



# Viðhorfskönnun meðal erlendra söluaðila um íslenska ferðapjónustu

Lögð fyrir í júní 2020

# Helstu niðurstöður

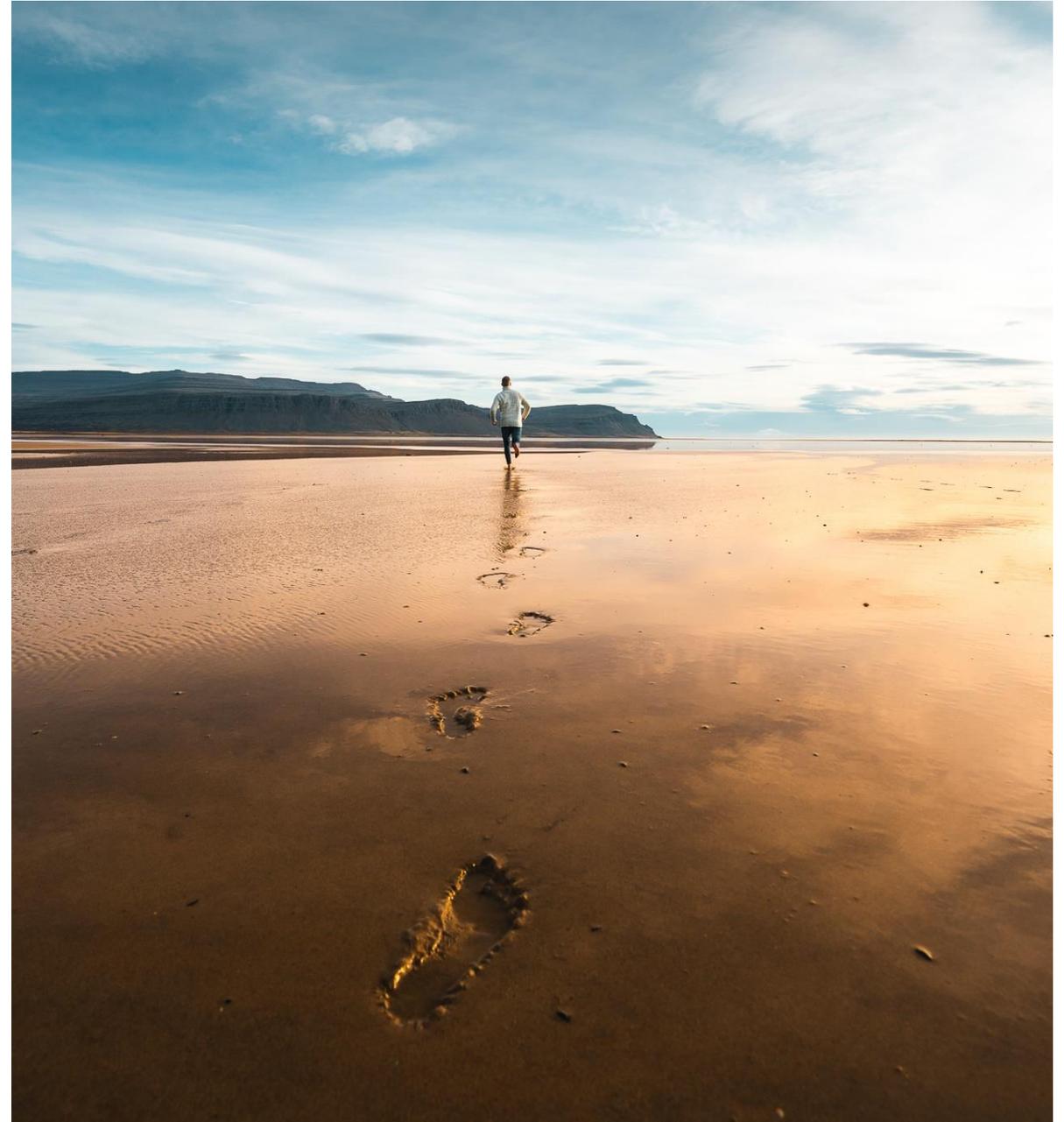
Könnunin var lögð fyrir í júní 2020 og líkt og búist var við lita áhrif ferðatakmarkana í kjölfar COVID-19 niðurstöður hennar að miklu leyti. Til að mynda reyndist bókunarstaðan fyrir 2020 mun verri en í könnunum fyrri ára. Væntingar um bókanir á komandi vetrartímabili eru þó örlítið jákvæðari en fyrir árið í heild sinni, en þó talsvert fyrir neðan væntingarnar fyrir ári síðan. Niðurstöðurnar voru áþekkar á öllum markaðssvæðum.

Helstu niðurstöður eru að meðmælatryggð erlendra söluaðila gagnvart Íslandi sem áfangastað heldur áfram að hækka og hefur aldrei mælast jafn há, samanborið við fyrri kannanir. Þetta eru jákvæð merki fyrir íslenska ferðaþjónustu og til marks um hve sterkt vörumerkið Ísland er meðal erlendra ferðasöluaðila.

Þegar kemur að ferðalögum gera þátttakendur ráð fyrir því að bókanir taki við sér á komandi vetrartímabili, og jafnframt að viðskiptavinir þeirra séu viljugir til að ferðast áður en vetrartímabilinu lýkur. Það kemur ekki á óvart að nærmarkaðir, þ.e. Norðurlöndin, Bretland auk Suður- og Mið-Evrópu, virðast líklegri til að taka við sér fyrr en fjarmarkaðir.

Ísland kom best út í samanburði við önnur lönd þegar spurt var um áfangastað sem er leiðandi í sjálfbærri þróun. Öryggi, sjálfbærni og vinsældir áfangastaðarins eru áfram þeir þættir sem langflestir þátttakendur líta jákvæðum augum varðandi þróun ferðaþjónustunnar. Viðbrögð Íslands við COVID-19 voru jafnframt ofarlega á blaði, en eðlilega hafa þau ekki verið valmöguleiki áður.

Verðlag á Íslandi er aftur á móti sá þáttur sem mest neikvæðni mælist til, líkt og í fyrri könnunum. Flugframboð fylgir þar á eftir, enda varð mikill samdráttur síðasta sumar og aftur í kjölfar COVID-19. Jákvætt þykir að í samanburði við fyrri kannanir litu hlutfallslega færri á verðlag og fjölda ferðamanna sem neikvæðan þátt en áður, sem og aðgengi að þjónustupáttum frá innlendum aðilum.



# Samantekt

Íslandsstofa framkvæmdi viðhorfskönnun í júní 2020 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 hefur verið send út tvisvar á ári frá árinu 2017.

Könnunin var send í tölvupósti á rúmlega 4.000 tengiliði erlendra ferðaskrifstofa sem selja ferðir til Íslands. Alls hófu 438 aðilar þátttöku og 377 luku allri könnuninni.

**Rannsóknartímabil:** Júní 2020

**Aðferðafræði:** Netkönnun

**Úrtak:** Erlendir söluaðilar sem bjóða ferðir til Íslands

**Tungumál:** Enska, franska, spænska og þýska

**Hlutfallsskipting söluaðila eftir flokkum:**



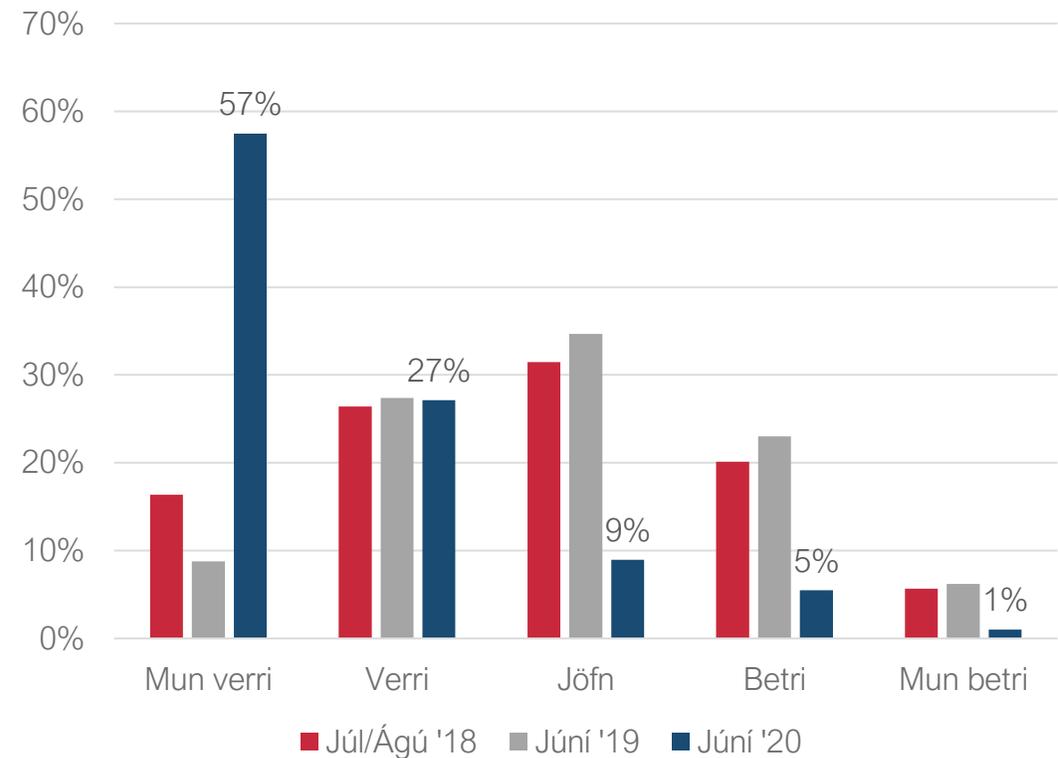
Markaðssvæði	Land	Fjöldi	Hlutfall
<b>Norður-Ameríka</b> (141 svarendur)	Bandaríkin	109	25%
	Kanada	32	7%
<b>Mið- og Suður-Evrópa</b> (146 svarendur)	Austurríki	3	1%
	Belgía	6	1%
	Frakkland	15	3%
	Holland	10	2%
	Ítalía	37	8%
	Portúgal	1	0%
	Spánn	31	7%
	Sviss	13	3%
	Þýskaland	30	7%
<b>Norðurlöndin</b> (15 svarendur)	Danmörk	9	2%
	Noregur	2	0%
	Svíþjóð	4	1%
<b>Bretlandseyjar</b> (14 svarendur)	Bretland	13	3%
	Írland	1	0%
<b>A-Evrópa</b> (8 svarendur)	Pólland	4	1%
	Rússland	2	0%
	Önnur lönd	2	0%
<b>Fjarmarkaðir</b> (114 svarendur)	Ástralía	5	1%
	Brasilía	5	1%
	Indland	60	14%
	Malasía	17	4%
	Singapúr	5	1%
	Önnur lönd	22	5%
	<b>Samtals:</b>		438

# Bókanir á ferðum til Íslands í ár

15% þátttakenda sögðu bókunarstöðuna svipaða eða betri miðað við sama tíma fyrir ári

**-48% frá júní 2019**  
**-42% frá júlí/ágúst 2018**

Hvernig er bókunarstaðan á ferðum til Íslands árið 2020 samanborið við sama tíma árið 2019?\*



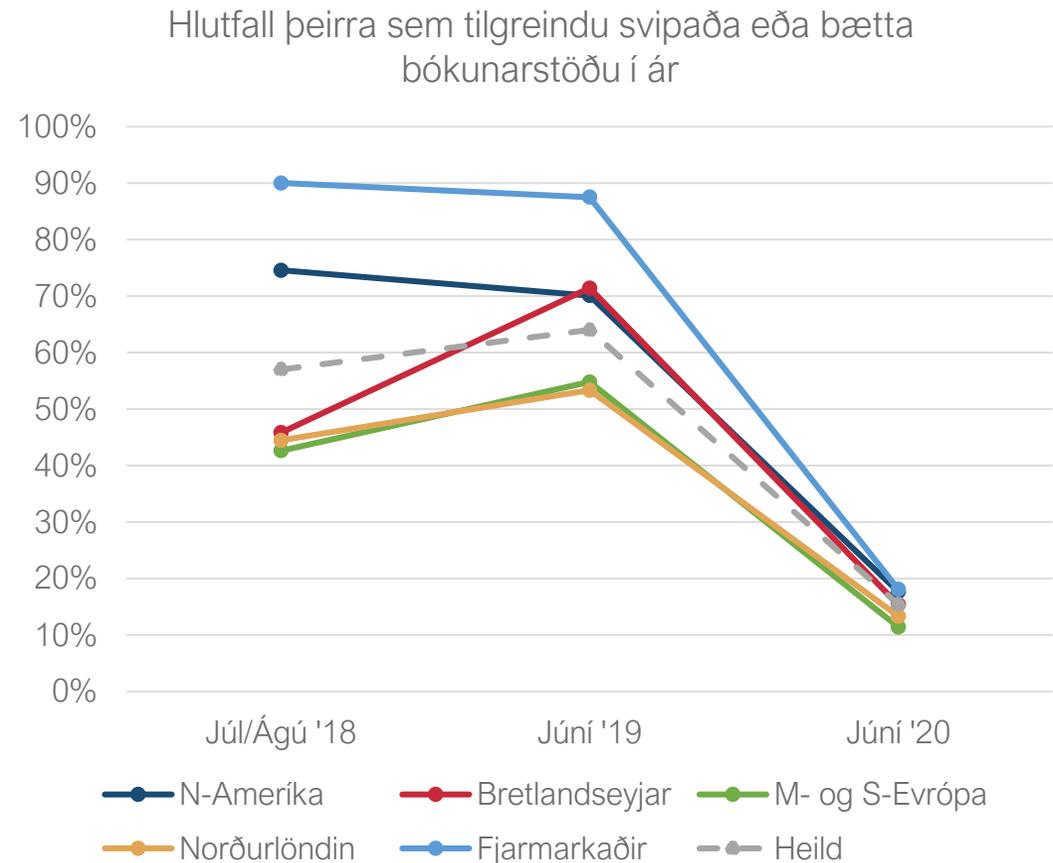
\*Compared to 2019, how are the number of bookings to Iceland with arrivals in 2020 for your company?

# Bókanir á ferðum til Íslands í ár

## Markaðir

Líkt og búist var við, í ljósi afleiðinga af COVID-19 og ferðatakmarkana, greindu umtalsvert færri frá svipaðri eða betri bókunarstöðu í ár en í fyrri könnunum.

Niðurstöðurnar voru svipaðar fyrir öll markaðssvæðin, enda um alheimsfaraldur að ræða.

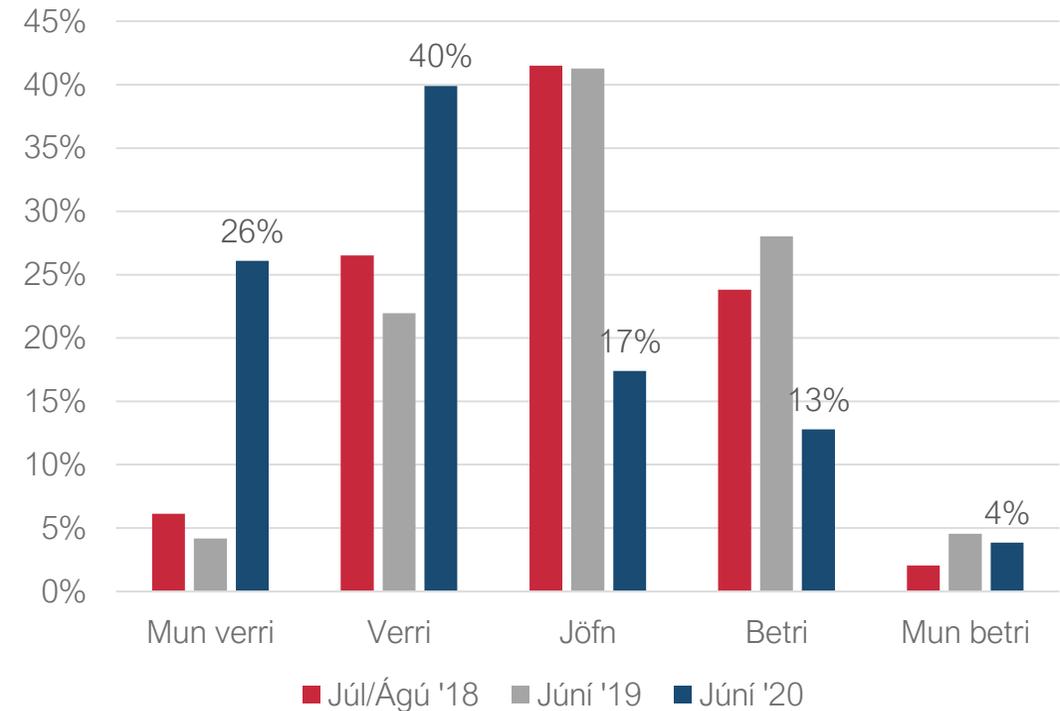


# Væntingar um bókanir á ferðum til Íslands í vetur

34% þátttakenda sögðust eiga von á svipaðri eða betri sölu á komandi vetrartímabili

**-40% frá júní 2020**  
**-33% frá júlí/ágúst 2019**

Hverjar eru væntingar fyrirtækisins varðandi sölu á ferðum til Íslands fyrir næsta vetrartímabil, samanborið við sama tíma fyrir ári?\*

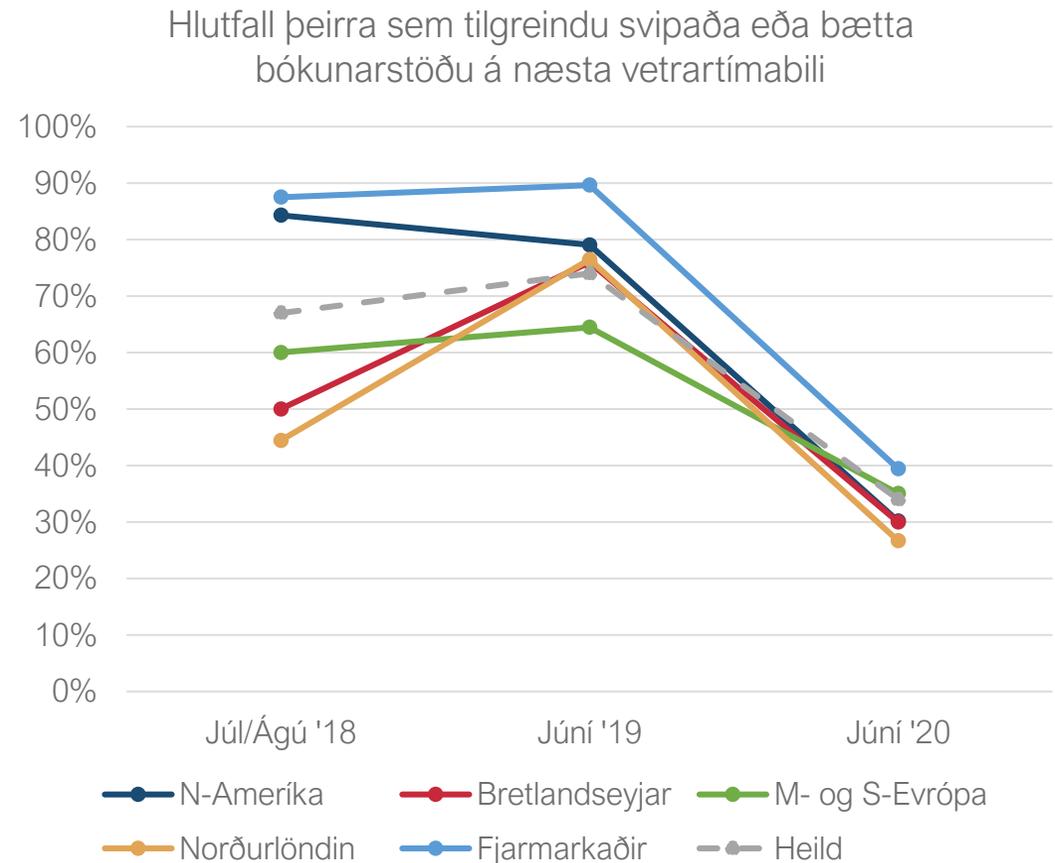


# Væntingar um bókanir á ferðum til Íslands í vetur

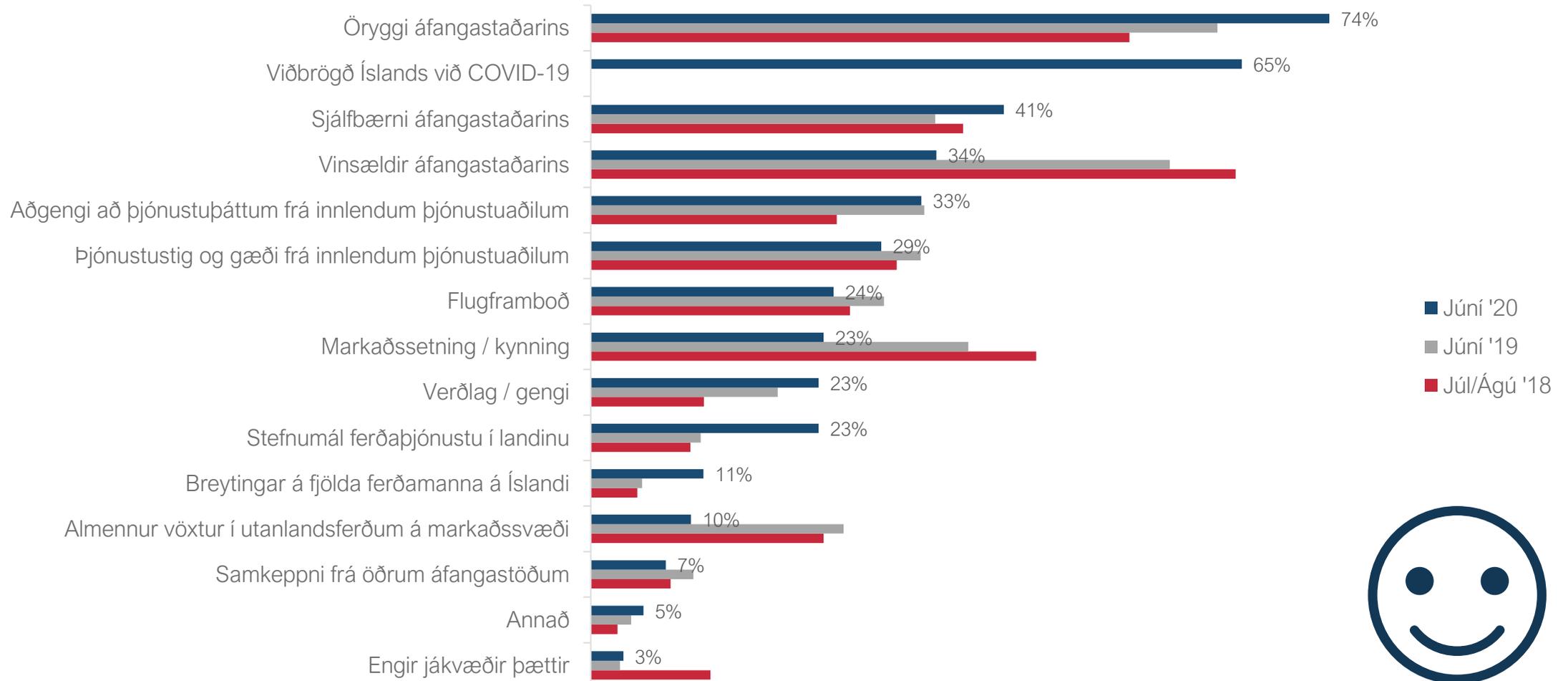
## Markaðir

Umtalsvert færri eiga von á svipaðri eða betri sölu á næsta vetrartímabili en í könnunum fyrri ára.

Afleiðingar COVID-19 og ferðatakmarkanna virðast hafa svipuð áhrif á öllum markaðssvæðum. Líkt og áður reyndist þó örlítið meiri jákvæðni meðal svarenda frá fjarmörkuðum.



# Jákvæðir þættir sem hafa áhrif á þróun íslenskrar ferðapjónustu



\*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)

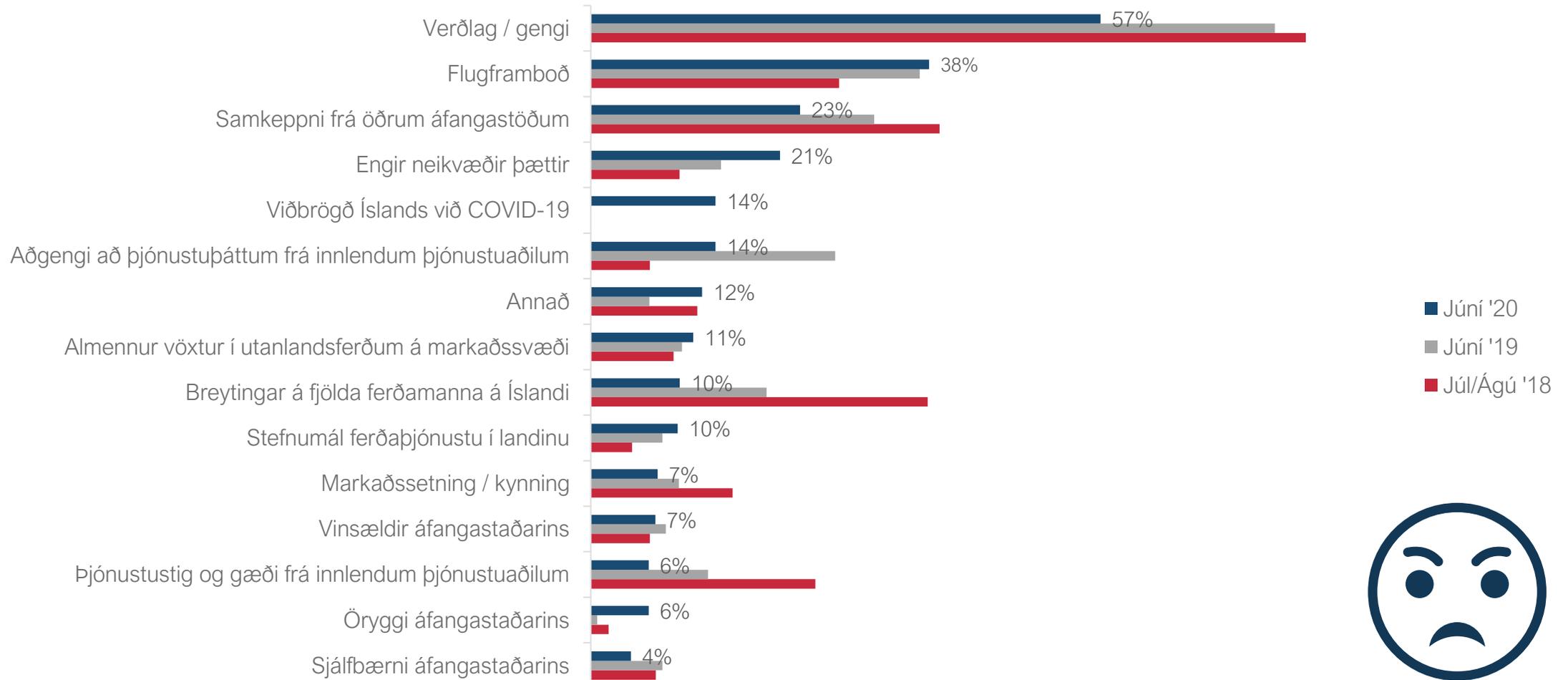


# Jákvæðir þættir sem hafa áhrif á þróun íslenskrar ferðapjónustu

## Markaðir

	Öll markaðssvæði	N-Amerika	M- og S-Evrópa	Norðurlönd	Fjarmarkaðir	Bandaríkin	Bretlandseyjar	Þýskaland
Öryggi áfangastaðarins	73,6%	79,7%	72,6%	66,7%	66,7%	78,6%	47,8%	80,8%
Viðbrögð Íslands við COVID-19	64,8%	67,2%	65,9%	80,0%	56,8%	70,4%	43,5%	73,1%
Sjálfbærni áfangastaðarins	41,1%	42,2%	48,9%	40,0%	31,5%	43,9%	17,4%	50,0%
Vinsældir áfangastaðarins	34,4%	42,2%	34,1%	26,7%	29,7%	40,8%	8,7%	50,0%
Aðgengi að þjónustupáttum frá innlendum þjónustuaðilum	32,9%	40,6%	23,7%	26,7%	35,1%	40,8%	26,1%	19,2%
Þjónustustig og gæði frá innlendum þjónustuaðilum	28,9%	33,6%	18,5%	26,7%	34,2%	35,7%	30,4%	19,2%
Flugframboð	24,2%	25,8%	19,3%	26,7%	28,8%	25,5%	8,7%	15,4%
Markaðssetning / kynning	23,2%	28,1%	9,6%	6,7%	36,9%	25,5%	13,0%	3,8%
Stefnumál ferðapjónustu í landinu	22,7%	22,7%	17,8%	26,7%	30,6%	25,5%	0,0%	3,8%
Verðlag / gengi	22,7%	22,7%	18,5%	40,0%	26,1%	23,5%	13,0%	26,9%
Breytingar á fjölda ferðamanna á Íslandi#	11,2%	4,7%	17,8%	13,3%	10,8%	3,1%	4,3%	30,8%
Almennur vöxtur í utanlandsferðum á markaðssvæði	10,0%	7,8%	5,2%	13,3%	18,0%	6,1%	4,3%	3,8%
Samkeppni frá öðrum áfangastöðum	7,5%	7,0%	3,7%	6,7%	13,5%	5,1%	0,0%	0,0%
Annað	5,2%	4,7%	4,4%	6,7%	6,3%	5,1%	4,3%	0,0%
Engir jákvæðir þættir	3,2%	3,1%	5,9%	0,0%	0,9%	2,0%	0,0%	7,7%

# Neikvæðir þættir sem hafa áhrif á þróun íslenskrar ferðapjónustu



\*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)

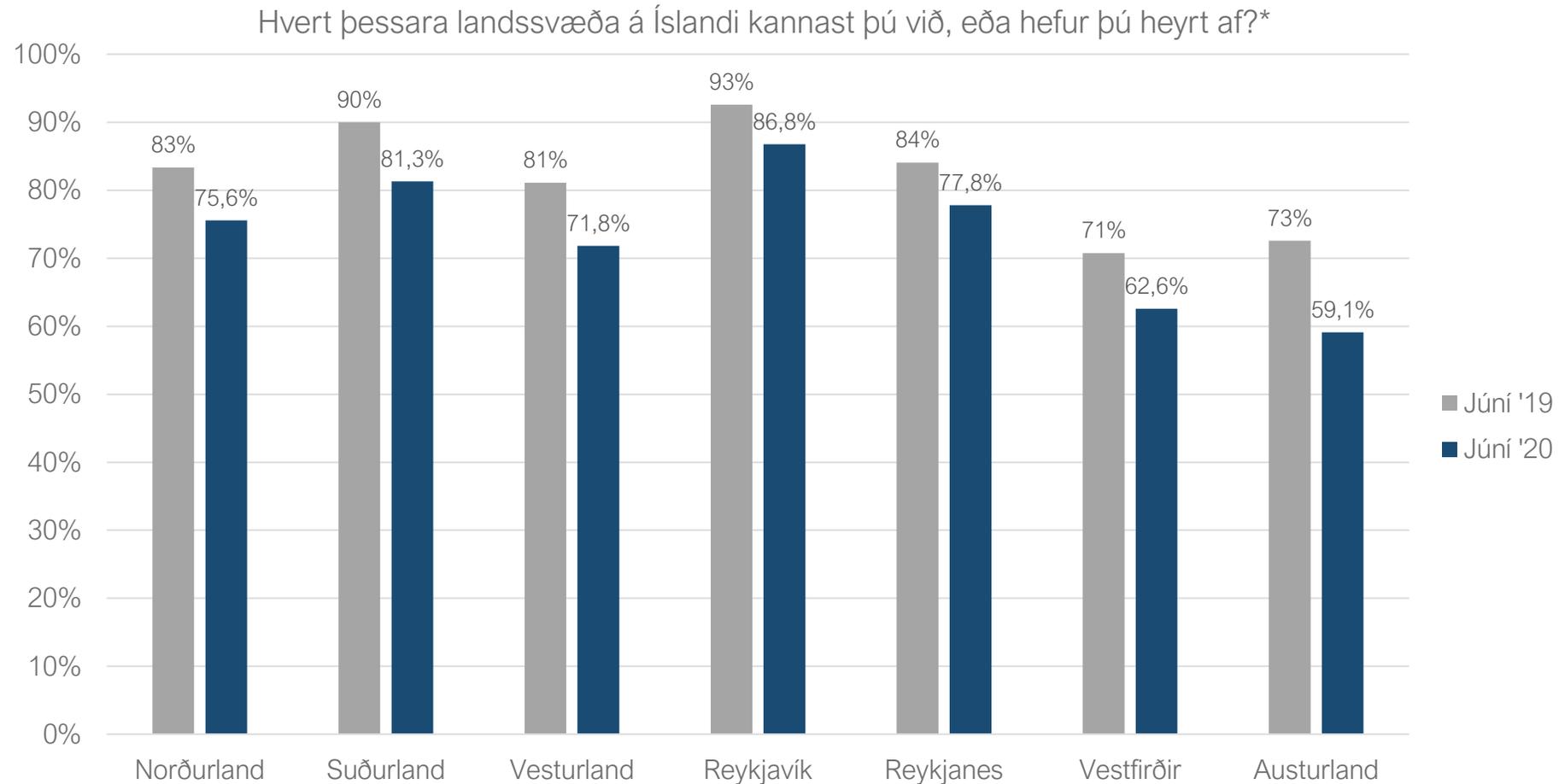


# Neikvæðir þættir sem hafa áhrif á þróun íslenskrar ferðapjónustu

## Markaðir

	Öll markaðssvæði	N-Amerika	M- og S-Evrópa	Norðurlönd	Fjarmarkaðir	Bandaríkin	Bretlandseyjar	Þýskaland
Verðlag / gengi	57,1%	53,1%	62,2%	73,3%	51,4%	50,0%	43,5%	61,5%
Flugframboð	37,9%	28,9%	41,5%	33,3%	42,3%	27,6%	30,4%	30,8%
Samkeppni frá öðrum áfangastöðum	23,4%	23,4%	22,2%	13,3%	27,0%	25,5%	8,7%	11,5%
Engir neikvæðir þættir	21,2%	32,0%	10,4%	6,7%	25,2%	31,6%	4,3%	11,5%
Aðgengi að þjónustupáttum frá innlendum þjónustuaðilum	14,0%	9,4%	11,1%	13,3%	22,5%	8,2%	8,7%	3,8%
Viðbrögð Íslands við COVID-19	14,0%	6,3%	20,7%	20,0%	15,3%	6,1%	0,0%	7,7%
Annað	12,5%	17,2%	11,1%	13,3%	7,2%	19,4%	13,0%	11,5%
Almennur vöxtur í utanlandsferðum á markaðssvæði	11,5%	8,6%	10,4%	26,7%	14,4%	8,2%	4,3%	7,7%
Breytingar á fjölda ferðamanna á Íslandi	10,0%	5,5%	11,1%	13,3%	12,6%	6,1%	8,7%	23,1%
Stefnumál ferðapjónustu í landinu	9,7%	4,7%	10,4%	13,3%	14,4%	3,1%	4,3%	7,7%
Markaðssetning / kynning	7,5%	7,0%	2,2%	6,7%	15,3%	9,2%	4,3%	0,0%
Vinsældir áfangastaðarins	7,2%	7,8%	7,4%	0,0%	7,2%	8,2%	4,3%	7,7%
Öryggi áfangastaðarins	6,5%	6,3%	3,0%	6,7%	11,7%	3,1%	0,0%	0,0%
Þjónustustig og gæði frá innlendum þjónustuaðilum	6,5%	0,8%	7,4%	0,0%	12,6%	1,0%	4,3%	3,8%
Sjálfbærni áfangastaðarins	4,5%	2,3%	3,0%	0,0%	9,0%	1,0%	4,3%	3,8%

# Þekking á landshlutunum

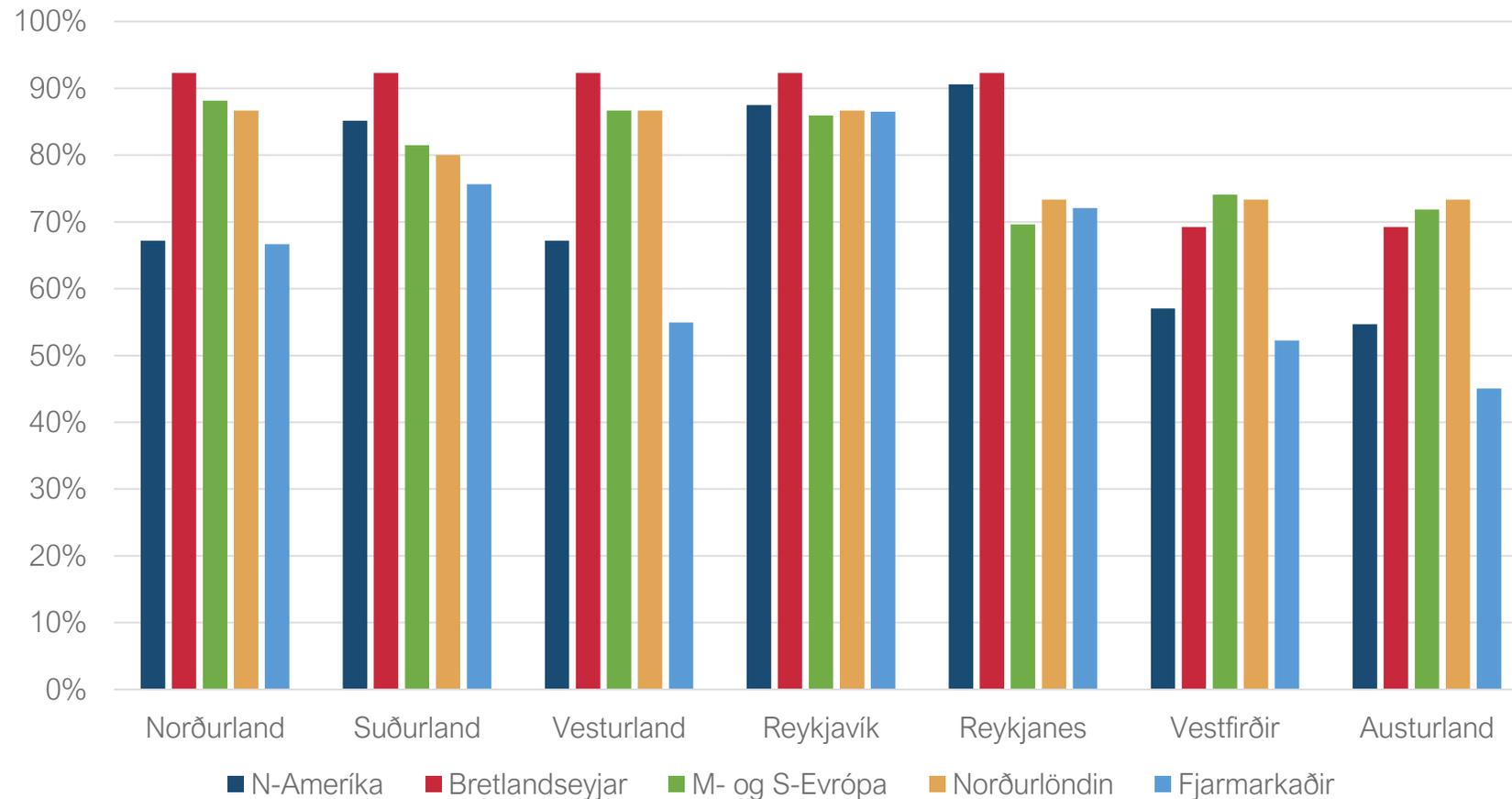


\* Which of these areas of Iceland are you aware of, or have you heard of?

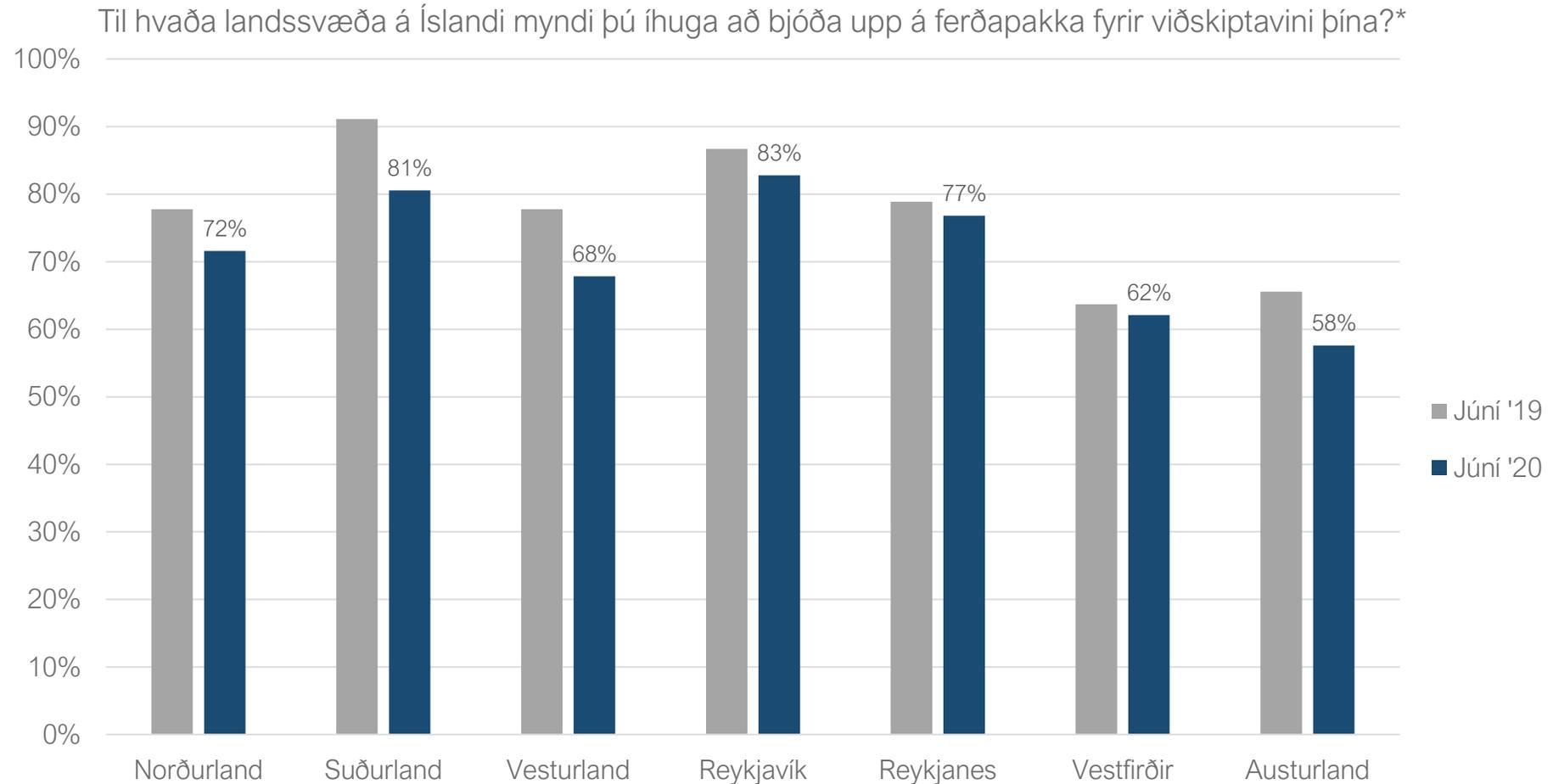
# Þekking á landshlutunum

## Markaðir

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



# Sala á ferðum til landshlutanna

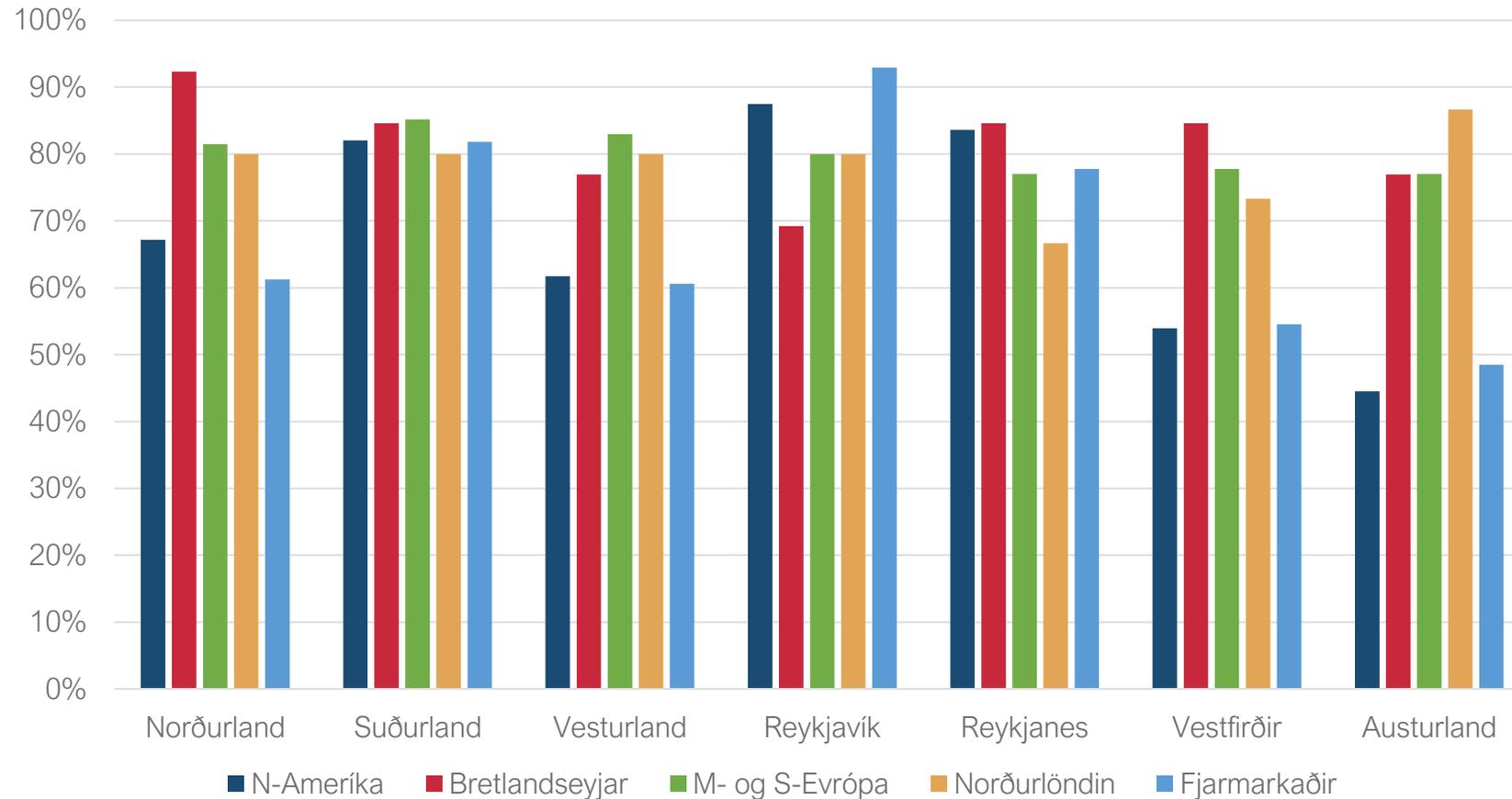


\* Which of these areas of Iceland would you consider offering travel packages for your customers?

# Sala á ferðum eftir landshlutum

## Markaðir

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



# Meðmælatryggð (NPS)

Meðmælatryggð áfangastaðarins mældist

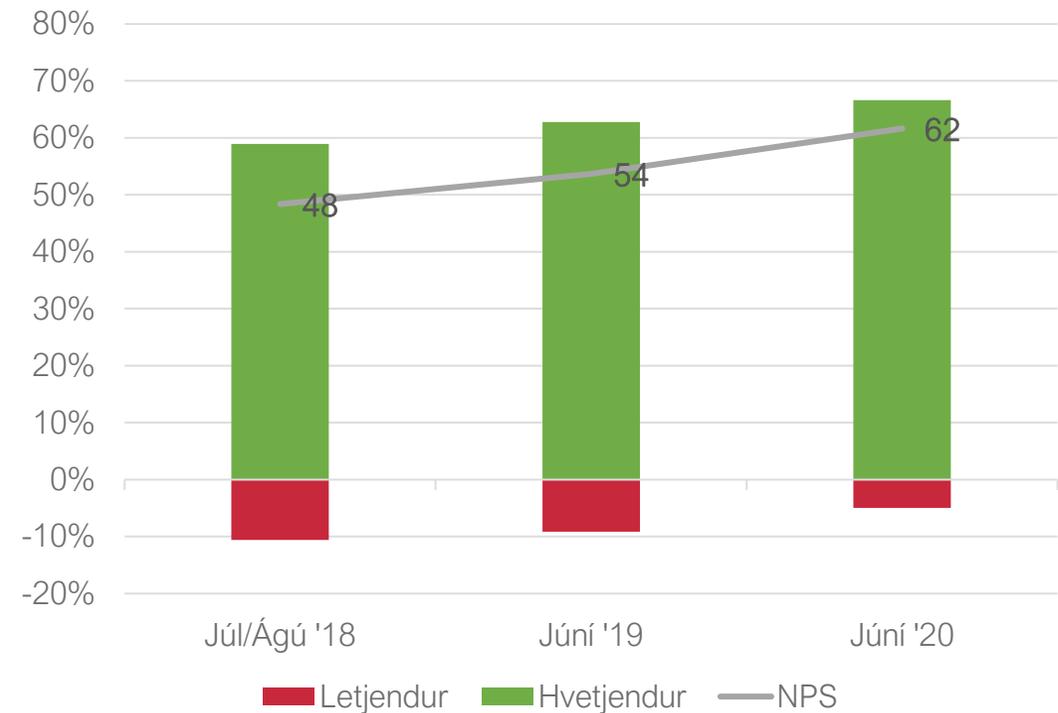
62 stig

**+8 stig frá júní 2019**

**+13 stig frá júlí/ágúst 2018**

„Meðmælatryggð er mælikvarði á tryggð viðskiptavina og er þeim skipt upp í þrjá flokka: hvetjendur (9-10), hlutlausar (7-8) og letjendur (0-6).“

Á skalanum 0-10, hversu líkleg(ur) ert þú til að mæla með Íslandi sem áfangastað við viðskiptavin eða kunningja?



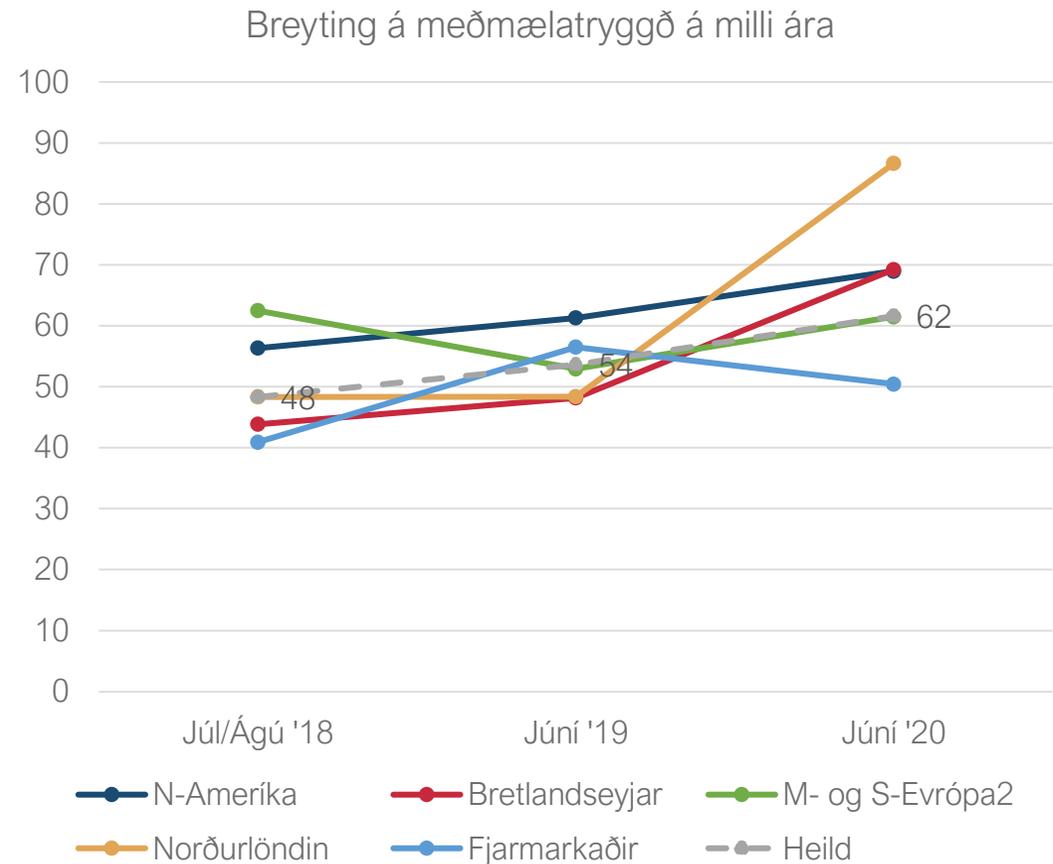
# Meðmælatryggð (NPS)

## Markaðir

Meðmælatryggð hefur vaxið á milli ára á öllum mörkuðum nema fjarmörkuðum.

Langhæst mælist meðmælatryggðin meðal þátttakenda frá Norðurlöndunum en lægst meðal þátttakenda frá fjarmörkuðum.

Hækkun meðmælatryggðar meðal þátttakenda frá Norðurlöndunum og Bretlandseyjum vekur sérstaka athygli, en hafa verður í huga fjölda svara frá þeim markaðssvæðum.





## Meðmælatryggð

### Af hverju eru „**letjendur**“ ólíklegir til að mæla með Íslandi sem áfangastað?

“Iceland is expensive so it tends to attract one time visitors”

“The quality of customer service needs to be higher for our clientele”

*“The test at the airport, not the cost but the fact that you may end up in quarantine”*

*“Way too expensive!”*

*“Flight connection is poor and relatively high cost”*



## Meðmælatryggð

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

“More communication from operators”

*“TV adds to make clients aware of the safety of Iceland travel”*

*“Easy entry with limited disruption once a passenger has arrived in Iceland.”*

*“The pricing has to become more realistic”*

*“Better flight options”*



## Meðmælatryggð

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

*“Iceland is an amazing destination for everyone who loves adventures. You can't be bored there”*

*“Because Iceland managed COVID-19 with high degree of success”*

***“The nature in Iceland is simply breath-taking.”***

***“It is the safest country in the world and the most peaceful country in the world”***

*“Everyone wants to go there!”*

*“I visited last year and loved everything about it”*

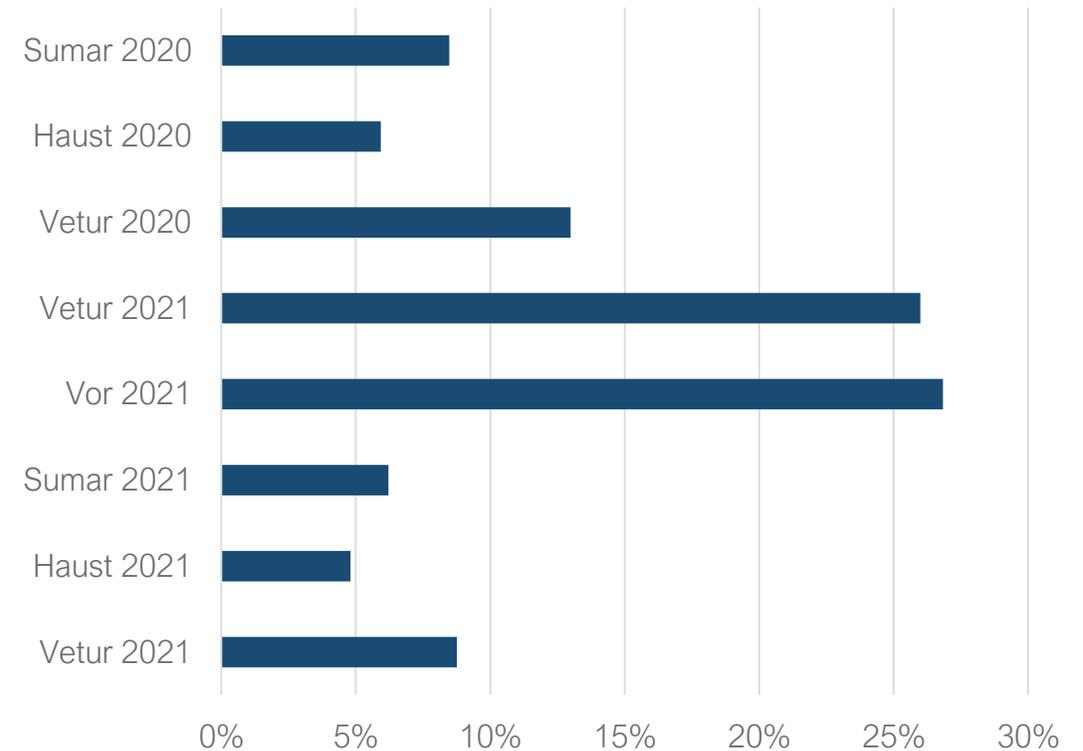
# Bókanir eftir COVID-19

80% þátttakenda gera ráð fyrir að bókanir hafi tekið við sér fyrir næsta sumartímabil

**27% fyrir áramót**

**20% næsta sumar eða síðar**

Hvenær gerir þú ráð fyrir að bókanir á ferðum til Íslands taki við sér aftur eftir COVID-19?\*



\*When do you expect bookings to Iceland will pick up again after COVID-19?

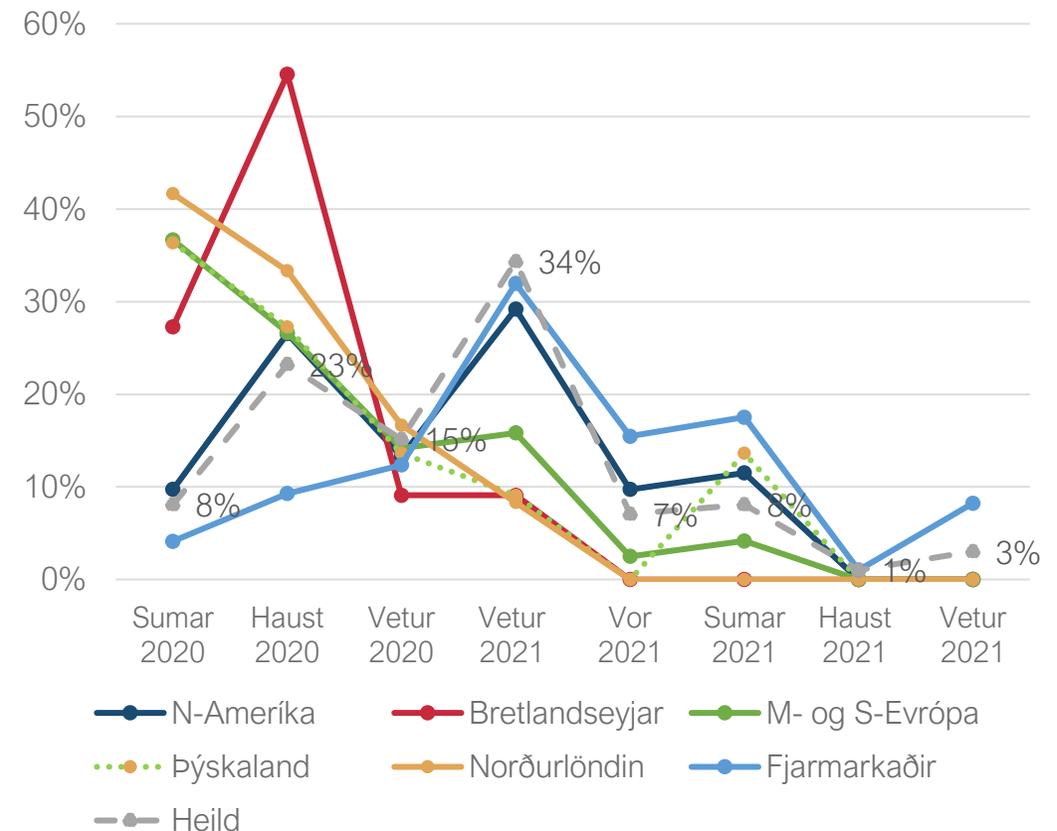
# Bókanir eftir COVID-19

## Markaðir

Af svörum þátttakenda er ljóst að nærmarkaðir, þ.e. Norðurlöndin, Bretlandseyjar auk Suður- og Mið-Evrópu, eru líklegir til að taka við sér fyrr en fjarmarkaðir.

Á nærmörkuðunum gera þátttakendur ráð fyrir því að bókanir verði komnar í eðlilegt horf fyrir næsta sumar.

Hvenær gerir þú ráð fyrir að bókanir á ferðum til Íslands taki við sér aftur eftir COVID-19?\*



\*When do you expect bookings to Iceland will pick up again after COVID-19?

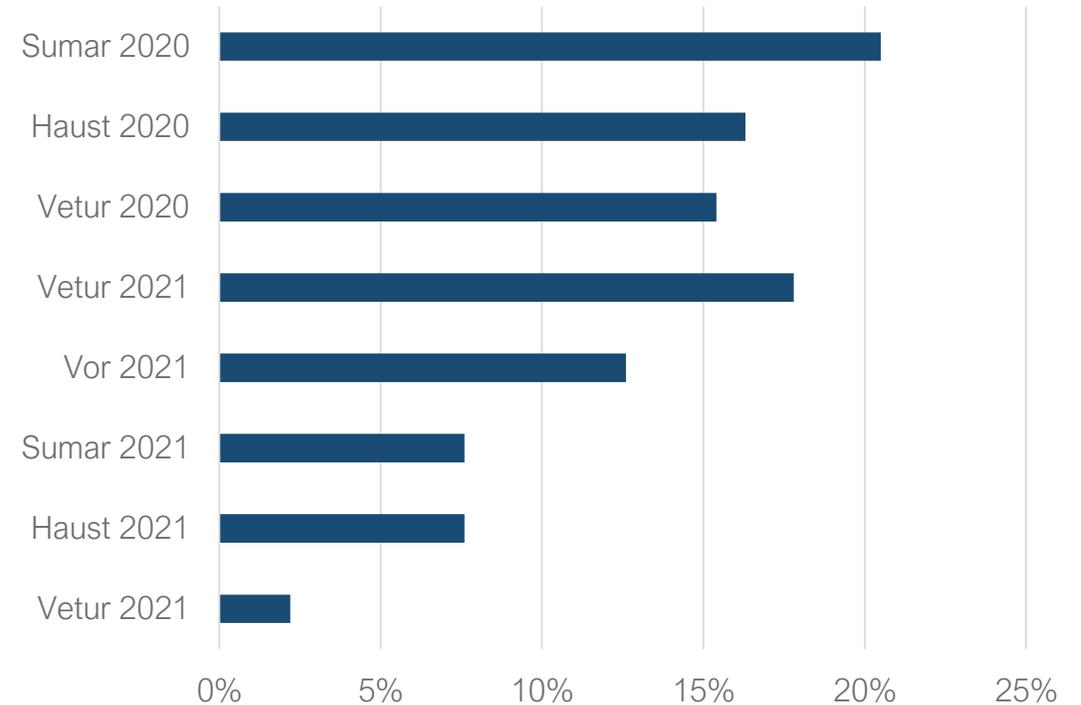
# Ferðalög eftir COVID-19

83% þátttakenda gera ráð fyrir að viðskiptavinir þeirra séu viljugir til að ferðast áður en komandi vetrartímabili lýkur

**52% fyrir áramót**

**17% næsta sumar eða síðar**

Hvenær gerir þú ráð fyrir að viðskiptavinir þínir séu í fyrsta lagi viljugir til að ferðast til Íslands aftur ef COVID-19?\*



\*When do you expect the earliest your clients to be willing to travel to Iceland again after COVID-19?

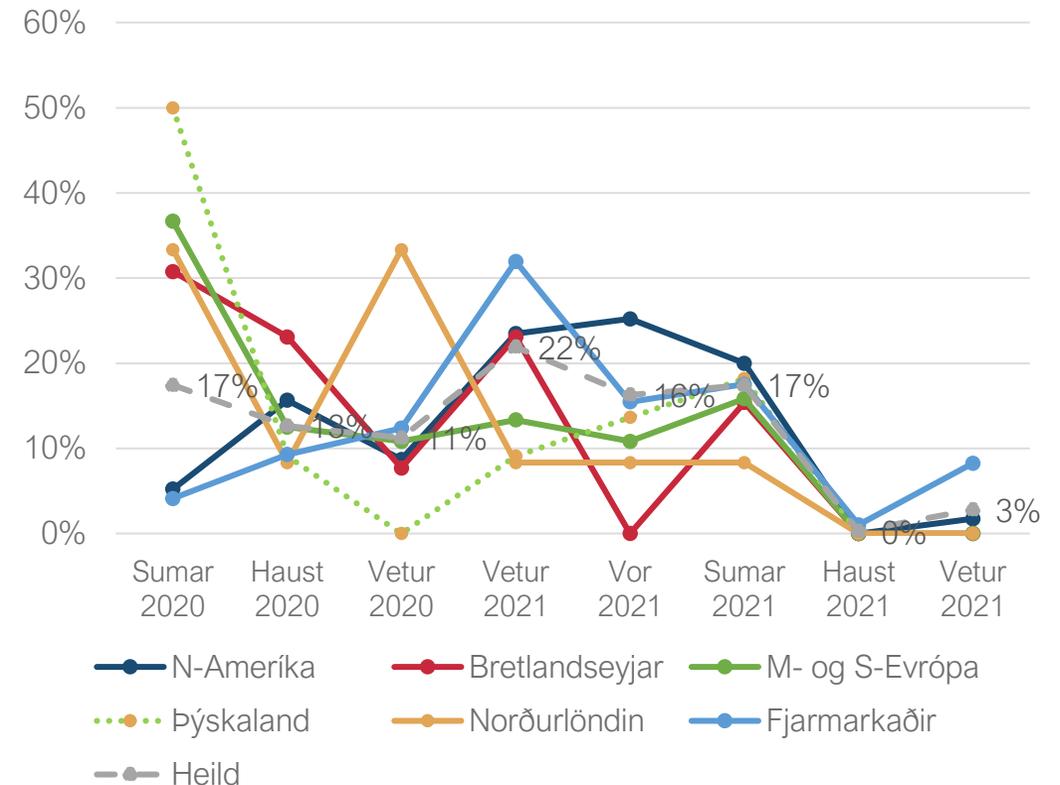
# Ferðalög eftir COVID-19

## Markaðir

Af svörum þátttakenda er ljóst að nærmarkaðir, þ.e. Norðurlöndin, Bretlandseyjar auk Suður- og Mið-Evrópu, eru líklegri til að taka við sér fyrr en fjarmarkaðir hvað varðar ferðalög.

Af einstökum löndum bar Þýskaland af hvað varðar viljann til að ferðast í sumar.

Hvenær gerir þú ráð fyrir að viðskiptavinir þínir séu í fyrsta lagi viljugir til að ferðast til Íslands aftur eftir COVID-19?\*



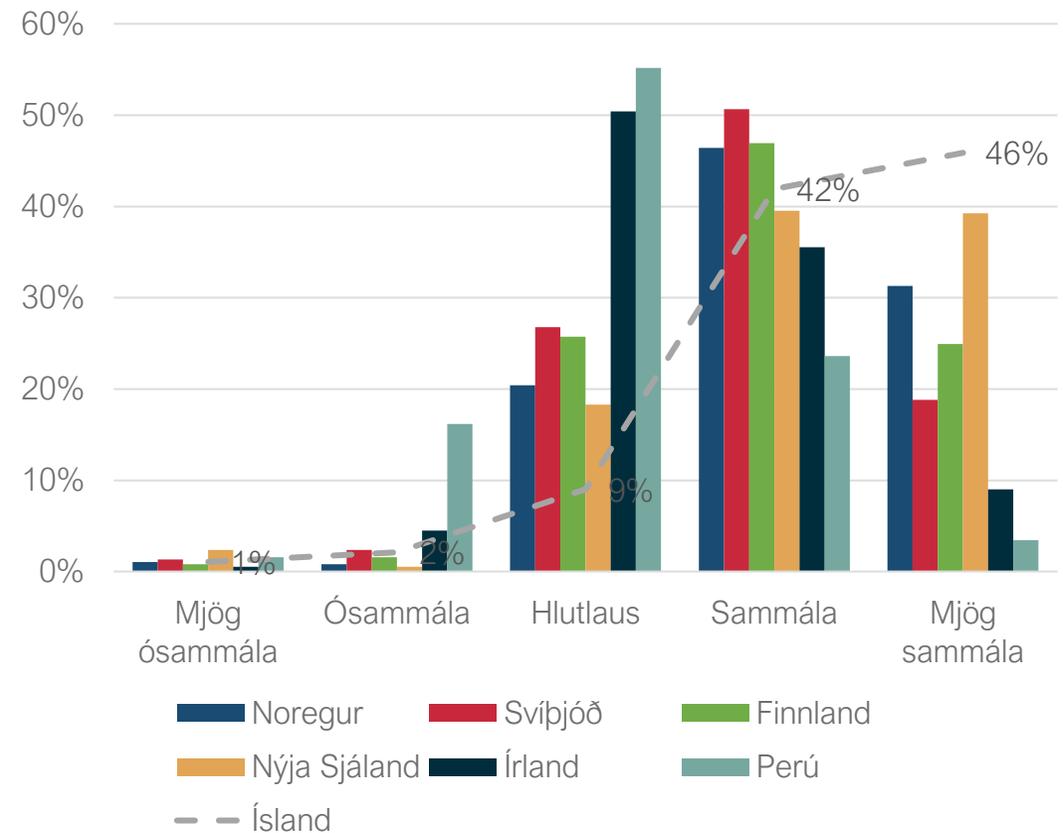
\*When do you expect the earliest your clients to be willing to travel to Iceland again after COVID-19?

# Leiðandi í sjálfbærri þróun

Á heildina litið voru hlutfallslega flestir þátttakendur ýmist sammála, eða mjög sammála, því að Ísland sé leiðandi í sjálfbærri þróun.

Af samanburðarlöndunum komst Nýja Sjáland næst Íslandi en hin Norðurlöndin höfðu jafnframt sterka tenginu við sjálfbærni í huga þátttakenda.

Hversu sammála eða ósammála ertu eftirfarandi fullyrðingu? „Þetta land er leiðandi í sjálfbærri þróun.“

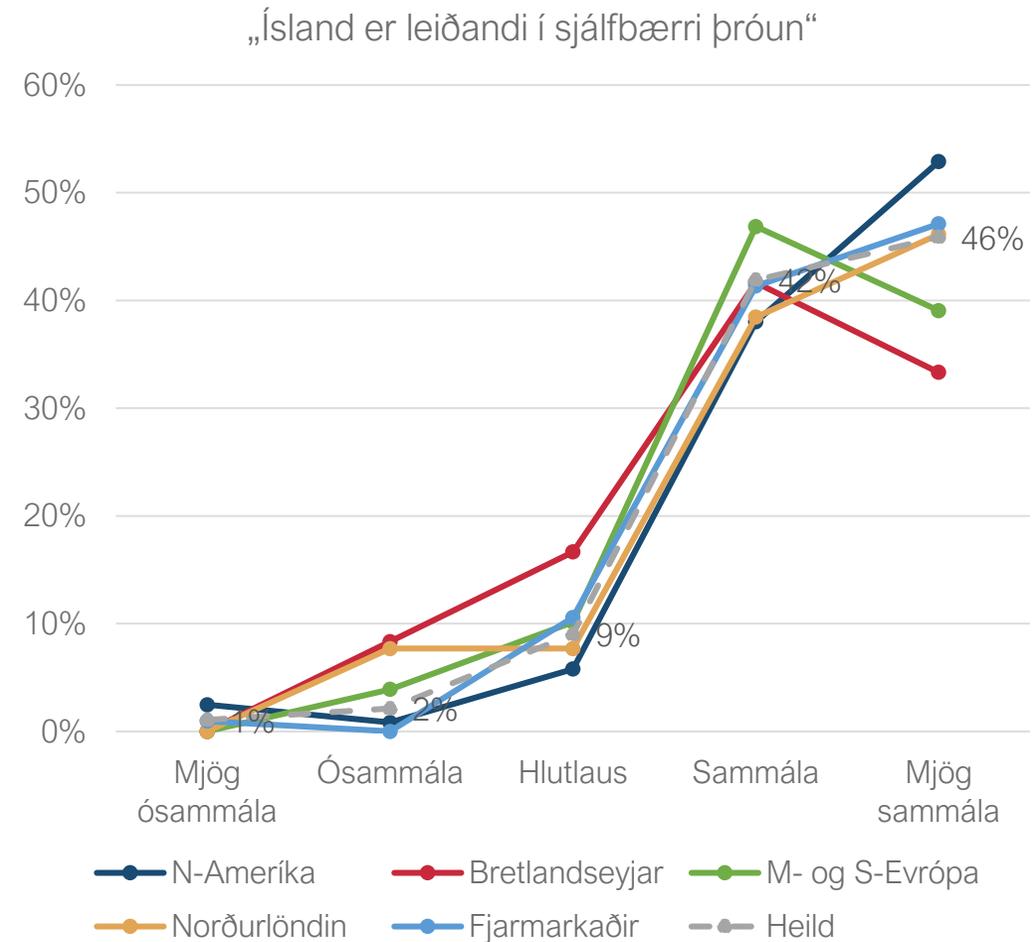


# Leiðandi í sjálfbærri þróun

## Markaðir

Nokkur samhljómur var í svörum þátttakenda á markaðssvæðunum.

Meira en helmingur þátttakenda frá N-Ameríku reyndist mjög sammála fullyrðingunni um að Ísland væri leiðandi í sjálfbærni á meðan þátttakendur frá Bretlandseyjum og Mið- og Suður-Evrópu voru ekki eins afdráttarlausir í svörum sínum.





# GREINING FRAMKVÆMD AF ÍSLANDSSTOFU

JÚNÍ OG JÚLÍ 2020

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 þágu íslenskra útflutningsgreina og styðja þannig við gjaldeyrisöflun þjóðarinnar.

[www.islandsstofa.is](http://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 felst móttakandi á framangreindan ábyrgðarfyrirvara.