

# SVÅLBARD-STATISTIKKEN 2024

Markeds- og gjestestatistikk

---



Foto: Anja Nordvålen



Visit  
Svalbard

## Kommentarer til statistikken for 2024

---

2024 ble et jevnt over godt år for det store flertallet av Longyearbyens reiselivsbedrifter. Besøkstallene til byens hoteller og gjestehus har vært gode, og salget av opplevelser likeså. Rapporter fra varehandelen og byens attraksjoner tyder på det samme, og det samme kan sies om serveringsbransjen. Så vi kan trygt slå fast: godt jobba!

Likevel er det to helt spesifikke trekk ved årets utvikling som er ekstra gledelig å registrere; at gjestene nå også i større grad kommer i «lavsesongen» fra oktober til januar, og at de blir lengre når de først kommer. Begge deler svarer opp to av de mest sentrale målene i «Masterplan Destinasjon Svalbard mot 2030»; mål om forlenget oppholdstid og mål om sesongutvikling i retning lønnsom helårsturisme.

Utviklingen kommer ikke av seg selv, spesielt ikke hva gjelder den fine veksten i månedene fra oktober til januar. Selv om begrepet «lavsesong» ikke er helt presist, så har mørketida lenge vært krevende for reiselivsbedriftene, med få gjester og svak lønnsomhet. Riktignok var vi på rett vei før pandemien, men de påfølgende årene ga et tilbakeslag det har tatt tid å hente inn igjen. Derfor er det fint konstatere at vi i 2024 igjen lykkes med å vekke interessen for den magiske «Polarnatta» - og slik legge grunnlaget for både sunnere økonomi i bedriftene og muligheten for flere helårsansatte.

Forlenget oppholdstid («liggetid») er viktig med tanke på å redusere klimautslippene fra reiselivet, og det er hyggelig å konstatere at det går i rett retning. Sammen med medlemsbedriftene startet vi et utviklingsarbeid på dette i 2022, og som vi med støtte fra Sparebanken NordNorges «Innovasjonsløftet» skal videreføre de neste årene. Det gir inspirasjon å se at de forholdsvis små tiltakene som allerede er gjennomført har gitt positive utslag, og vi har troa på at vi sammen med bedriftene skal greie å utøke gjennomsnittlig oppholdstid ytterligere.

På sosiale medier er det en jevn og god utvikling, noe som også bidrar til økt trafikk på nettsidene. Dette har sammen med arbeidet som gjøres med betalte kampanjer og organisk optimalisering av nettsidene bidratt til en formidabel utvikling hvor vi har hatt over en million brukere på [visitsvalbard.com](https://visitsvalbard.com) i 2024. Dette gjenspeiler seg også innen aktivitetssalget via [visitsvalbard.com](https://visitsvalbard.com), som viser en imponerende utvikling, hvor både omsetning og antall deltakere på tur har pekt i rett retning i 2024. Mange har lurt på om lengre oppholdstid har en nedside i form av at folk kjøper færre aktiviteter. Så langt er det lite som tyder på det, selv om vi heller ikke kan konstatere motsatt effekt – enda!

## Kommentarer til statistikken for 2024

---

Ellers er det interessant å se at trenden med færre norske besøkende fortsatte i fjor, og at bortfallet kompenseres av besøkende fra mange utenlandske markeder. Vi antar dyrtiden i Norge har spilt inn på denne endringen, samtidig som valutakursen nok har hjulpet norsk reiseliv generelt. Likevel kan det ikke underslås at det jobbes godt over hele linja for å gjøre oss attraktive i spesielt nærmarkedene i Europa, og hvor vi også får viktig drahjelp fra både NordNorsk Reiseliv og Visit Norway.

Cruisetrafikken over Longyearbyen havn viser ingen store utslag i antall passasjerer over kai, med noen færre på konvensjonelle skip, og noen flere fra ekspedisjonsflåten. Men det 2024 har vist oss, er at det nytter å tilrettelegge for god verdiskaping fra begge de to cruisesegmentene. Ringvirkningsanalysen vi gjennomførte via Svalbard Cruise Forum i fjor viser at cruisetrafikken bidrar med over 340 millioner kroner i lokal omsetning, spredt på alt fra havn og logistikk til aktiviteter, attraksjoner og i butikkene. Så i diskusjonen «for eller imot cruise» kan argumentet om at cruise gjestene/-skipene ikke gir lokale inntekter parkeres; for det gjør de – om vi legger til rette for det.

Visit Svalbard jobber tett sammen med bedriftene om markedsføringen av Longyearbyen og de storslagne arktiske opplevelsene som tilbys, og i det arbeidet inngår også reisemålsutvikling og kontinuerlig kvalitetsforbedring. Derfor er det gledelig at vi i fellesskap har lyktes med å utvikle det helårige kvalitetsreiselivet vi nå ser, og som legger grunnlaget for at reiselivet blir en enda mer stabil samfunnspilar på 78 grader nord.

Tross mørke skyer over verden, og fortsatt usikkerhet knyttet til ytterligere reguleringer av turismen, så er vi optimister for fremtiden. Vi forventer derfor at vi i 2025 ytterligere forsterker sesongutviklingen, forlenger oppholdstiden, øker verdiskapingen - og ikke minst blir enda bedre på dialogen og samhandlingen med lokalsamfunnet.

Ronny Brunvoll



## Samlet årsstatistikk for Svalbard

### GJESTEDØGN

(161 151 i 2019 - 139 371 i 2023)

**167 714**

### BELEGGSPROSENT

(64,1 i 2019 - 55,5 i 2023)

**62%**

### PASSASJERER LYR

(178 401 i 2019 - 164 661 i 2023)

**181 694**

### ANKOMNE GJESTER

(76 442 i 2019 - 62 951 i 2023)

**67 656**

### LIGGETID

(2,27 i 2019 - 2,39 i 2023)

**2,7** døgn

### ATTRAKSJONER

(65 653 i 2019 - 61 434 i 2023)

**72 274**

### TOPP 10 NASJONALITETER

Gjestedøgn 2024

	2019	2023	2024
Norge	89 760	70 988	64 099
Storbritannia	7 116	8 828	12 367
USA	5 536	7 920	11 499
Tyskland	7 506	6 916	9 524
Sverige	7 584	5 532	8 244
Danmark	4 734	2 942	6 937
Frankrike	5 988	5 275	5 741
Italia	3 423	2 612	4 907
Polen	1 985	3 277	4 856
Kina	5 805	2 066	4 743



### ANTALL BESØKENDE I TURISTINFORMASJONEN

(24 697 i 2019 - 28 972 i 2023)

**27 558**

### GJESTEDØGN CAMPING

(1 769 i 2019 - 854 i 2023)

**881**

### VISITSVALBARD.COM

Brukere  
(920 106 i 2023)Sidevisninger  
(2 816 823 i 2023)**1 017 408 3 450 695**

### EKSPEDISJONSCRUISE- PASSASJERER

(22 675 i 2019 - 27 322 i 2023)

**29 021**

### CRUISE OVER LONGYEARBYEN HAVN

### KONVENSJONELLE CRUISEPASSASJERER

(39 282 i 2019 - 47 081 i 2023)

**38 105**

### FACEBOOK

Antall følgere  
(77 142 i 2023)**81 448**

### INSTAGRAM

Antall følgere  
(116 354 i 2023)**130 000**

### ANTALL MILJØSERTIFISERTE BEDRIFTER

(9 i 2022 - 12 i 2023)

**13**

### LOSJOMSETNING

Snitt per solgte romdøgn  
(Ny data, ingen sammenlignbare tall)

**Kr 1 965,-**

# Overnattingskapasitet

---

OVERNATTINGSKAPASITET LONGYEARBYEN

488 rom / 1029 senger



OVERNATTINGSKAPASITET BARENTSBURG  
OG PYRAMIDEN

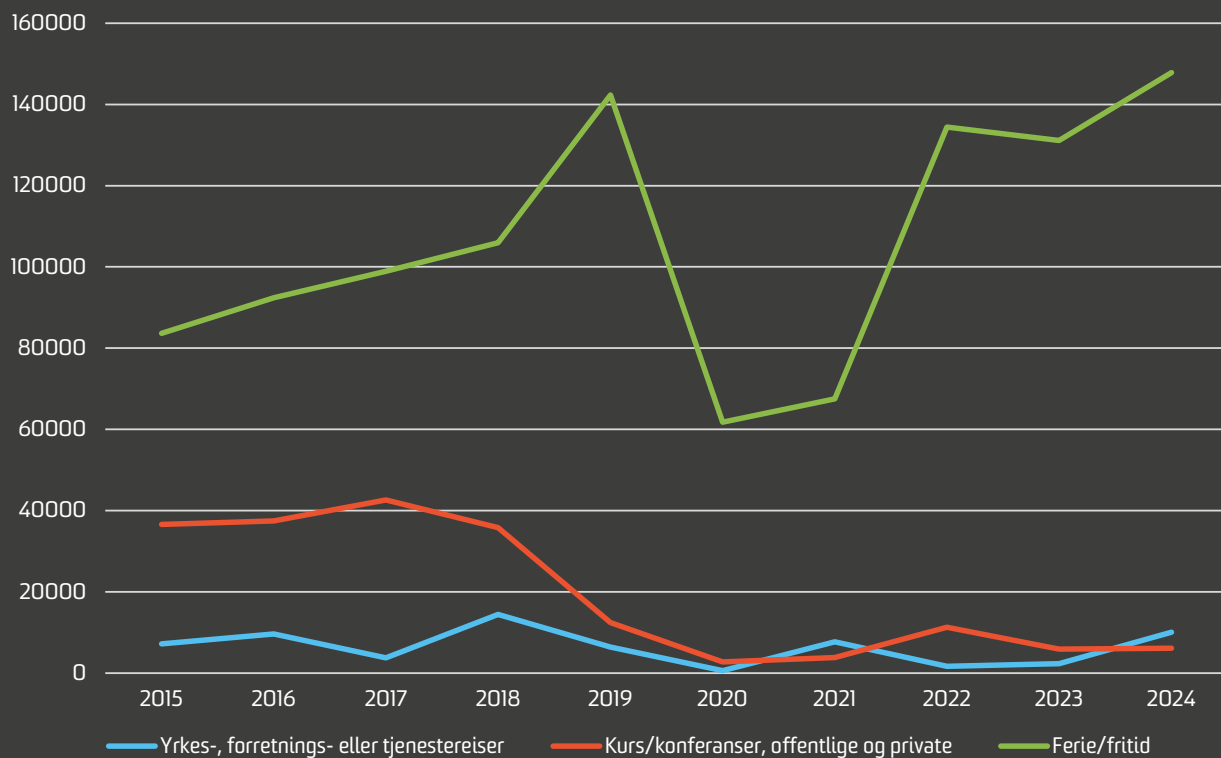
121 rom / 260 senger

OVERNATTINGSKAPASITETEN  
TOTALT PÅ SVALBARD

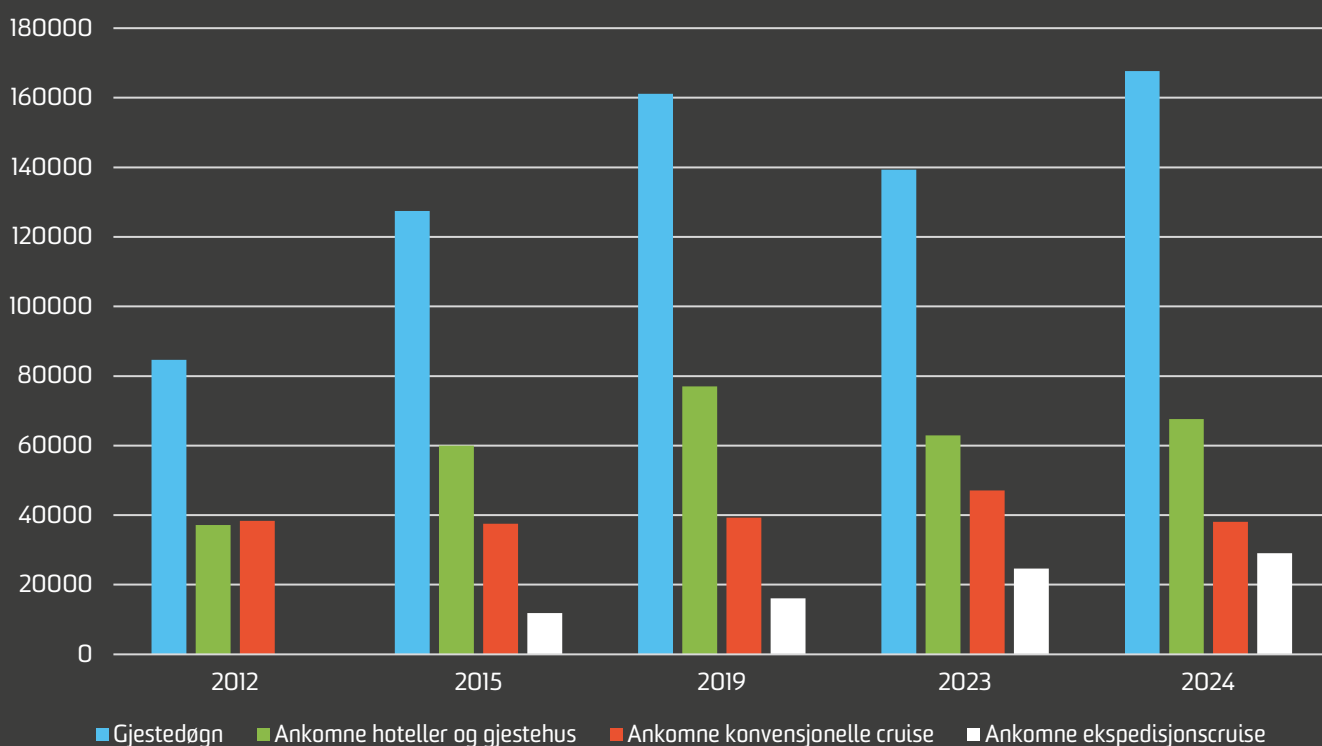
636 rom / 1345 senger



### Gjestedøgn per segment utvikling siden 2015



### Longyearbyen - totalt antall gjester



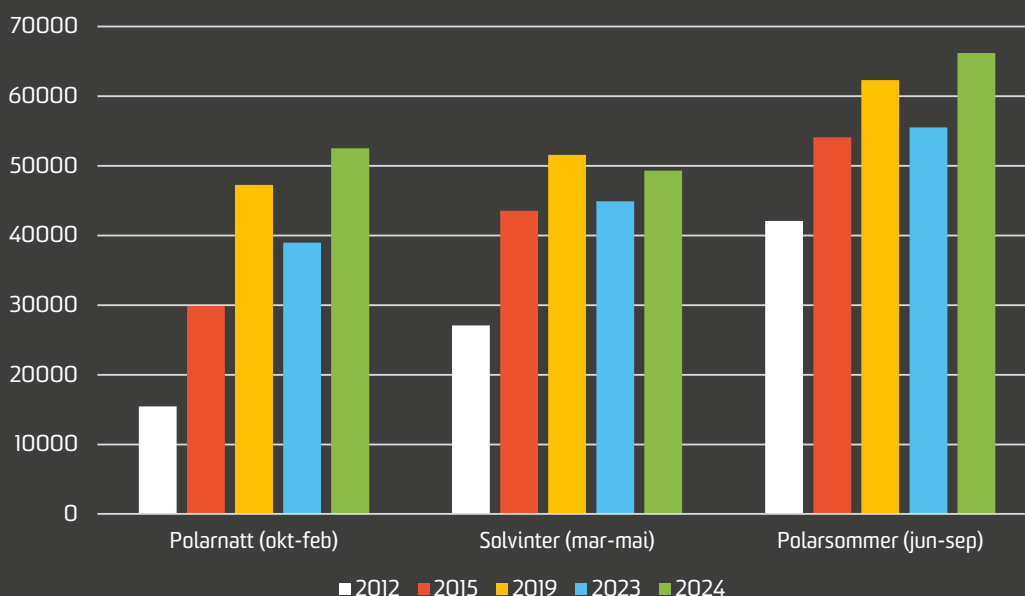
## Gjestedøgn kommersielle senger Longyearbyen

År / måned	Jan	Feb	Mar	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Des	Periode
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	9670	7872	8754	9084	6286	10594	6438	6377	125 326
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
2023	6642	12790	16516	15609	12762	13529	17339	14892	9756	8706	5072	5758	139 371
<b>2024</b>	<b>8382</b>	<b>15538</b>	<b>17064</b>	<b>16442</b>	<b>15812</b>	<b>14825</b>	<b>19109</b>	<b>18623</b>	<b>13309</b>	<b>11630</b>	<b>8226</b>	<b>8754</b>	<b>167 714</b>

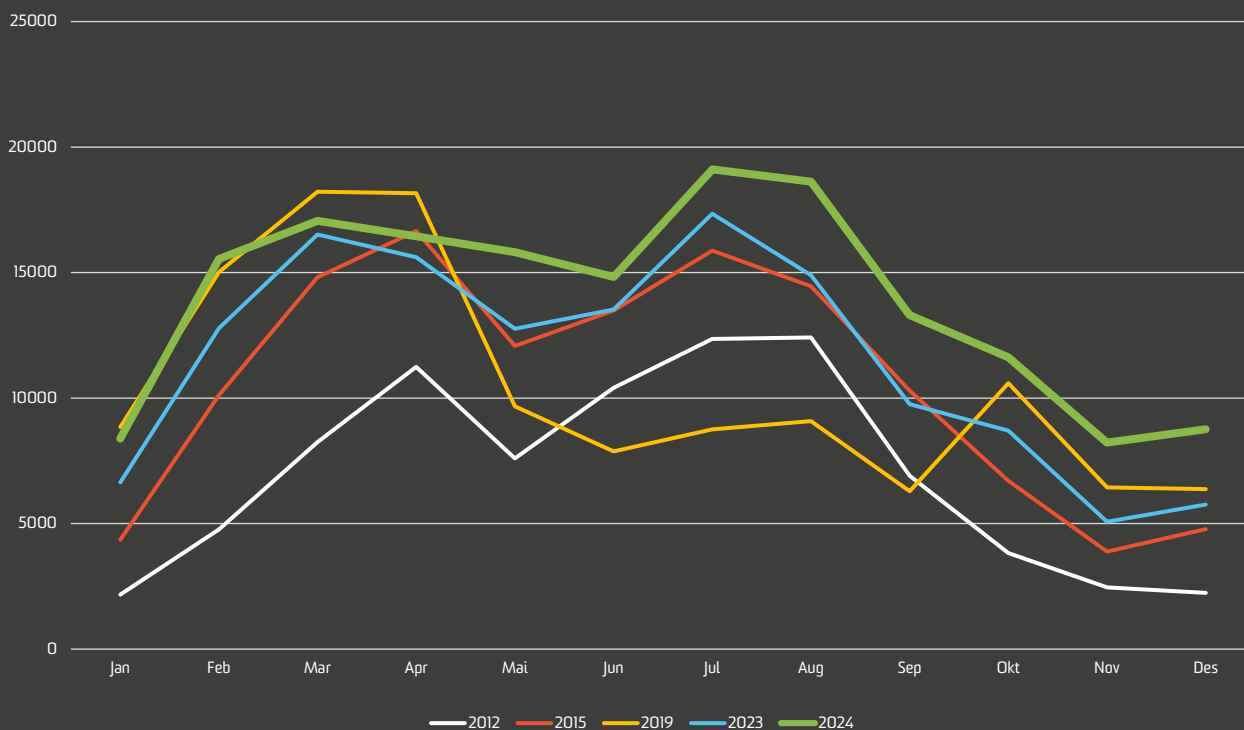
## Ankomne gjester kommersielle overnattingssteder Longyearbyen

År / måned	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
2023	2714	4910	6196	6604	6378	7807	8911	7383	4538	3279	2113	2118	62 951
<b>2024</b>	<b>3101</b>	<b>5379</b>	<b>6373</b>	<b>6938</b>	<b>7196</b>	<b>7320</b>	<b>9777</b>	<b>8247</b>	<b>4684</b>	<b>3558</b>	<b>2451</b>	<b>2632</b>	<b>67 656</b>

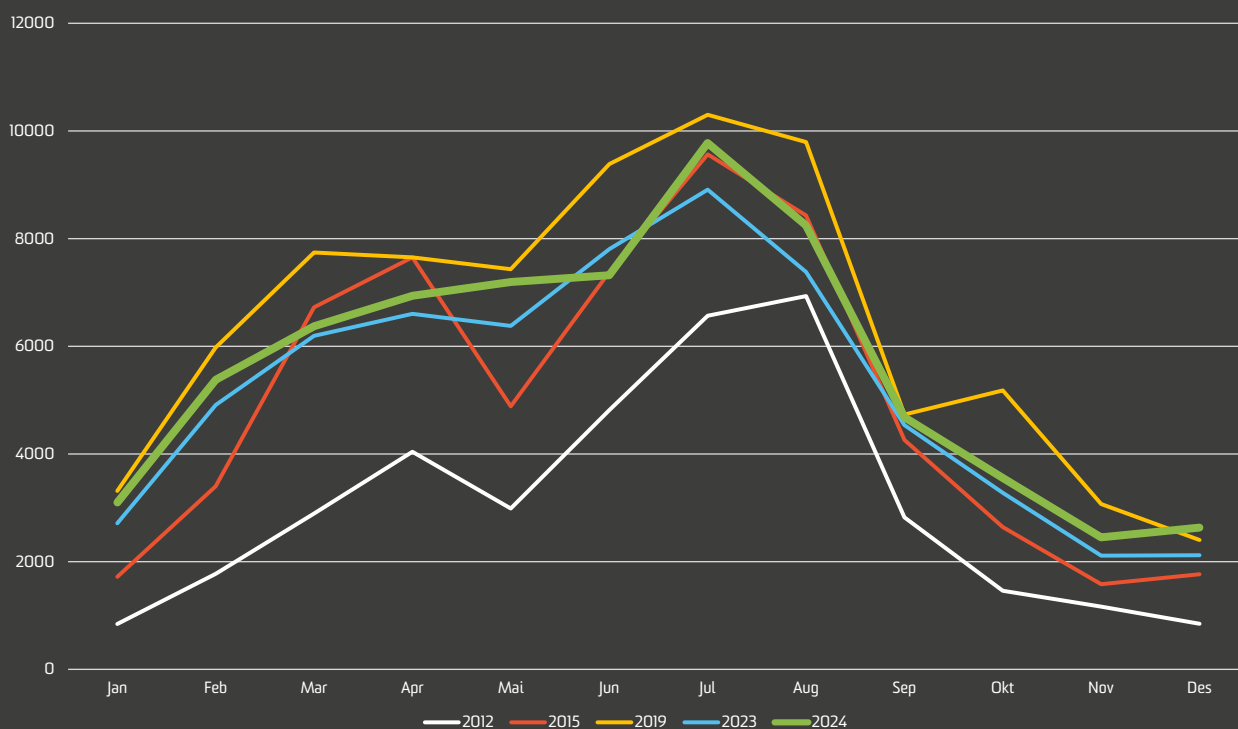
### Gjestedøgn per sesong



## Gjestedøgn kommersielle senger Longyearbyen

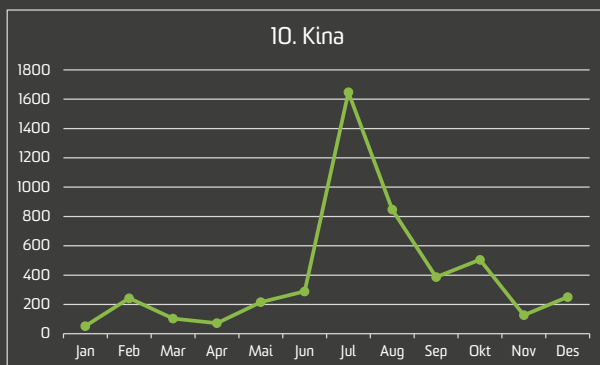
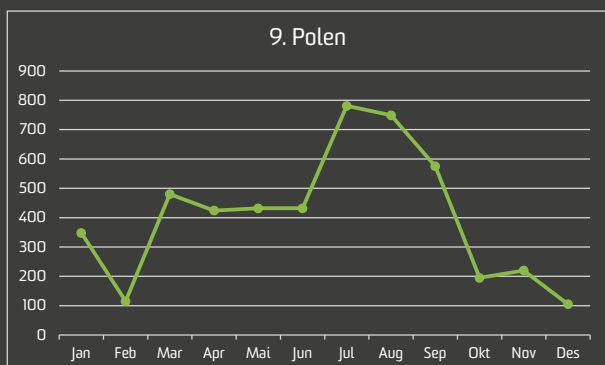
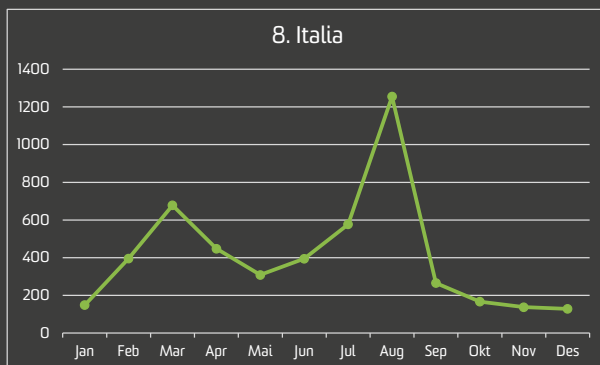
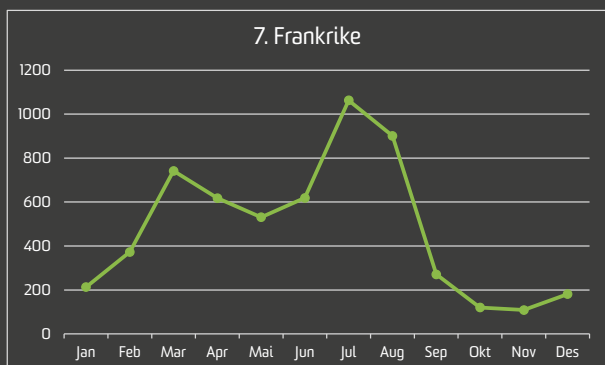
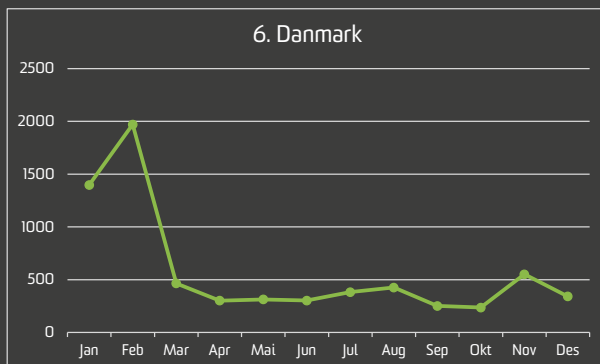
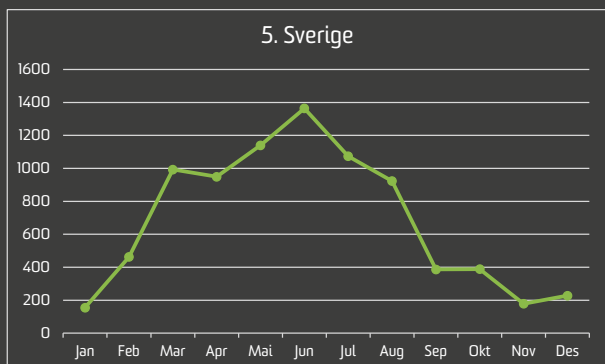
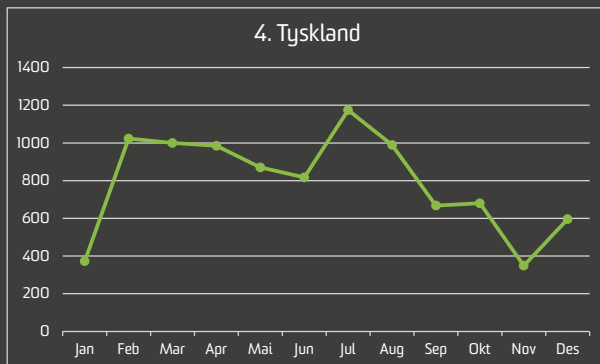
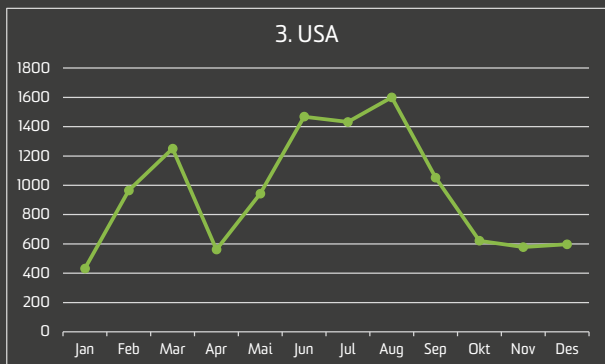
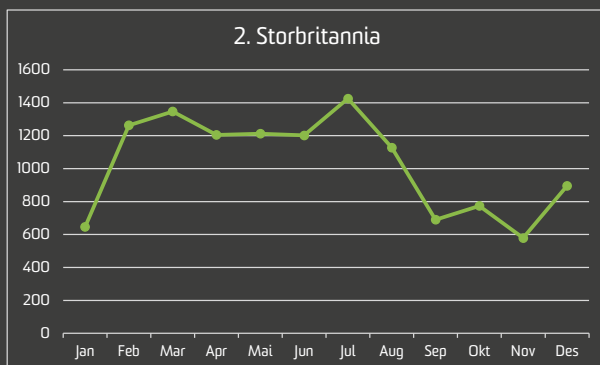
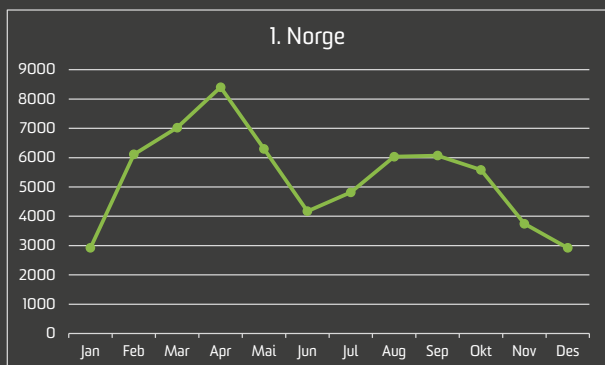


## Ankomne gjester kommersielle overnattingssteder Longyearbyen



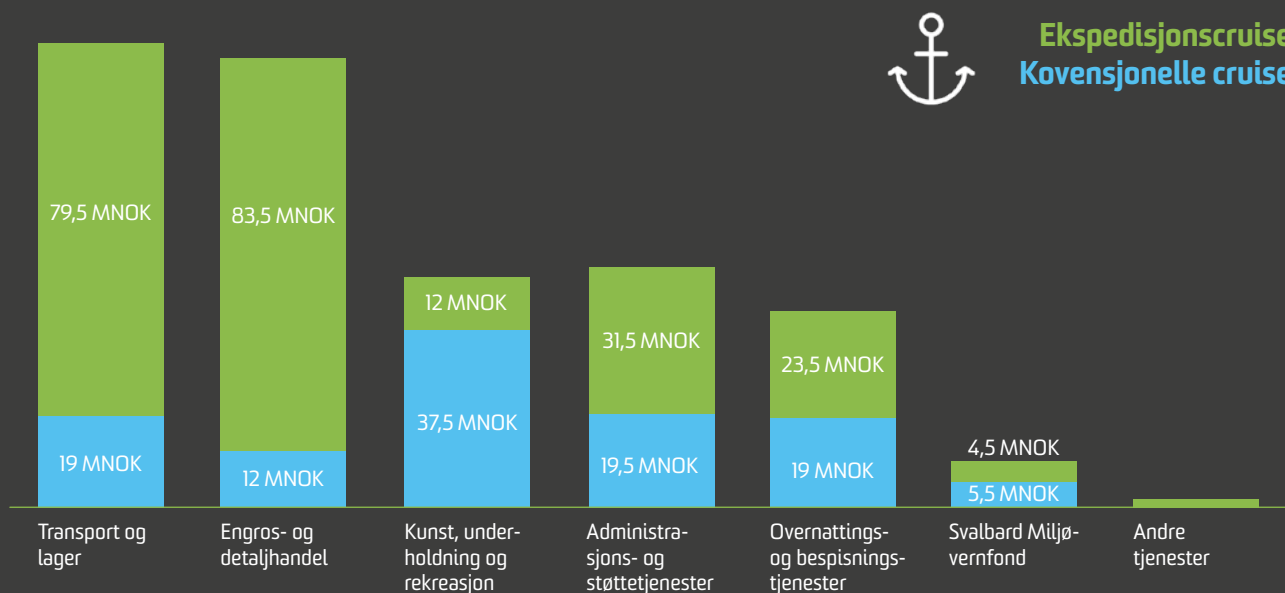


## Topp 10 nasjonaliteter fordelt på gjestedøgn per måned

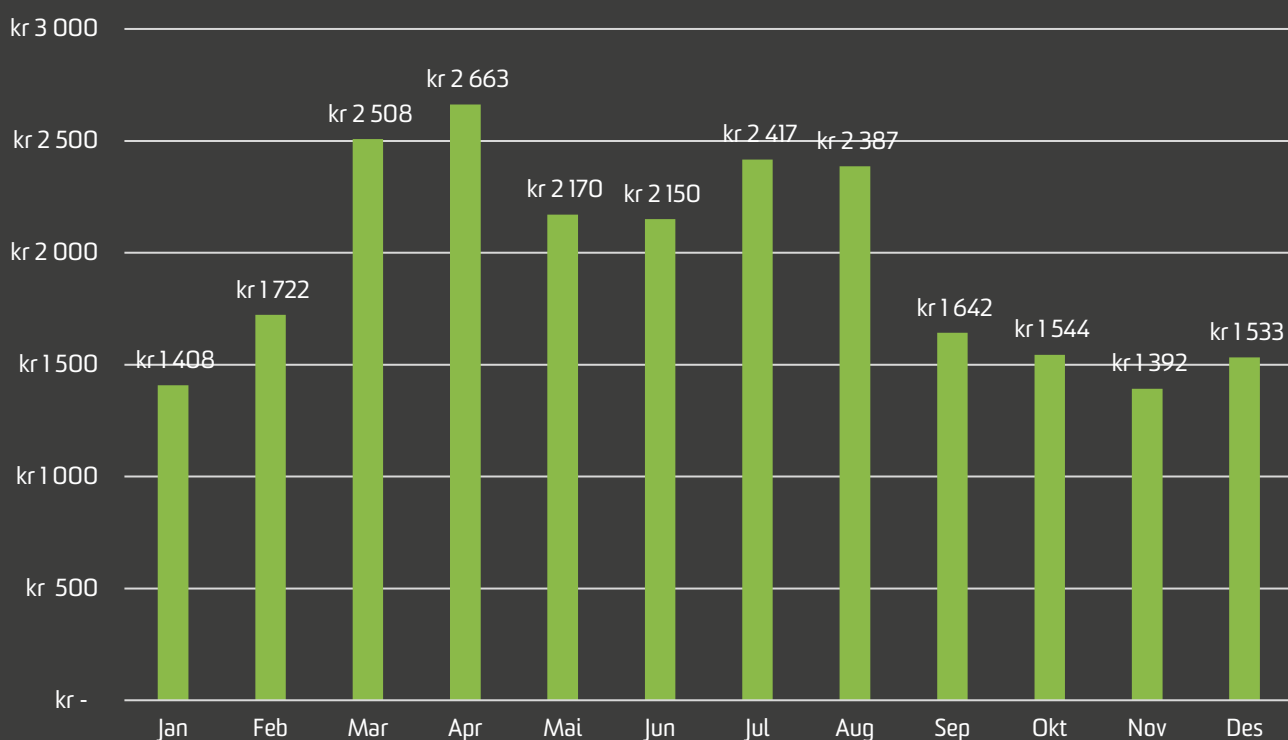


## Total omsetning fra cruisenæringen fordelt på industri

\*Tall fra Epinion 2024, kategori-inndeling fra SSB

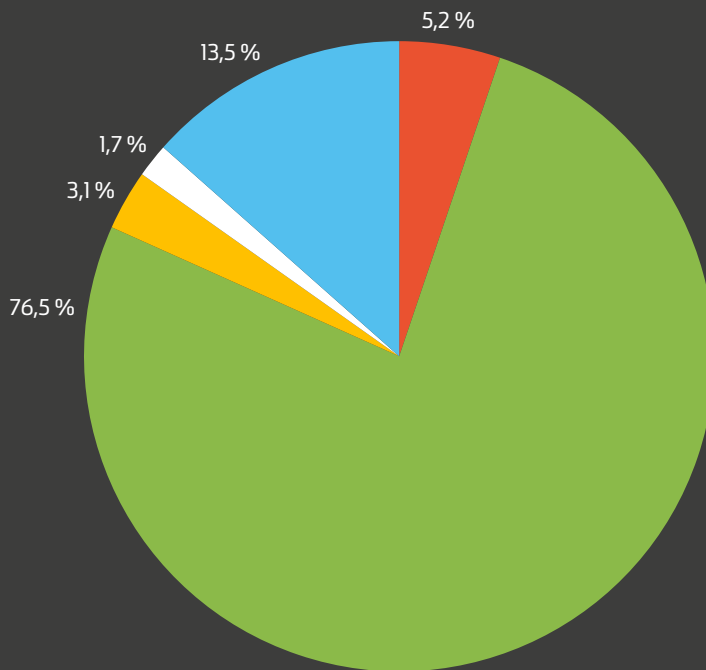


## Losjiovernetning (snitt per solgte romdøgn)



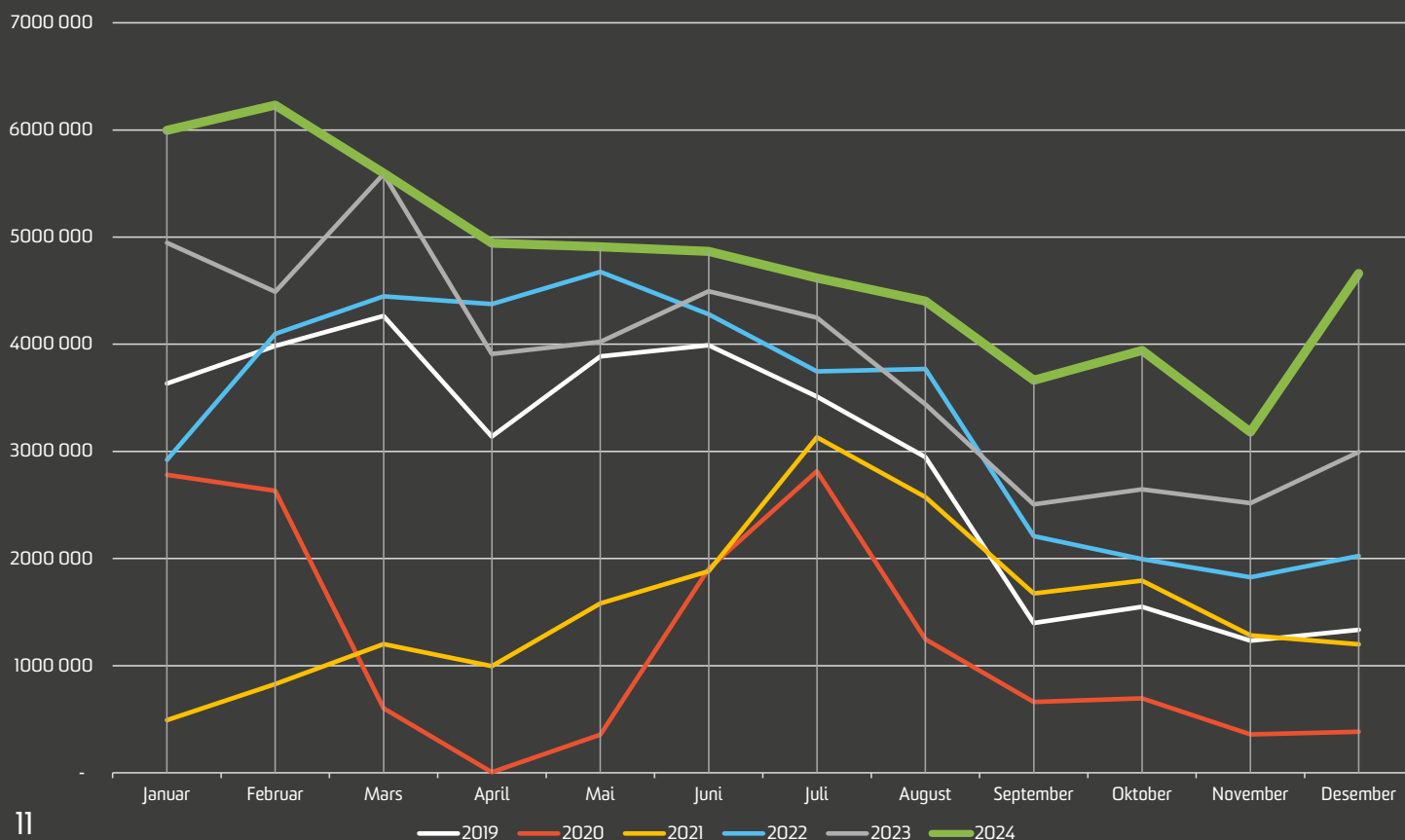
## Aktivitetssalg 2024 - Statistikk hentet fra Travelize

Hvordan bodde gjester som kjøpte aktiviteter på Svalbard i 2024?



■ AirBNB ■ Gjestehus, hoteller camping ■ Venner/bekjente ■ Fastboende ■ Cruise

## Salgsutvikling via visitsvalbard.com 2019-2024



## Topp 10 kategorier bestilt i 2024 sortert etter antall deltakere

	1. Båtturer		6. Mat og drikkeopplevelser
	2. Hundekjøring		7. Gruvebesøk
	3. Snøscooter		8. Isgrotte
	4. Sightseeing og foredrag		9. Nordlyseventyr
	5. Fotturer		10. ATV

## Topp 3 kategorier per sesong sortert etter antall avreiste deltakere

### JAN-FEB POLARNATT

1. Hundekjøring
2. Snøscooterturer
3. Sightseeing og foredrag

### SOLVINTER

1. Snøscooterturer
2. Hundekjøring
3. Båtturer

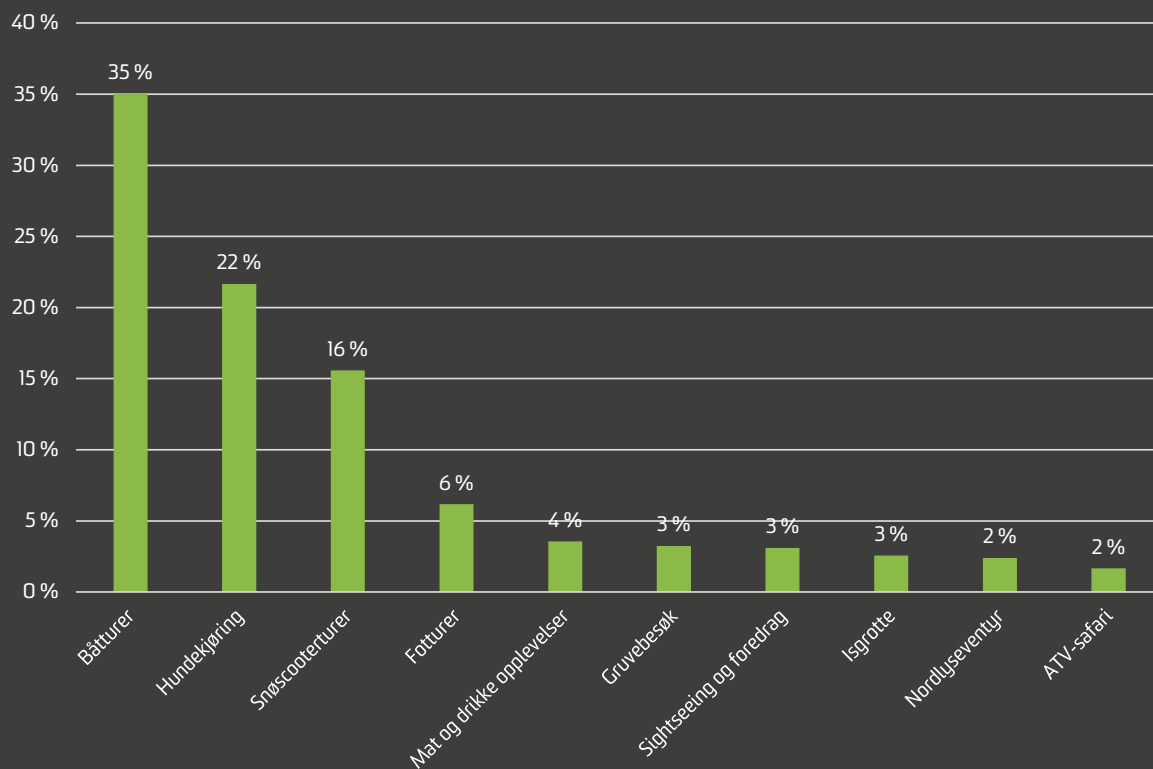
### OKT-DES POLARNATT

1. Hundekjøring
2. Båtturer
3. Sightseeing og foredrag

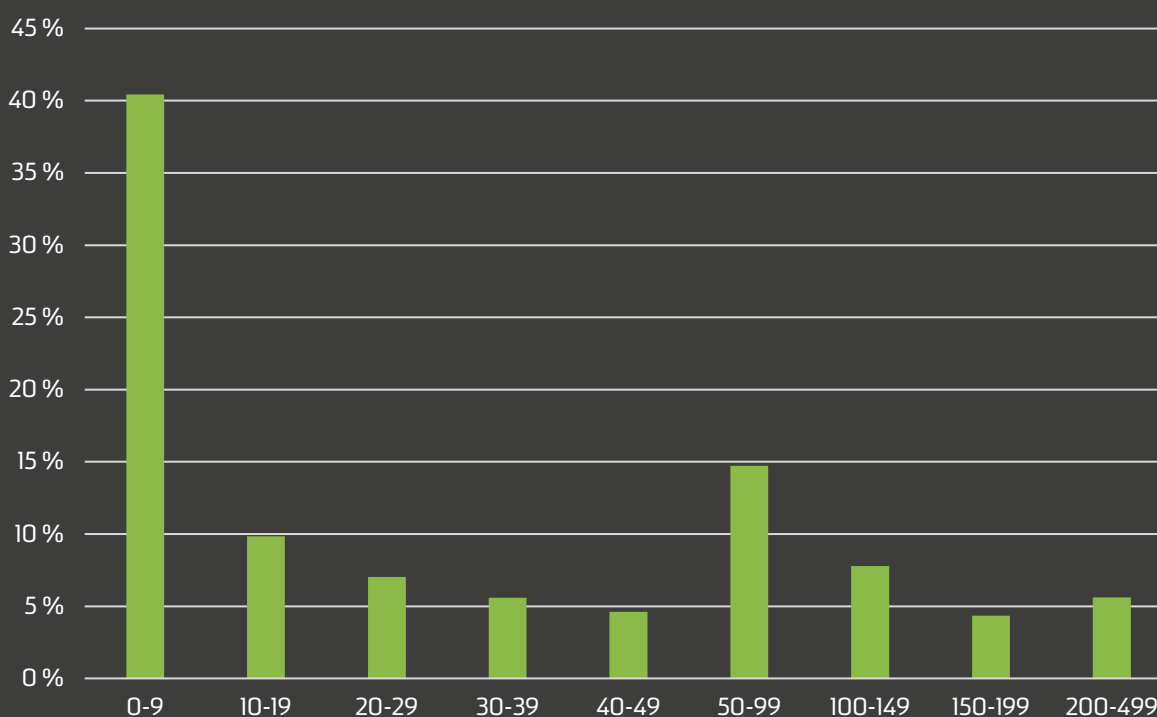
### POLARSOMMER

1. Båtturer
2. Fotturer
3. Sightseeing og foredrag

### Topp 10 aktivitetskategorier Prosent salg per kategori av totalsalg 2024













### Bookinghorisont i antall dager fra bookingtidspunkt til avreisedato (% av total antall bookinger)

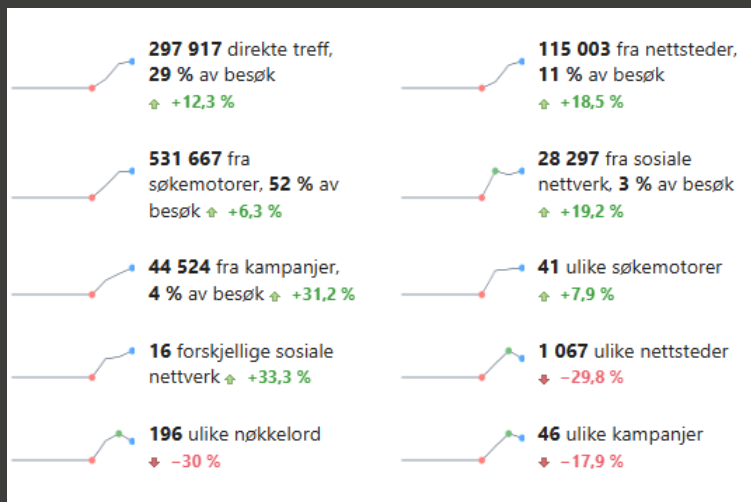


## Webtrafikk på visitsvalbard.com

### Topp 10 nasjonaliteter besøkende på visitsvalbard.com

 Norge	32 %
 USA	14,6 %
 Storbritannia	9,2 %
 Tyskland	5 %
 Sverige	3,7 %
 Italia	2,8 %
 Spania	2,3 %
 Danmark	2,3 %
 Australia	2,3 %
 Frankrike	2,1 %

### Kanaltyper



### VISITSVALBARD.COM

Brukere  
(920 106 i 2023)

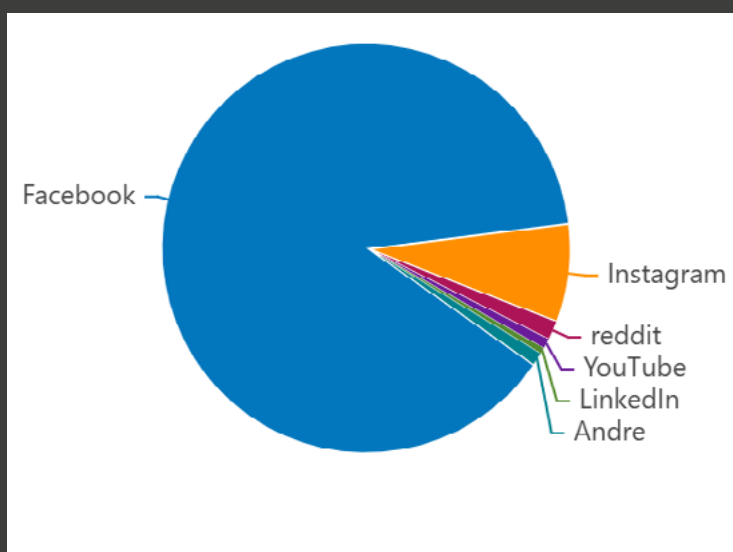
1 017 408

Sidevisninger  
(2 816 823 i 2023)

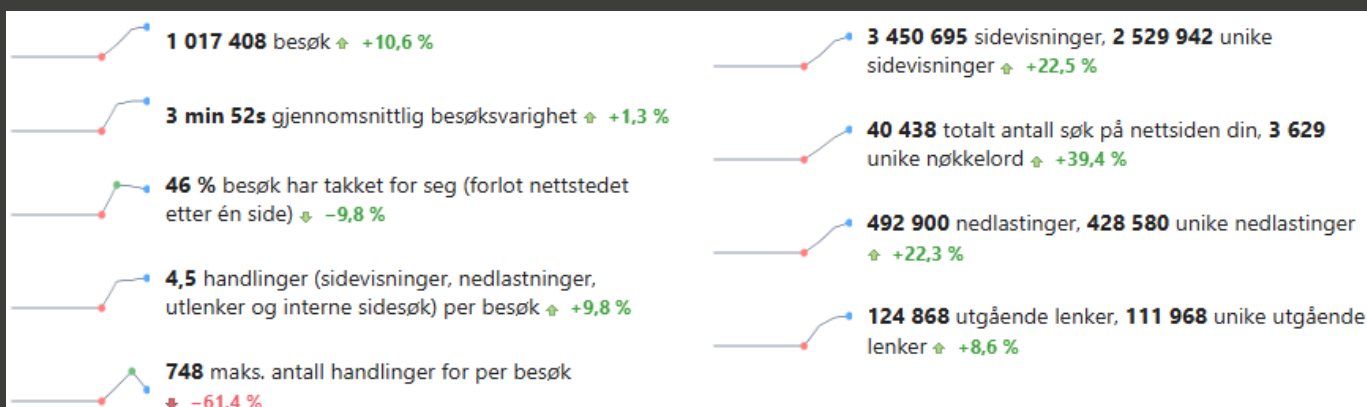
3 450 695



### Sosiale kanaler



### Besøksversikt



## Utvikling sosiale medier



**FACEBOOK**  
Antall følgere  
(77 142 i 2023)

**81 448**

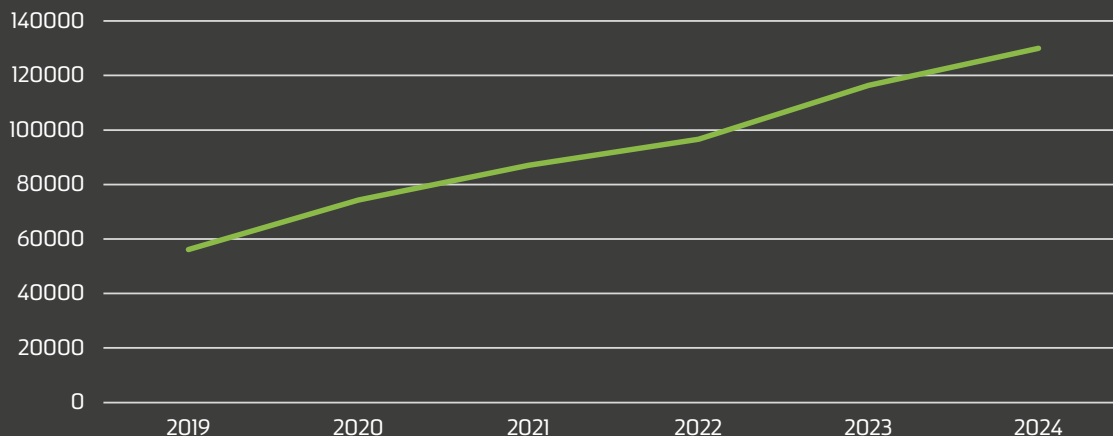


**INSTAGRAM**  
Antall følgere  
(116 354 i 2023)

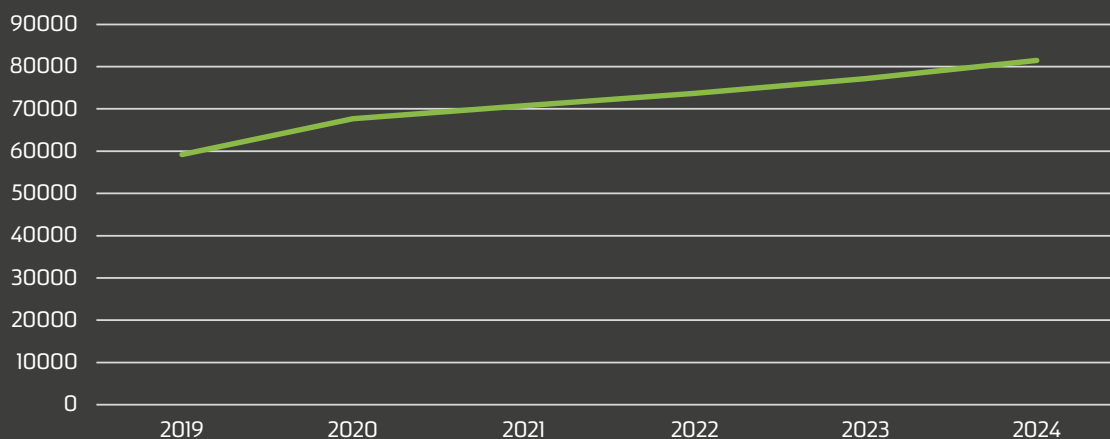
**130 000**



Instagram



Facebook



## Kommentarer til besøksstatistikk per måned

[Her finner du alle statistikkoversiktene for 2024. Vi anbefaler at du ser på disse før du leser den aktuelle månedens kommentar.](#)

### Januar

I årsrapporten for 2023 skrev vi om det kontrastfylte året vi hadde lagt bak oss, hvor det var færre ankomne gjester til Longyearbyen – men likevel med god lokal omsetning for øvrig. Samtidig signaliserte vi at 2024 ser bedre ut, og det viser nå også januartallene. 14% flere ankomne gjester og 27 % flere gjestedøgn er kjærkomment, og gir høyere losjioomsetning for overnattingsstedene. Samtidig gikk vi inn i 2024 med en forventning om et fortsatt avventende norsk marked, mens vi antok at utenlandske markeder ville kompensere for bortfallet av norske gjester i større grad enn det vi så i fjoråret. Dette viser seg også å stemme, med rundt 19 % færre norske gjester, og som da er erstattet med gjester fra andre nasjoner.

Fra aktivitetsbookingen i januar ser vi samme utvikling sammenlignet med 2023, og hvor salget av turer/aktiviteter over [visitsvalbard.com](https://visitsvalbard.com) har økt med 29 %, til NOK 6,4 millioner. Rapportene fra overnattingsstedene, sammenstilt med forhåndsbookede aktiviteter, antyder tilsvarende god utvikling også i februar og mars, mens april per nå henger litt etter. Dette kan også henge sammen med at trenden med kortere bookinghorisonter ser ut til å vedvare, noe som betyr at det fortsatt er tid å gjøre det på mtp april.

Positive tall til tross, så er vi ikke helt tilbake på før-pandemi-nivå. Men retningen er god, så det gir grunn til optimisme.

### Februar

Februar forsterker den positive trenden fra januar, og vi ser en videre økning i antall gjestedøgn sammenlignet med det noe svake 2023. Faktisk viser gjestedøgntallene «all time high», marginalt bedre enn i 2019! Riktignok var det en god del flere gjester ved overnattingsstedene i både februar 2018 og 2019, men den økte liggetiden til 3,1 døgn gjør at tallene for 2024 likevel blir positive. Færre antall gjester som blir lengre = det vi og bedriftene jobber for! Vi er likevel bare i startfasen av arbeidet med å øke oppholdstiden, så vi får se året 2024 under ett før vi konkluderer entydig på utviklingen.

Utviklingen i forholdstallet mellom norske gjester versus utenlandske er fortsatt interessant – for der forsterkes trenden fra 2023, med stadig færre nordmenn som tar turen. I 2019 var 64,5 % av gjestedøgnene norske, i 2023 hele 70,3 % - mens det i 2024 kun var 39,0 % norske gjestedøgn. Dette er ikke uventet, men likevel verdt å bemerke. Vi antok i 2023 at deler av årsaken var knyttet til lav kronekurs (= billigere for utenlandske gjester), dyrtid i Norge, samt høye flypriser. Vi antar noe av det samme kan ligge bak tallene nå, selv om det også er en dreining i markedsinnsatsen fra både Visit Svalbard og medlemsbedriftenes side foran inneværende år.

### Mars

Gjestetallene for mars er også positive, med en liten økning sammenlignet med 2023, dog litt ned fra 2018-2019. Historisk sett har påska ikke vært en god periode for hotellene i Longyearbyen, men de senere årene har høytiden blitt litt mer som ukene ellers i mars og april. Påska gir derfor ingen vesentlige utslag i besøkstallene i verken den ene eller den andre retningen.



Beleggsprosenten på 72,1 % av rommene betyr at det i snitt har vært leid ut 352 rom per døgn i mars. Om vi tenker at alle rommene har utnyttet kapasiteten med 2 gjester per rom, så betyr dette i overkant av 700 gjester i samtidighet. Vi har ikke eksakte tall på hvor mange som er på hvert rom, men det er grunn til å anta at en del av rommene selges som enkeltrom. Antall gjester i samtidighet er følgelig sannsynligvis et sted ned mot 600 personer. Hva gjelder nasjonalitet, så fortsetter trenden med færre norske gjester. Disse erstattes med gjester i all hovedsak fra Europa, selv om USA også drar opp. Vi ser så langt ingen tegn til en bølge av asiatiske gjester til Longyearbyen, og tallene fra Kina viser heller ingen spesielt stor økning etter at pandemirestriksjonene ble hevet.

## April

---

Gjestestatistikken fra Longyearbyens kommersielle overnattingssteder viser en april på det jevne; noe opp sammenlignet med 2023, men samtidig 8-9 % svakere enn toppårene før pandemien (2017-2019). Et spørsmål vi stiller oss er om april begynner å bli som på fastlandet med tanke på reisemønster; en måned som de fleste reisemål har lite trafikk i – mens det på Svalbard tradisjonelt har vært én av årets beste måneder. Vi har ikke fasiten på dette per nå, men den fortsatt nedadgående trenden i norske besøkende kan antyde noe i den retning. Nordmenn har tradisjonelt vært i klart flertall blant besøkende i den såkalte «solvinteren», men leverte i år henholdsvis 20,6 % og 26,2 % færre gjestedøgn sammenlignet med 2023 og 2019. Utviklingen av besøkende fra europeiske nærmarkeder er fortsatt god, og hvor spesielt Storbritannia peker seg ut. Vi registrerer også igjen en positiv utvikling i «liggetid», altså hvor mange døgn gjestene oppholder seg her. Om dette er utslag av satsningen på forlenget oppholdstid, eller om det f.eks. kan tilskrives dreiningen fra norske til utenlandske gjester, er det for tidlig å si noe om.

## Mai

---

Mai viser gode besøkstall for Longyearbyens hoteller og gjestehus. Antall ankomne gjester er opp 12,8 % fra fjoråret, mens gjestedøgnene viser hele 23,7 % opp. Beleggsprosenten er naturligvis høyere enn i mai 2023, med 66,1 % av rommene gjennomsnittlig i bruk. Samtidig viser liggetiden, altså hvor mange netter gjestene i snitt overnatter, en videre positiv utvikling til 2,7 netter.

Norske gjester fortsetter trenden nedover, men hvor den forholdsmessige nedgangen i mai ikke er så sterk som de forutgående månedene. De største nasjonalitetene deretter viser alle en sterk utvikling, med Storbritannia og Sverige som de 2 største etter Norge, tett fulgt av USA og Tyskland.

## Juni

---

Juni ble noe bedre i år kontra i fjor, opp 9,6 % om man ser på antall gjestedøgn. Likevel er dette 10-12 % svakere enn juni i årene før pandemien. Sammenlignet med fjoråret gikk antall ankomne gjester ned med 6,2 %, noe som betyr at liggetiden i juni i år bikker 2,1 netter. Trenden med lengre gjennomsnittlig oppholdstid fortsetter altså, men samtidig noe ned fra de forutgående månedene i 2024. Dette må likevel forstås som en naturlig variasjon, siden det blant sommergjestene på hotellene er en hel del gjester som overnatter kun 1 natt på veg til/fra ekspedisjonscruise og følgelig trekker snittet ned. Hva gjelder nasjonalitetene, så er det fortsatt en sterk internasjonal utvikling. Norske gjester holder derimot stand som største nasjon, om enn i noe færre antall enn før.

## Juli

---

Målt i gjestedøgn viser juli «all time high» for overnattingsstedene i Longyearbyen. Måneden er faktisk også den beste enkeltmåneden registrert mtp dette måltallet, uavhengig av sesong! Dette basert på en noe lavere vekst i antall ankomne gjester, som igjen betyr noe forlenget oppholdstid, og samtidig er beleggsprosenten tilbake på godt nivå. Etter en litt «trå» juni er dette hyggelig å registrere, og vi ser at bookingen av opplevelser også har vært god.

For første gang på lenge ser vi at antall norske gjestedøgn ikke har gått ned sammenlignet med fjoråret, sågar med en svak stigning - selv om det er langt igjen til tallene vi så før pandemien. Interessant er det å se at kineserne også har gjenfunnet Svalbard, med tall nesten på nivå med samme måned i 2019. Dette er en trend også ellers i Norge, og følgelig innenfor «normalen».

Totalt ser vi en nedgang i antall cruisepassasjerer per juli på ca 9% fra ifjor. Nedgangen skjer i det konvensjonelle segmentet som har drøye 6 000 passasjerer færre enn fjoråret, og skyldes hovedsakelig færre anløp. I ekspedisjonscruisesegmentet ser vi per juli en foreløpig økning på ca 7% fra ifjor, som tilsvarer ca 1 500 passasjerer. Vi gjør en endelig oppsummering av cruisesesongen når siste skip er seilt i oktober.

## August

---

Som for juli, viser tallene for gjestedøgn i august også «all time high», hele 15,1 % over fjoråret. Trenden med økt liggetid gjelder også for sist måned, hvor vi endte på nesten 2,3 døgn i snitt på de 8 247 ankomne gjestene. Antall norske gjestedøgn er også rundt 20 % høyere enn i 2023, men likevel ikke helt tilbake til nivåene før pandemien.

Om vi ser på sommermånedene juni-august under ett, så er 2024 marginalt bedre enn toppåret 2018 med tanke på gjestedøgn – men dette levert av nesten 3000 færre ankomne gjester til overnattingsstedene. Så sommeren har samlet sett vært god, selv om juni ikke helt levde opp til forventningene.

Antall cruisepassasjerer over kai i Longyearbyen havn viser en betydelig nedgang fra fjoråret, nesten 12 % i minus. Hovedsakelig er det færre konvensjonelle skip som forårsaker dette, mens ekspedisjonscruisene ligger omtrent på fjorårsnivå. Når sesongen er omme, vil vi presentere eksakte tall for dette, samt kunne gi prognoser for 2025.

## September

---

Utviklingen i gjestedøgn vs. antall ankomne gjester viser i september en fortsatt positiv trend, noe som vil si at gjestene blir litt lengre enn før. Gjennomsnittlig liggetid er på hele 3,5 netter, men vi skylder å gjøre oppmerksom på at tallene denne måneden påvirkes noe av yrkestrafikk som drar dette tallet unaturlig høyt. Men selv justert for «normal» fritidstrafikk, så viser tallene betydelig forbedring fra tidligere år. Uavhengig av dette, så er tallene for september sterke, og viser at Longyearbyen og Svalbard er et attraktivt reisemål i stadig større deler av året. Målrettet arbeid for å skape innhold i og synliggjøre de ulike sesongene gir resultater, og at overnattingsstedene har evnet å kompensere for bortfallet av en del norske gjester med utenlandske besøkende vitner om det samme.

## Oktober

---

Oktober ble nok en god måned for hoteller og gjestehus i Longyearbyen, med hele 33,6 % flere gjestedøgn enn året før. Oppholdstiden viser 3 døgn i snitt, også det en positiv utvikling. (Merk at oppholdstiden er justert for yrkestrafikk på ett av overnattingsstedene, som ellers hadde dratt det tallet unaturlig høyt.) Ellers ser vi at kinesiske gjester fortsetter å finne tilbake til Svalbard etter noen års pandemivale, samtidig som norske gjester er tilbake på et nivå fra før pandemien. Dark Season Blues spiller nok inn på sistnevnte, mens det for besøkende fra Kina er en noe mer uklar årsakssammenheng på utviklingen.

## November

Også november leverer gode gjestetall, og hvor trenden med lengre oppholdstid forlenges. Riktignok er tallene litt influert av at det er en del personer i yrkestrafikk som bor over lengre tid på ett av overnattingsstedene. Men selv justert for dette er det gledelig å se at gjennomsnittlig liggetid var opp fra 2,4 netter i 2023 til 3,0 i år. Utover dette viser alle tallene solid utvikling, også sammenlignet med toppårene 2018 og 2019. Trenden med noe lavere andel norske vs. internasjonale gjester ser vi også i november, men samtidig har det tatt seg opp med nordmenn sammenlignet med fjoråret. Prismessig er det noe ned i losjioversetning sammenlignet med april til august, men innenfor det vi antar er «normalen».

Cruisesesongen på Svalbard ble avsluttet 26. oktober da franske Ponants Le Commandant Charcot hadde vært nordover for å se sola forsvinne under horisonten. Vi har hatt ca. 67 000 cruisepassasjerer på besøk i Longyearbyen fra mars til oktober. Tilsvarende tall for 2023 var ca. 74 000. Endringen skjer for en stor del i det konvensjonelle segmentet. Det forventes foreløpig ingen økning til neste år, men alle ønsker om kai plass er ennå ikke kommet inn. Selv justert for yrkestrafikken denne høsten, så er det ingen tvil om at lokalt reiseliv fortsatt beveger seg i rett retning mot målet – lønnsom helårsturisme! Neste runde med statistikk viser fasiten for hele året, inntil da ønsker vi alle god jul og godt nytt år!

## Desember

Siste måned av fjoråret bekreftet den gode utviklingen vi har sett gjennom hele 2024. Antall gjestedøgn har løftet seg i alle årets måneder - så også i desember, som viste knallsterke tall. Gjennomsnittlig oppholdstid fortsetter å øke, og den prioriterte sesongutviklingen for oktober, november og desember peker i rett retning. Vi skal nå sammenfatte og analysere tallene for hele 2024, og kommer tilbake med en fylldig årsrapport mot slutten av måneden.



Foto: Anja Nordvålen