



Reiselivsbarometer Nordland

VisitVesterålen

Aniara AS v/Anniken Enger

Juni 2021

Om Reiselivsbarometer for Nordland

- Reiselivsbarometer for Nordland, viser hva medlemmene hos de fem destinasjonsselskapene tror om trafikken til deres bedrift i ulike tidsperioder og ulike segmenter. I tillegg er bedriftenes økonomiske situasjon kartlagt.

Om undersøkelse og metode

- Dette er første utgave av Reiselivsbarometer Nordland, og det planlegges å gjenta undersøkelsen over tid.
- Oppdragsgiver:
 - Destinasjonsforum Nordland, bestående av de seks destinasjonsselskapene
 - Det er utarbeidet en rapport per destinasjonsselskap
- Respondenter:
 - Alle medlemmene av de seks destinasjonsselskapene i Nordland.
- Metode:
 - Det ble sent ut spørreskjema på epost via datainnsamlingsprogrammet Survey Monkey
 - Det ble sendt ut tre purringer + at destinasjonsselskapene sendte oppfordring om å svare til sine medlemmer
 - Datainnsamlingsperiode: 10.05.21 til 09.06.21
- Svarprosent:
 - Antall utsendte skjema var 490 og antall svar 192. Svarprosent: 39 %
 - Destinasjon Lofoten: 114 utsendt, 45 svar. 40 %
 - VisitBodø: 181 utsendt, 45 svar. 25 %
 - VisitHelgeland: 94 utsendt, 46 svar. 49 %
 - VisitNarvik: 59 utsendt, 27 svar. 46 %
 - VisitVesterålen: 80 utsendt, 29 svar. 36 %.
- Spørreskjema besto av tre deler:
 - Del 1 forventninger til trafikken fremover for ulike sesonger og ulike segmenter
 - Del 2 økonomiske tall
 - Del 3 bakgrunnsvariabler
 - Skjemaet besto av til sammen 19 spørsmål, og tok i gjennomsnitt 7 minutter å gjennomføre
- Det er beregnet diffusjonsindekser – en vanlig måte å uttrykke forhold mellom positive, nøytrale og negative verdier på. Det brukes i nasjonalregnskapet og av Statistisk sentralbyrå. Det gjør det mulig å sammenligne med andre forventningsbarometre (bl.a. fra Sparebank1 Nord-Norge).
 - En diffusjonsindeks på 50 indikerer at det er like mange positive som negative svar, mens en verdi over 50 viser at det er flere som er positive enn negative. Motsatt for verdier under 50.
 - Beregnes etter følgende formel: $(\text{andel som har svart positivt}) + 0,5 * (\text{andel som har svart uendret})$ (ref. SSB).

Kommentarer – om medlemsbedriftene

- Sammenlignet med de andre destinasjonsselskapene, har VisitVesterålen den høyeste andelen medlemmer tilhørende overnattingsbransjen (50 %). VisitVesterålen har også den høyeste andelen eldre medlemsbedrifter (11 år+).
- Med tanke på satsingsmarkeder, oppgir 25 prosent av VisitVesterålens medlemmer at de rettet seg kun mot det norske markedet før pandemien. Blant dem som rettet seg mot utlandet, var hovedsatsingsmarkedene Norden og Nord-Europa, og til dels Sør-Europa.
- 70 prosent av medlemmene driver helårsvirksomhet. Omtrent på samme nivå som de andre destinasjonsselskapene.
- På spørsmål om behov for veiledning og kompetanse fra destinasjonsselskapet sitt, oppgir medlemsbedriftene til VisitVesterålen generelt stort behov for veiledning og kompetanse. Størst behov for veiledning når det gjelder SoMe innholdsproduksjon, bruk av Tripadvisor og SoMe annonsering.

Kommentarer – økonomi

- Gjennomsnittlig driftsmargin blant de av VisitVesterålens medlemsbedrifter som har besvart, var positiv i 2018 (7 %), i 2019 (13 %) og i 2020 (9 %). Sammenlignet med de andre destinasjonsselskapene, er det tre destinasjoner som har positive driftsmarginer, mens to har negative, i 2020.
- Medlemsbedriftene hos VisitVesterålen hadde en gjennomsnittlig økning i driftsinntekter fra 2019 til 2020 på 63 prosent. Det er én bedrift som bidrar til denne økningen. Tas den ut, er den gjennomsnittlige nedgangen på 38 prosent, dvs. den største nedgangen ift. de andre destinasjonsselskapene.
- Gjennomsnittlig antall permitterte og oppsagte årsverk per bedrift i VisitVesterålen, lå på hhv. 1,8 og 0,2.
- Tiltaket flest medlemsbedrifter i både VisitVesterålen og på de andre destinasjonene har iverksatt, er å redusere kostnader, permittere ansatte og endre markedsstrategi fra det utenlandske til det norske markedet. Det er noe flere blant medlemsbedriftene til VisitVesterålen som har satset på andre næringer/biinntekt, enn det er på de andre destinasjonene.

Kommentarer – forventninger til trafikken

- Med tanke på trafikken i 2021, er medlemmene hos VisitVesterålen forsiktig optimistiske, med en diffusjonsindeks på 51,7. Dette er den laveste andelen optimister blant de fem destinasjonsselskapene.
- Til sammenligning er ledere i offentlig og privat sektor i Nord-Norge enda mer forsiktig i sin optimisme med tanke på økonomien i 2021, med diffusjonsindeks på hhv. 46,6 og 46,8.
- Når det gjelder ferie/fritidstrafikken er medlemmene hos VisitVesterålen optimistiske både for sommer/høst (68,5) og vinter/vår 2021/2022 (80,0).
- Med tanke på forretningstrafikken er det stor pessimisme med tanke på 1. halvdel av 2021, men forsiktig optimisme for 2. halvår 2021. Diffusjonsindeksen for forretningstrafikken 1. halvår er på 36,5 og 2. halvår 52,3.
- Sammenligner man bransjene, er det bedriftene som driver med overnatting som er mest pessimistiske (38,9), mens innenfor opplevelsesbransjen finner vi en liten overvekt av optimister (58,3).

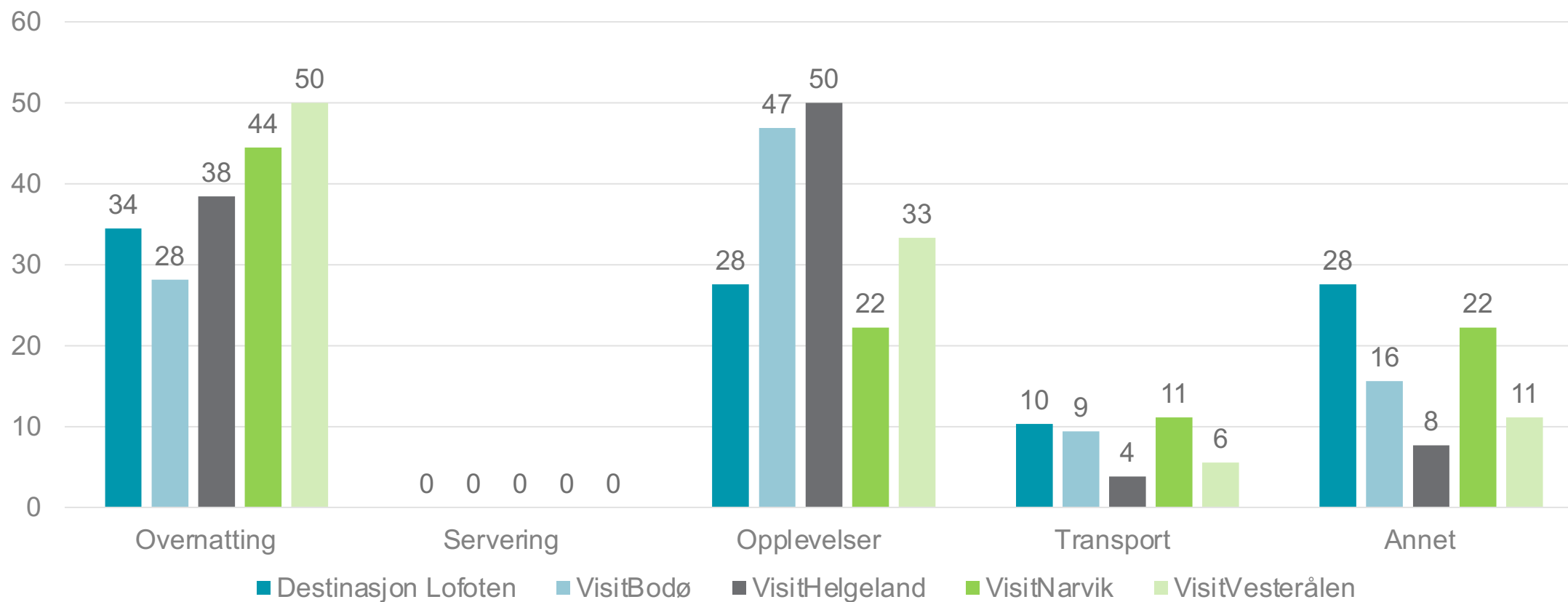


1. Om Bedriftene

Hovedvirksomhet

Halvparten av medlemsbedriftene til VisitVesterålen er innenfor overnattingsbransjen.

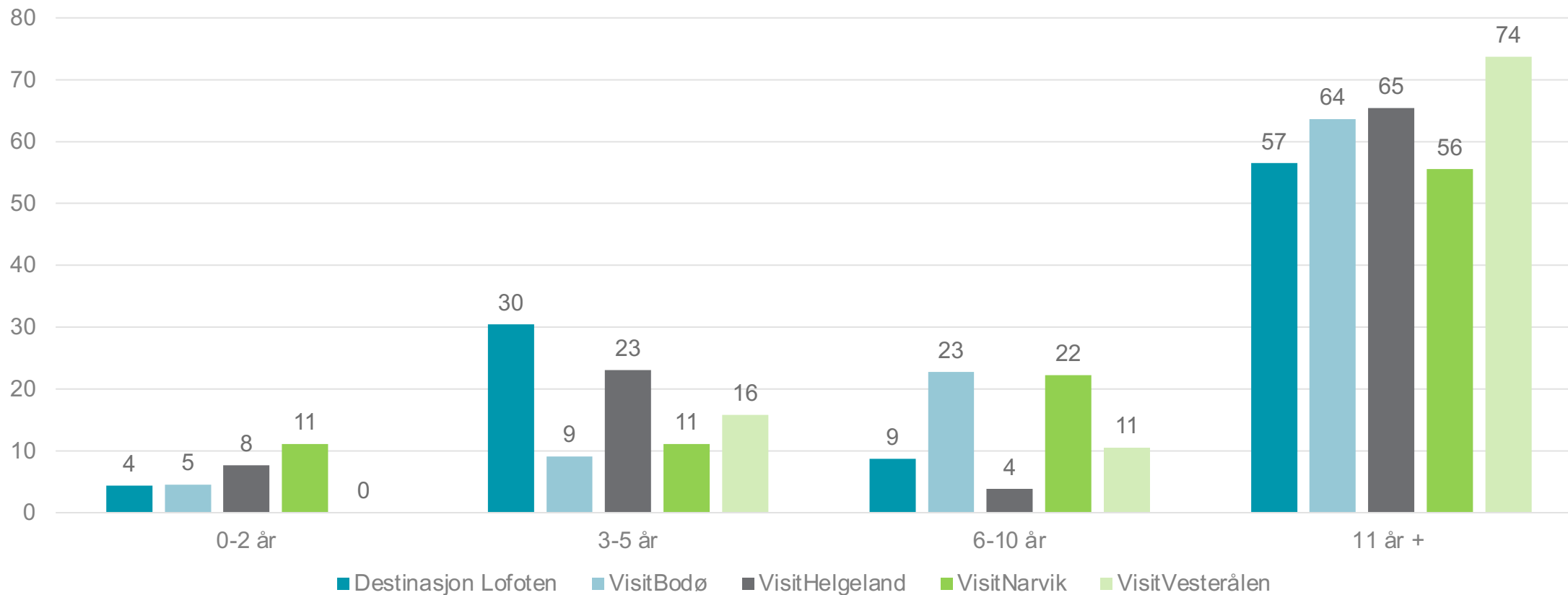
Tall i %. Kun ett svar mulig



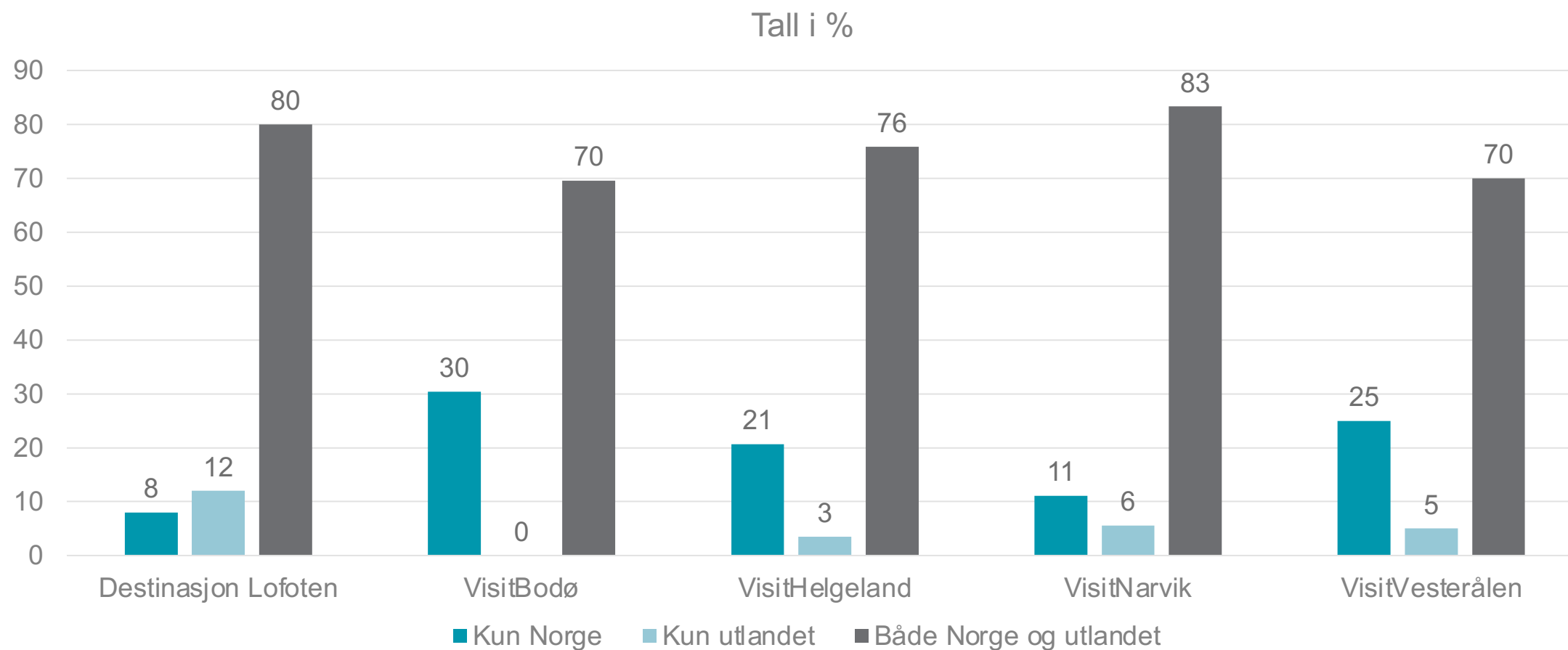
Etableringsår/alder på bedriftene som har besvart, per destinasjonsselskap

Tall i %

VisitVesterålen har den høyeste andelen eldre medlemsbedrifter (11 år+)



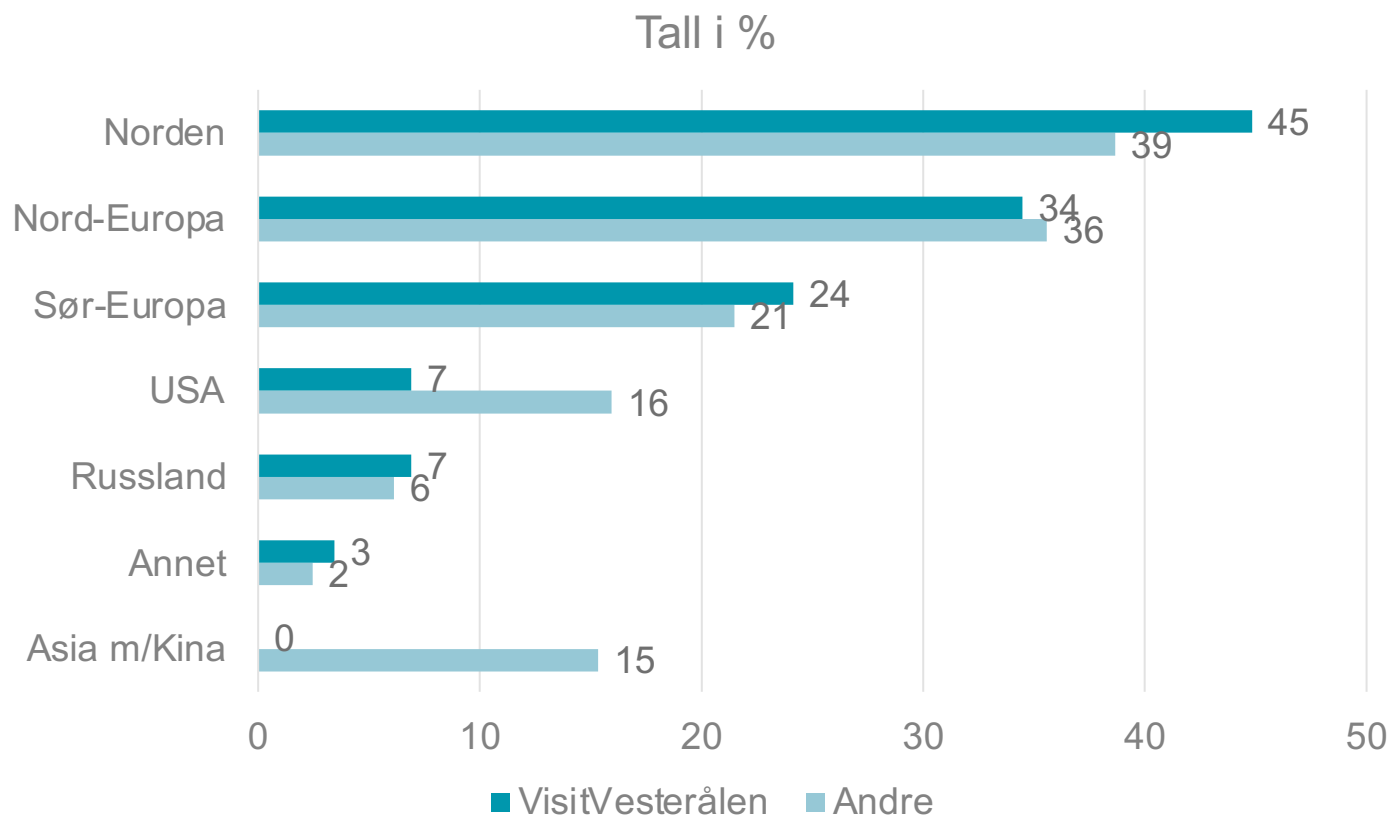
Satsingsmarkeder før pandemien, per destinasjonsselskap



Satsingsmarkeder i utlandet før pandemien

VisitVesterålen vs. de andre destinasjonsselskapene

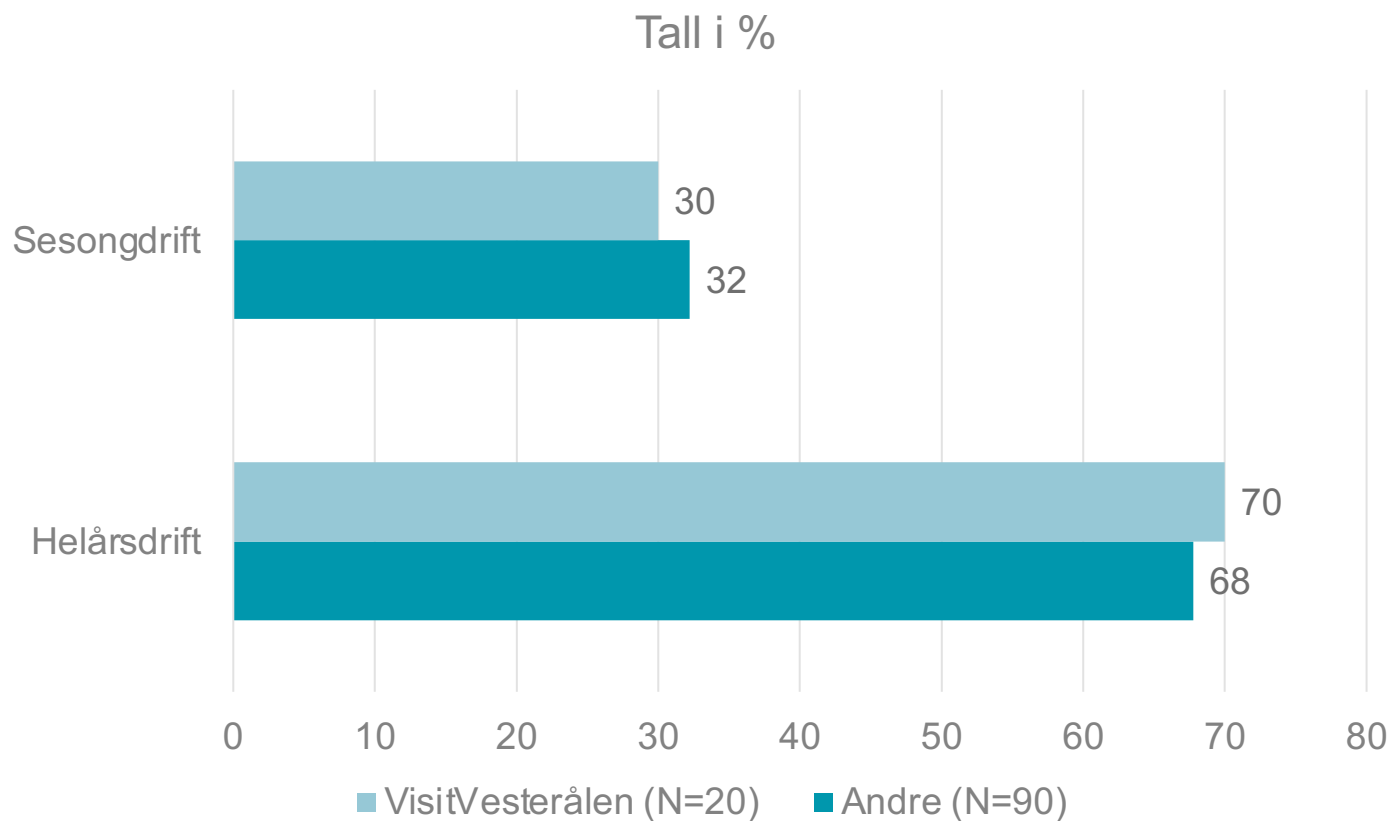
- Blant dem som rettet seg mot utlandet, var hovedsatsingsmarkedene Norden og Nord-Europa, og til dels Sør-Europa.



Helårs vs. sesongdrift

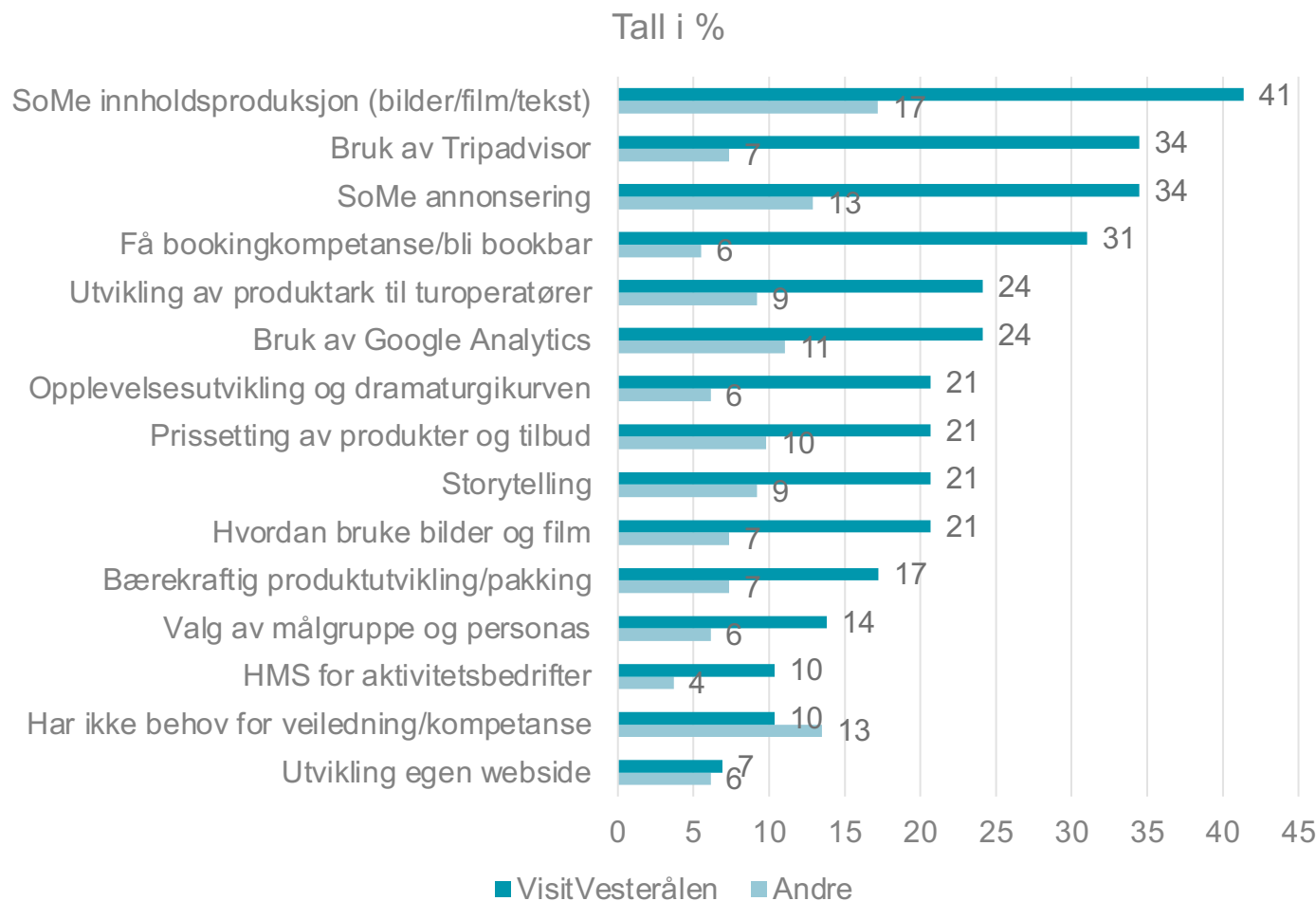
VisitVesterålen vs. de andre destinasjonsselskapene

- 70 prosent av medlemsbedriftene til VisitVesterålen oppgir at de driver helårsvirksomhet. Det er omtrent som for de andre destinasjonsselskapene.



Hva har bedriftene behov for av veiledning og kompetanse fra sitt destinasjonsselskap?

- Medlemsbedriftene til VisitVesterålen oppgir generelt stort behov for veiledning og kompetanse.
- Størst behov for veiledning når det gjelder SoMe innholdsproduksjon, bruk av Tripadvisor og SoMe annonsering.
- Annet:
 - «Oppdatering på reiselivstrender, atferdsendringer, omsetningsstatistikk, at destinasjonsselskapets markedsføring målretter sine kampanjer hurtig mot riktige segmenter i de riktige kanalene fort - og at de bidrar til å løfte vår attraksjon - Hurtigrutemuseet - som en REASON TO GO til Vesterålen som er tilbakemeldingene vi fikk på NTW og i direkte kontakt med reiselivsoperatører».



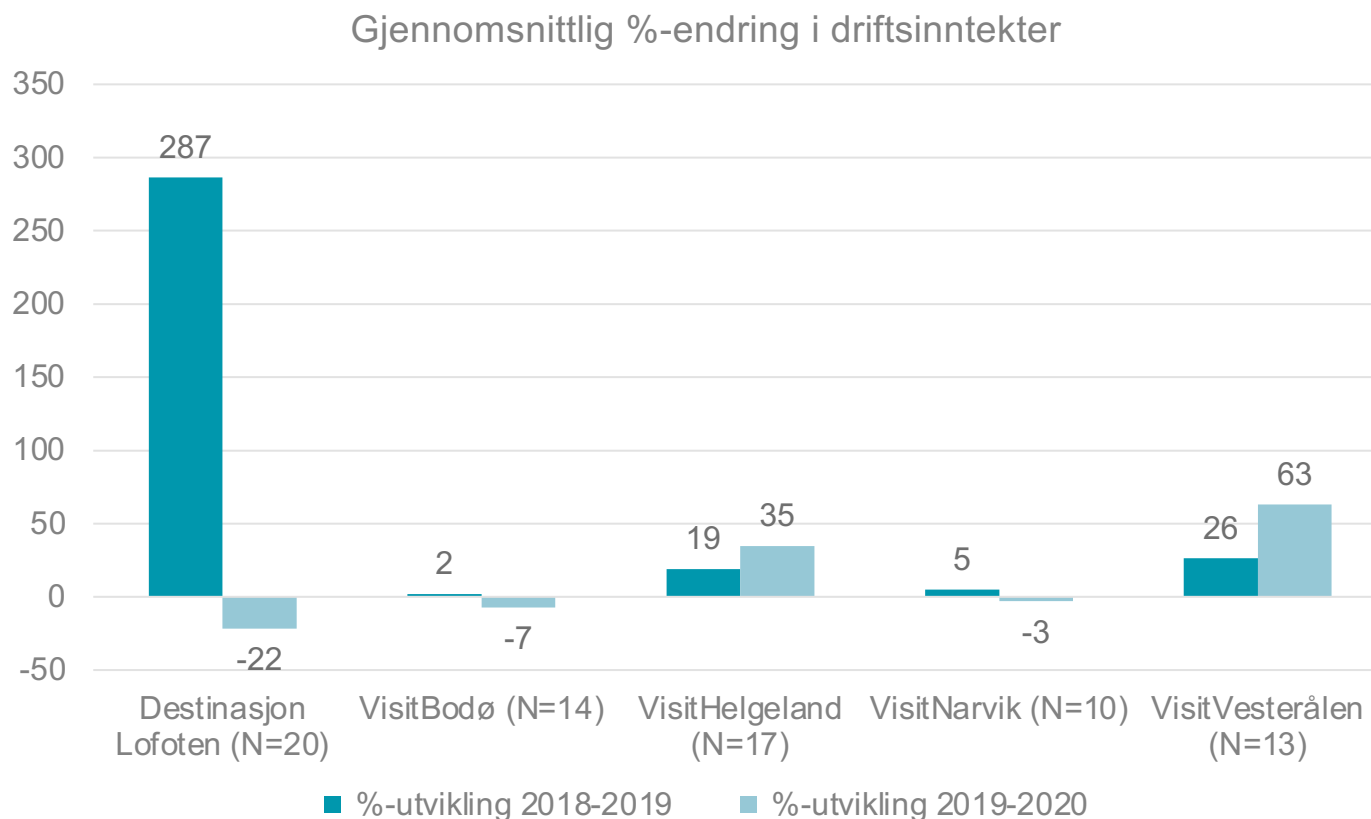


2. Økonomi

Gjennomsnittlig endring i driftsinntekter, 2018-2020

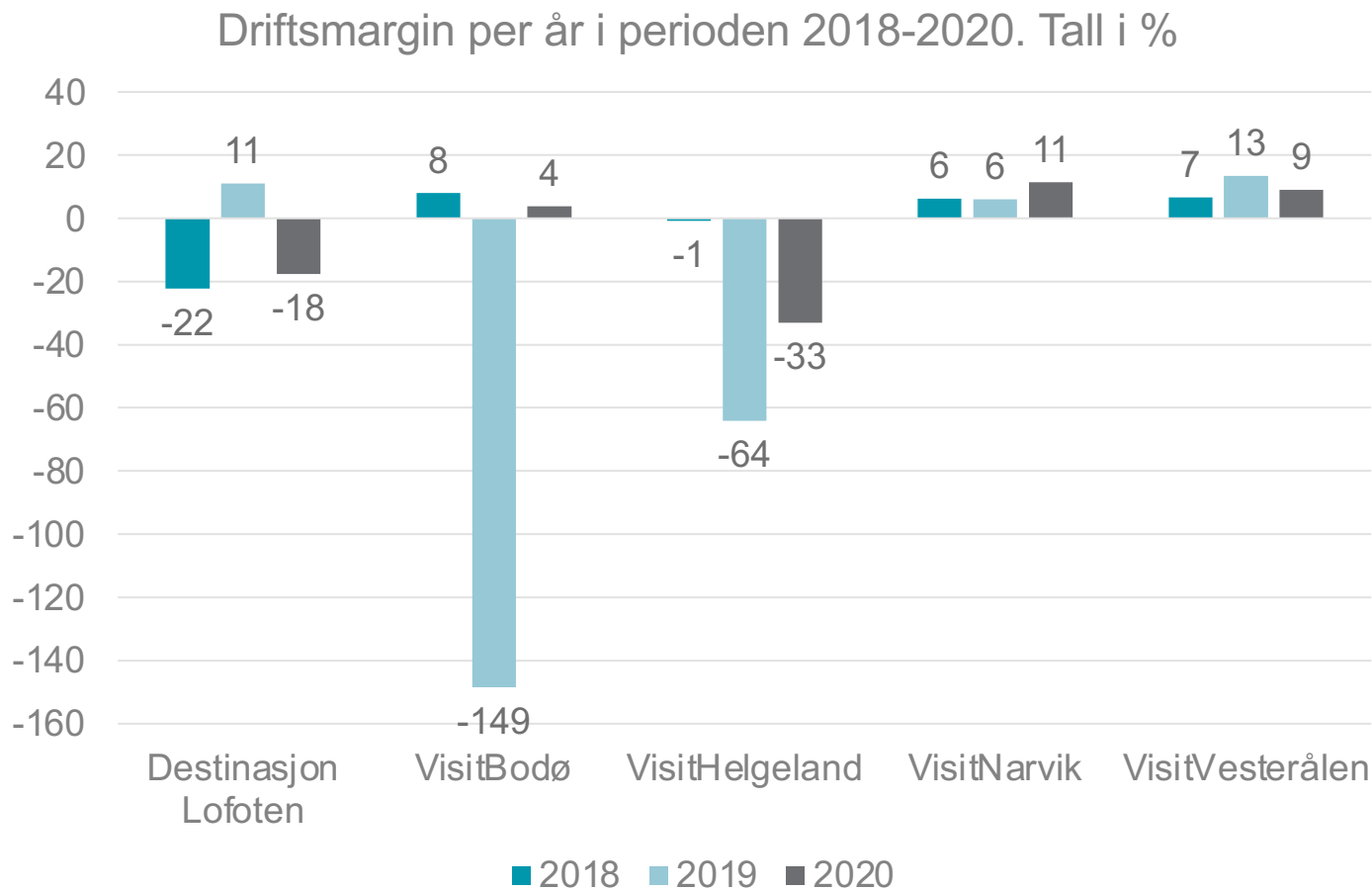
Per destinasjonsselskap

- Gjennomsnittlig endring i driftsinntektene var negative for medlemsbedriftene hos Destinasjon Lofoten, VisitBodø og VisitNarvik. Blant medlemmene hos VisitHelgeland og VisitVesterålen var gjennomsnittlig endring i driftsinntekter positive.
- På Destinasjon Lofoten var det én bedrift som hadde svært stor økning fra 2018 til 2019. Uten denne bedriften ville endringen fra 2018-2019 vært 23 %.
- På VisitHelgeland er det mange bedrifter som har hatt økning i driftsinntekter, kun 5 av de 17 som har rapportert har hatt nedgang.
- Hos VisitVesterålen er det én bedrift som hadde svært stor vekst fra 2019 til 2020. Uten denne bedriften ville endringen fra 2019 til 2020 vært på minus 38 %.



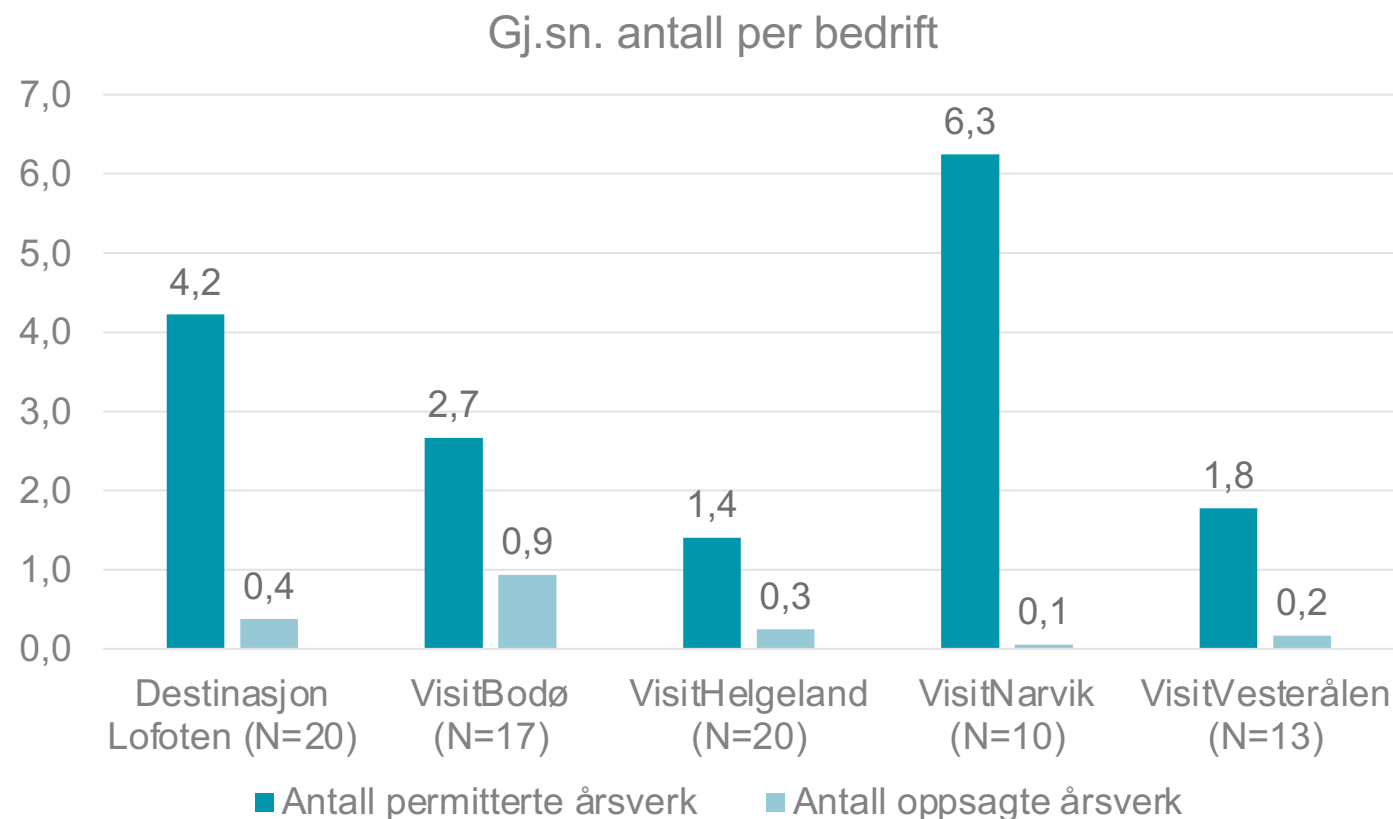
Driftsmargin 2018-2020 blant bedriftene som har rapportert

- Medlemsbedriftene til Destinasjon Lofoten og VisitHelgeland hadde i gjennomsnitt negativ driftsmargin i 2020, med hhv. -18 og -33 prosent.
- VisitBodø, VisitNarvik og VisitVesterålen hadde gjennomsnittlig driftsmargin på hhv. 4, 11 og 9 prosent.
- Det er én bedrift som bidrar til den lave driftsmarginen blant medlemsbedriftene til hhv. VisitBodø og VisitHelgeland. Dersom disse tas ut, vil driftsmarginen til medlemmene hos VisitBodø og VisitHelgeland, endre seg til hhv. 8 og 1 prosent i 2019.



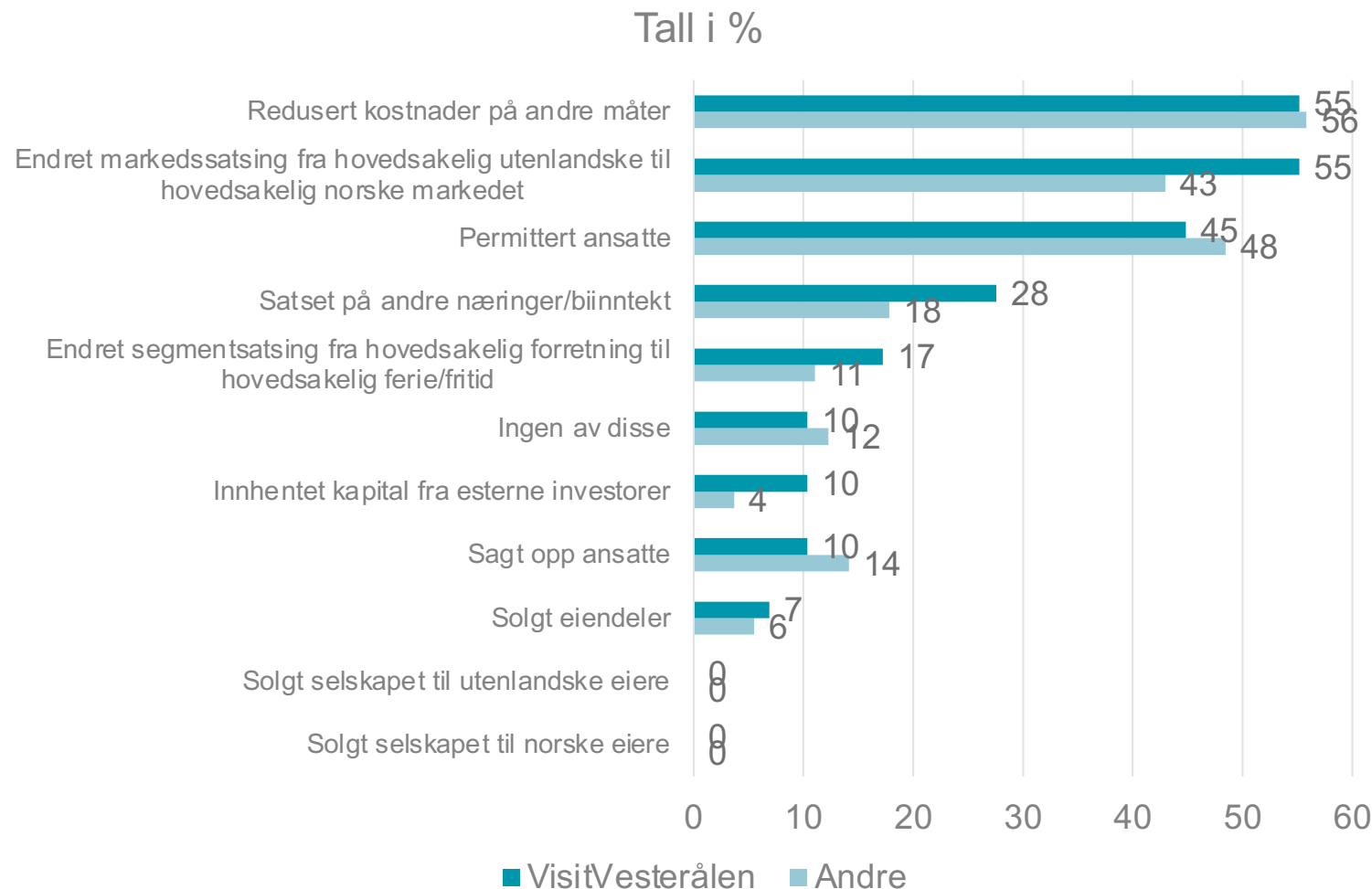
Gjennomsnittlig antall permitterte og oppsagte årsverk i 2020, per bedrift

- Medlemsbedriftene hos VisitVesterålen permitterte i gjennomsnitt 1,8 årsverk, og sa opp i snitt 0,2 årsverk.
- Blant bedriftene som har rapportert, var det høyeste antallet permitterte årsverk i VisitVesterålen 10, og det høyeste antall oppsagte 2 (relatert til korona).



Hvilke tiltak har bedriftene iverksatt på bakgrunn av korona-situasjonen?

- Tiltaket flest medlemsbedrifter i VisitVesterålen og på de andre destinasjonene har iverksatt er å redusere kostnader, endre markedssatsing fra utenlandske til det norske markedet og permittere ansatte.
- Det er noe flere blant medlemsbedriftene til VisitVesterålen som har satset på andre næringer/biinntekt, enn det er på de andre destinasjonene.
- Ingen har solgt selskapet, verken blant VisitVesterålens eller de andre destinasjonenes medlemmer.
- Andre kommentarer:
 - «Gått i en slags "dvale" for å redusere kostnader med håp om å holde hodet over vannet til det åpnes opp. I vårt segment anser vi det for nær umulig å erstatte det utenlandske markedet med norske».
 - «Vi ble ikke rammet av korona på denne måten, da vi likevel skulle stenge vårt tilbud våren 2020 for å ferdigstille den nye attraksjonen for åpning. Den åpnes ila sensommeren 2021»

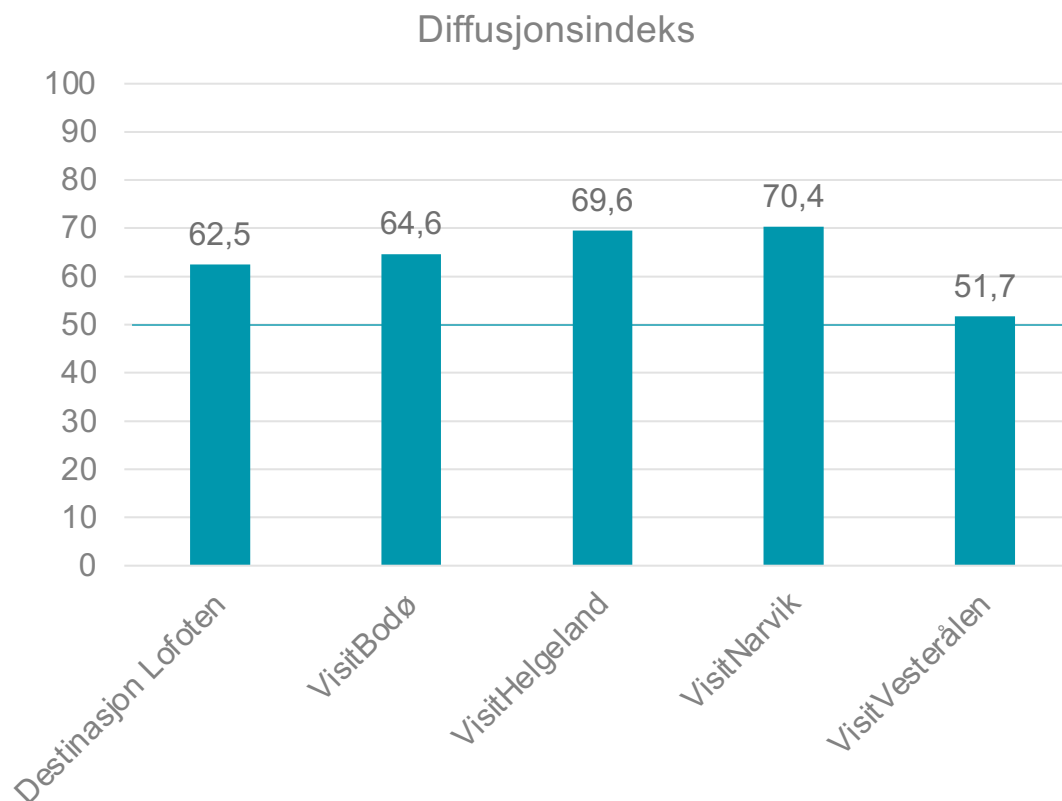


3. Forventningsbarometer

Forventninger til trafikk i 2021 vs. 2020

Diffusjonsindeksen* blant medlemmer av destinasjonsselskapene i Nordland

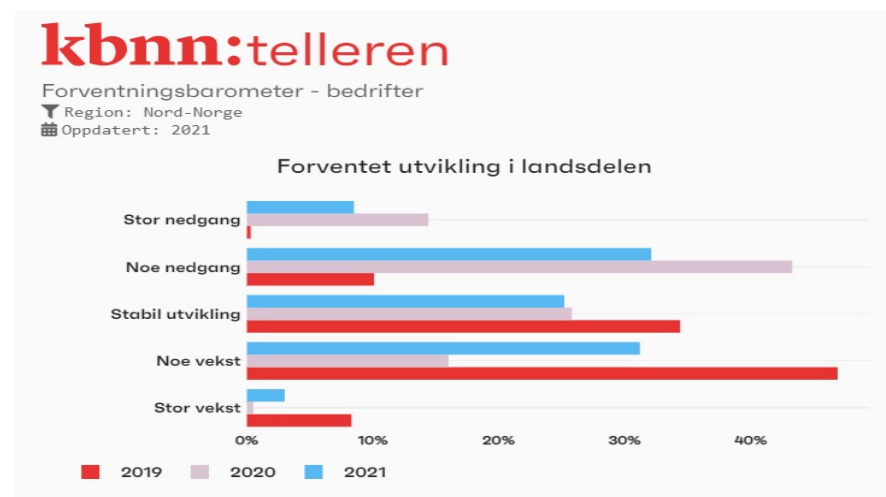
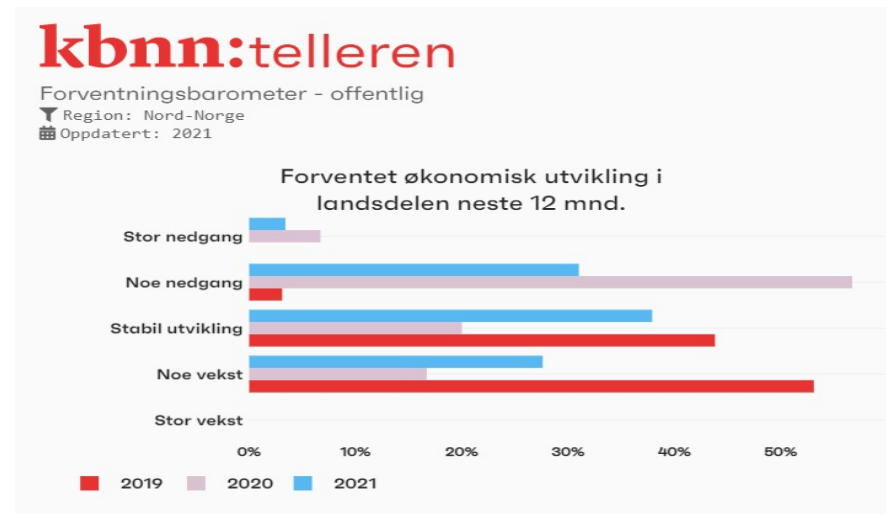
- På alle destinasjonene er det flere som er optimistiske enn pessimistiske for trafikken i 2021, sammenlignet med 2020.
- Medlemmene i VisitVesterålen er minst optimistiske.
- Medlemmene i destinasjonsselskapene i Nordland er mye mer positive til trafikken i 2021, sammenlignet med forventningene lederne i offentlig og privat sektor har til økonomien i 2021 (hhv. 46,6 og 46,8).



*En diffusjonsindeks på 50 indikerer at det er like mange positive som negative svar, mens en verdi over 50 viser at det er flere som er positive enn negative. Motsatt for verdier under 50. Beregnes etter følgende formel: $(\text{andel som har svart: positivt}) + 0,5 * (\text{andel som har svart uendret})$ (ref. SSB).

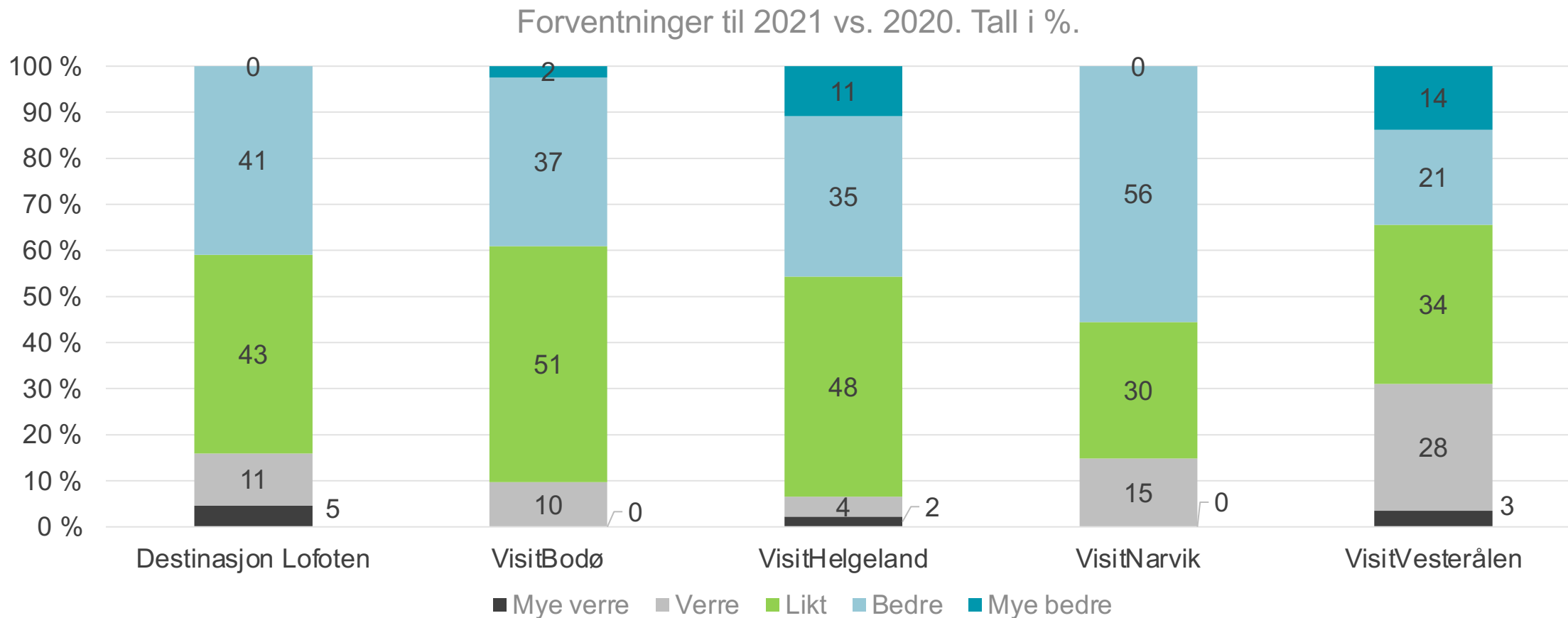
Forventninger til økonomien fremover blant ledere i Nord-Norge (ref. Konjunkturbarometer Nord-Norge fra Sparebank1 Nord-Norge*)

- Diffusjonsindeksen blant ledere i offentlig sektor:
 - 2021: 46,6
 - 2020: 26,7
 - 2019: 75
- Diffusjonsindeksen blant ledere i privat sektor:
 - 2021: 46,8
 - 2020: 29,4
 - 2019: 72,5



*<https://www.kbnn.no/artikler>

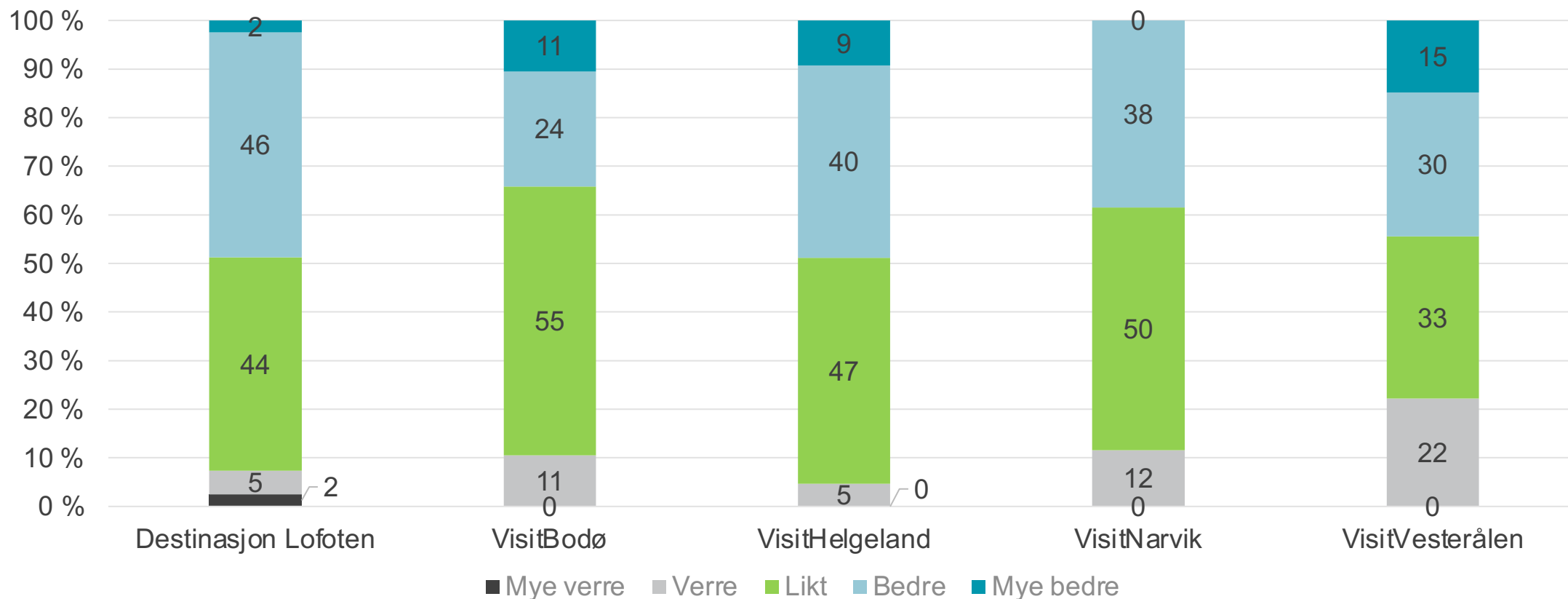
Forventninger til trafikken i 2021 vs. 2020*



*Gjennomsnitt vises på høyre akse
Ingen signifikante forskjell mellom destinasjonsselskapene ift.
gjennomsnittene

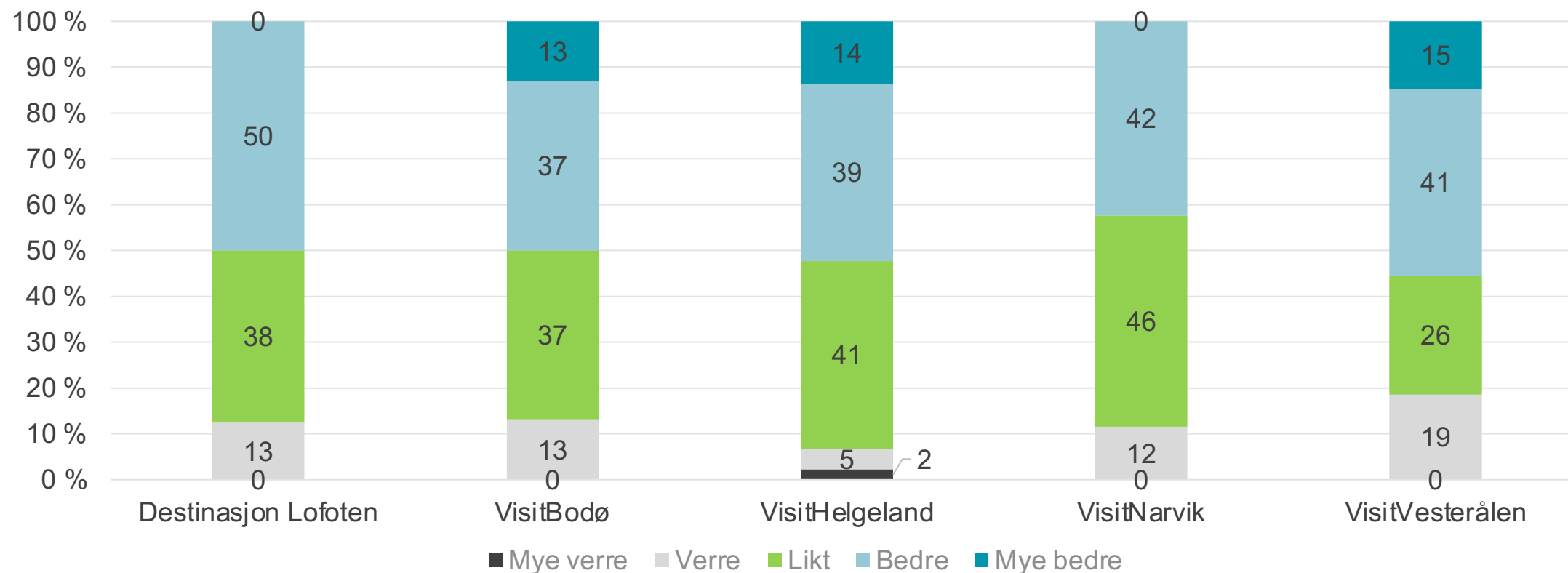
Forventninger til ferie/fritidstrafikken 2021 vs. 2020*

Forventninger til ferie/fritidstrafikken 2021 vs. 2020. Tall i %.

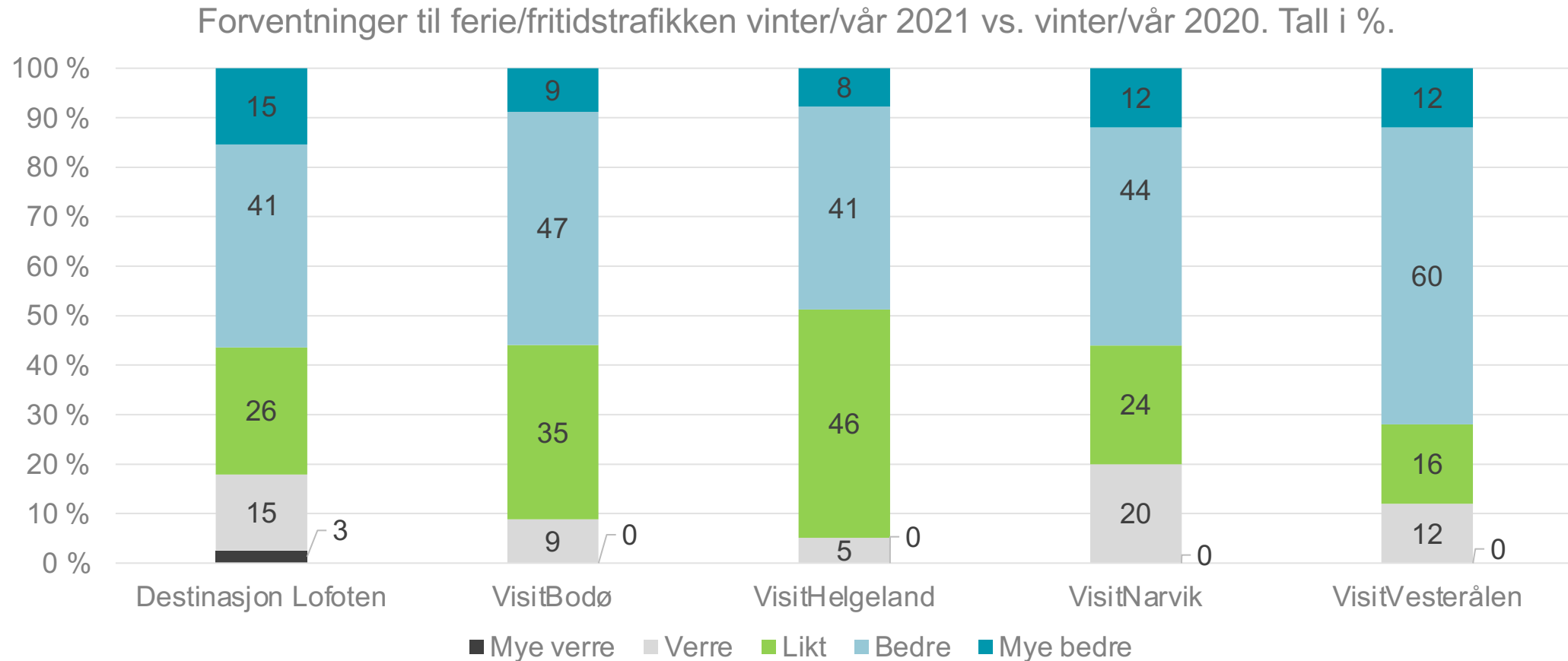


Forventninger til ferie/fritidstrafikken sommer/høst (dvs. 1. mai – 30. september) 2021 vs. samme periode 2020*

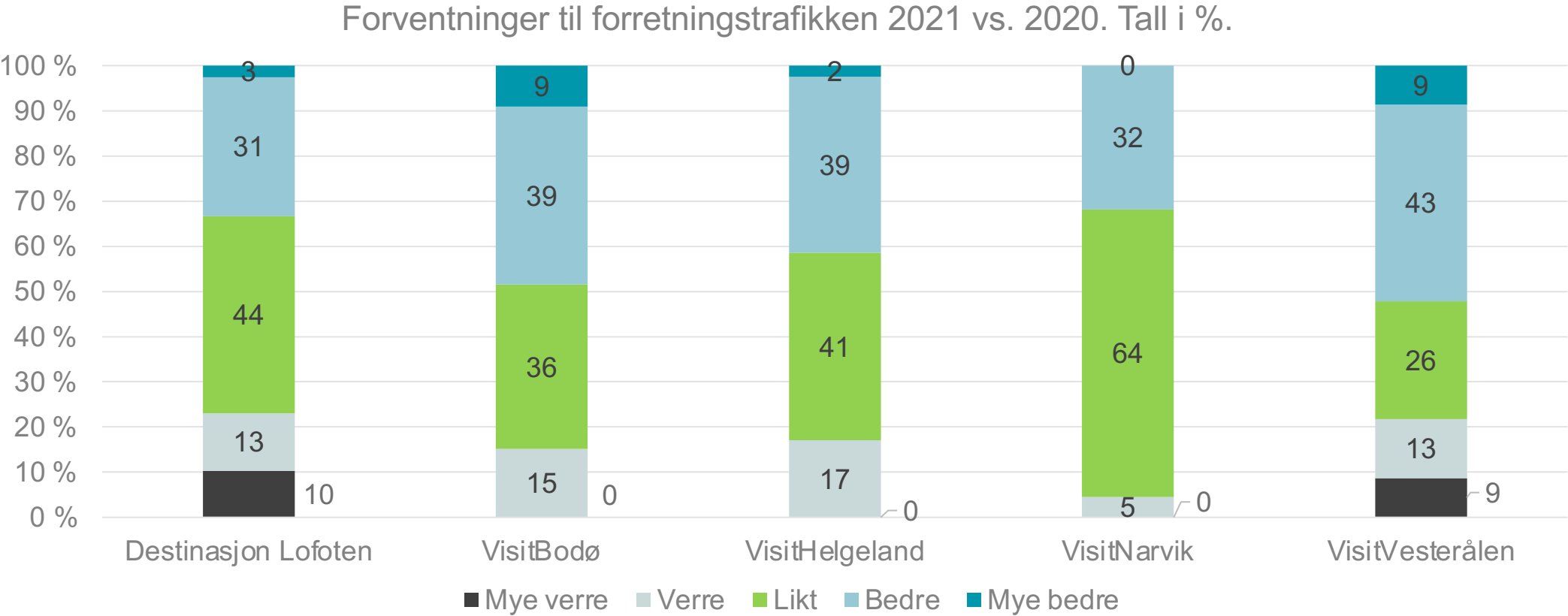
Forventninger til ferie/fritidstrafikken sommer høst 2021 vs. sommer/høst 2020. Tall i %.



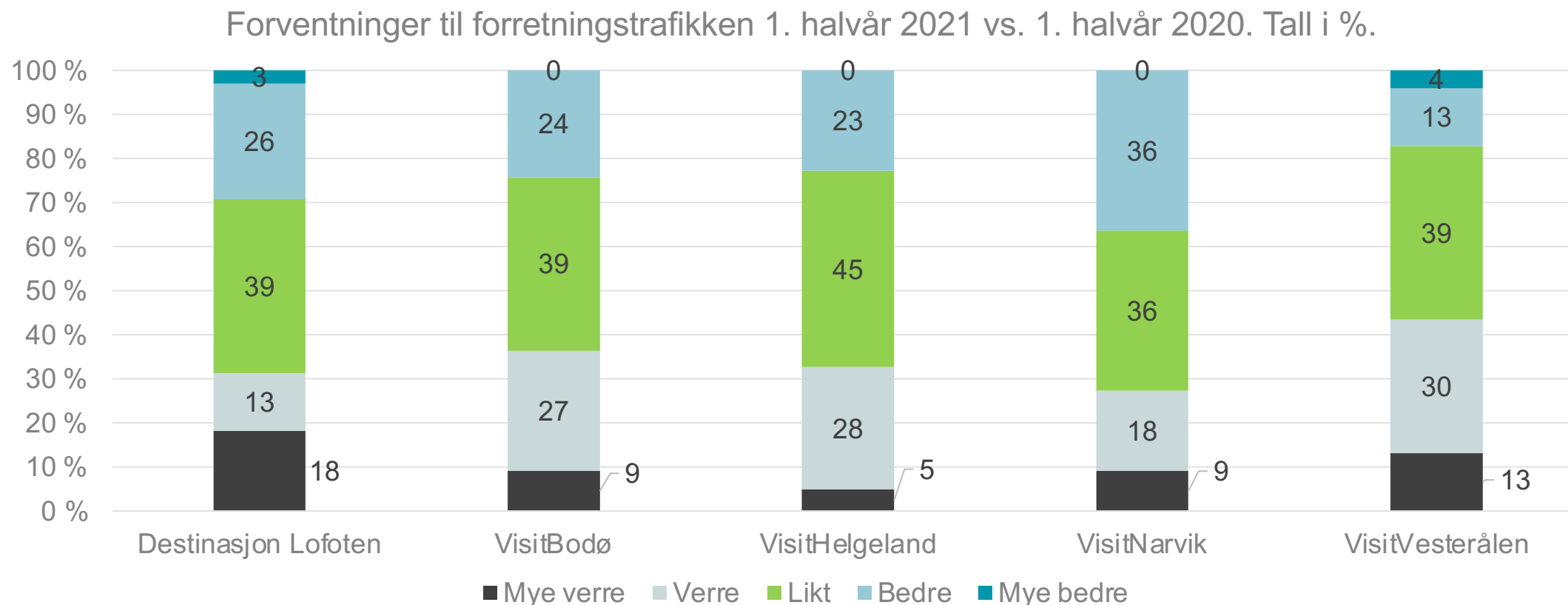
Forventninger til ferie/fritidstrafikken vinter/vår (dvs. 1. oktober 2021 – 30. april 2022), sammenlignet med samme periode i 2020/2021?



Forventninger til forretningstrafikken 2021 vs. 2020

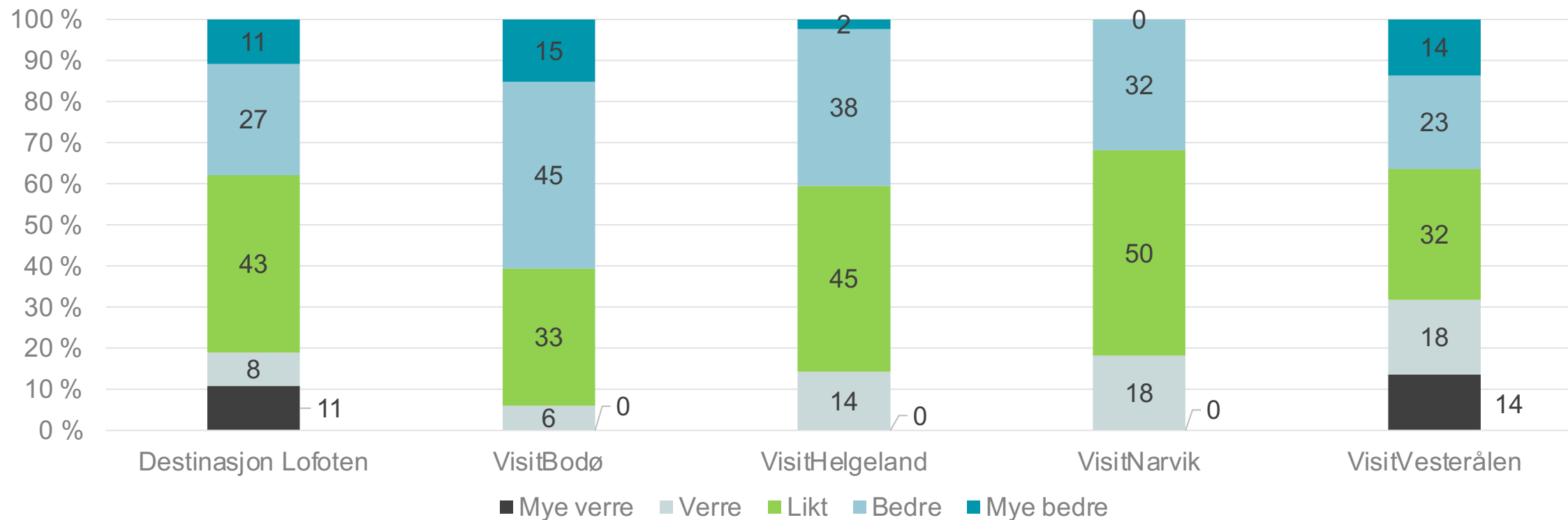


Forventninger til forretningstrafikken 1. halvår 2021 vs. 1. halvår 2020



Forventninger til forretningstrafikken 2. halvår 2021 vs. 2. halvår 2020

Forventninger til forretningstrafikken 2. halvår 2021 vs. 2. halvår 2020. Tall i %.





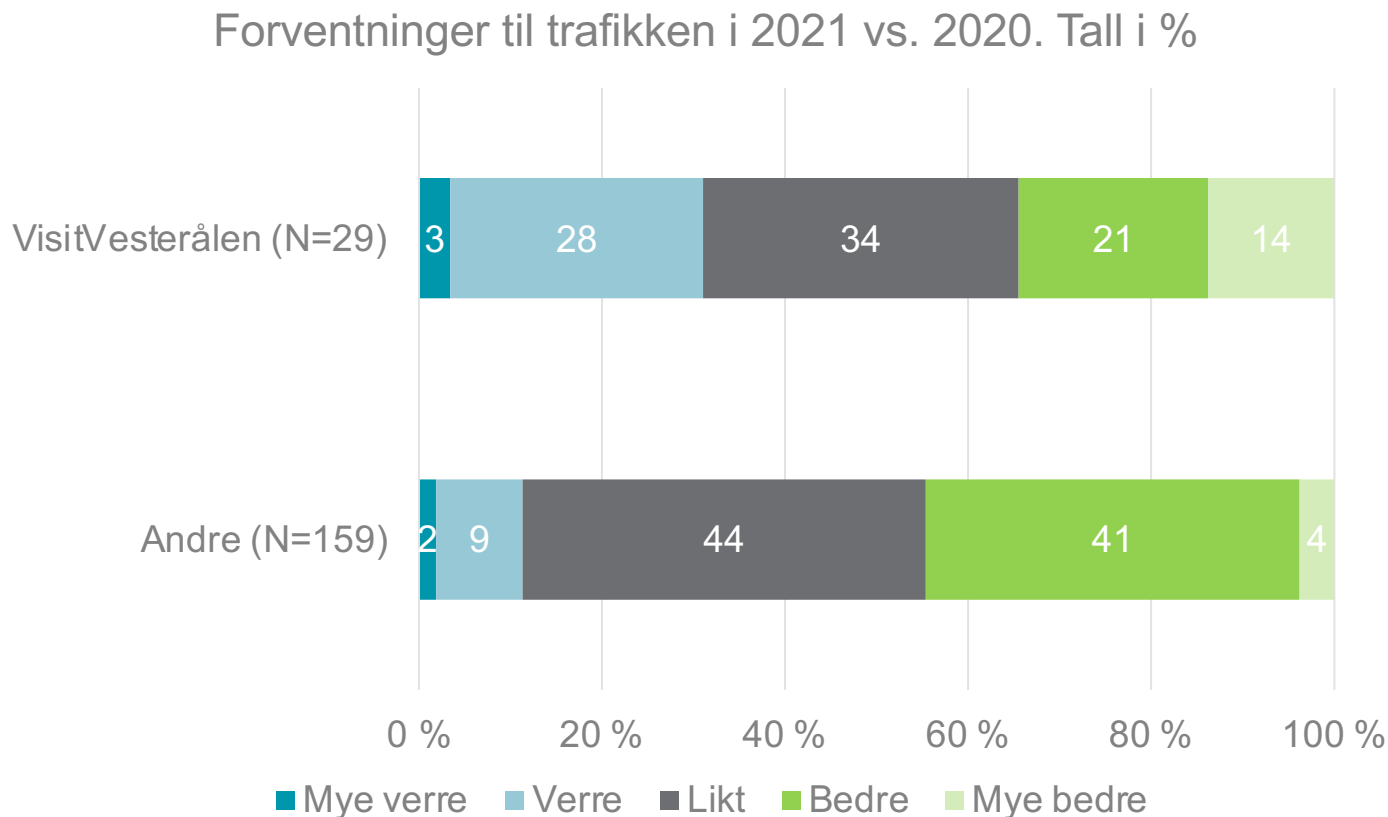
4. VisitVesterålen

Forventninger til 2021 vs. 2020

Forventninger til trafikk i 2021 vs. 2020

VisitVesterålen vs. de andre destinasjonsselskapene

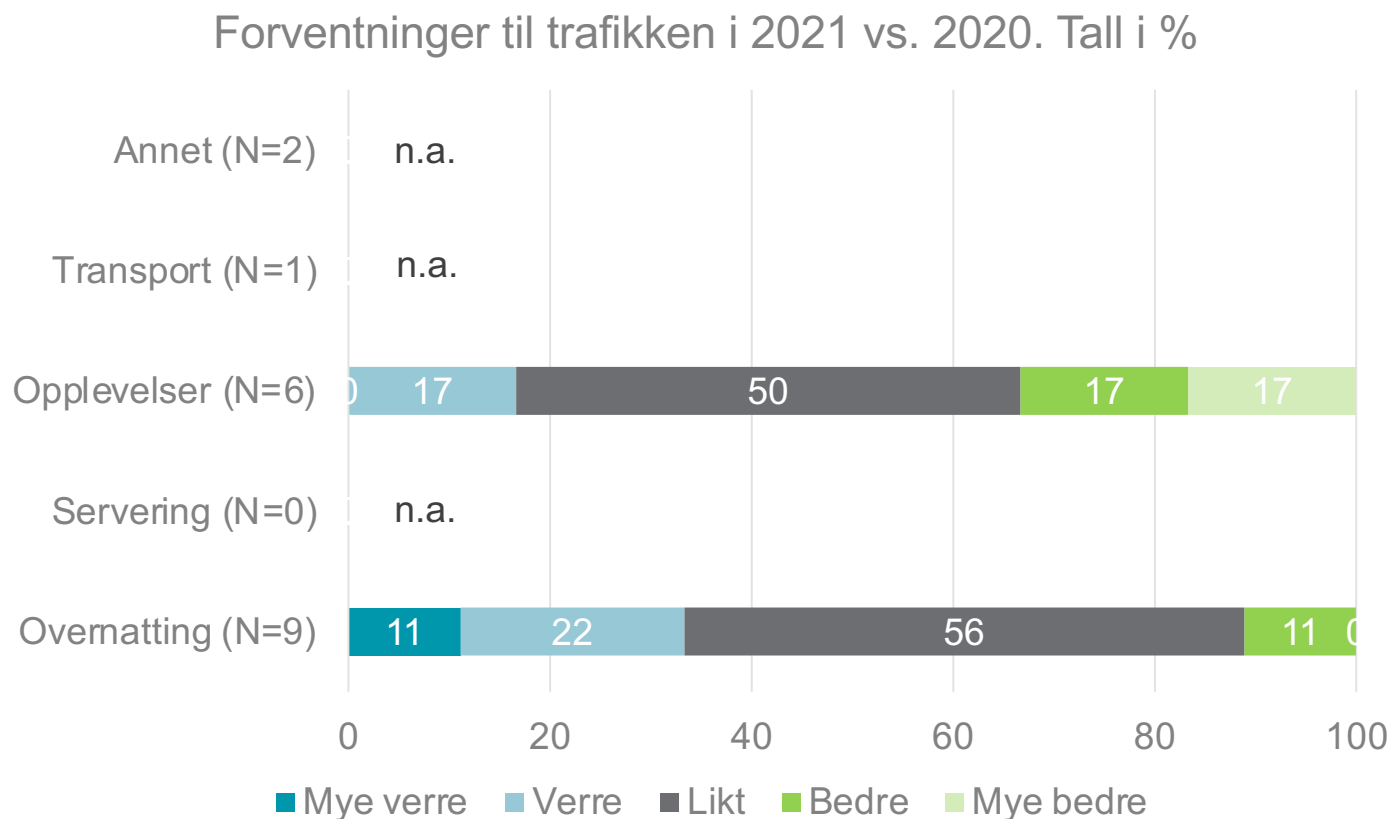
- Det er omtrent like mange optimister som pessimister blant medlemmene av VisitVesterålen med tanke på trafikken i 2021, sammenlignet med 2020.
- Forventningsnivået ligger noe lavere enn for medlemmene på de andre destinasjonene.
- Diffusjonsindeks:
 - VisitVesterålen: 51,7
 - Andre: 66,7



Forventninger til trafikk i 2021 vs. 2020 – per bransje

VisitVesterålen

- Størst pessimisme i overnattingsbransjen. Liten overvekt av optimisme i opplevelsesbransjen.
- Diffusjonsindeks:
 - Overnatting: 38,9
 - Opplevelser: 58,3

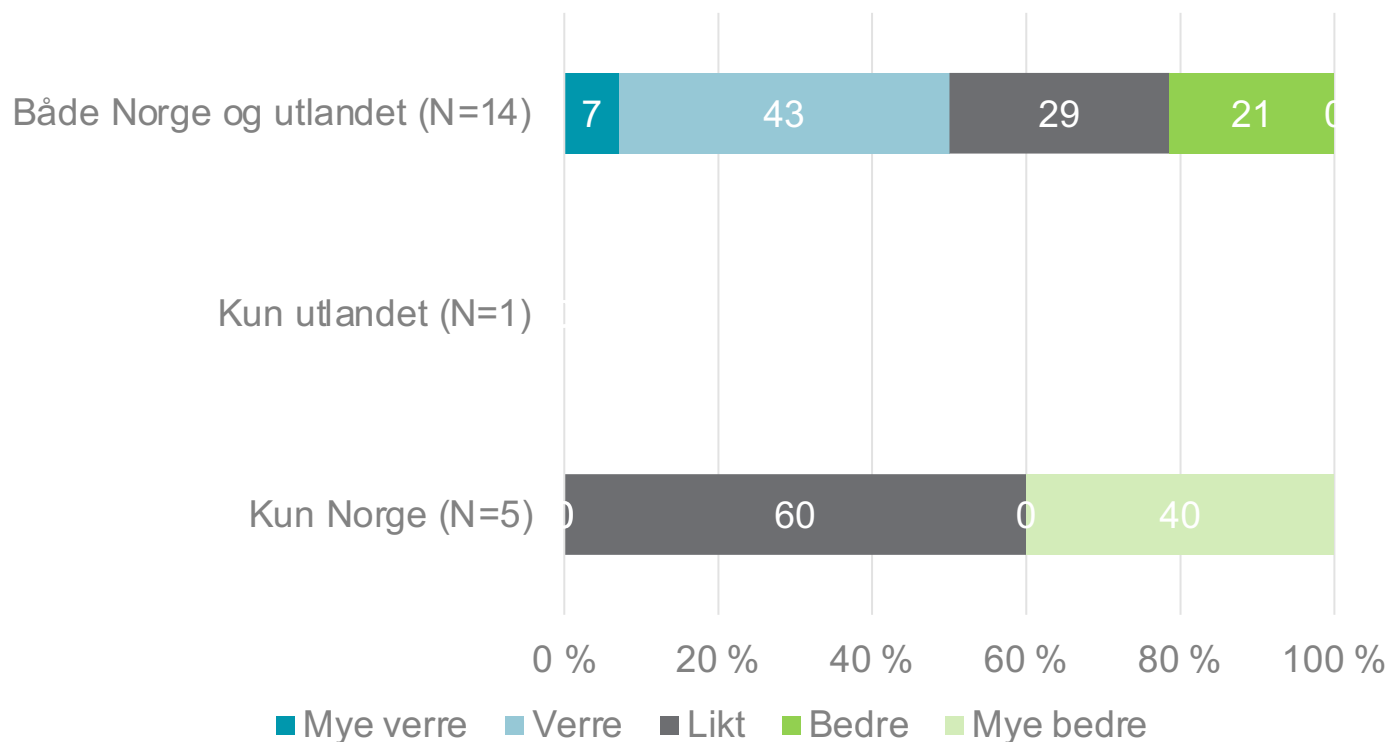


Forventninger til trafikk i 2021 vs. 2020 – per satsingsmarked

VisitVesterålen

- Overvekt av pessimisme blant de som satser på både det norske og det utenlandske markedet.
- Diffusjonsindeks:
 - Både Norge og utlandet: 35,7
 - Kun utlandet: n.a.
 - Kun Norge: 70,0

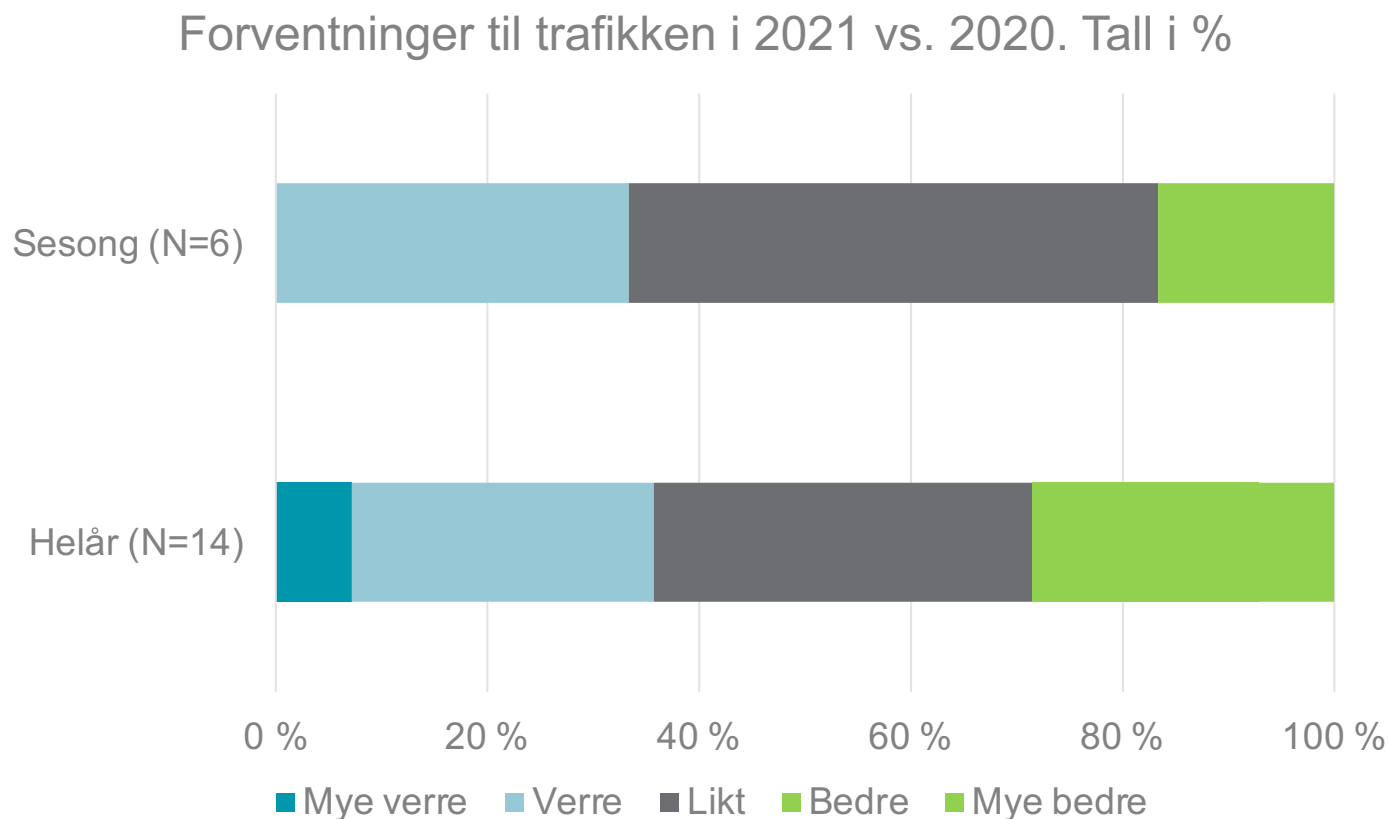
Forventninger til trafikken i 2021 vs. 2020. Tall i %



Forventninger til trafikk i 2021 vs. 2020 – helårs vs. sesongdrift

VisitVesterålen

- Både de som driver helårs- og sesongdrift er pessimistiske med tanke på 2021.
- Diffusjonsindeks:
 - Helårsdrift: 46,4
 - Sesongdrift: 41,7



Forventninger til trafikk i 2021 vs. 2020 – ift. etableringsår

VisitVesterålen

- De eldste bedriftene er mest pessimistiske til 2021.
- Diffusjonsindeks:
 - 0-2 år: n.a.
 - 3-5 år: 83,3
 - 6-10 år: n.a.
 - 11+ år: 42,9

Forventninger til trafikken i 2021 vs. 2020. Tall i %.

