



## VIÐHORFSKÖNNUN MEÐAL ERLENDRA SÖLUAFILA UM ÍSLENSKA FERÐAÞJÓNUSTU

María Björk Gunnarsdóttir, verkefnisstjóri hjá Íslandsstofu

# BAKGRUNNUR

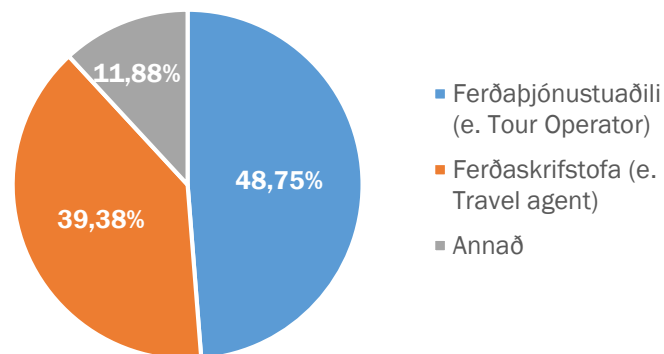
Rannsóknartímabil: júlí til ágúst 2018

Aðferðafræði: Netkönnun

Úrtak: Erlendir söluaðilar sem bjóða ferðir til Íslands

Hófu könnun: 167

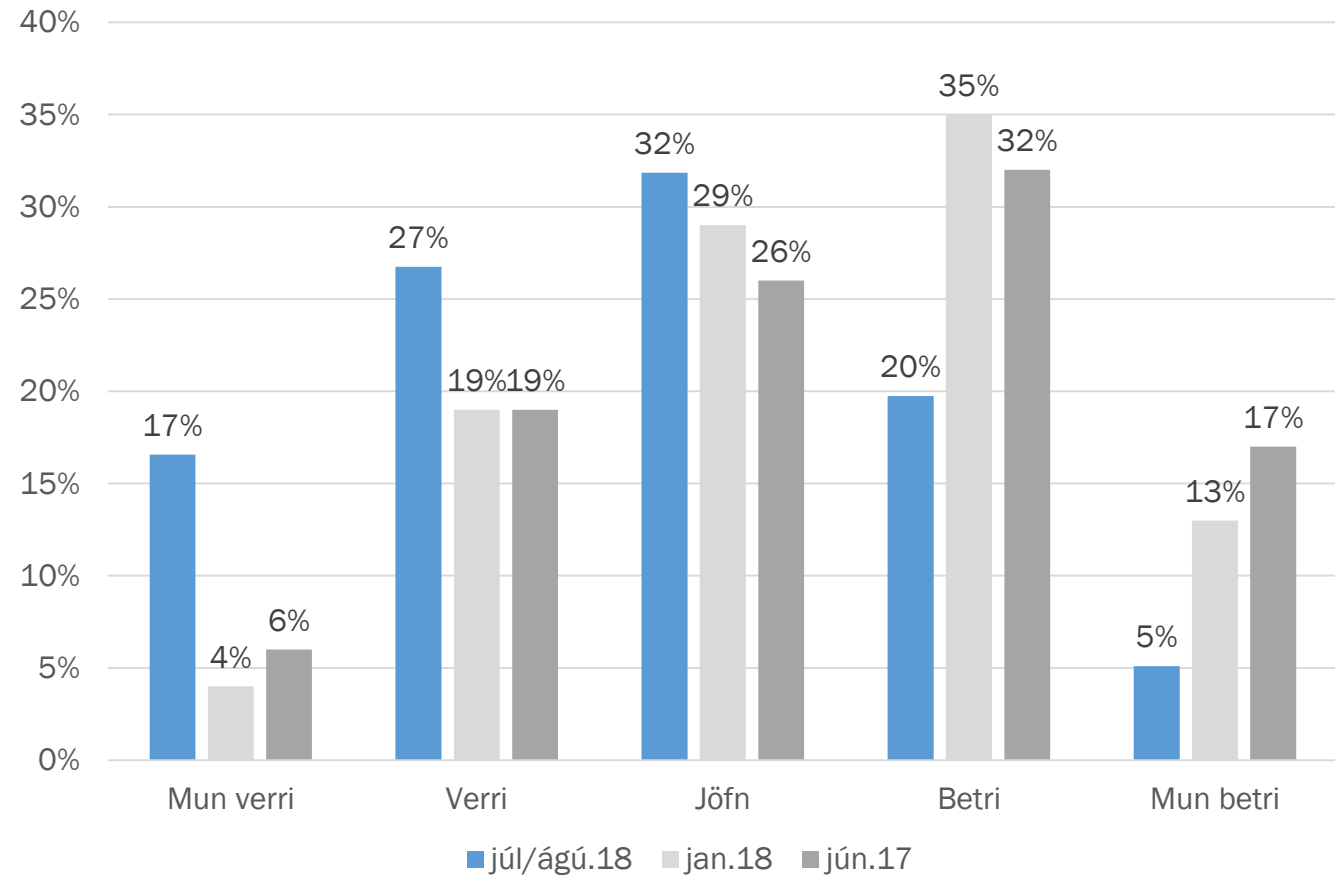
Luku könnun: 146



Markaðssvæði	Land	Fjöldi	Hlutfall	
<b>N-Ameríka</b> (59 svarendur)	Bandaríkin	45	26,95%	
	Kanada	14	8,38%	
<b>Mið- og Suður-Evrópa</b> (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%	
	Pýskaland	16	9,58%	
<b>Norðurlöndin</b> (9 svarendur)	Danmörk	7	4,19%	
	Finnland	1	0,60%	
	Noregur	1	0,60%	
<b>Bretlandseyjar</b> (27 svarendur)	Bretland	26	15,57%	
	Írland	1	0,60%	
<b>Önnur lönd</b> (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%	
	<b>Samtals:</b>		167	

# STAÐAN FYRIR ÁRIÐ Í HEILD

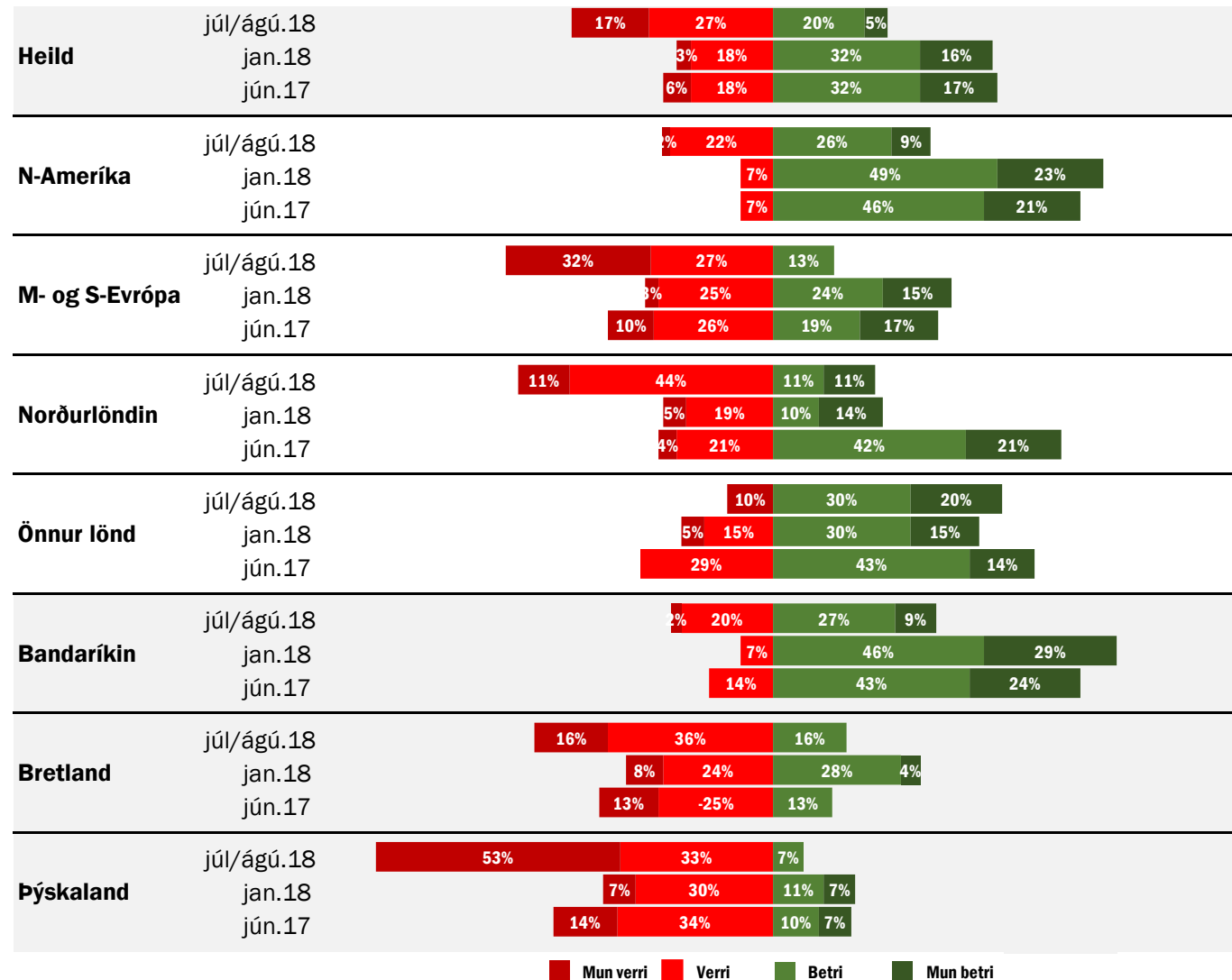
57% segja hana jafna eða betri  
en á sama tíma fyrir ári



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

# STAÐAN FYRIR ÁRIÐ Í HEILD

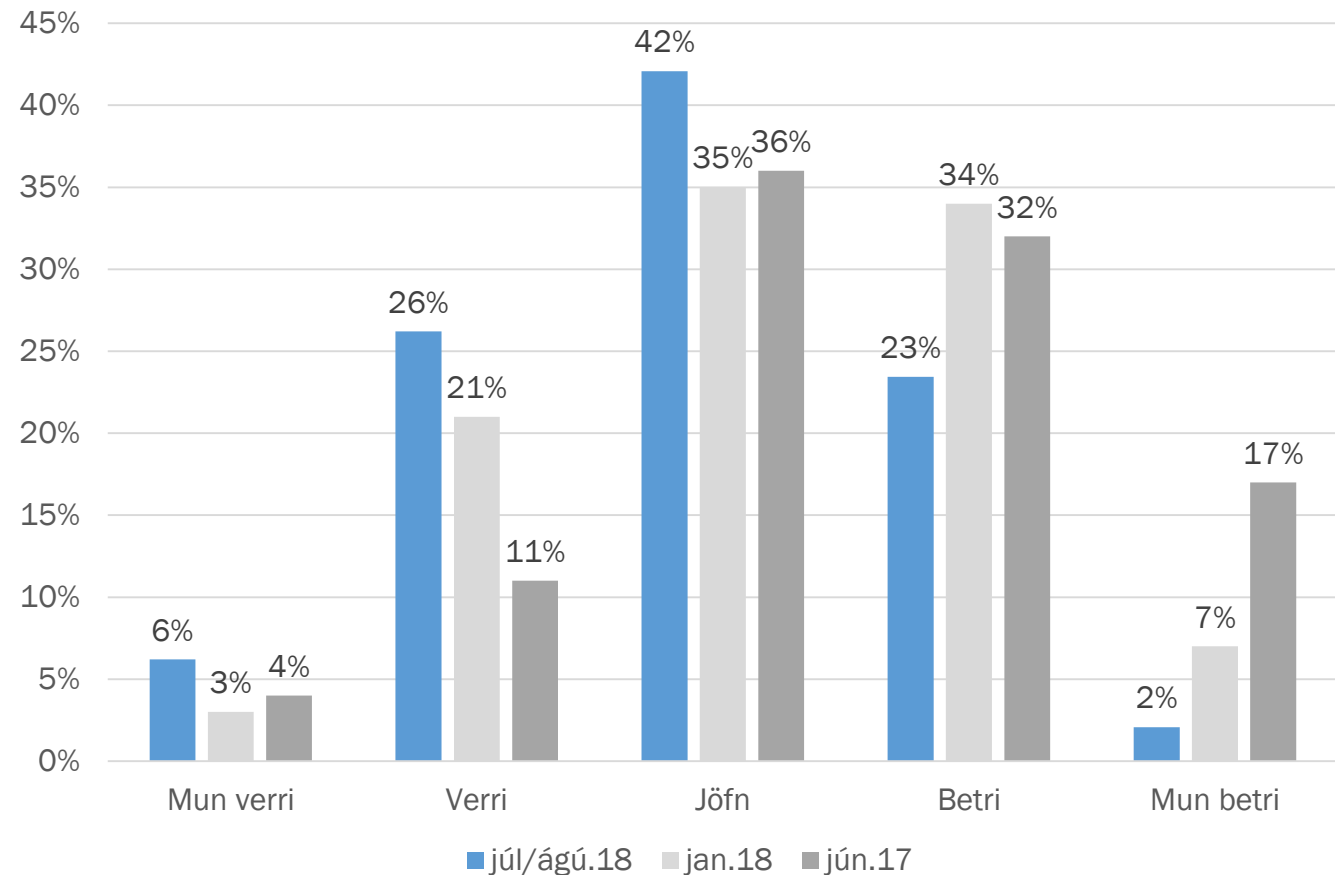
Brotin niður á markaði



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

# VÆNTINGAR FYRIR VETURINN 2018-2019

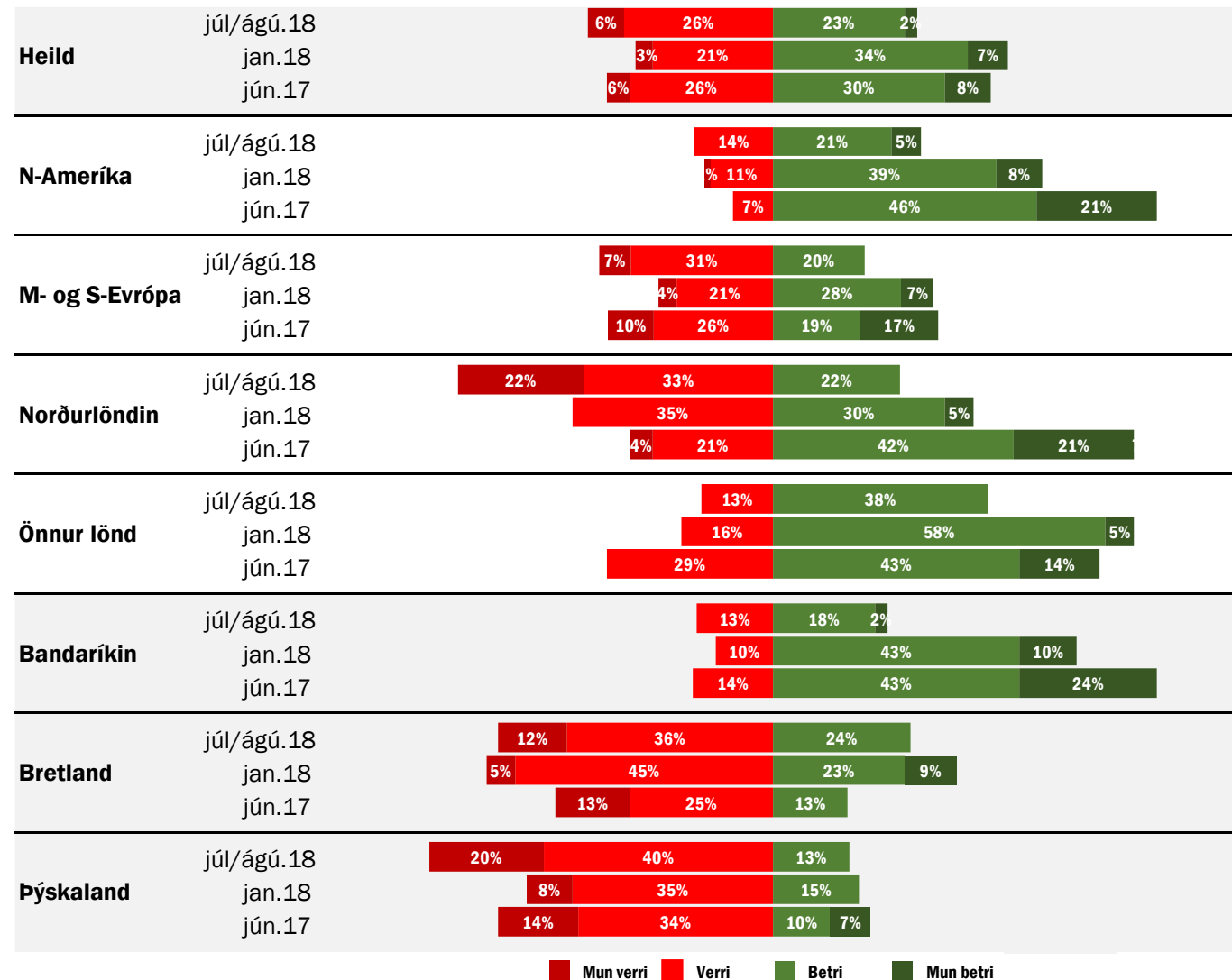
67% segja hana jafna eða betri en á sama tíma fyrir ári



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

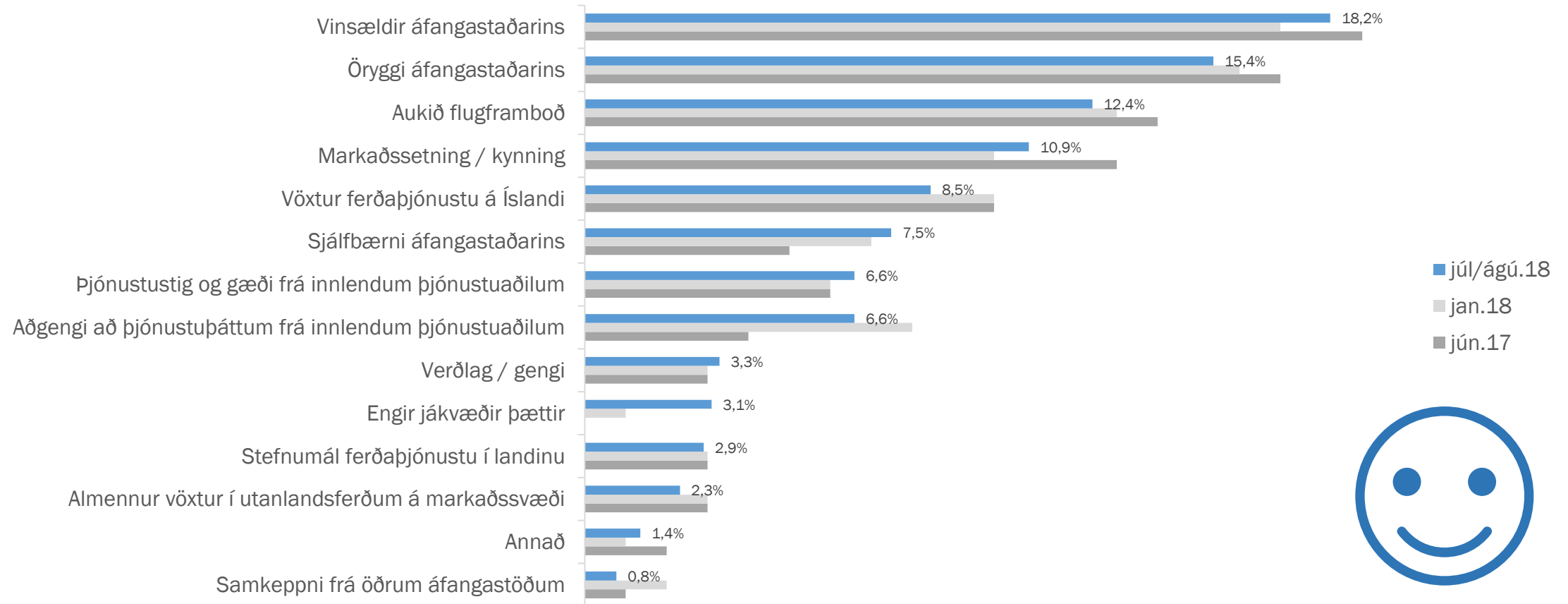
# VÆNTINGAR FYRIR VETURINN 2018-2019

Brotnar niður á markaðssvæði



\*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 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 Ferðapjónustu

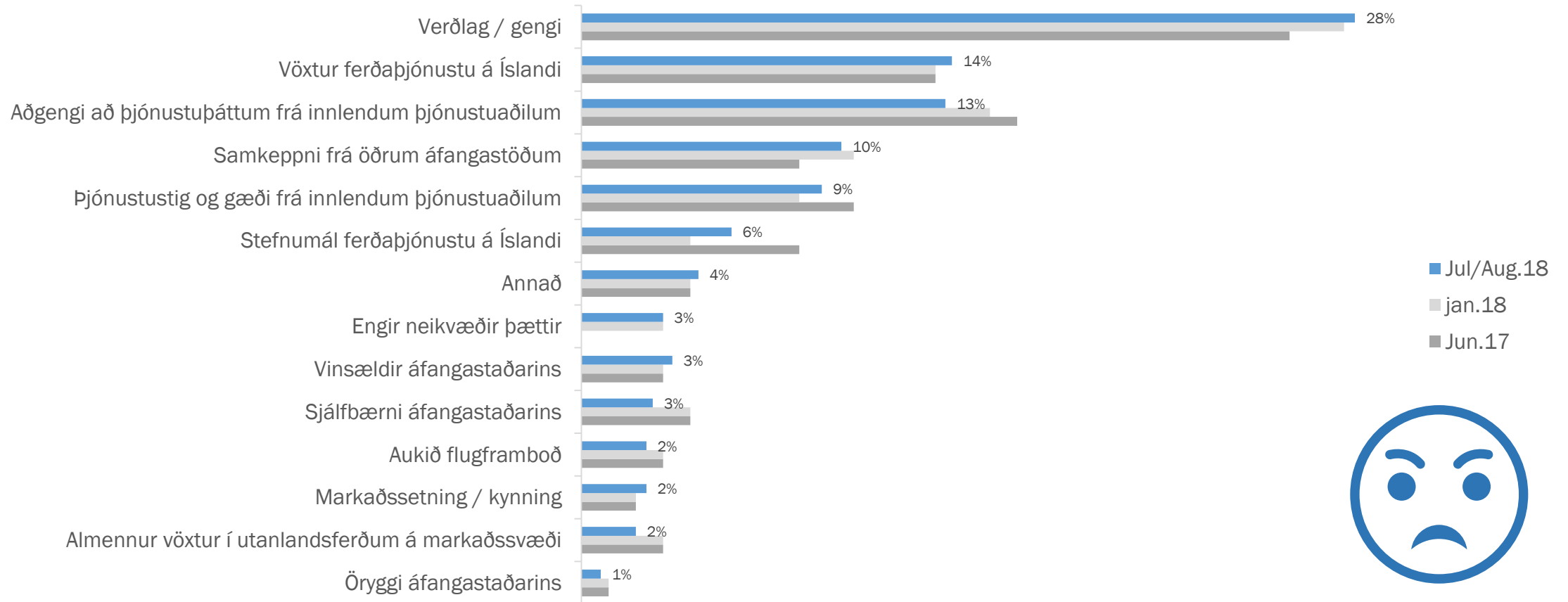
## Markaðir

	Öll markaðssvæði	N-Ameríka	M- og S-Evrópa	Norðurlönd	Önnur lönd	Bandaríkin	Bretland	Þýskaland
Vinsældir áfangastaðarins	<b>18,23%</b>	<b>16,97%</b>	<b>19,53%</b>	<b>16,67%</b>	<b>20,00%</b>	<b>17,65%</b>	<b>18,75%</b>	<b>17,14%</b>
Öryggi áfangastaðarins	<b>15,36%</b>	<b>14,68%</b>	<b>18,34%</b>	<b>16,67%</b>	6,67%	<b>13,53%</b>	<b>13,75%</b>	<b>25,71%</b>
Aukið flugframboð	<b>12,48%</b>	<b>14,22%</b>	<b>10,65%</b>	8,33%	10,00%	<b>14,12%</b>	<b>13,75%</b>	8,57%
Markaðssetning / kynning	10,75%	11,01%	10,06%	<b>12,50%</b>	<b>13,33%</b>	10,59%	10,00%	8,57%
Vöxtur ferðapjónustu á Íslandi	8,45%	11,01%	4,14%	4,17%	<b>16,67%</b>	11,76%	8,75%	0,00%
Sjálfbærni áfangastaðarins	7,49%	6,88%	<b>10,65%</b>	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%	<b>14,29%</b>
Verðlag / gengi	3,26%	5,50%	1,78%	4,17%	0,00%	6,47%	1,25%	0,00%
Stefnumál ferðapjónustu 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 Íslenkrar 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

# NEIKVÆÐIR ÞÆTTIR SEM Hafa Áhrif á Þróun Íslenskrar Ferðaþjónustu

## Markaðir

	Öll markaðssvæði	N-Ameríka	M- og S-Evrópa	Norðurlönd	Önnur lönd	Bandaríkin	Bretland	Þýskaland
Verðlag / gengi	<b>28,20%</b>	<b>26,23%</b>	<b>29,05%</b>	<b>30,77%</b>	<b>38,89%</b>	<b>27,08%</b>	<b>25,97%</b>	<b>27,27%</b>
Vöxtur ferðaþjónustu á Íslandi	<b>13,74%</b>	9,02%	<b>17,32%</b>	<b>19,23%</b>	5,56%	9,38%	<b>12,99%</b>	<b>16,36%</b>
Aðgengi að þjónustubáttum frá innlendum þjónustuaðilum	<b>13,27%</b>	<b>16,39%</b>	9,50%	11,54%	<b>16,67%</b>	<b>17,71%</b>	<b>16,88%</b>	1,82%
Samkeppni frá öðrum áfangastöðum	9,72%	<b>10,66%</b>	7,26%	<b>19,23%</b>	<b>11,11%</b>	10,42%	10,39%	5,45%
Þjónustustig og gæði frá innlendum þjónustuaðilum	8,77%	6,56%	<b>10,61%</b>	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%	<b>18,18%</b>
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%	<b>10,66%</b>	0,00%	0,00%	5,56%	<b>11,46%</b>	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

# JÁKVÆTT

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

„Öruggt, áhugavert og hreint“

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

„Það eru 30 ástæður til að mæla  
með Íslandi“

„náttúra, menning og vinalegt fólk“

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

„Ísland er einstakt á  
heimsmælikvarða“

„Ósvikinn áfangastaður.  
Friður og kyrrð á réttu  
stöðunum“

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

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

# GETUM BÆTT

**„Betra verð“**

“Einfaldara bóka pakkaferðir í gegnum ákjósanlega söluaðila”

**„Vera meðvituð um samband verðs og frammistöðu“**

**„Samkeppnishæfara verðlag“**

„Fjölmiðlaherferð gæti hjálpað“

„Fleiri gæða ferðaskrifstofur“

„Birgjar eru að bjóða óraunhæf verð“

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

„framboð á Halal máltíðum“

**„Hraðari og betri svörun frá söluaðilum“**

# NEIKVÆTT

„Framboð, verð og takmarkað flugframboð“

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

„Hátt verðlag  
samanborið við  
önnur lönd“

„Erfið samskipti við söluaðila“

„Verð/gæði“

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

„Að verða of fjölmennt“

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

# NÆSTU SKREF

- Skýrsla birta á heimasíðu Íslandsstofu
- Næsta könnun í desember 2018 / janúar 2019
  - Þýdd á fleiri tungumál
- Athugasemdir og/eða ábendingar vel þegnar
  - [maria@islandsstofa.is](mailto:maria@islandsstofa.is)

