í ár

71% þátttakenda eiga von á svipaðri eða aukinni sölu á ferðum til Íslands árið 2019

(-6% frá könnun í janúar 2018)

Hvernig er bókanarstaða fyrirtæki þíns á ferðum til Íslands árið 2019 samanborið við sama tíma fyrir ári?*



* Compared to same time last year, what is your company's prospects for bookings to Iceland with arrivals in 2019?

Væntingar um bókanir á ferðum til Íslands í ár

Breyting út frá mörkuðum

Hvernig er bókanarstaða fyrirtæki þíns á ferðum til Íslands á komandi veturartímabili samanborið við sama tíma fyrir ári?*

Könnun frá janúar 2019

Þar sem hlutfallslega fleiri gera ráð fyrir betri eða mun betri sölu í ár en þeir sem gera ráð fyrir verri eða mun verri sölu sjáum við aftur fylgni þegar svörin eru greind niður á markaðssvæði og einstök lönd.

Nú er því hlutfall þeirra sem gera ráð fyrir betri eða mun betri sölu hærra en hlutfall þeirra sem gera ráð fyrir verri eða mun verri sölu á öllum markaðssvæðum nema meðal þátttakenda frá Bretlandi þar sem hlutfallið er umtalsvert lægra. Hlutfallið er þó nokkuð jafnt meðal þátttakenda frá Bandaríkjunum og Þýskalandi, sem hefur áhrif á svörin frá N-Ameríku og S- og M-Evrópu.

Samanburður við könnun frá janúar 2018

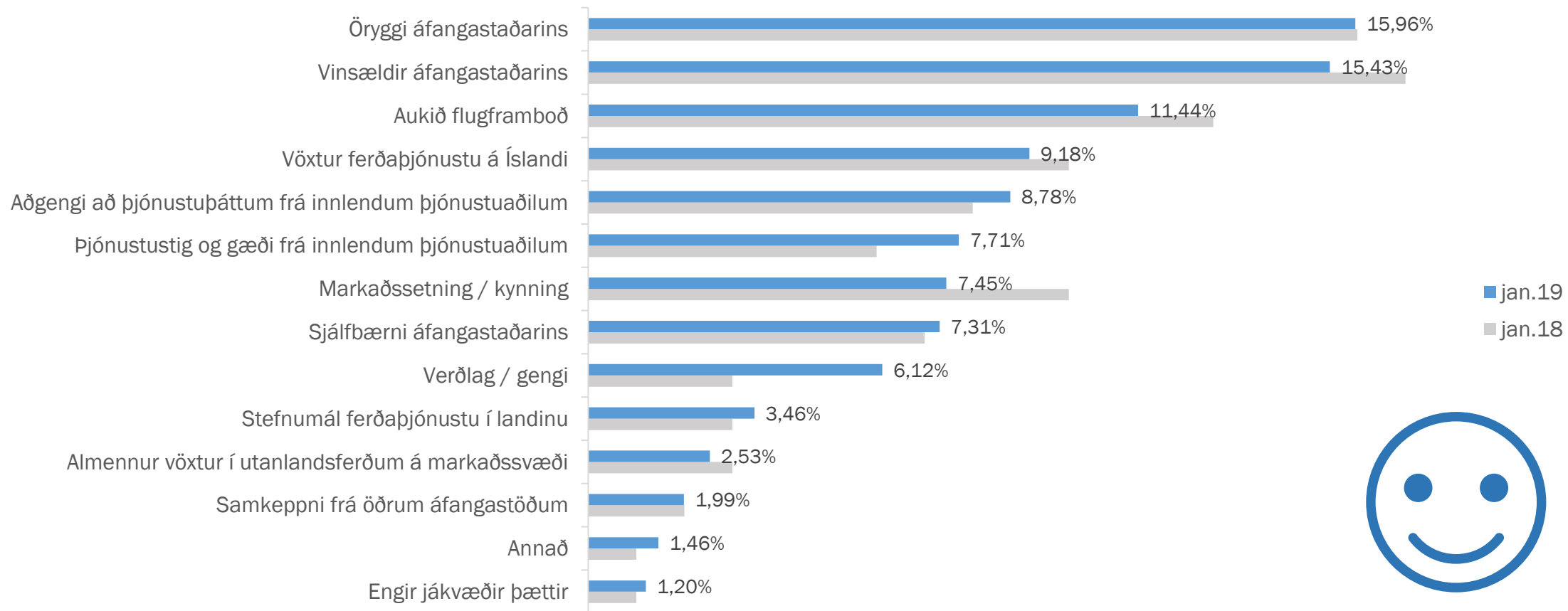
Ef við skoðum samanburð á milli ára og hlutfall þeirra sem gera ráð fyrir betri eða mun betri sölu dregur mest úr væntingum meðal þátttakenda frá Bretlandi, Bandaríkjunum og Þýskalandi. Einungis á Norðurlöndunum snýst hlutfallið við á milli ára þar sem umtalsvert fleiri gera ráð fyrir betri sölu í ár en gerðu það fyrir því fyrir ári síðan.

Ef við skoðum svo svör þeirra sem gera ráð fyrir verri eða mun verri sölu í ár er breytingin hlutfallslega mest meðal þátttakenda frá N-Ameríku, og eðlilega Bandaríkjunum, auk þátttakenda frá Þýskalandi. Hlutfallsleg breyting er ekki eins mikil meðal þátttakenda frá Bretlandi, þó hlutfallslega flestir tilheyri þeim hópi, þar sem sá hópur var þegar stærstur.



*Compared to this time last year, how are the number of bookings with arrivals to Iceland this winter season for your company?

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

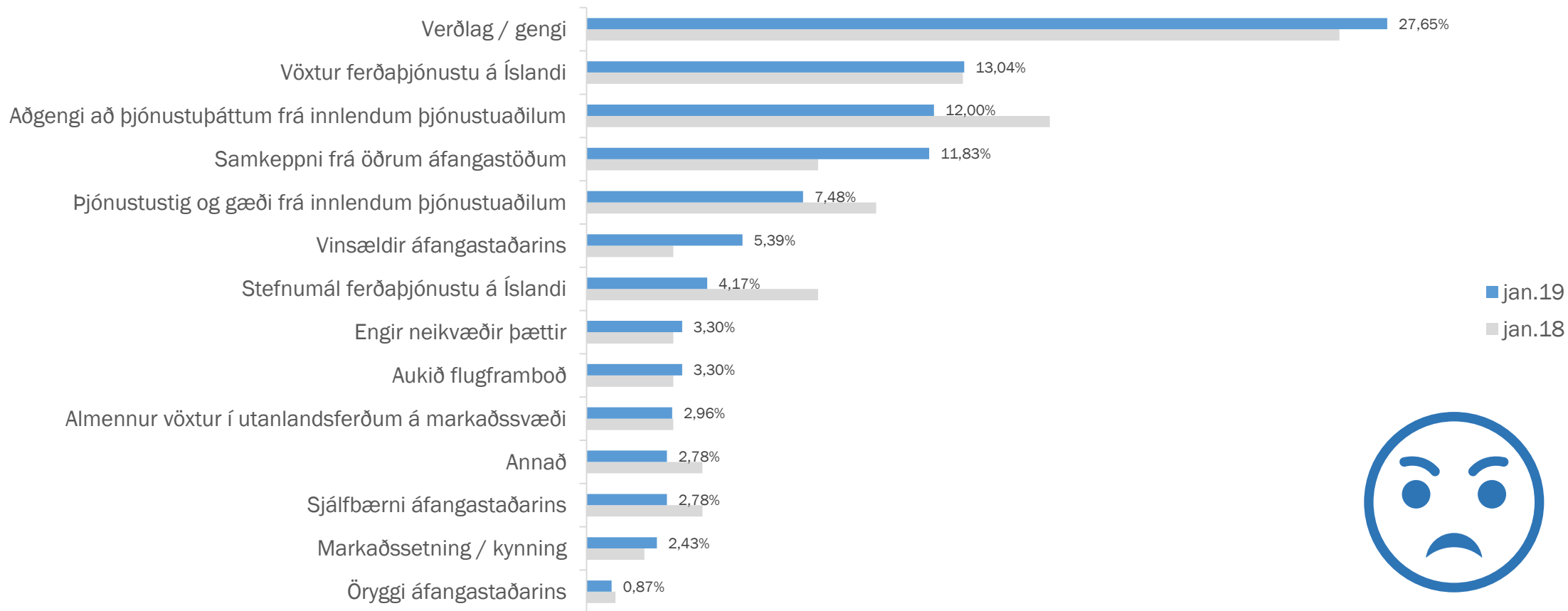
Jákvæðir þættir sem hafa áhrif á þróun íslenskrar ferðaþjónustu

Markaðir

	Öll markaðssvæði	N-Ameríka	M- og S-Evrópa	Norðurlönd	Önnur lönd	Bandaríkin	Bretland	Pýskaland
Öryggi áfangastaðarins	15,96%	15,70%	17,46%	17,14%	11,83%	15,00%	17,31%	22,92%
Vinsældir áfangastaðarins	15,43%	15,29%	15,56%	17,14%	13,98%	16,11%	17,31%	18,75%
Aukið flugframboð	11,44%	11,98%	11,11%	5,71%	12,90%	12,22%	9,62%	4,17%
Aðgengi að þjónustubáttum frá innlendum þjónustuaðilum	9,18%	9,50%	6,98%	20,00%	9,68%	9,44%	13,46%	0,00%
Vöxtur ferðaþjónustu á Íslandi	8,78%	14,46%	5,40%	0,00%	7,53%	15,00%	11,54%	4,17%
Þjónustustig og gæði frá innlendum þjónustuaðilum	7,71%	5,79%	7,62%	8,57%	11,83%	5,56%	7,69%	2,08%
Sjálfbærni áfangastaðarins	7,45%	5,37%	10,16%	5,71%	3,23%	6,67%	7,69%	14,58%
Markaðssetning / kynning	7,31%	8,68%	6,98%	2,86%	7,53%	8,33%	7,69%	6,25%
Verðlag / gengi	6,12%	5,37%	7,30%	8,57%	5,38%	0,56%	1,92%	12,50%
Stefnumál ferðaþjónustu í landinu	3,46%	3,31%	3,81%	8,57%	3,23%	4,44%	0,00%	4,17%
Almennur vöxtur í utanlandsferðum á markaðssvæði	2,53%	0,41%	3,81%	0,00%	6,45%	2,22%	0,00%	2,08%
Samkeppni frá öðrum áfangastöðum	1,99%	2,48%	0,95%	5,71%	3,23%	3,33%	0,00%	2,08%
Annað	1,46%	1,24%	0,95%	0,00%	3,23%	1,11%	3,85%	2,08%
Engir jákvæðir þættir	1,20%	0,41%	1,90%	0,00%	0,00%	0,00%	1,92%	4,17%

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 ferðapjónustu



Question: 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

Neikvæðir þættir sem hafa áhrif á þróun íslenskrar ferðaþjónustu

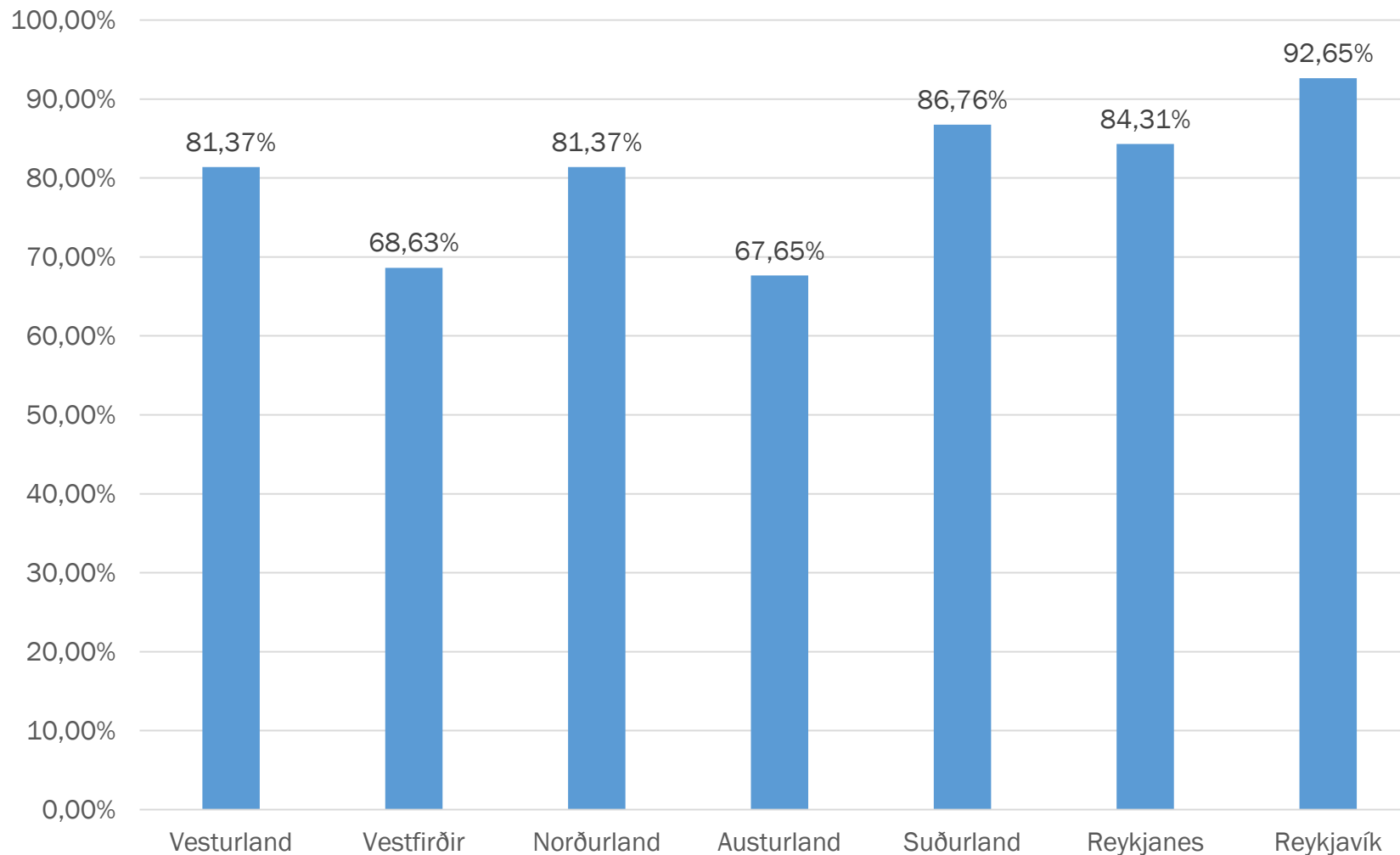
Markaðir

	Öll markaðssvæði	N-Ameríka	M- og S-Evrópa	Norðurlönd	Önnur lönd	Bandaríkin	Bretland	Pýskaland
Verðlag / gengi	28,20%	26,23%	29,05%	30,77%	38,89%	27,08%	25,97%	27,27%
Vöxtur ferðaþjónustu á Íslandi	13,74%	9,02%	17,32%	19,23%	5,56%	9,38%	12,99%	16,36%
Aðgengi að þjónustubáttum frá innlendum þjónustuaðilum	13,27%	16,39%	9,50%	11,54%	16,67%	17,71%	16,88%	1,82%
Samkeppni frá öðrum áfangastöðum	9,72%	10,66%	7,26%	19,23%	11,11%	10,42%	10,39%	5,45%
Þjónustustig og gæði frá innlendum þjónustuaðilum	8,77%	6,56%	10,61%	3,85%	5,56%	7,29%	10,39%	12,73%
Stefnumál ferðaþjónustu á Íslandi	5,69%	1,64%	10,06%	0,00%	0,00%	0,00%	5,19%	18,18%
Annað	4,27%	6,56%	2,23%	3,85%	5,56%	6,25%	5,19%	5,45%
Vinsældir áfangastaðarins	3,32%	4,10%	3,35%	3,85%	0,00%	3,12%	2,60%	3,64%
Engir neikvæðir þættir	3,32%	10,66%	0,00%	0,00%	5,56%	11,46%	0,00%	0,00%
Sjálfbærni áfangastaðarins	2,61%	2,46%	2,23%	3,85%	0,00%	2,08%	3,90%	5,45%
Markaðssetning / kynning	2,37%	2,46%	3,35%	3,85%	0,00%	2,08%	0,00%	0,00%
Aukið flugframboð	2,37%	0,82%	3,35%	0,00%	5,56%	0,00%	2,60%	1,82%
Almennur vöxtur í utanlandsferðum á markaðssvæði	1,66%	1,64%	1,12%	0,00%	5,56%	2,08%	2,60%	1,82%
Öryggi áfangastaðarins	0,71%	0,82%	0,56%	0,00%	0,00%	1,04%	1,30%	0,00%

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

Pekking á landshlutunum

Hver þessara landssvæða á Íslandi kannast þú við, eða hefur heyrt af?*

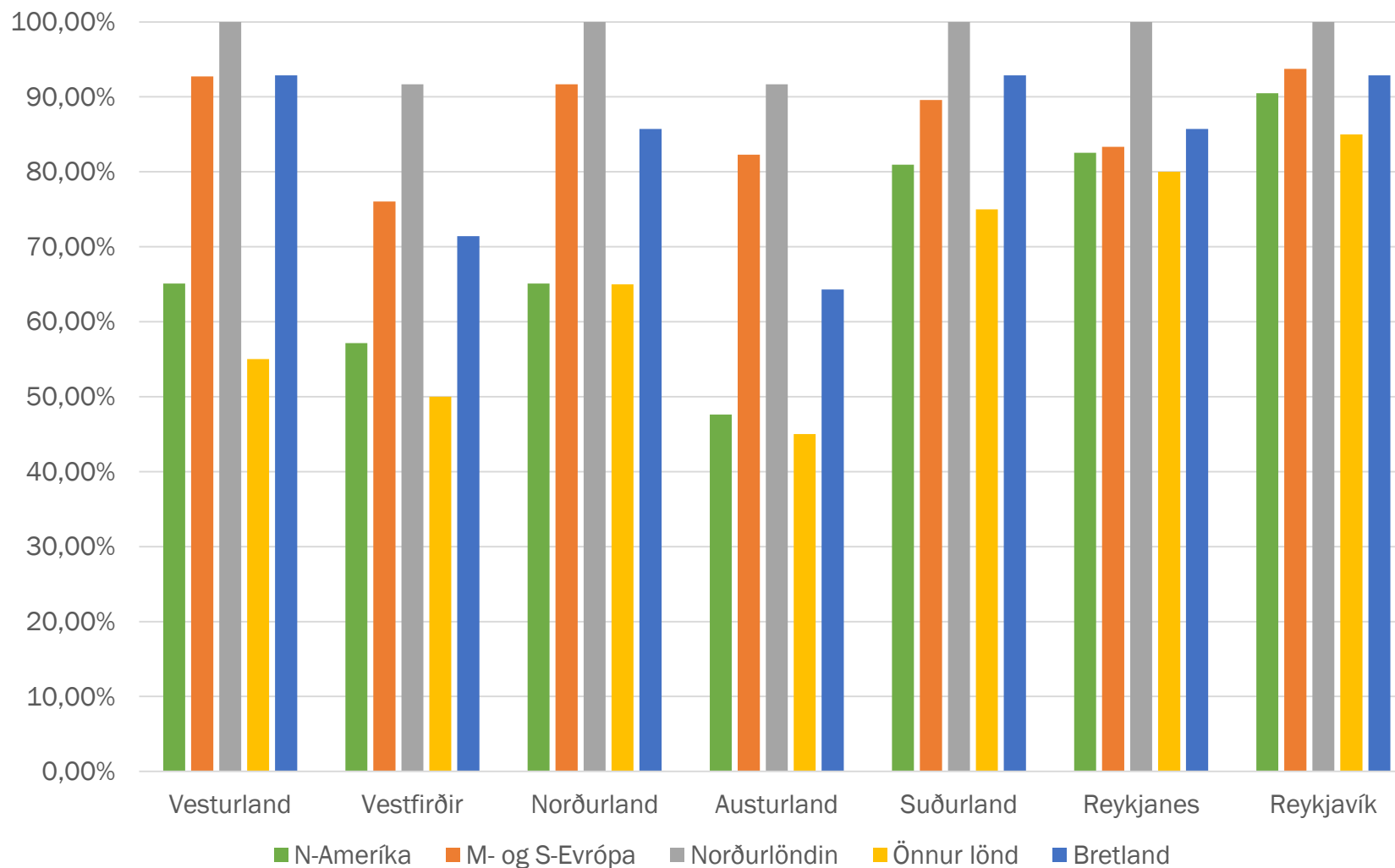


* Which of these areas of Iceland are you aware of, or have you heard of?

Pekking á landshlutunum

Markaðir

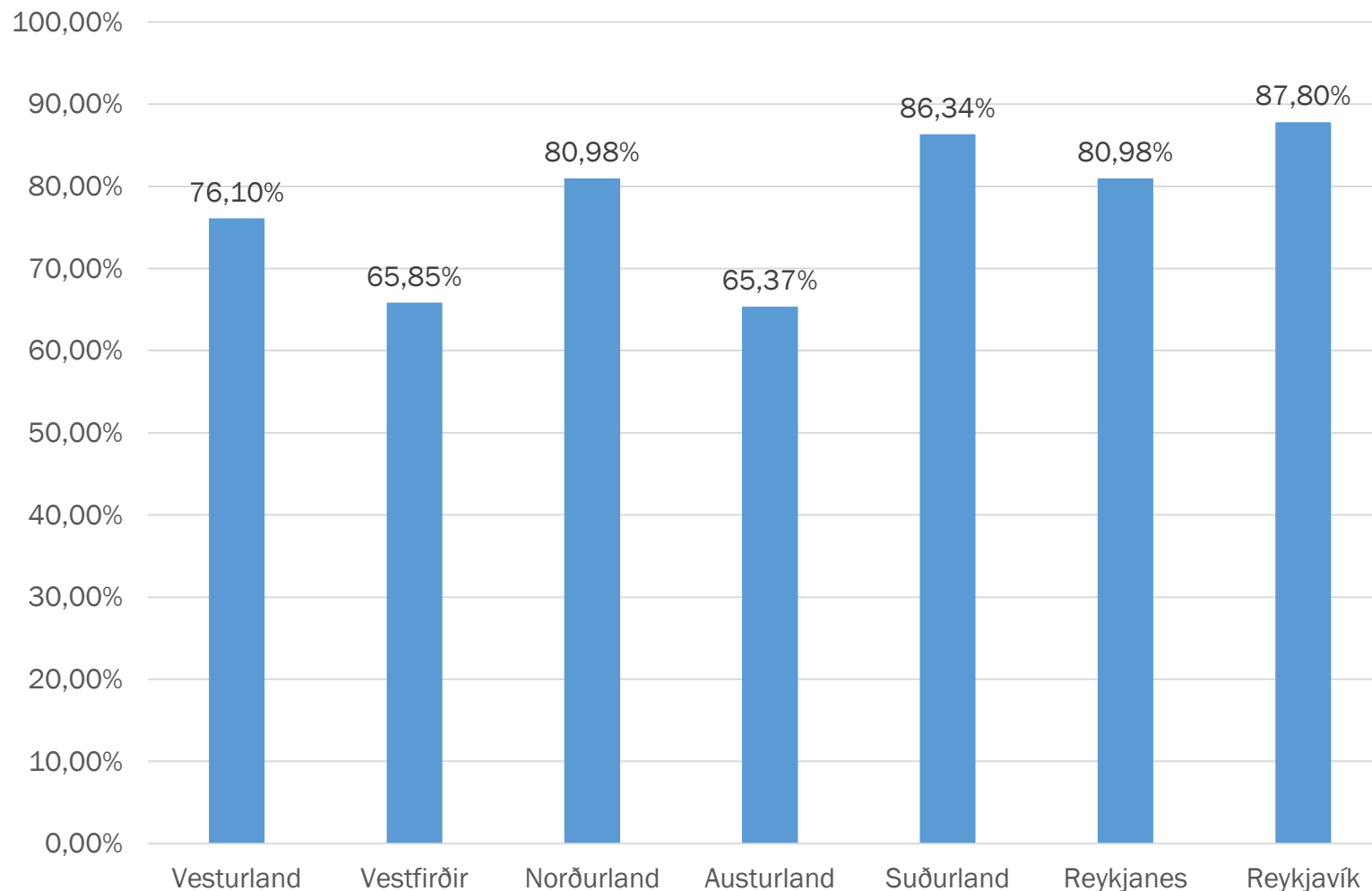
Hver þessara landssvæða á Íslandi kannast þú við, eða hefur heyrt af?*



* Which of these areas of Iceland are you aware of, or have you heard of?

Áhugi á sölu á ferðum til landshlutanna

Til hvaða landssvæða á Íslandi myndi þú íhuga að bjóða upp á ferðapakka fyrir viðskiptavinum þínum?*

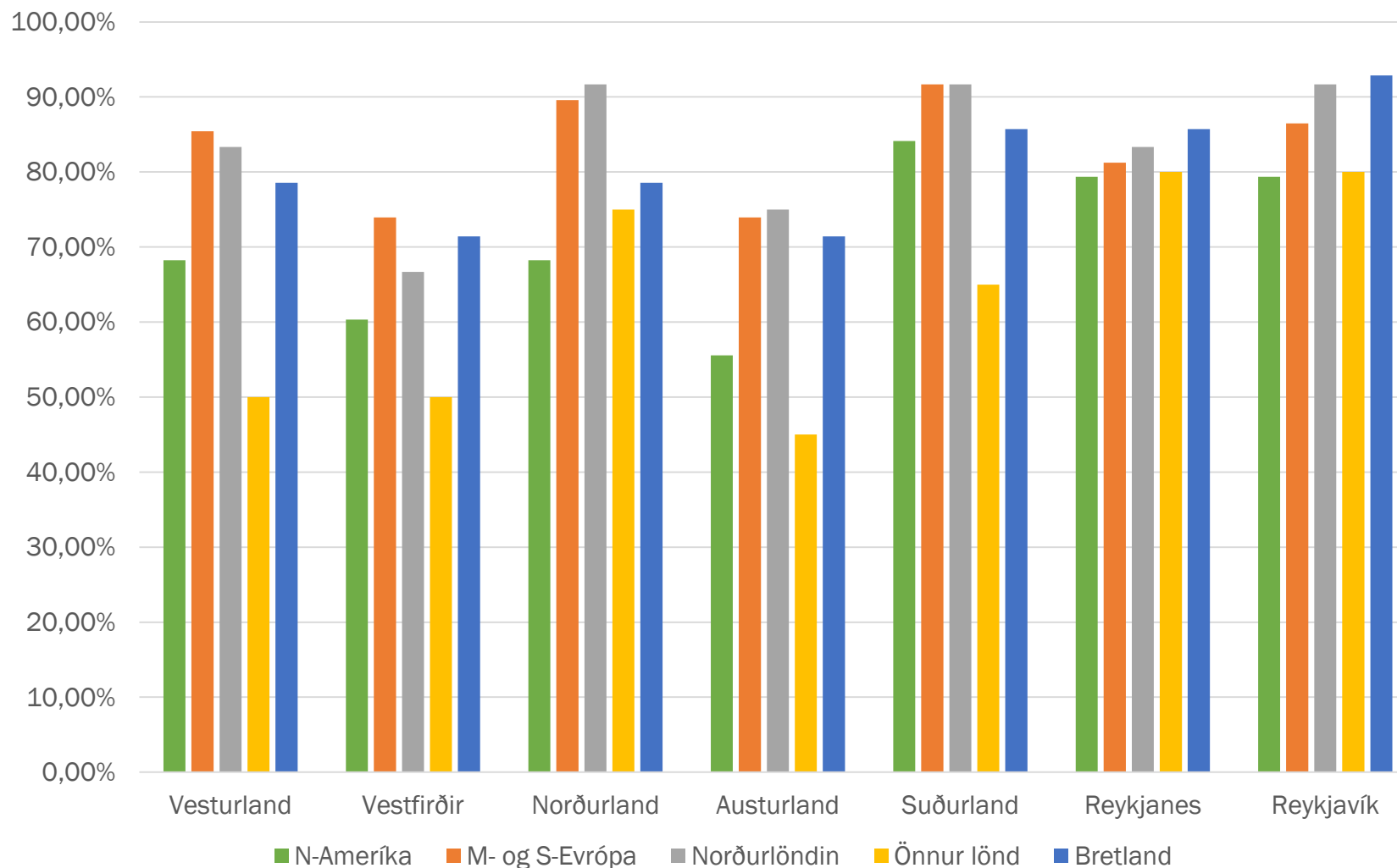


* Which of these areas of Iceland would you consider offering travel packages for your customers?

Áhugi á sölu á ferðum til landshluta

Markaðir

Til hvaða landssvæða á Íslandi myndi þú íhuga að bjóða upp á ferðapakka fyrir viðskiptavini þína?*



* Which of these areas of Iceland would you consider offering travel packages for your customers?

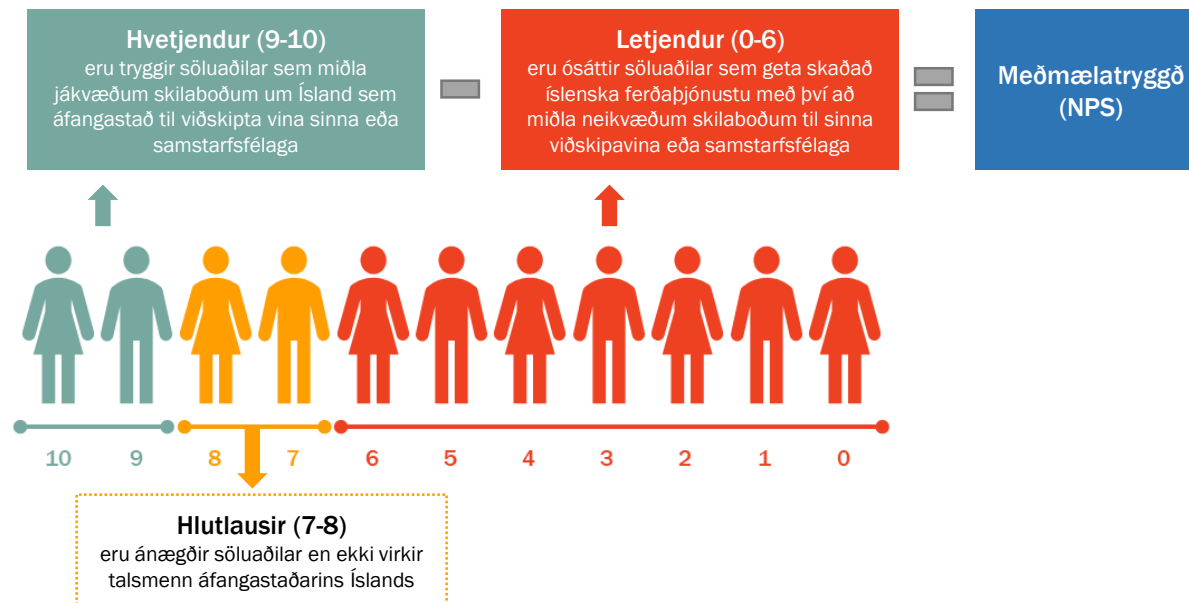
Meðmælatryggð (NPS)

Hvað er meðmælatryggð (NPS)?

Net Promoter Score (NPS) er mælikvarði á tryggð viðskiptavina við fyrirtæki og byggir á því að flokka viðskiptavini í þrjá flokka: Hvetjendur (Promoters), Hlutlausar (Neutral) og Letjendur (Detractors).

Í þessu tilfalli eru það erlendingar söluaðilar sem eru „viðskiptavinirnir“ og eru þeir skiptir í þrjá hópa eftir því hvernig þeir svara spurningunni: **Hversu líklegt eða ólíklegt er að þú mælir með Íslandi sem áfangastað við viðskiptavini þína eða samstarfsfélaga?***

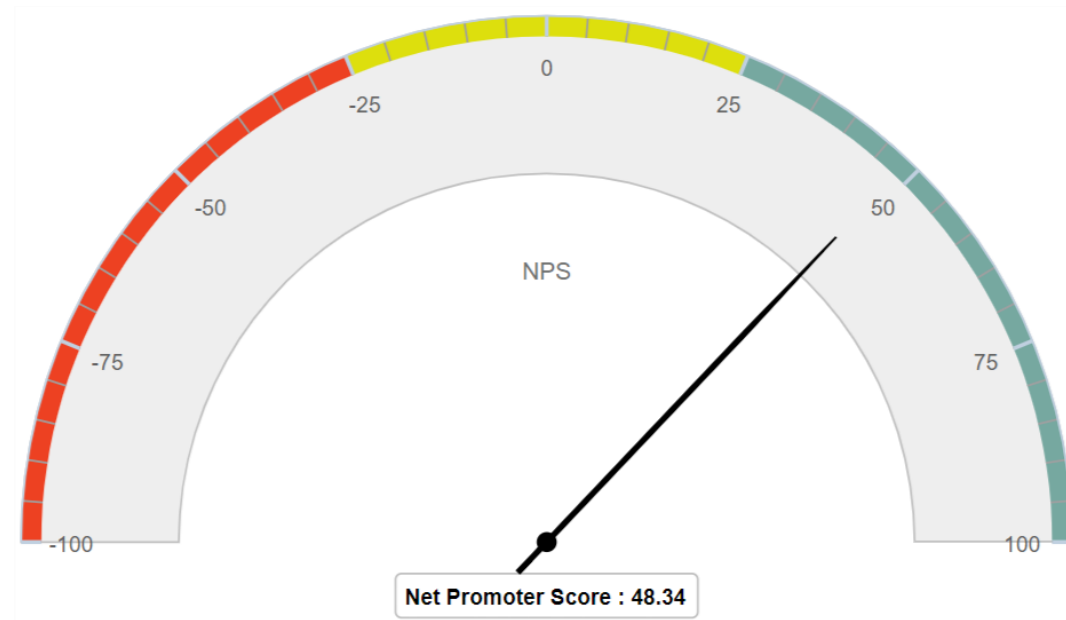
Spurningunni er svarað á kvarðanum 0 (mjög ólíklegt) til 10 (mjög líklegt) og er viðskiptavininum skipt í flokka eins og sýnt er hér til hægri.



Meðmælatryggð við Ísland er há meðal erlendra söluaðila

Meðmælatryggð þátttakenda gagnvart Íslandi sem áfangastað mælist í hærra lagi í janúar eða um 48,34 stig, sem er hækkun um rúm fimm stig frá könnuninni í janúar 2018. Til samanburðar má nefna að meðmælatryggð íslenskra atvinnugreina mældist á bilinu -84,5 til 31,6 stig og voru aðeins 11% mældra fyrirtækja með jákvæða meðmælatryggð (NPS) árið 2016.*

61,14% þátttakenda sögðust mjög líklegir til að mæla með áfangastaðnum við viðskiptavini sína og samstarfsfélaga, 26,07% voru ánægðir með áfangastaðinn en ekki líklegir til að vera virkir talsmenn á meðan 12,8% mælast ósáttir og ekki líklegir til að mæla með Íslandi sem áfangstað.



Á skalanum 0-10, hversu líkleg/ur ertu að mæla með Íslandi sem áfangastað við viðskiptavini þína eða starfsfélaga? **

Svör	Fjöldi	Hlutfall	0% 20% 40% 60% 80%
Hvetjendur (9-10)	125	61,14%	<div style="width: 61.14%;"></div>
Hlutlausir (7-8)	55	26,07%	<div style="width: 26.07%;"></div>
Letjendur (0 - 6)	25	12,8%	<div style="width: 12.8%;"></div>
Samtals	211	100%	

*Meðmælakönnun MMR 2016

**On a scale from 0-10, how likely are you to recommend Iceland as travel destination to a customer or a colleague?

Meðmælatryggð Markaðir

Á heildina litið er meðmælatryggð gagnvart Íslandi sem áfangastað há (NPS 48,3) og hún hefur hækkað á milli kannana.

Stig meðmælatryggðarinnar er nokkuð breytilegt eftir markaðssvæðum og mælist nú hæst á meðal þátttakenda frá Norðurlöndunum (NPS 58,3) en þátttakendur frá N-Ameríku og „öðrum löndum“ fylgja þar fast á eftir.

Mesta hækkunin er meðal þátttakenda frá „öðrum löndum“ en stig meðmælatryggðar hefur verið nokkuð breytilegar á milli kannana. Hækkunin er einnig mikil meðal þátttakenda frá Norðurlöndunum.

Lækkun á meðmælatryggð var einungis meðal þátttakenda frá Þýskalandi, um 1,3 stig, og Bandaríkjunum, um 0,1 stig. Í báðum löndunum er meðmælatryggðin þó há; 53,3 stig í Bandaríkjunum og 33,3 sig í Þýskalandi.

Á skalanum 0-10, hversu líkleg/ur ertu að mæla með Íslandi sem áfangastað við viðskiptavini bína eða samstarfsfélaga?*



■ Letjendur (0-6)

■ Hvetjendur (9-10)

*On a scale from 0-10, how likely are you to recommend Iceland as travel destination to a customer or a colleague?

Af hverju eru ”**letjendur**” ólíklegir til að mæla með Íslandi sem áfangastað?

“Price too high for the quality of the services.”

“Great place, but far too expensive”

“Too many competitors offering same products.”

Hvað þyrfti að gera til að ”**hlutlausir**” yrðu líklegri til að mæla með Íslandi sem áfangastað?

*“...better attitude
towards travel
companies and tourists”*

*“There are too many tourists,
resulting in surly land operations and
a lessening quality of hotel, staff and
product, so, most likely a limit to
tourists”*

***“Prices need to stop
increasing so much.”***

***“Increased availability
of services to increase
availability and help
reduce costs of travel.”***

*“More knowledge of the
destination through
FAM trip”*

Af hverju eru “hvetjendur” líklegir til að mæla með Íslandi sem áfangastað?

“For the welcome and kindness of the people...”

“It still trendy and hot. It's a bucket list destination for some.”

***“breath taking nature,
beautiful country,”***

“...easy to get to”

“because it's one of the most diverse countries in the world”

“It´s a beautiful, impressive and safe country to visit.”

GREINING FRAMKVÆMD AF ÍSLANDSSTOFU

JANÚAR 2019

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.