

SVALBARD-STATISTIKKEN 2022

Markeds- og gjestestatistikk



Foto: Anja Nordvålen



Visit
Svalbard

Kommentarer til statistikken for 2022

Besøkstillene for 2022 er noe svakere enn i forrige normalår 2019, med 11% færre ankomne gjester og 8,3% færre gjestedøgn. Juli måned var preget av streik og fulle fly, men likevel holdt måneden seg noenlunde bra. Litt svakere tall til tross; sammenlignet med pandemiårene 2020 og 2021, så kan vi konkludere med at gjenoppbyggingen har gått raskere enn vi kunne forvente. Overnattingsstedene rapporterer ellers om gode priser i året som har gått, noe som har demmet opp for bortfallet av gjester.

Beleggsprosenten av rommene viser tall for den til enhver tid tilgjengelige kapasiteten, altså som er åpen for gjester. Dette gjenspeiler dermed ikke at noe overnattingskapasitet i Longyearbyen har vært nedstengt i deler av 2022, eller brukt til andre formål enn hoteldrift. Derfor lyver 64,8% i 2022 vs 64,3% i 2019 litt, ref. at det har vært færre gjester i '22 enn i '19. Vi antar dette vil normalisere seg fra 2023 av, når etterdønningene etter pandemien gradvis slipper taket, og all kapasitet er åpen 12 måneder i året. I de mest hektiske månedene av året, fra mars til august, ligger beleggsprosenten typisk mellom 75 og 80%, mens skuldermånedene februar og september ligger rundt 60%. De siste 4 månedene med «lavsesong», fra oktober til januar, ligger under 50% - og reelt sett enda lavere, om vi hensyntar nedstengt kapasitet. Her har vi en jobb å gjøre!

Gjennomsnittlig liggetid for 2022 er med 2,3 døgn tilbake på nivå med 2019, mot 3 døgn i 2021. Noe av forklaringen på dette er at ekspedisjonscruisene var tilbake i 2022, og de medfører et antall 1-nattsbesøk i sommermånedene, typisk før cruiset. Fra gjesteundersøkelser vet vi at gjestene oppgir 4-5 netter i snitt for sine besøk i Longyearbyen, så det er et forholdsvis stort gap her. Det er ikke helt enkelt å skille ut i statistikkføringen, så vi lar tallene stå som de står.

Ellers viser nasjonsoversikten at Norge, som alltid, troner øverst blant landene det kommer besøk fra. I 2022 var 55,8% norske gjestedøgn, helt på linje med tallene fra 2019. Pandemiårene brakte selvsagt en midlertidig ubalanse i fordelingen, og vi er nå glade for at utenlandsmarkedene også viser tegn til å ta seg opp igjen til mer normale nivåer. Det er de klassiske markedene som holder seg godt, og med unntak av USA er dette også de markedene Visit Svalbard konsentrerer markedsinnsatsen sin mot. Verdt å merke seg er også at Kina, som før pandemien var det 5 største utenlandsmarkedet, hos oss så langt knapt har vist tegn til normalisering etter pandemien.

Kommentarer til statistikken for 2022

Cruisetrafikken på Svalbard er todelt; konvensjonelle cruise, altså de store hvite på dagsbesøk – og ekspedisjonssegmentet, de mindre båtene og skipene som har Longyearbyen som hjemmehavn. Konvensjonelle cruise havnet på en halvering fra 2019, med knappe 20 000 besøkende. Ekspedisjonssegmentet derimot viste motsatt utvikling, med en økning fra drøye 16 000 passasjerer før pandemien, til drøye 24 000 i 2022. For ordens skyld; dette er tall fra Longyearbyen havn, og dermed passasjerer som har vært i land i Longyearbyen.

Som for overnattingsstedene rapporteres det om et økonomisk godt år også for aktivitetsleverandører, attraksjoner, serveringssteder og butikker. Tall hentet fra det felles bookingsystemet Travelize viser at båtturer, hundekjøring og snøskuterturer fortsatt er de mest populære, etterfulgt av fotturer og mat- og drikkeopplevelser. Gjestene bruker altså penger når de er her. Dette betyr at vi sammen gjør noe rett i markedsføringen av reisemålet, helt i tråd med Masterplanens ambisjoner om «de rette gjestene, i rett volum, til rett tid og til rett sted». Målet er vekst i verdiskaping, ikke volum – og da blir utfordringen for 2023 og årene fremover å bygge videre på nettopp den gode utviklingen 2022 har vist.

Ellers er det verdt å merke seg den store økningen i miljøsertifiserte bedrifter det siste året, fra 9 til 15. Dette er meget gledelig, og viser at lokale reiselivsbedrifter tar nye steg oppover på bærekraftstigen. Dette kommer i tillegg til investeringer mange bedrifter gjør innen enøk, energiproduksjon, elektrifisering og hybridifisering, og som gjør at den dagen ny og mer klimavennlig energibærer er på plass i Longyearbyen, så er store deler av reiselivet allerede godt skodd for skiftet.



Samlet årsstatistikk for Svalbard

GJESTEDØGN

(79 105 i 2021 - 161 151 i 2019)

147 834

ANKOMNE GJESTER

(29 848 i 2021 - 76 442 i 2019)

68 038

BELEGGSPROSENT

(39,9% i 2021 - 64,3 i 2019)



64,8%

LIGGETID

(3,0 i 2021 - 2,3 i 2019)



2,3 døgner

AIRBNB

Estimert antall gjester
(1 799 i 2021 -
4 311 i 2019)



3 538

ATTRAKSJONER

(15 523 i 2021 -
65 653 i 2019)



50 851



TOPP 5 NASJONALITETER

Gjestedøgn 2022

	2019	2021	2022
Norge	89 760	66 243	82 422
Tyskland	7 503	2 048	7 836
Storbritannia	7 116	817	6 053
Danmark	4 734	1 406	5 938
Sverige	7 584	995	5 645



ANTALL BESØKENDE I TURISTINFORMASJONEN

(4 524 i 2021 -
24 687 i 2019)

24 418

GJESTEDØGN CAMPING

(45 i 2021 - 1 769 i 2019)

691



VISITSVALBARD.COM

Brukere
(449 326 i 2021)

Sidevisninger
(1 953 659 i 2021)

555 738 2 626 426

EKSPEDISJONSCRUISE- PASSASJERER

(382 i 2021 - 16 068 i 2019)

24 139

CRUISE MAI - SEPTEMBER



KONVENSJONELLE CRUISEPASSASJERER

(0 i 2021 - 39 282 i 2019)

19 459



FACEBOOK

Antall følgere
(70 719 i 2021)

73 651



INSTAGRAM

Antall følgere
(87 039 i 2021)

96 643

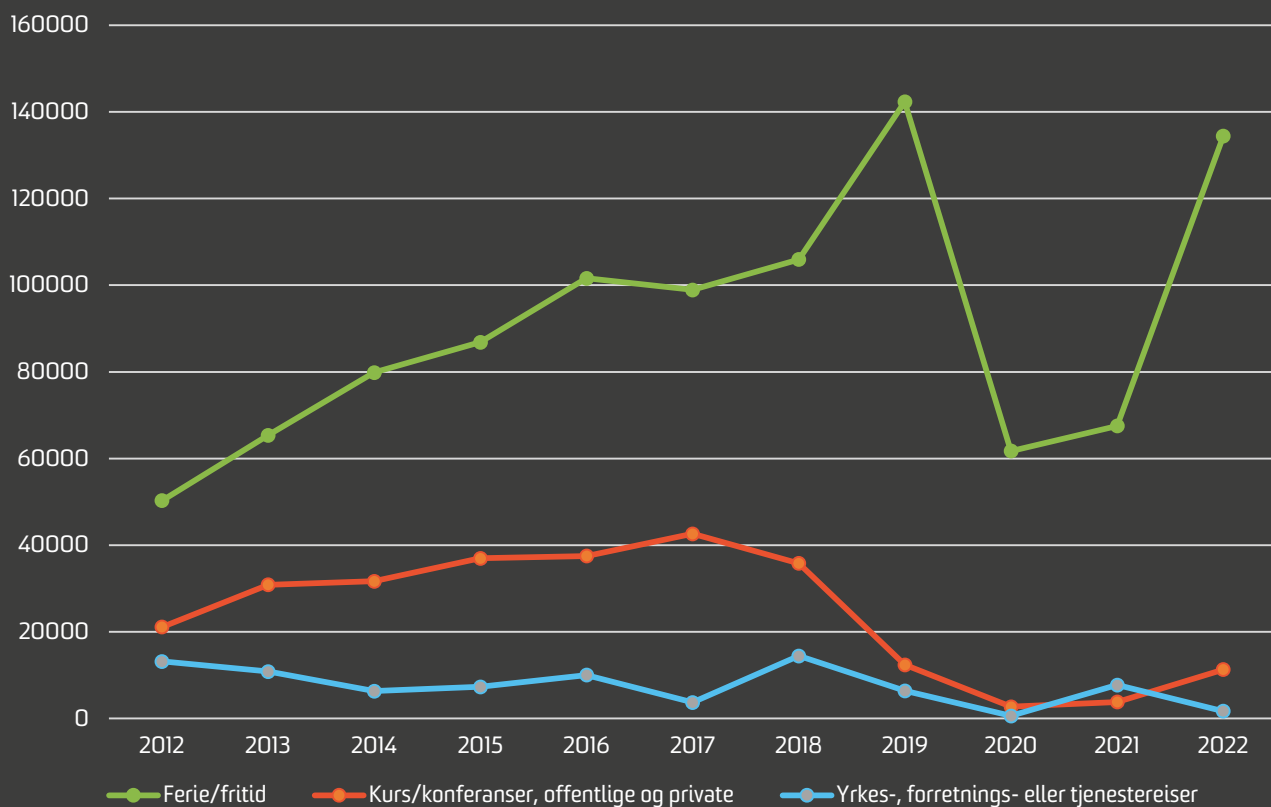


ANTALL MILJØSERTIFISERTE BEDRIFTER

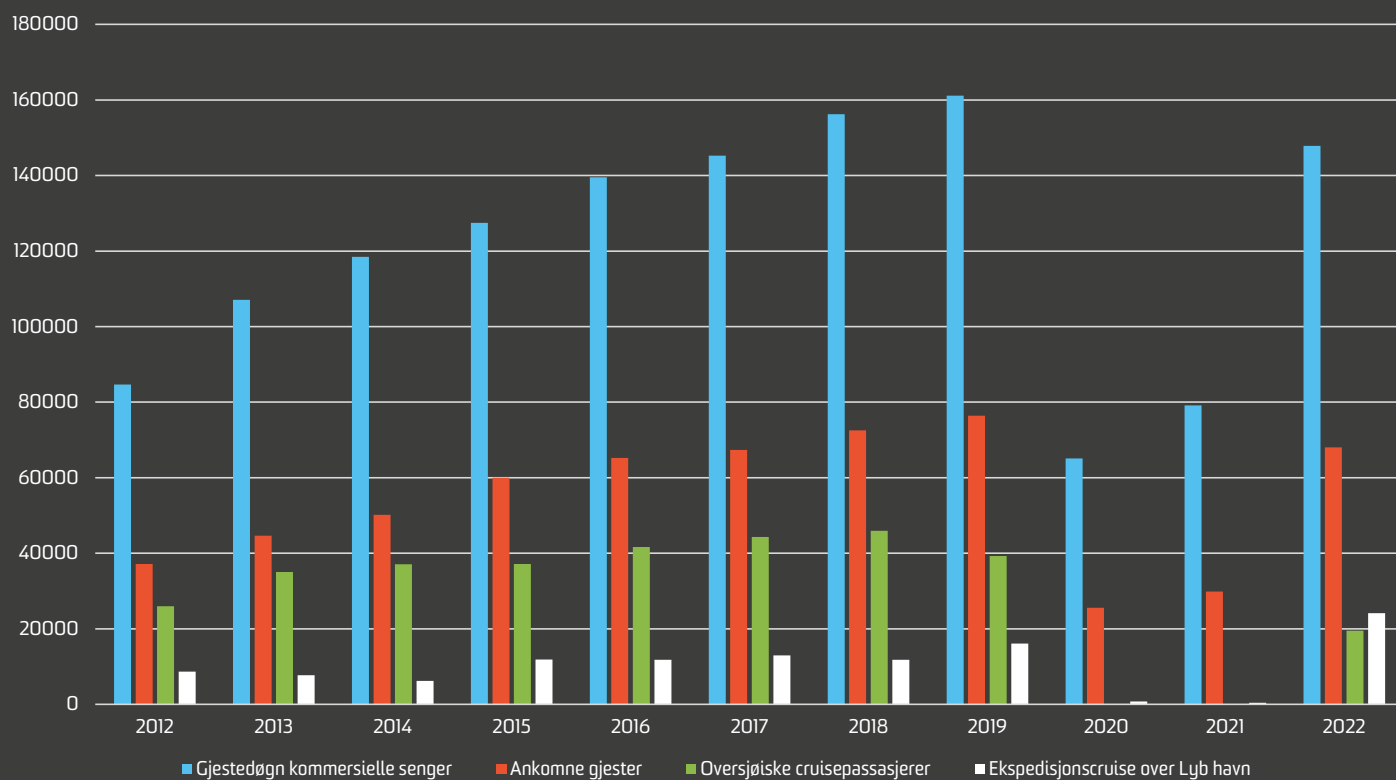
(9 i 2021)

15

Gjestedøgn per segment utvikling siden 2012



Longyearbyen - totalt antall gjester



Gjestedøgn kommersielle senger Longyearbyen

År / måned	Jan	Feb	Mar	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Des	Total
2008	1945	5977	8296	13559	9724	12786	14927	13392	5691	2916	1548	1239	92 000
2009	1501	4231	8431	11492	8110	10998	13740	12801	5016	2612	1972	1403	82 307
2010	1522	4937	8650	11219	7107	10672	13722	11673	6127	3547	1786	1869	82 831
2011	1231	5288	9458	12181	8882	9136	11574	12701	7538	3710	1982	2104	85 785
2012	2169	4772	8249	11239	7599	10403	12354	12419	6909	3827	2462	2241	84 643
2013	2600	5589	12067	14499	10069	12388	15277	15364	7459	5109	3194	3481	107 096
2014	3550	7525	14164	14107	11238	12244	17821	15857	8871	5543	3356	4183	118 459
2015	4360	10121	14808	16655	12081	13483	15872	14453	10298	6705	3886	4778	127 500
2016	6664	11803	14664	17248	11970	15378	17937	14798	9443	7490	5724	6403	139 522
2017	7849	13207	14829	17803	12668	16143	17485	15689	10077	8032	5546	5962	145 290
2018	6687	14291	17438	17700	13490	16922	18065	17293	11724	8883	7108	6640	156 241
2019	8842	15024	18224	18161	15254	16094	18623	17917	11372	10594	6438	6377	162 920
2020	9293	14104	6600	120	154	2542	8789	7276	6009	4707	2856	2641	65 091
2021	1988	4221	6982	5721	5669	4106	8909	11137	10024	9856	5897	4595	79 105
2022	6344	11982	15279	16222	15248	17414	16664	16938	11019	9045	6080	5599	147 834
21 vs 22	219 %	184 %	119 %	184 %	169 %	324 %	87 %	52 %	10 %	-8 %	3 %	22 %	87 %

Ankomne gjester kommersielle overnattingssteder Longyearbyen

	Jan	Feb	Mar	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Des	Total
2008	921	2255	2902	5752	3672	6262	7646	6674	2317	1187	650	799	41 037
2009	550	1579	2940	4438	2842	4488	6296	5660	2159	929	781	537	33 199
2010	539	1866	3033	4238	2687	4818	6906	5377	2726	1195	705	662	34 752
2011	411	1858	3592	4813	3282	3686	5188	6763	3067	1451	928	846	35 885
2012	841	1773	2896	4041	2988	4815	6570	6935	2823	1459	1166	846	37 153
2013	1004	2432	4485	6127	3854	5032	7011	7141	2891	1883	1278	1507	44 645
2014	1433	2740	4804	5787	4125	6404	7755	8546	3492	2105	1368	1606	50 165
2015	1721	3401	6726	7652	4886	7383	9565	8430	4263	2642	1580	1767	60 016
2016	2442	4568	5687	7925	5067	7936	10223	8895	4611	2959	2329	2588	65 230
2017	3352	5157	6245	7219	5584	8222	9869	8833	5086	3141	2417	2221	67 346
2018	2603	6138	6532	7527	6147	9330	9965	8991	5655	3446	3301	2909	72 544
2019	3315	5978	7743	7654	7431	9384	10301	9793	4735	5183	3069	2404	76 990
2020	3355	5181	3195	90	73	1088	3448	3084	2062	1728	1247	995	25 546
2021	711	1499	2764	2156	1617	1314	3008	4406	4246	3856	2481	1790	29 848
2022	2316	4208	6654	6967	7269	9459	8618	8695	5407	3550	2575	2287	68 005
21 vs 22	226 %	181 %	141 %	223 %	350 %	620 %	187 %	97 %	27 %	-8 %	4 %	28 %	128 %





Foto: Håkon Daae Brensholm

Overnattingskapasitet

OVERNATTINGSKAPASITET LONGYEARBYEN

488 rom / 1029 senger



OVERNATTINGSKAPASITET BARENTSBURG
OG PYRAMIDEN

121 rom / 260 senger

OVERNATTINGSKAPASITETEN
TOTALT PÅ SVALBARD

636 rom / 1345 senger

Kommentarer til besøksstatistikk per måned

Her finner du alle statistikkoversiktene for 2022. Vi anbefaler at du ser på disse før du leser den aktuelle månedens kommentar.

Januar

Sammenlignet med samme periode for ett år siden ser det unektelig lysere ut; antall gjestedøgn ligger på 219 % over 2021 – men likevel 32 % svakere enn i 2020, rett før pandemien slo inn. Selv om det er et stykke tilbake til normalnivå må tallene likevel tolkes optimistisk, all den tid de er kommet i en periode med til dels sterke restriksjoner nasjonalt – og for Svalbard også med tanke på testregimet før avreise hit. Ekstra interessant med januarstatistikken er det hyggelige antallet danske gjester som har funnet veien hit i mørketida, faktisk helt på linje med 2020. Det er imponerende, og ikke minst godt jobbet av lokalt næringsliv som har fått det til!

Februar

Tallene for februar viser at gjenoppbyggingen etter pandemien og alle restriksjoner er i gang, selv om gjestedøgnstatistikken viser et fall på 15% sammenlignet med 2020. Likevel tolker vi dette som positivt, og det er hyggelig å se byens hoteller, spisesteder og butikker fylles opp av gjester igjen. Og ikke minst at mange drar ut på tur, langt eller kort – eller besøker byens attraksjoner. Fint er det også å registrere at andelen utenlandske gjester tar seg opp, 34,1 % ikke-norske er et tydelig signal om at vi er på rett vei. Dette er da også tvingende nødvendig etter 2 år i krise, og hvor hver krone inn kan bety et være eller ikke være for hardt pressede bedrifter. Men selv om pilene peker rett vei nå, så er det skjær i sjøen. Den pågående krigen i Ukraina kaster nye skygger over reiselivsbransjen, og bidrar til store utfordringer og til dels usikkerhet for ukene og månedene fremover. Måtte lidelsene snart ta slutt før sårene blir for dype, slik at vi kan ta fatt også på den gjenoppbyggingen - på Svalbard som i Europa.

Mars

Også mars ble en god måned for Longyearbyens overnattingsbedrifter, med 15 279 gjestedøgn og en utnyttelsesgrad (=beleggsprosent) av tilgjengelig romkapasitet på 78,9 %. Veksten fra 2021 har selvsagt vært betydelig, mens vi fortsatt henger noe etter 2019. Men her er det verdt å merke seg at siden Coal Miners Cabins p.t. er utleid til Svalbard Folkehøyskole, så har tilgjengelig kapasitet vært lavere i 2022 enn i 2019 - dette gjenspeiler da også tallene. Hensyntatt dette så følger tallene for mars altså den gode utviklingen vi så i februar, og hvor trafikken viser tegn til å normalisere seg etter 2 tøffe år. Vi registrerer ellers at internasjonale gjester fortsatt henger noe igjen etter gjenåpningen, med knappe 27% av gjestedøgnene, mens norske gjester begynner å nærme seg gamle høyder. Hvorvidt krigføringen i Europa har virket inn på utenlandske gjesters vilje til å besøke Svalbard kan vi ikke si noe om med sikkerhet enda, ei heller kan vi spå hvordan det vil påvirke videre utover året.

April

April ble en ny god måned for lokalt reiseliv. Selv om de rene besøkstillene til overnattingsstedene viser noe lavere antall ankomne gjester og overnattingsdøgn sammenlignet mot forrige normalår 2019, så rapporteres det om god omsetning på aktiviteter, restauranter og andre kasseapparat rundt om i byen. Vi registrerer ellers at det er omtrent samme antall norske gjestedøgn i april 2022 som i 2019, men at utenlandstrafikken fortsatt henger litt igjen. I april var ca. 73% av overnattingene norske, mot i et normalår ca. 60 % på denne tiden av året. I sommermånedene pleier det å være noe flere utenlandske overnattinger enn norske, så i ukene fremover blir det interessant å følge med på utviklingen. Antall sidevisninger på visitsvalbard.com har økt med 78% sammenlignet med i fjor, noe som også gjenspeiles i aktivitetessalget. Alle våre kanaler i sosiale medier vokser jevnt og godt.

Mai

Tallene for mai bekrefter normaliseringen etter pandemien, og til tross for litt færre ankomne gjester i 2022 enn i 2019 så viser antall gjestedøgn «all time high» for denne måneden. Riktignok med bare 0,3 % opp, men dog! De foregående månedene har ligget godt under sammenlignet med forrige normalår 2019, og forklaringen på at mai viser så sterke tall henger trolig bl.a. sammen med den høye aktiviteten i havna. Ekspedisjonscruisesesongen har kommet svært tidlig i gang, og det med langt flere båter/skip i virksomhet. Flere av disse benytter Longyearbyen for overnatting 1-2 døgn før og/eller etter cruiset, noe som bidrar til aktiviteten hos flere av overnattingsstedene. Samtidig gjør denne trafikken at gjennomsnittlig oppholdstid (liggetid) blir forholdsvis lav, og nok ikke forteller sannheten om hvor lenge den typiske individuelt reisende tilbringer av tid ved besøk på Svalbard.

Det lavere antallet besøkende i turistinformasjonen i 2022 sammenlignet med 2019 antar vi har sammenheng med at det første konvensjonelle skipet i 2019 med 2048 pax ankom allerede i mai måned.

Juni

Også juni ble en god måned for overnattingsstedene i Longyearbyen, så vidt over månedens toppnotering tilbake i 2018, og også drøye 10 % over 2019. Antall ankomne gjester følger omtrent samme mønster, noe som igjen betyr at både beleggsprosent og liggetid er omtrent på linje med før pandemien. Som for mai må det her bemerkes at liggetiden påvirkes av de mange ekspedisjonscruisegjestene som overnatter 1-2 netter i Longyearbyen før eller etter cruise, uten at vi har eksakte tall på dette. Norske vs. utenlandske gjester er nå omtrent helt likt fordelt, mot normalt før pandemien med en overvekt utenlandske i størrelsesorden 60/40. Det betyr altså at mange nordmenn fortsatt velger Norge - og Svalbard - som ferieland etter pandemien, selv om vi også ser en klar og gledelig tilbakekomst av internasjonale gjester.

De gode tallene for overnattingsstedene forplanter seg også til mange aktivitetsbedrifter, attraksjoner og butikker, og hvor spesielt bookingtallene for opplevelser via visitsvalbard.com viste sterke tall i juni med en omsetning på ca. NOK 4,6 millioner, 15 % over tilsvarende periode i 2019. For mer info om statistikk vedr. booking og web, ta kontakt med Visit Svalbard.

Juli

Juli var preget av streiken i SAS, som spesielt skapte utfordringer for reisemål i deler av Nord-Norge som er avhengig av fly for å få gjester inn. Likevel slapp reiselivsbedriftene i Longyearbyen noe lettere unna enn mange av våre kolleger i nord, siden det ble gitt dispensasjon til flyvninger til/fra Svalbard en ukes tid inn i streiken. Når vi ser en liten nedgang i antall gjester og gjestedøgn i juli 2022 sammenlignet med 2019 (forrige normalår), så er det grunn til å anta at nettopp streiken har hatt sin innvirkning. Uansett er dette positive tall, som igjen understreker at gjenoppbyggingen etter pandemien holder stø kurs.

August

August bekrefter at normaliseringen etter pandemien går sin gang, og tallene er nesten på linje med forrige normalår, 2019. Fortsatt er det en noe høyere andel norske gjester kontra utenlandske enn det som har vært normalen tidligere somre, og nordmenn er desidert største segment. Sommeren under ett, juni-juli-august, er 51 016 gjestedøgn og 26 778 ankomne gjester til overnattingsstedene omtrent på linje med 2019, og selvsagt vesentlig høyere enn i pandemiåret 2021. At vi så raskt skulle komme tilbake til en normal kapasitetsutnyttelse ved byens hoteller og gjestehus er vi selvsagt svært tilfredse med. Det er også gledelig å se et stort antall besøkende gjester i Turistinformasjonen, både sammenlignet med fjoråret og forrige normalår.

September

September ble en ny god måned for overnattingsstedene i Longyearbyen, og vi ser av salgsstatistikken for opplevelser (Travelize) at det også der har vært høy aktivitet. Vi antar dette har smittet over på handel, servering og attraksjoner også. Ellers er det interessant å registrere at det også denne måneden er en solid andel nordmenn blant gjestene, ca. 60 % av gjestedøgnene er norske. Samtidig var det i september 2019 hele 75 % norske gjestedøgn. Vi vet ikke helt hva denne svingningen skyldes, men registrerer også med interesse at som nummer 2 på nasjonalitetsoversikten for september ligger USA. Kanskje Frost-effekten fortsatt lever, eller kan det være DisneyNature's «Isbjørnen» som har slått inn?

Oktober

Etter en god september ble oktober for en stille måned å regne, ned 8 % fra 2021 og ytterligere noe ned fra 2019. Inngangen til mørketida er også starten på det som fortsatt er lavsesong. Perioden oktober-januar er den reiselivet har hatt mest fokus på å utvikle de senere år, gjennom konseptualisering med utgangspunkt i «nordlysvinteren». Longyearbyen, bynære opplevelser, nordlys, kultur, mat- og drikkeopplevelser er det attraktiviteten bygges rundt i denne årstida. Dette arbeidet er gjenopptatt etter årene med pandemi, og forhåpentligvis vil vi fra 2023 av se at vi igjen er på sporet av å skape lønnsom helårsturisme. Imens får vi nyte mørketida, sammen med de gjestene som er her og opplever magien sammen med oss.

Ellers er det verdt å nevne at vi begynner å nærme oss 100.000 følgere på Instagram, noe som er veldig gledelig å se. Nettsidene har også hatt flest antall brukere denne måneden sammenlignet med 2022 så langt i år. Begge deler antar vi er et resultat av en spisset ressursbruk mot mørketiden. Vi har blant annet en mørketidskampanje gående nå rettet mot det norske markedet i forbindelse med semifinalen og finalen av 71° Nord, der episodene sendes på lineær TV i november. I tillegg deltar vi også på kampanjen "Limitless Skies" som vi kjører mot nærmarkedet i Europa i samarbeid med Visit Norway.

November

November ble også en rolig måned ved overnattingsstedene, sånn passe mellomfornøyd plassert mellom pandemiåret 2021 og normalåret 2019. Andelen utenlandske gjester var på ca. 39 %, litt under 2019-nivået, men samtidig ikke et unormalt avvik. Tallene understreker at vi har en jobb å gjøre i årene som kommer med å tette gapet i perioden fra oktober til januar. Fortsatt fokus på «Nordlysvinteren», med opplevelsesutvikling og prioritert markedsføring inn mot den sesongen, er medisinen for å komme tilbake til den gode utviklingen vi så før mars 2020. Merk at beleggsprosenten er noe misvisende, pga noe nedstengt kapasitet i november; tallet reflekterer belegg på tilgjengelig (åpen) kapasitet.

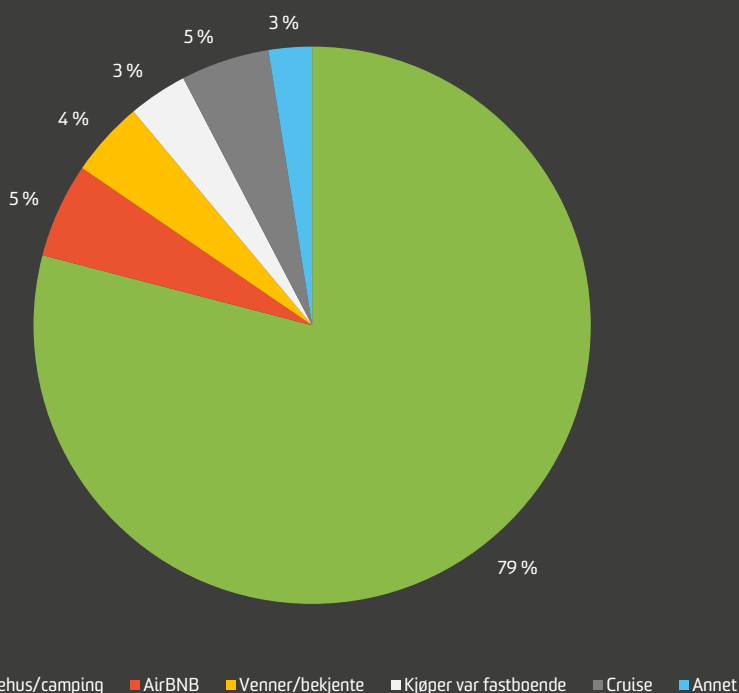
Ellers er det verdt å nevne at antall brukere på visitsvalbard.com har nådd enda en topp for 2022, noe som også gjenspeiler seg i salgstallene for november måned. I november måned har vi hatt kjørende en mørketidskampanje rettet mot det norske markedet, og deltatt på kampanjen "Limitless Skies" i samarbeid med Visit Norway, målrettet mot nærmarkedet i Europa.

Desember

Året 2022 avsluttet rolig, med tall som plasserer seg midt mellom normalåret 2019 og pandemiåret 2021. Så det bekrefter at vi fortsatt har en jobb å gjøre, både med å hente oss inn igjen etter pandemien (gjenoppbyggingen) og det å fortsette utviklingen i retning lønnsom helårsturisme. Et interessant trekk ved desember er at det er tilnærmet halvt om halvt med norske og utenlandske gjestedøgn – mot normalt mellom en overvekt på 60-70 % norske i denne måneden. Hvordan man skal fortolke dette i en urolig verden er ikke godt å si, men det er uansett gledelig at utenlandstrafikken også ser ut til å normalisere seg.

Aktivitetssalg 2022 - Statistikk hentet fra Travelize

Hvordan bodde gjester som kjøpte aktiviteter på Svalbard i 2022?



Topp 10 kategorier gjennom året basert på antall deltakere



1. Båtturer



6. Mat og drikkeopplevelser



2. Hundekjøring



7. Gruvebesøk



3. Snøscooter



8. Isgrutte



4. Fotturer



9. ATV

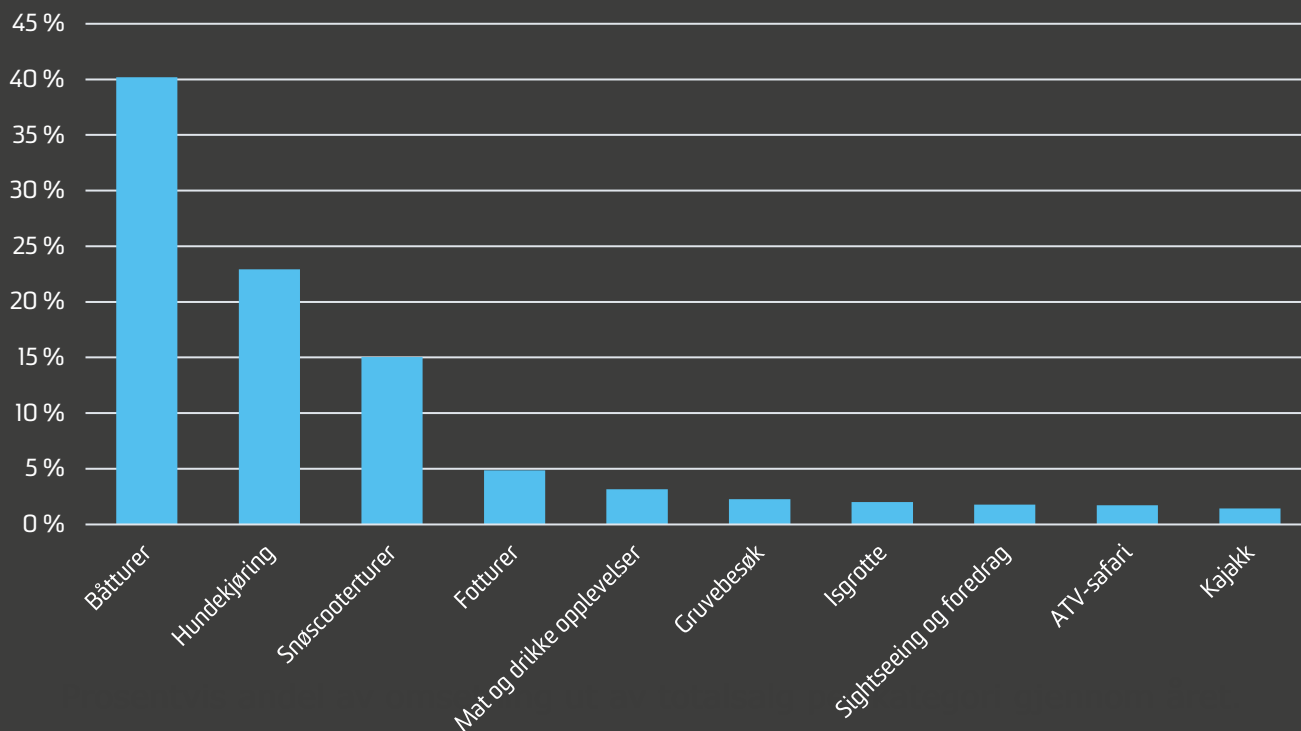


5. Sightseeing og foredrag

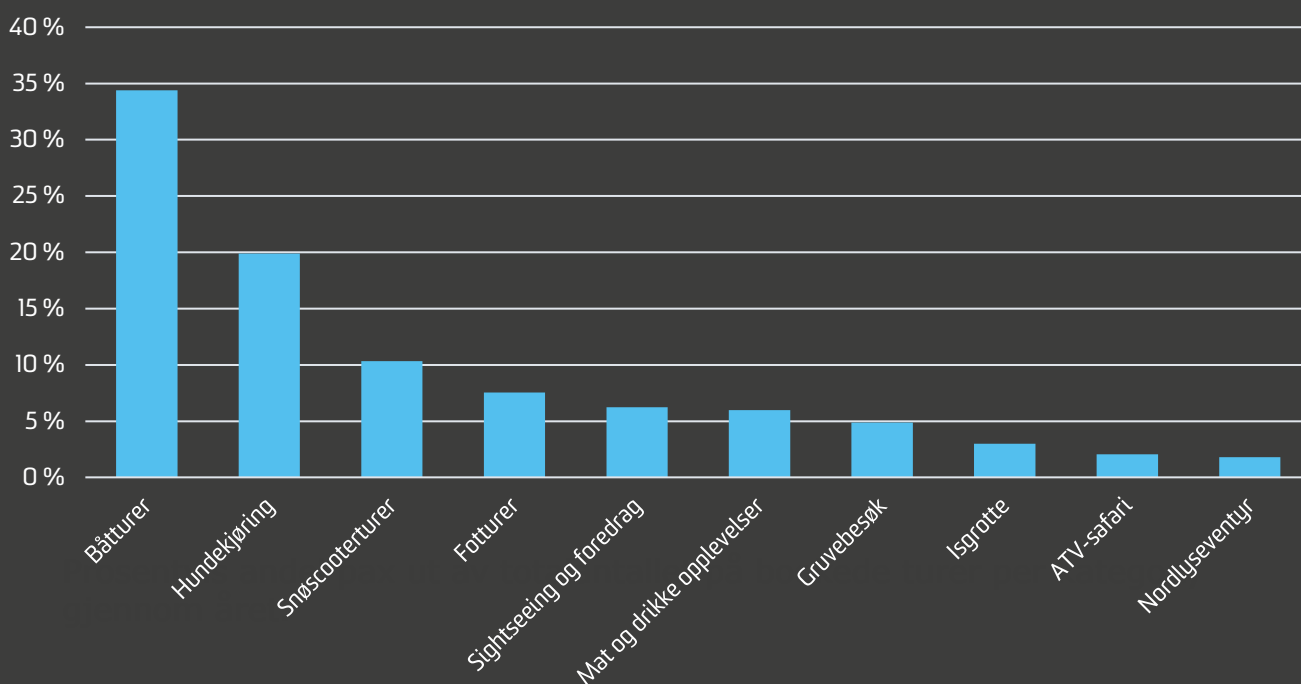


10. Nordlyseventyr

Topp 10 aktivitetskategorier Prosent salg per kategori av totalsalg i 2022



Topp 10 aktivitetskategorier Prosentandel PAX per kategori av totalt antall bookede PAX i 2022



Topp 5 nasjonaliteter fordelt på gjestedøgn per måned

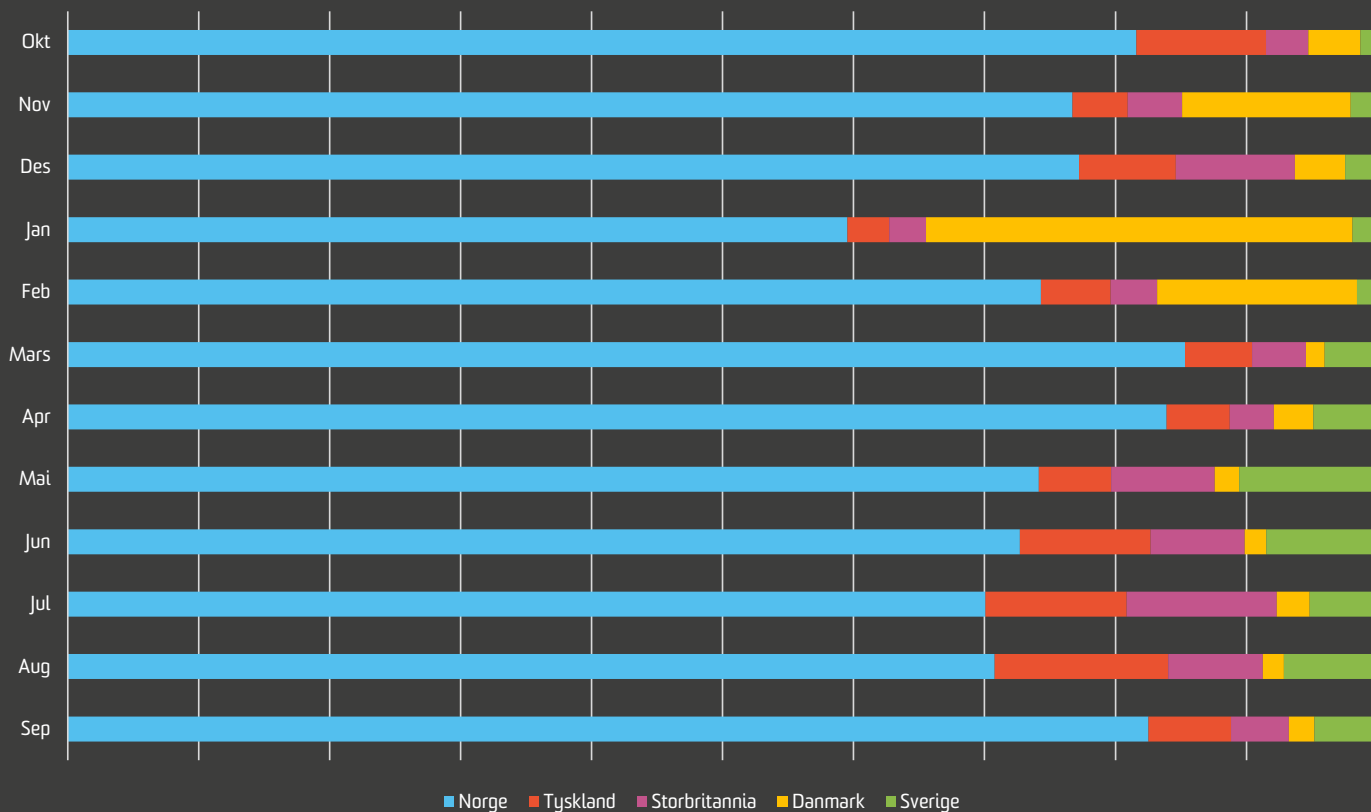


Foto: Håkon Daae Brensholm