



Viðhorfskönnun meðal erlendra söluaðila um íslenska ferðapjónustu

September 2018

Samantekt

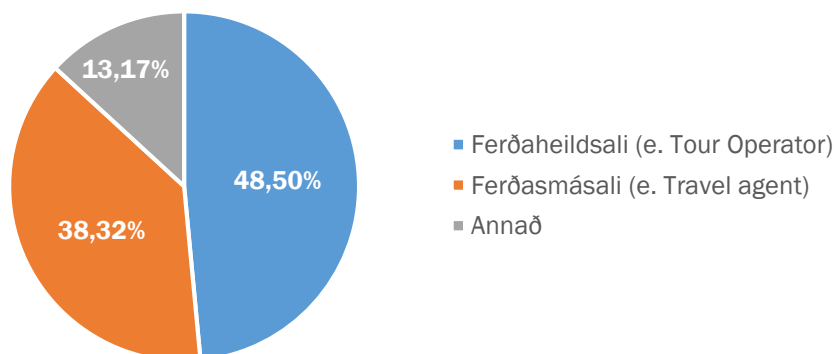
Íslandsstofa framkvæmdi viðhorfskönnun í júlí og ágúst 2018 meðal erlendra söluaðila sem selja ferðir til Íslands. Kannað var viðhorf þeirra til þróunar íslenskrar ferðaþjónustu og væntingar til sölu á ferðum til landsins. Sambærileg könnun var gerð í janúar 2018, júní 2017, desember 2016*. Könnunin var send í tölvupósti á rúmlega 4000 erlendar ferðaskrifstofur sem selja ferðir til Íslands og 167 aðilar hófu þátttöku.

Rannsóknartímabil: júlí til ágúst 2018

Aðferðafræði: Netkönnun

Úrtak: Erlendir söluaðilar sem bjóða ferðir til Íslands

Hlutfallsskipting söluaðila eftir flokkum:



*Breytileg tímasetning getur haft áhrif á samanburð

Hófu könnun	Luku könnun	Hlutfall gjldra svara
167	146	87,43%

Markaðssvæði	Land	Fjöldi	Hlutfall	
N-Ameríka (59 svarendur)	Bandaríkin	45	26,95%	
	Kanada	14	8,38%	
Mið- og Suður-Evrópa (62 svarendur)	Austurríki	1	0,60%	
	Belgía	1	0,60%	
	Frakkland	4	2,40%	
	Holland	16	9,58%	
	Ítalía	9	5,39%	
	Portugal	1	0,60%	
	Spánn	9	5,39%	
	Sviss	5	2,99%	
	Þýskaland	16	9,58%	
Norðurlöndin (9 svarendur)	Danmörk	7	4,19%	
	Finnland	1	0,60%	
	Noregur	1	0,60%	
Bretlandseyjar (27 svarendur)	Bretland	26	15,57%	
	Írland	1	0,60%	
Önnur lönd (10 svarendur)	Ástralía	1	0,60%	
	Indland	1	0,60%	
	Kína	1	0,60%	
	Litháen	1	0,60%	
	Malasía	1	0,60%	
	Póland	2	1,20%	
	Rússalnd	2	1,20%	
	Ungverjaland	1	0,60%	
	Samtals:		167	

Helstu niðurstöður

Ljóst er að breyting hefur orðið á stöðu bókana á ferðum til Íslands árið 2018 sem og væntingum erlendra söluaðila um sölu á komandi vetrartímabili. Heilt á litið er staðan nokkuð áþekk á milli markaðssvæða en einstök lönd skera sig þó úr líkt og í fyrri könnunum.

Sé litið til stöðu bókana á ferðum til Íslands í ár miðað við sama tíma fyrir ári virðist ákveðinn viðsnúningur hafa átt sér stað þar sem mun fleiri þátttakendur greina frá verri bókunarstöðu en áður. Væntingar um bókanir fyrir komandi vetrartímabil eru þó betri en bókunarstaða fyrir árið í heild og nokkuð í takt við fjölgun ferðamanna utan háannar.

Líkt og í fyrri könnunum nefna þátttakendur **vinsældir áfangastaðarins** (18%), **öryggi** (16%), **aukið flugframboð** (12%) og **markaðssetningu** (10%) sem helstu jákvæðu þættina fyrir framþróun íslenskrar ferðapjónustu. Hins vegar var **hátt verðlag** (28%) sá neikvæði þáttur sem lang oftast var nefndur, en þar á eftir kom **aðgengi að þjónustupáttum** (14%), **vöxtur ferðapjónustunnar** (13%) og **samkeppni frá öðrum áfangastöðum** (10%).

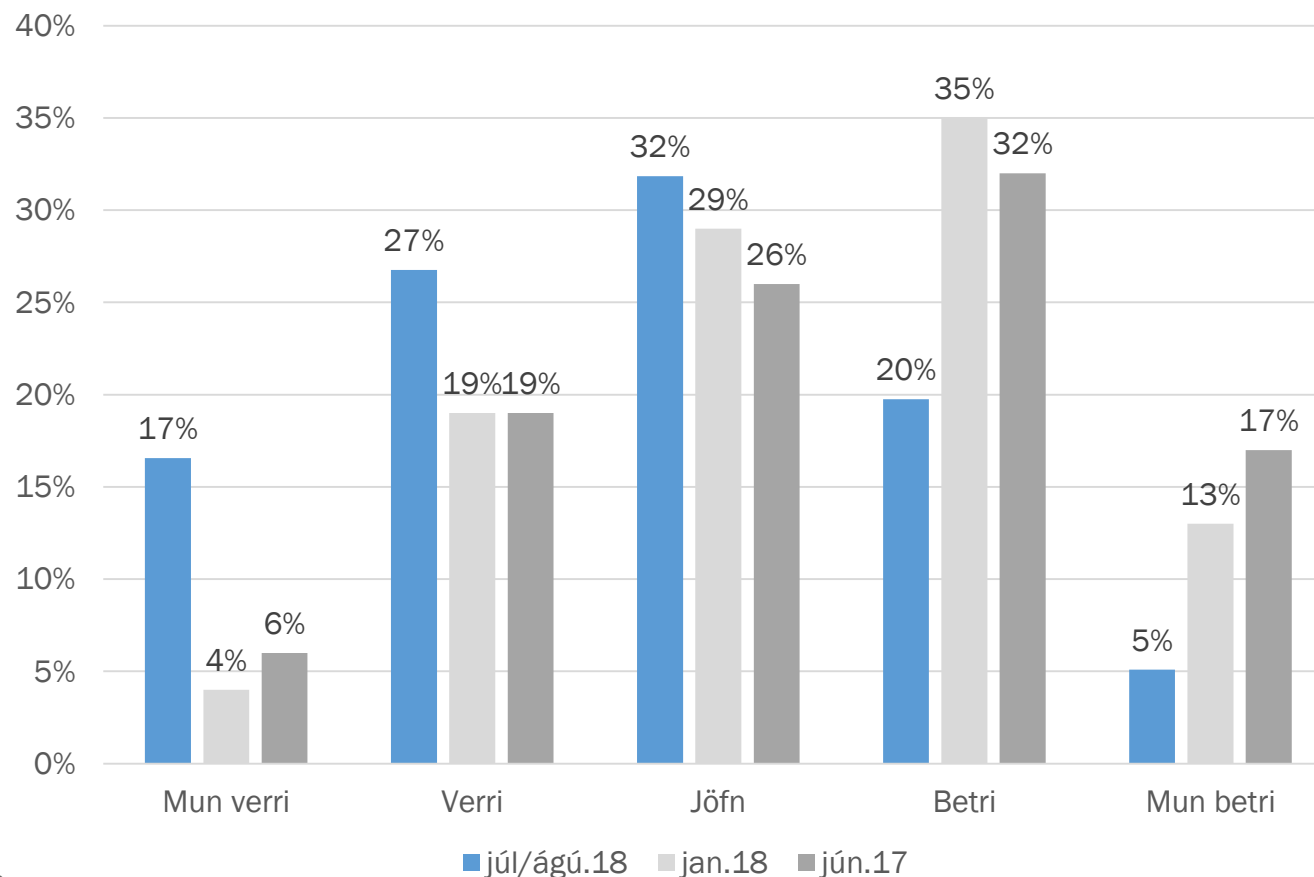


Bókanir á ferðum til Íslands 2018

57% þátttakenda upplifðu svipaða eða aukna sölu á ferðum til Íslands árið 2018 samanborið við 2017

(-20% frá könnun janúar 2018 og -18% frá könnun í júní 2017)

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



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

Bókanir á ferðum til Íslands 2018

Markaðir

Þó svo meirihluti þátttakenda hafi greint frá svipaðri eða aukinni sölu á ferðum til Íslands árið 2018 miðað við sama tíma í fyrra greindu hlutfallslega fleiri þátttakendur frá neikvæðri en jákvæðri bókunarstöðu. Það er í fyrsta skipti sem sú staða kemur upp frá því könnunin var fyrst lögð fyrir.

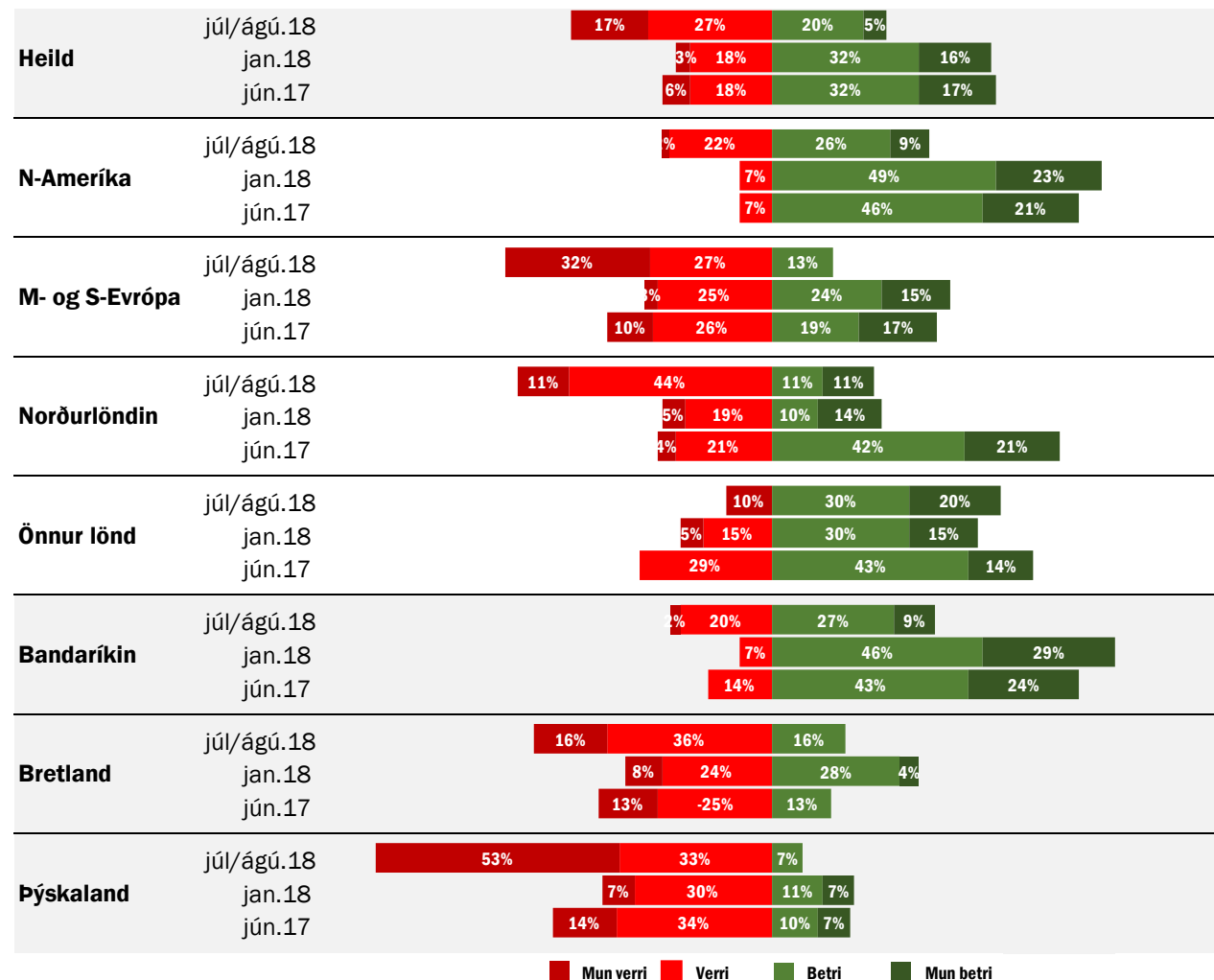
Sé litið á einstök markaðssvæði þá eru þátttakendur frá Mið- og Suður-Evrópu ásamt Norðurlöndunum og Bretlandi neikvæðari en aðrir.

Bandaríkin skera sig nokkuð úr enda sögðust 78% þátttakenda upplifa svipaða eða betri bókunarstöðu. Ef niðurstöðurnar eru bornar saman við fyrri kannanir vekur það þó athygli að af þeim greina hlutfallslega færri frá betri bókunarstöðu en áður.

Verri bókunarstaða í Mið- og Suður-Evrópu skýrist að miklu leyti af stöðu bókana í Þýskalandi því einungis 14% þýskra þátttakenda greindu frá svipaðri eða betri bókunarstöðu. Hlutfall þeirra sem greina frá mun verri bókunarstöðu stingur einnig í stúf enda er það umtalsvert hærra en í fyrri könnunum.

Meirihluti þátttakenda frá Norðurlöndunum og Bretlandi greindu einnig frá verri bókunarstöðu og það hlutfall hefur jafnframt vaxið nokkuð frá fyrri könnunum, þó ekki í líkingu við það sem fram kemur í niðurstöðum frá Þýskalandi.

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



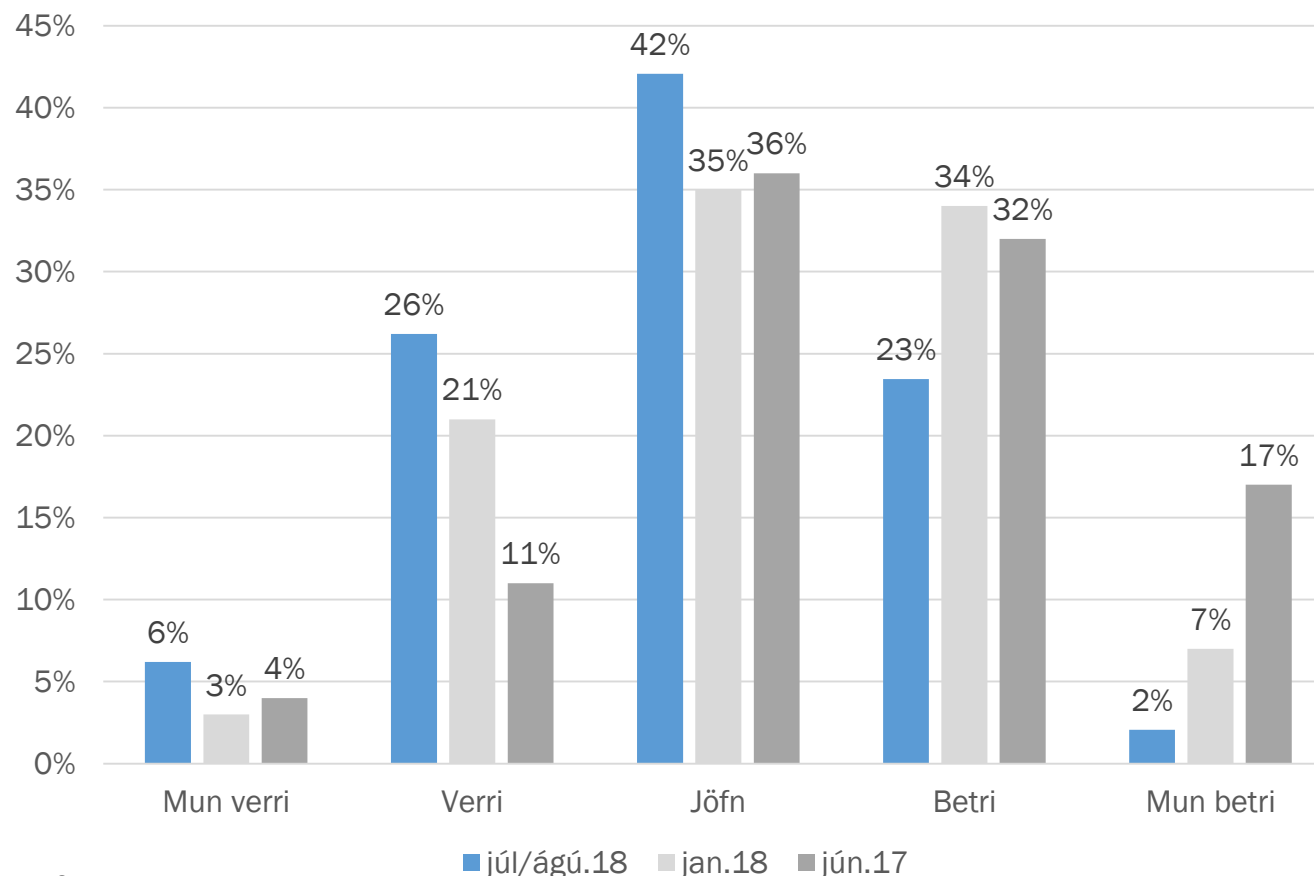
*Compared to this time last year, how are the number of bookings with arrivals to Iceland this year for your company?

Væntingar um sölu á ferðum til Íslands veturinn 2018/2019

67% þátttakenda eiga von á svipaðri eða aukinni sölu á ferðum til Íslands veturinn 2018/2019

(-9% frá könnun í janúar 2018 og -18% frá könnun í júní 2017)

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



*Compared to last winter season, what is your company's prospects for bookings to Iceland with arrivals next winter season?

Væntingar um sölu á ferðum til Íslands veturinn 2018/2019

Markaðir

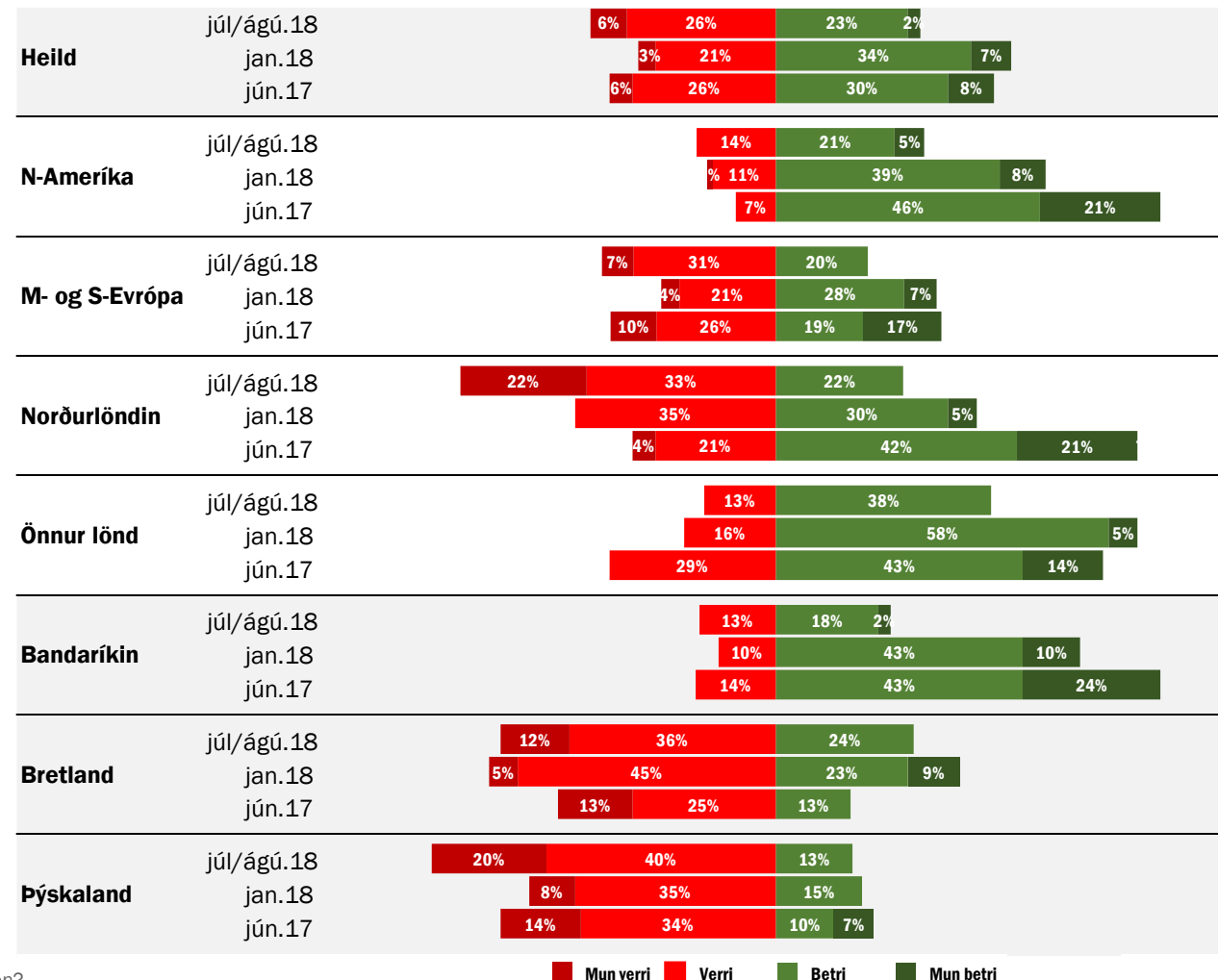
Á heildina litið er ljóst að væntingar um sölu á ferðum á komandi vetrartímabili fylgja áþekku mynstri og bókunarstaðan fyrir árið í heild. Væntingarnar eru ekki eins góðar og áður enda greindu hlutfallslega fleiri þátttakendur frá neikvæðri en jákvæðri bókunarstöðu miðað við sama tíma fyrir ári. Þar sem hlutfallslega fleiri greindu frá svipaðri bókunarstöðu eru væntingar fyrir komandi vetrartímabil þó betri en fyrir árið í heild, eða 67%.

Áfram skera svör þátttakenda frá Mið- og Suður-Evrópu, Norðurlöndunum og Bretlandi sig úr hvað varðar bókunarstöðu miðað við það sem fram kemur í svörum þátttakenda frá Norður-Ameríku og svörum frá „öðrum löndum“.

Þó svo hlutfallslega færri þátttakendur frá Bandaríkjunum geri ráð fyrir aukinni sölu hefur hlutfall þeirra sem gera ráð fyrir verri sölu ekki vaxið að sama skapi. Eins má benda á að væntingar um jafna sölu hafa aukist mikið meðal þátttakenda frá „öðrum löndum“ sem útskýrir lægra hlutfalli þeirra sem greina frá betri bókunarstöðu í fyrri könnunum.

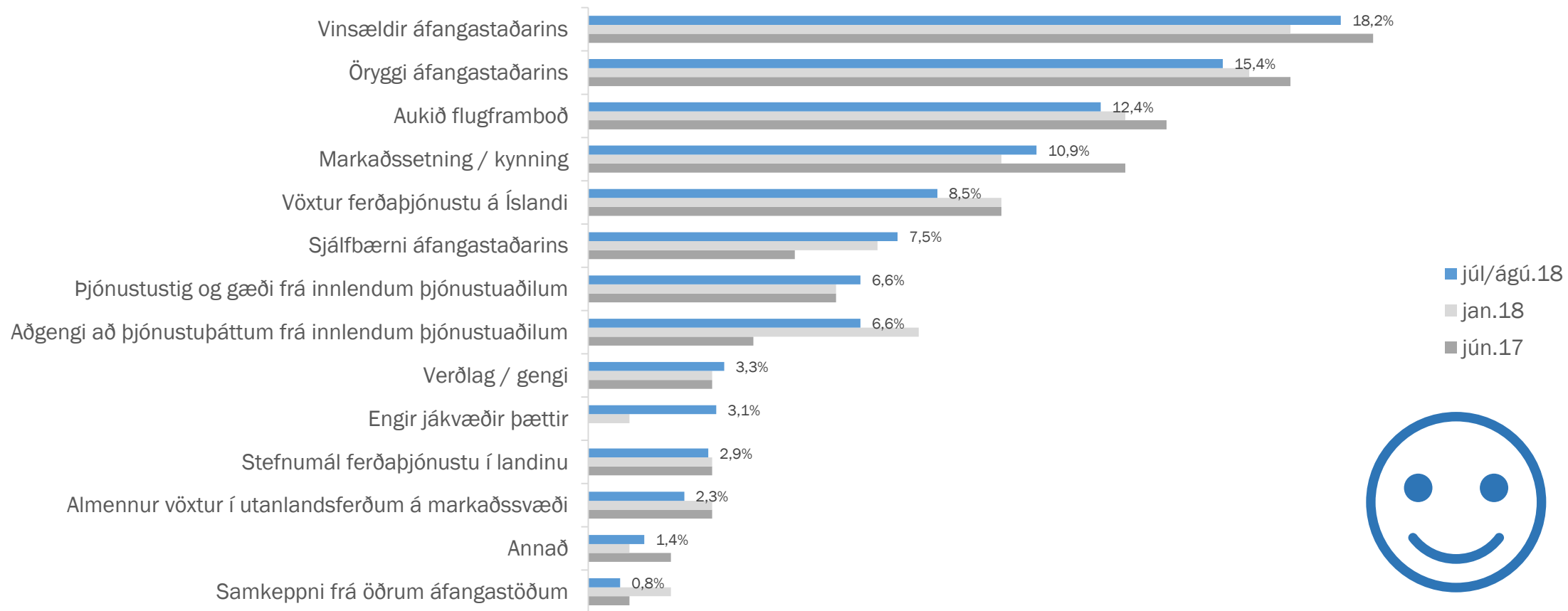
Hlutfallslega fleiri þátttakendur frá Bretlandi og Þýskalandi greindu einnig frá verri en betri bókunarstöðu fyrir komandi vetrartímabili. Niðurstöðurnar draga þó ekki upp jafn neikvæða mynd og af bókunarstöðu frá þessum mörkuðum fyrir árið heild þar sem hlutfallslega fleiri gera ráð fyrir svipaðri bókunarstöðu og fyrir ári síðan.

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



*Compared to last winter season, what is your company's prospects for bookings to Iceland with arrivals next winter season?

Jákvæðir þættir sem hafa áhrif á þróun íslenskrar ferðapjónustu



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

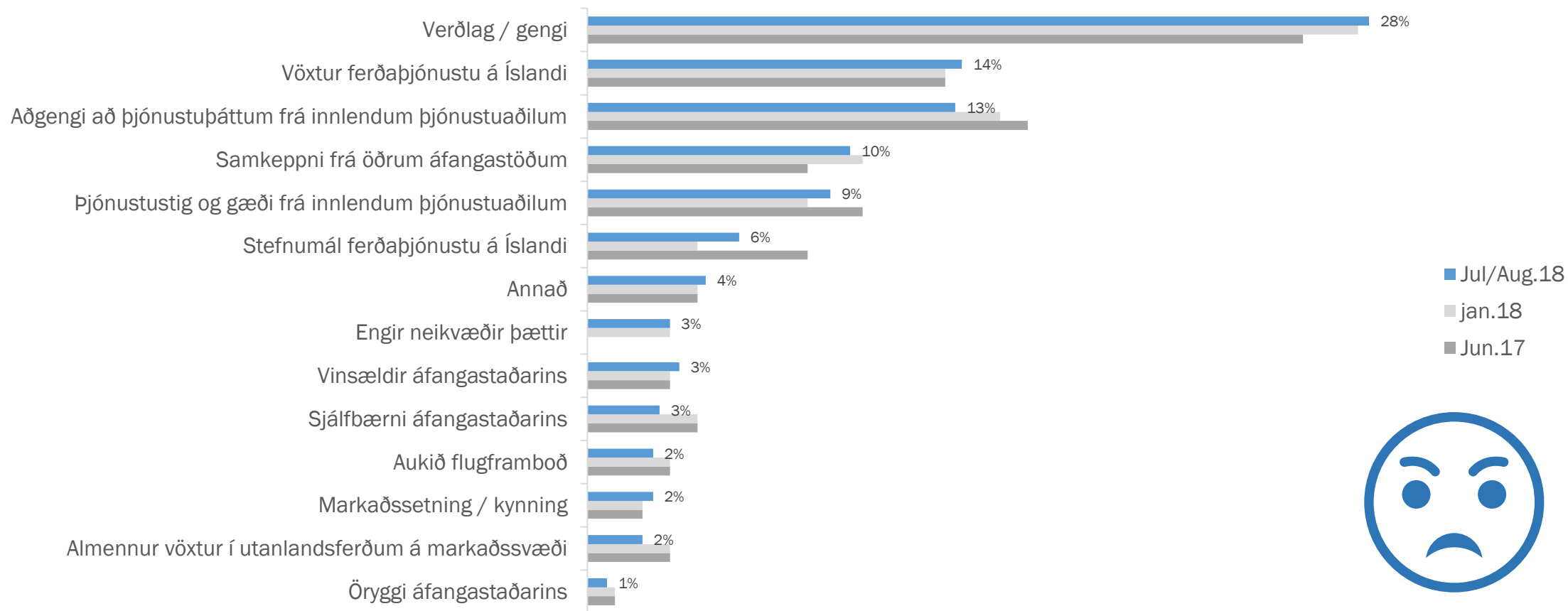
Jákvæðir þættir sem hafa áhrif á þróun íslenskrar ferðaþjónustu

Markaðir

	Öll markaðssvæði	N-Ameríka	M- og S-Evrópa	Norðurlönd	Önnur lönd	Bandaríkin	Bretland	Pýskaland
Vinsældir áfangastaðarins	18,23%	16,97%	19,53%	16,67%	20,00%	17,65%	18,75%	17,14%
Öryggi áfangastaðarins	15,36%	14,68%	18,34%	16,67%	6,67%	13,53%	13,75%	25,71%
Aukið flugframboð	12,48%	14,22%	10,65%	8,33%	10,00%	14,12%	13,75%	8,57%
Markaðssetning / kynning	10,75%	11,01%	10,06%	12,50%	13,33%	10,59%	10,00%	8,57%
Vöxtur ferðaþjónustu á Íslandi	8,45%	11,01%	4,14%	4,17%	16,67%	11,76%	8,75%	0,00%
Sjálfbærni áfangastaðarins	7,49%	6,88%	10,65%	4,17%	3,33%	6,47%	5,00%	5,71%
Aðgengi að þjónustubáttum frá innlendum þjónustuaðilum	6,72%	5,96%	7,69%	8,33%	3,33%	6,47%	7,50%	11,43%
Þjónustustig og gæði frá innlendum þjónustuaðilum	6,53%	5,96%	4,14%	12,50%	10,00%	5,88%	10,00%	2,86%
Engir jákvæðir þættir	3,45%	0,46%	8,28%	4,17%	3,33%	0%	1,25%	14,29%
Verðlag / gengi	3,26%	5,50%	1,78%	4,17%	0,00%	6,47%	1,25%	0,00%
Stefnumál ferðaþjónustu á Íslandi	2,88%	3,67%	2,37%	0%	3,33%	4,12%	2,50%	2,86%
Almennur vöxtur í utanlandsferðum á markaðssvæði	2,30%	1,83%	1,18%	4,17%	6,67%	1,18%	3,75%	0,00%
Annað	1,34%	0,92%	1,18%	4,17%	0,00%	1,18%	2,50%	2,86%
Samkeppni frá öðrum áfangastöðum	0,77%	0,92%	0%	0%	3,33%	0,59%	1,25%	0,00%

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



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

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

Hvers vegna mæla þeir sem eru jákvæðir gagnvart Íslandi með áfangastaðnum?

„Þetta er enn frábær staður
ef maður sleppir vinsælustu
stöðunum“

„Það eru 30 ástæður til að mæla
með Íslandi“

„Öruggt, áhugavert og hreint“

„Ósvikinn áfangastaður.
Friður og kyrrð á réttu
stöðunum“

„Ísland er einstakt á
heimsmælikvarða“

**„Einstakt og öruggt
land til að heimsækja“**

„Einstakur áfangastaður, náttúra,
fólk, matur...“

„náttúra, menning og vinalegt fólk“

„Þetta er nýtt, spennandi,
viðráðanlegt og ólíkt öllum
öðrum áfangastöðum“

„Þetta er góð upplifun og
„auðvelt að komast þangað“

Hvað þyrfti að gera til fá þá sem eru hlutlausar til að mæla með Íslandi sem áfangastað?

„Betra verð“

„Birgjar eru að bjóða óraunhæf verð“

“Einfaldara bóka pakkaferðir í gegnum ákjósanlega söluaðila”

„Vera meðvituð um samband verðs og frammistöðu“

„Fjölmiðlaherferð gæti hjálpað“

„Samkeppnishæfara verðlag“

„Fleiri gæða ferðaskrifstofur“

„Stuðningur við önnur ferðamannasvæði en Reykjavík, Suðurströndina og Vesturland“

„framboð á Halal máltíðum“

„Hraðari og betri svörun frá söluaðilum“

Hvers vegna mæla þeir sem eru neikvæðir gagnvart Íslandi ekki með áfangastaðnum?

„Framboð, verð og takmarkað flugframboð“

„Erfitt er að fá gistingu staðfesta á Íslandi og svartími söluaðila er of langur“

„Erfið samskipti við söluaðila“

„Skortur á þekkingu og námskeiðum fyrir fagaðila til að fræða ferðapjónustu um hvernig eigi að kynna Ísland“

„**Hátt verðlag
samanborið við
önnur lönd**“

„Verð/gæði“

„Að verða of fjölmennt“

„matur, drykkir – mjög dýrt samanborið við þeirra heimaland“

GREINING FRAMKVÆMD AF ÍSLANDSSTOFU

SVIÐ FERÐAÞJÓNUSTU OG SKAPANDI GREINA – SEPTEMBER 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.