

SVALBARD-STATISTIKKEN 2023

Markeds- og gjestestatistikk



Foto: Håkon Daae Brenshelm



Visit
Svalbard

Kommentarer til statistikken for 2023

2023 – kontrastenes år! For samtidig som besøkstillene til Longyearbyens overnattingssteder gikk ned sammenlignet med både 2022 og 2019, så rapporteres det om gode tall fra reiselivets øvrige bransjer. Med få unntak ser vi at opplevelsesaktørene har solgt flust med aktiviteter, attraksjonene har hatt solid besøk, kassaapparatene i butikkene har plinget flittig, og serveringsstedene har mettet og tørsteslukket besøkende og fastboende som aldri før. Vi vet lite om lønnsomheten enda, men stemningen blant de aktørene vi har hørt fra virker å være god; 2023 ble et økonomisk godt år, selv med noe færre gjester enn forventet.

Konkret mistet overnattingsstedene henholdsvis 7,4 % i ankomne gjester og 5,7 % av gjestedøgnene sammenlignet med 2022. Sett opp mot 2019, det siste normalåret før pandemien, så er tallene ned hhv hele 17,6 % og 13,5 %. Med det er vi tilbake på 2015-2016-nivå når det kommer til besøkstill, og dette gir seg også utslag i en forholdsvis lav beleggsprosent på 62 %. Selv om det altså rapporteres om et godt år for reiselivet sett under ett, så gir denne nedgangen selvsagt grunn til en viss bekymring.

I de månedlige statistikkrapportene vi distribuerer, har vi forsøkt å analysere situasjonen fortløpende. Vi ser at det først og fremst er norske gjester vi har hatt færre av, mens det ser bedre ut for de viktigste av våre utenlandske markeder. Årsaken til at det har kommet færre nordmenn enn før, tilskriver vi i all hovedsak den økonomiske situasjonen i landet, med dyrtid og usikkerhet rundt egen økonomi. Dette samtidig som de fleste gjester fra andre nasjoner har hatt gleden av den svake kronen, som har gjort turer til Norge – og Svalbard – forholdsvis billig. I tillegg til dette kan perioder med få flybilletter tilgjengelig, og ditto høye priser, ha påvirket tilstrømningen av gjester deler av året.

Om vi ser på underliggende tall for den landbaserte delen av reiselivet til Svalbard, så er vi likevel ikke urolige for øygruppens attraktivitet som reisemål, verken i inn- eller utland. Målinger av trafikk på visitsvalbard.com, samt engasjementet og responsen i våre sosiale medier, tyder på fortsatt stor, og sågar stigende, interesse for Svalbard. Vi mener derfor at Longyearbyens reiseliv med solid markedsføring, kombinert med fortsatt destinasjons- og opplevelsesutvikling, vil kunne komme sterkere tilbake. Ikke minst har vi god mulighet for å utøke gjennomsnittlig oppholdstid fra dagens 2,39 døgn i snitt (4,6 døgn iflg gjesteundersøkelsen fra 2021, primært svar fra individuelle ferie- og fritidsreisende), og hvor det påbegynte arbeidet med utvidet oppholdstid vil være viktig – både i et verdiskapings- og i et klimaperspektiv.

Kommentarer til statistikken for 2023

Hva gjelder cruisetrafikken, så viser de en noe høyere aktivitet samlet sett sammenlignet med årene 2019 og 2022. De konvensjonelle skipene på dagsbesøk brakte drøye 47 000 gjester til Longyearbyen havn i 2023, som er omtrent på linje med årene før pandemien. Ekspedisjonsflåten havnet på knappe 25 000 gjester, ganske så likt som for 2022, men som samtidig er på et markant høyere nivå enn før pandemien. Tungoljeforbudet, samt usikkerheten rundt hva foreslåtte miljøreguleringer og cruiseutvalgets anbefalinger om maks antall personer på skip til Svalbard vil få å si for fremtiden, virker dermed ikke å ha påvirket interessen negativt for cruisesegmentene.

Videre er ikke de rene besøkstallene fra cruisesegmentene alene det meste interessante ved fjoråret. Etableringen av Svalbard Cruise Forum, et lokalt basert samarbeidsorgan for å sikre bedre koordinering av og høyere verdiskaping fra cruisetrafikken, hadde nemlig sitt første virkeår i 2023. Borte var det tidvise kaoset og frustrasjonen fra 2022, og alt fra flyplass til havn og sykehus rapporterer om en langt bedre samhandling og flyt i 2023. Det er på sin plass å gratulere alle involverte med godt samarbeid og vilje til å finne løsninger – dette blir lagt merke til over det ganske land!

I det januar går mot slutten, er vi selvsagt spente på hva 2024 bringer. Som beskrevet over, så viser tallene fra web og SoMe en underliggende positiv interesse for å besøke Svalbard og Longyearbyen. Flere av overnattingsvirksomhetene rapporterer om god innbooking i første kvartal og for sommersesongen, samtidig som vi registrerer høy aktivitet i bookingen av aktiviteter på visitsvalbard.com. Prognosene for cruisetrafikken over Longyearbyen havn viser riktignok en liten nedgang, men på ingen måte dramatisk. Så vi tillater oss å være betingede optimister for året vi er i gang med – samtidig som vi erkjenner at det vil kreve fortsatt hard jobbing for å holde posisjonen som et attraktivt reisemål for høyt betalende gjester i årene som kommer.



Samlet årsstatistikk for Svalbard

GJESTEDØGN

(161 151 i 2019 - 147 834 i 2022)

139 371

ANKOMNE GJESTER

(76 442 i 2019 - 68 005 i 2022)

62 951

BELEGGSPROSENT

(76,3 i 2019 - 69,6 i 2022)



62%

LIGGETID

(2,27 i 2019 - 2,28 i 2022)



2,39 døgn

ATTRAKSJONER

(65 653 i 2019 -
50 983 i 2022)



61 434



TOPP 5 NASJONALITETER

Gjestedøgn 2023

	2019	2022	2023
Norge	89 760	85 355	70 988
Storbritannia	7 116	6 399	8 828
USA	5 536	4 884	7 920
Tyskland	7 506	8 116	6 916
Sverige	7 584	5 739	5 532



ANTALL BESØKENDE I TURISTINFORMASJONEN

(24 697 i 2019 - 24 418 i 2022)

28 972

GJESTEDØGN CAMPING

(1 769 i 2019 - 691 i 2022)

854



VISITSVALBARD.COM

Brukere
(555 738* i 2022)

Sidevisninger
(2 626 426* i 2022)

920 106 2 816 823

EKSPEDISJONSCRUISE- PASSASJERER

(16 068 i 2019 - 24 149 i 2022)

24 595

CRUISE OVER LONGYEARBYEN HAVN



KONVENSJONELLE CRUISEPASSASJERER

(41 784 i 2019 - 19 459 i 2022)

47 081



FACEBOOK

Antall følgere
(73 651 i 2022)

77 142



INSTAGRAM

Antall følgere
(96 643 i 2022)

116 354



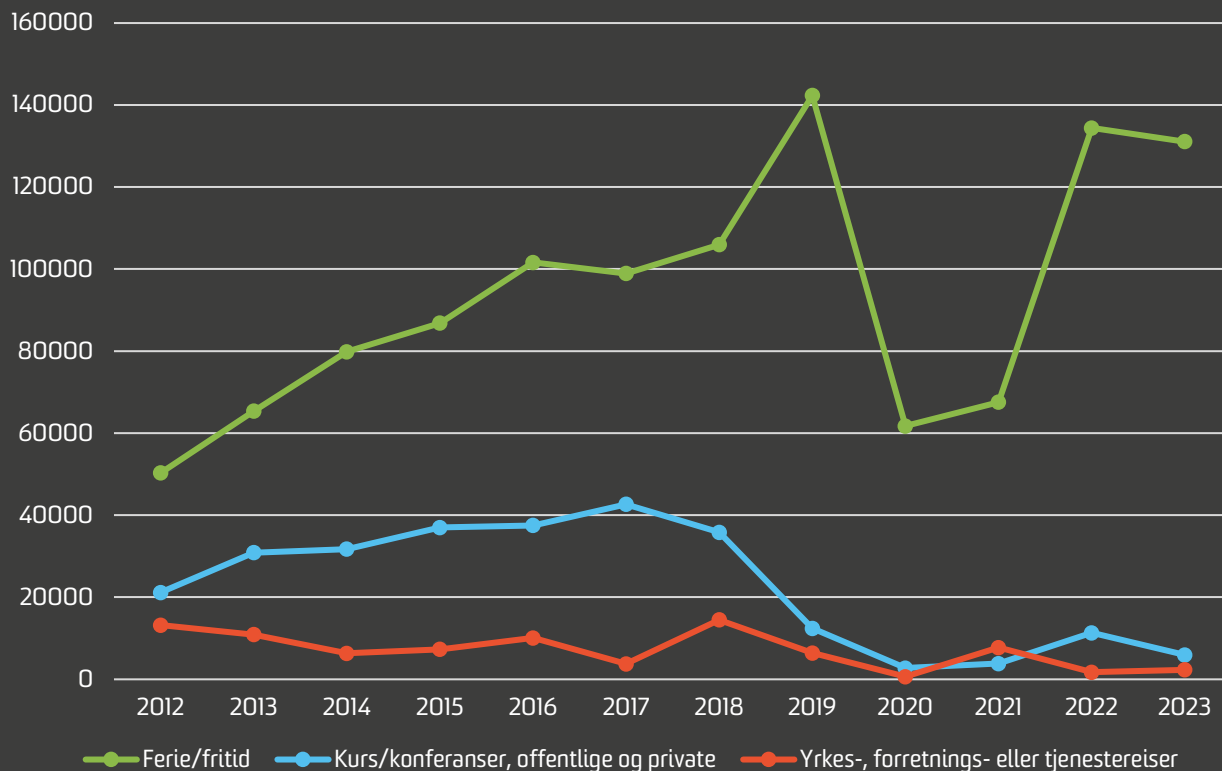
ANTALL MILJØSERTIFISERTE BEDRIFTER

(9 i 2022 - 12 i 2022)

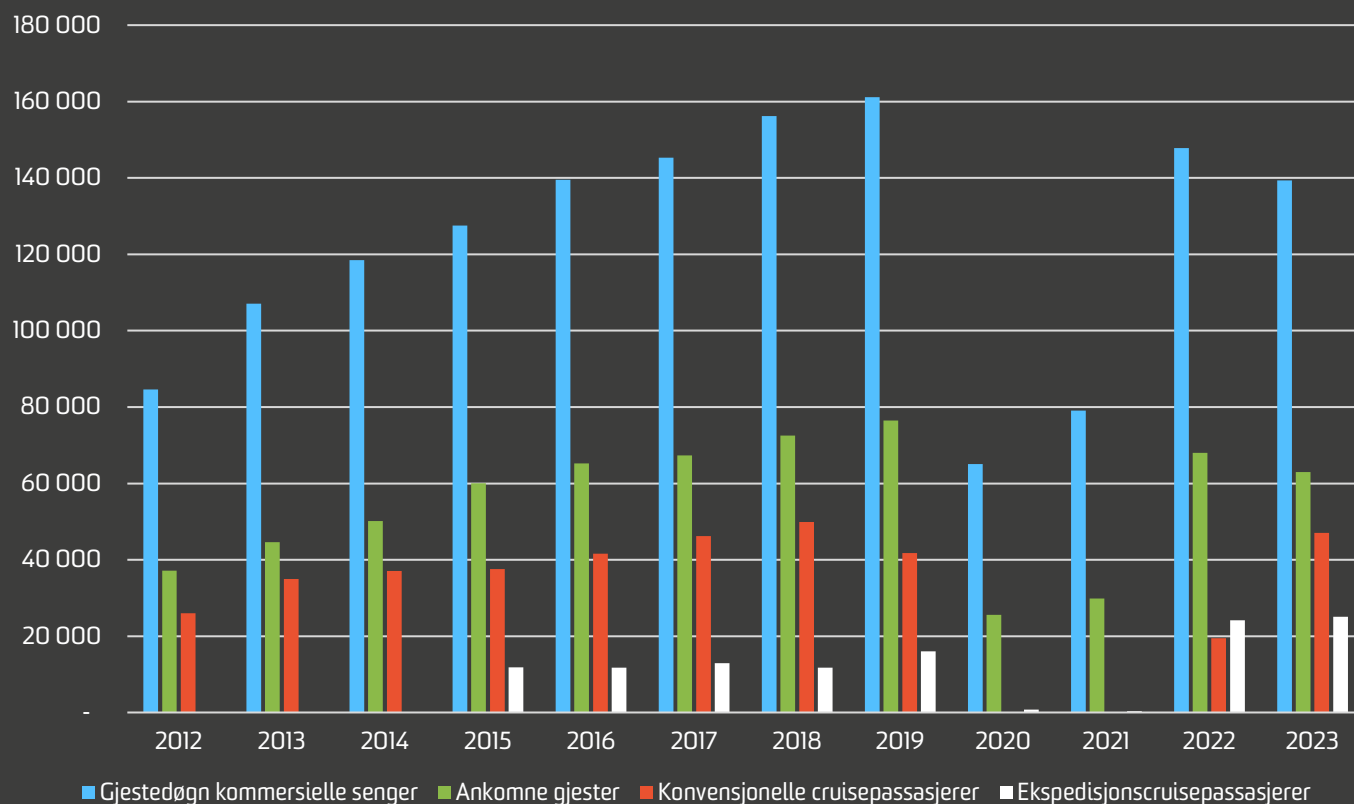
12

*Ikke sammenlignbare tall, da vi brukte ulike analyseverktøy på nettsiden i 2022 og 2023

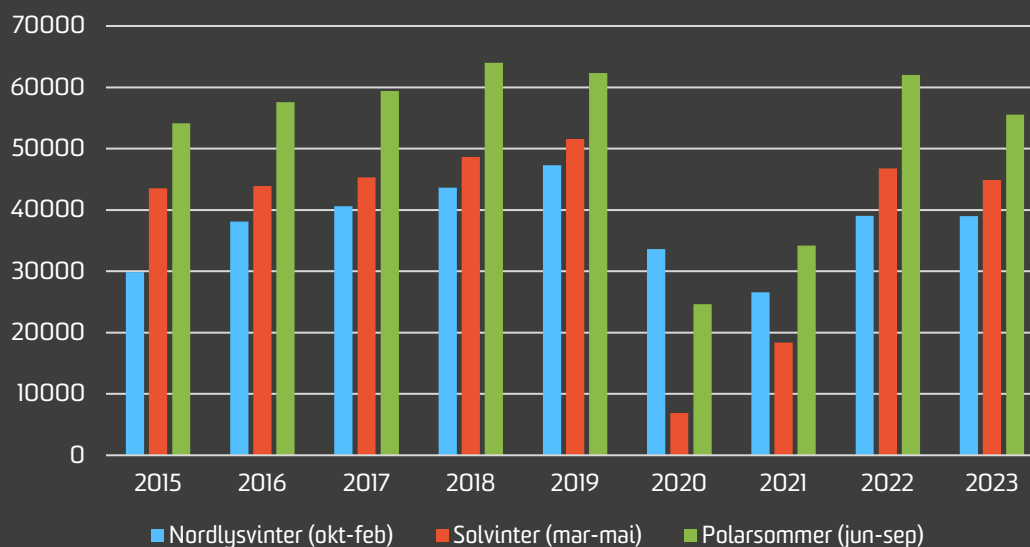
Gjestedøgn per segment utvikling siden 2012



Longyearbyen - totalt antall gjester



Gjestedøgn per sesong siden 2015



Gjestedøgn kommersielle senger Longyearbyen

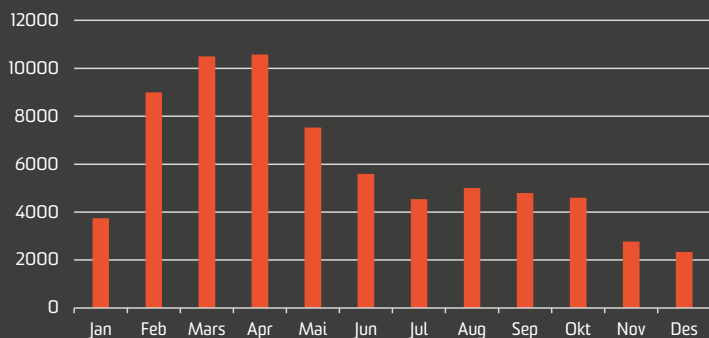
År / måned	Jan	Feb	Mar	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Des	Periode
2008	1945	5977	8296	13559	9724	12786	14927	13392	5691	2916	1548	1239	92 000
2009	1501	4231	8431	11492	8110	10998	13740	12801	5016	2612	1972	1403	82 307
2010	1522	4937	8650	11219	7107	10672	13722	11673	6127	3547	1786	1869	82 831
2011	1231	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	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
2023	6642	12790	16516	15609	12762	13529	17339	14892	9756	8706	5072	5758	139 371
22 vs 23	5 %	7 %	8 %	-4 %	-16 %	-22 %	4 %	-12 %	-11 %	-4 %	-16,6 %	2,8 %	-5,7 %

Ankomne gjester kommersielle overnattingssteder Longyearbyen

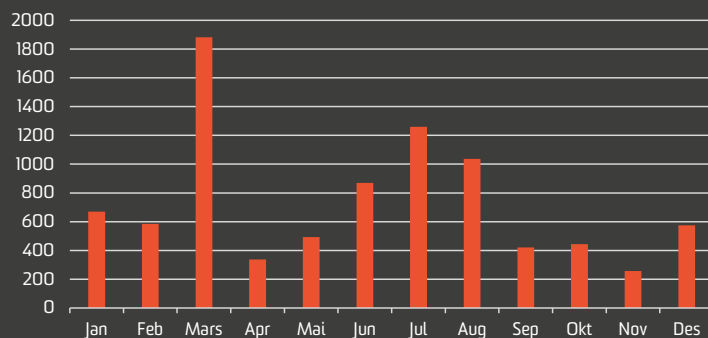
År / måned	Jan	Feb	Mar	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Des	Total
2008	921	2255	2902	5752	3672	6262	7646	6674	2317	1187	650	799	41 037
2009	550	1579	2940	4438	2842	4488	6296	5660	2159	929	781	537	33 199
2010	539	1866	3033	4238	2687	4818	6906	5377	2726	1195	705	662	34 752
2011	411	1858	3592	4813	3282	3686	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
22 vs 23	17 %	17 %	-7 %	-5 %	-12 %	-17 %	3 %	-15 %	-16 %	-8 %	-17,9 %	-7,4 %	-7,4 %

Topp 6 nasjonaliteter fordelt på gjestedøgn per måned

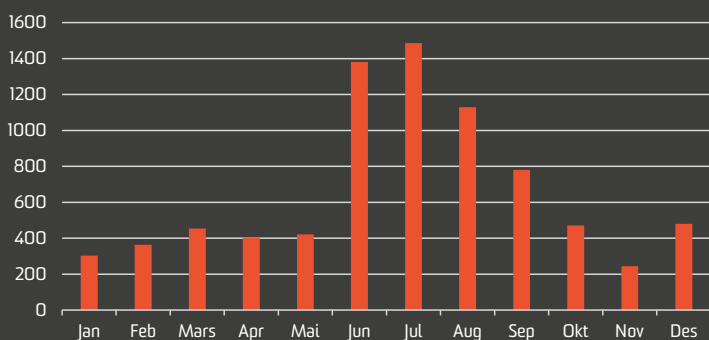
Norge



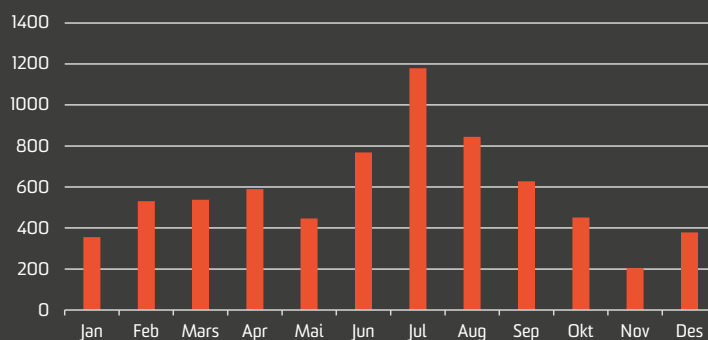
Storbritannia



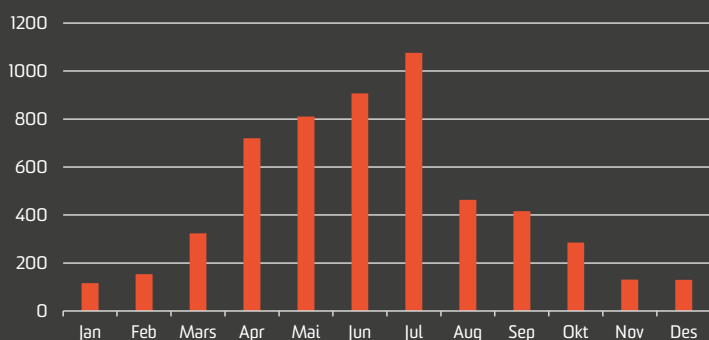
USA



Tyskland



Sverige



Frankrike

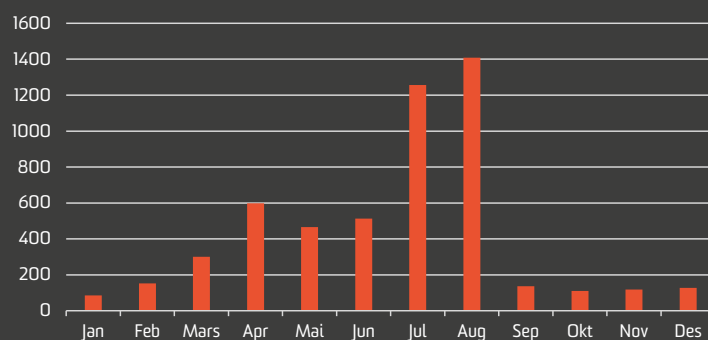




Foto: Anja Nordvålen

Overnattingskapasitet

OVERNATTINGSKAPASITET LONGYEARBYEN

488 rom / 1029 senger



OVERNATTINGSKAPASITET BARENTSBURG
OG PYRAMIDEN

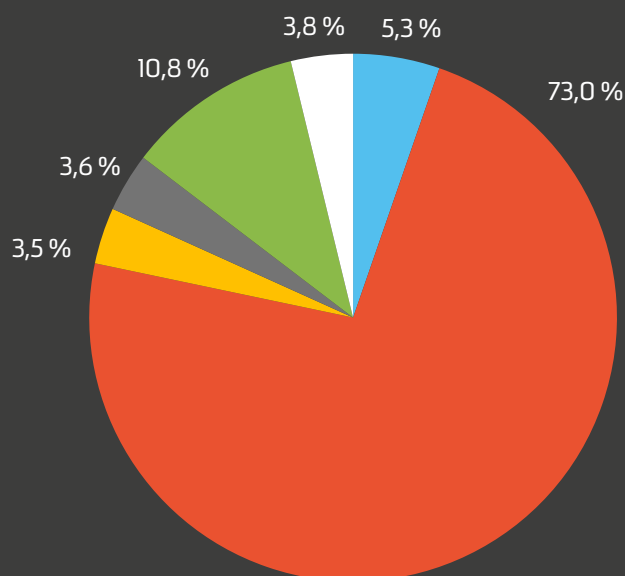
121 rom / 260 senger

OVERNATTINGSKAPASITETEN
TOTALT PÅ SVALBARD

636 rom / 1345 senger

Aktivitetssalg 2023 - Statistikk hentet fra Travelize

Hvordan bodde gjester som kjøpte aktiviteter på Svalbard i 2023?



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

Topp 10 kategorier gjennom året basert på antall deltakere



1. Båtturer



6. Mat og drikkeopplevelser



2. Hundekjøring



7. Gruvebesøk



3. Snøscooter



8. Isgrutte



4. Sightseeing og foredrag



9. Nordlyseventyr

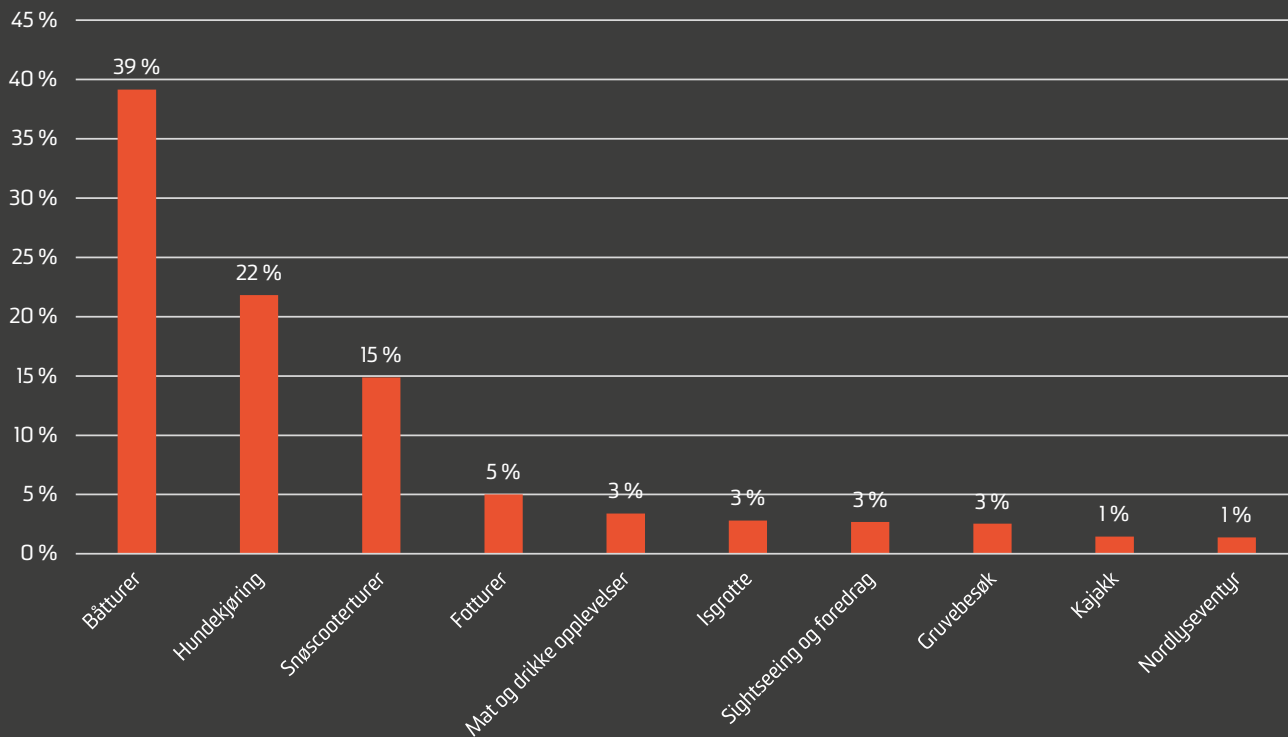


5. Fotturer

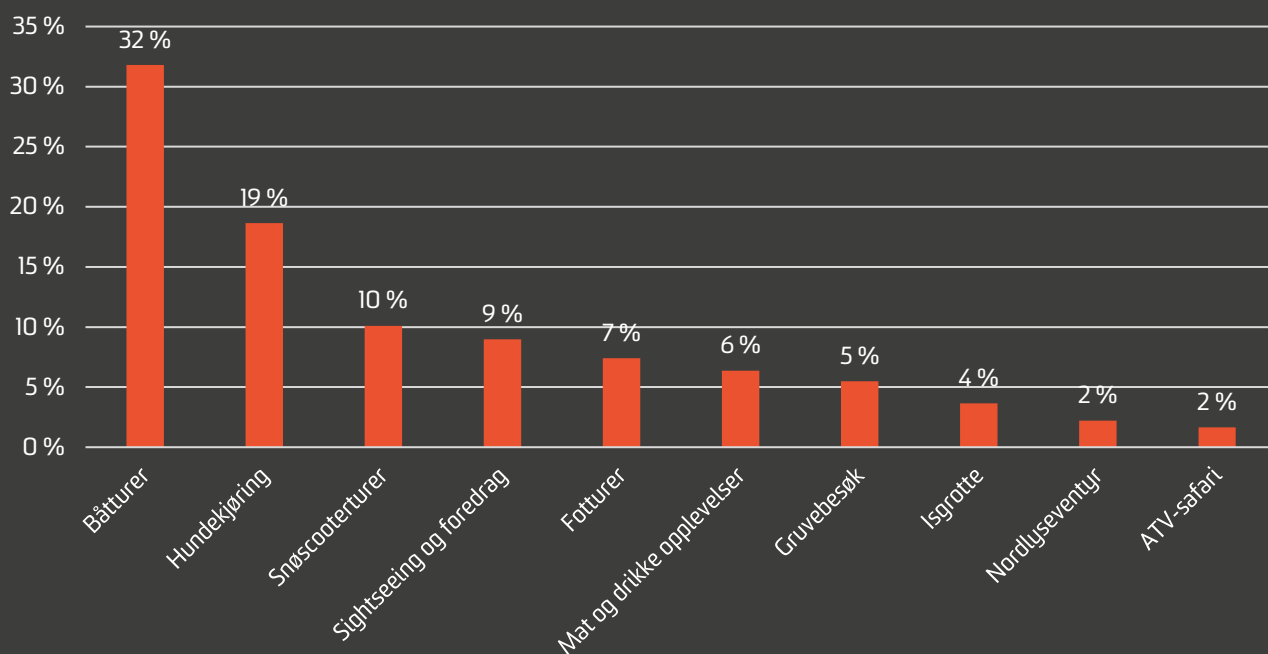


10. ATV

Topp 10 aktivitetskategorier Prosent salg per kategori av totalsalg 2023













Topp 10 aktivitetskategorier Prosentandel PAX per kategori av totalantall bookede PAX i 2023

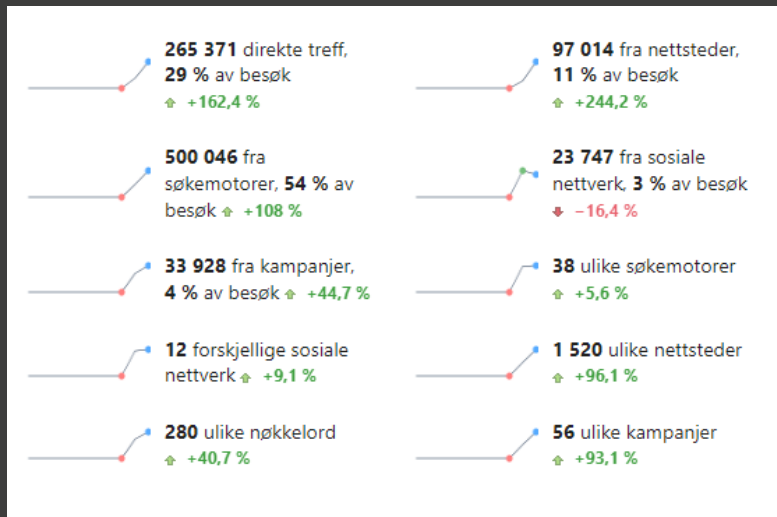


Webtrafikk på visitsvalbard.com

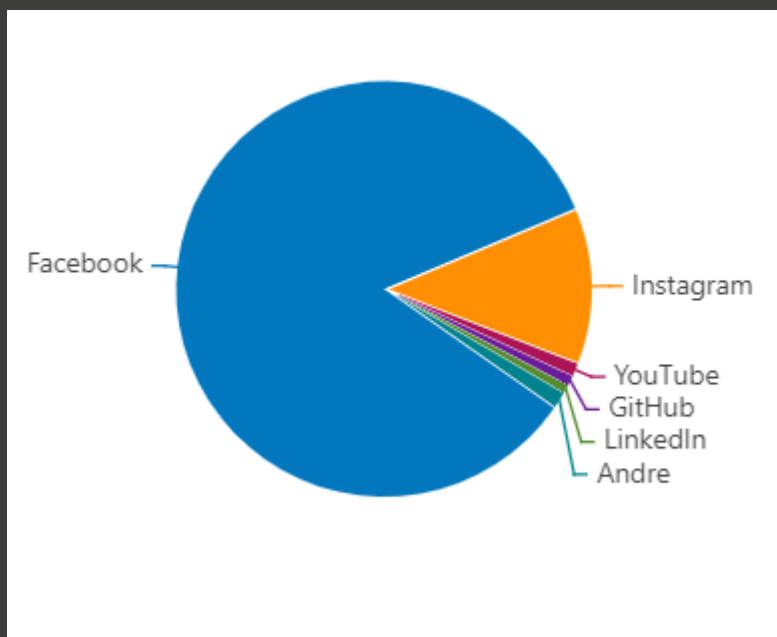
Topp 10 nasjonaliteter besøkende på visitsvalbard.com

 Norge	34,1 %
 USA	16,0 %
 Storbritannia	9,0 %
 Tyskland	4,6 %
 Sverige	4,1 %
 Danmark	3,1 %
 Nederland	2,3 %
 Italia	2,1 %
 Australia	2,0 %
 Frankrike	2,0 %

Kanaltyper



Sosiale kanaler



VISITSVALBARD.COM

Brukere
(555 738* i 2022)

Sidevisninger
(2 626 426* i 2022)

920 106 2 816 823

Besøksversikt



Kommentarer til besøksstatistikk per måned

[Her finner du alle statistikkoversiktene for 2023. Vi anbefaler at du ser på disse før du leser den aktuelle månedens kommentar.](#)

Januar

Da er vi inne i et nytt år, og 2023 har startet på det jevne. Vi er på ingen måte tilbake til før pandemien mtp. ankomne gjester og gjestedøgn, men samtidig går det i rett retning. Januar 2022 var for så vidt den siste måneden med covid-restriksjoner, slik at vi heretter i den månedlige statistikkoversikten vil gå tilbake til «normalen» og kun sammenligne med forrige års tall for tilsvarende måned. Det mest interessante med januar i år er den store droppen i besøkende fra Danmark, som i 2022 utgjorde en svært høy andel av gjestene. Etter vår erfaring skulle januar i år også vært preget av dansk lynne, men hvor det av flyrelaterte årsaker dessverre ble kanselleringer av flere anmeldte grupper. Ellers er prognosene for månedene fremover gode, så vi krysser fingrene for gode forhold og ingen nye kriser under oppseiling!

Februar

Tallene for februar viser en liten økning i antall gjestedøgn på ca. 7 % sammenlignet med forrige år. Det er også en svært høy andel gjester fra Norge, hvor hele 70 % har norsk pass. Samtidig ligger Longyearbyens overnattingssteder ca. 15 % bak tallene fra 2019, noe man kan velge å tilskrive f.eks. et tregt marked eller en sen gjenoppbygging etter pandemien. Men vi velger heller å tilskrive utviklingen til det faktum at strategien til lokalt reiseliv, forankret i Masterplan Destinasjon Svalbard mot 2030, handler om «rett volum av rette gjester, på rett sted og til rett tid». Og hvor det er vekst i verdiskaping heller enn antall gjester som er målet. Signaler fra overnattingsstedene kan tyde på dette; prisene innrettes mot et høyere betalende segment, med det som følge at det blir færre gjester. 2 enkeltmåneder forteller nok ikke det komplette bildet her – så det blir spennende å følge utviklingen fremover!

Nylig passerte Visit Svalbard 100 000 følgere på Instagram! Dette er, sammen med Facebook, en svært viktig kanal for å skape interesse for Svalbard i våre målgrupper, samt lede dem inn til nettsider og bookingportal. Det at satsningen på å produsere kvalitetsinnhold, både «inhouse» og gjennom influensere, gir så god uttelling er vi svært godt fornøyde med.

Mars

Trenden med synkende besøkstall sammenlignet med 2019 forsterkes i gjestestatistikken for mars 2023. Hele 20 % færre gjester både ser og høres dramatisk ut, om vi måler etter «gammel standard». Signalene fra bedriftene er likevel at omsetningen og lønnsomheten er høy tross fallet i volum. Som påpekt i statistikken for februar, så ligger trolig noe av forklaringen i en endret prising hos flere av virksomhetene; en bevisst prisstrategi som retter seg mot høyere betalende gjester, og hvor priselastisiteten gjør at volumet går ned. Men som det også ble påpekt i februar-tallene; det er for tidlig å være bombastisk, vi må se tallene over lengre perioder for å gi et mer helhetlig bilde med klarere tendenser.

En annen interessant indikator er de samlede tallene for solgte aktiviteter via Travelize med avreise i mars 2023 vs. 2019; her har veksten vært på hele 23,8 %, fra ca. 13,6 mill. til 16,8 mill. Ifølge SSB er prisstigningen i denne perioden 15, 2 %, men korrigeret for et vesentlig lavere antall gjester enn i 2019, så ser tallene uansett svært sterke ut. Vi har noen tanker rundt hvorfor, men må bruke tid på å analysere dypere etter vintersesongen.

Ellers registrerer vi at gjester fra Storbritannia gjør et byks i mars, og det samme gjør gjennomsnittlig liggetid. Vi har grunn til å anta at dette kan kobles mot en viss filminnspilling som foregikk her i mars, og som la beslag på mye overnattingskapasitet over lengre tid. Nå blir det spennende å se tallene for april, hvor Nordpolen-trafikken normalt har gitt solid uttelling i lokal omsetning på hoteller og andre tilbydere – en trafikk som det i 2023 er satt en stopper for.

April

Gjestestatistikken for april bekrefter det vi har sett i årets første måneder; en nedgang i antall gjester og en lavere beleggprosent sammenlignet med forrige normalår, 2019. Men også april 2023 vs 2022 viser en nedgang i antall gjester og gjestedøgn. Men som før nevnt, dette kan trolig skyldes en endret prisstrategi hos flere av overnattingsvirksomhetene, det er ikke en «svikt» i tradisjonell forstand.

Visit Svalbard måler ikke økonomiske tall, men det gjør SSB. Tallene deres per mars bekrefter det overnattingsstedene i Longyearbyen forteller; man lykkes i å ta ut en høyere pris. Ifølge en [sammenstilling](#) av SSB-tall fra NHO Arktis / NHO Reiseliv, så ligger per mars Svalbard solid i front i Nord-Norge med tanke på losjiovernattingsrom per tilgjengelig rom (1951,- i mars) og pris per solgte rom (2697,- i mars). Dette tyder på at det gjøres en god jobb med masterplanambisjonen om høyest mulig verdiskaping per gjest.

Mai

Mai viser også en synkende tendens i gjestetallene til Longyearbyens overnattingssteder, både sammenlignet med 2022 og med siste normalår før pandemien, 2019. Så vel antall gjester som gjestedøgn går ned med henholdsvis rundt 12 og 16 % sammenlignet med 2022, og omtrent i samme leia om vi ser det mot 2019. Beleggsprosenten for rom er på beskjedne 55. Størst nedgang ser vi blant norske gjester, men samtidig holder andelen nordmenn seg stabilt på 41-42 % (dvs at norske og ikke-norske faller forholdsmessig likt).

Igjen så tror vi noe av årsaken til nedgangen ligger i en endret prisstrategi hos enkeltaktører i Longyearbyen. Samtidig kan vi ikke utelukke at forhold i våre omgivelser også spiller inn, som f.eks. høye flypriser og fulle fly, usikre økonomiske tider i våre kjernemarkeder, og også den økende spenningen i nordområdene. De neste månedene vil gi oss flere svar, når vi får analysert vinteren og sommeren 2023 under ett.

Ellers registrerer vi at aktiviteten over Longyearbyen havn har tatt seg opp de siste ukene, med anløp av både konvensjonelle og ekspedisjonsskip. Prognosene for sommeren viser noe høyere trafikk enn de senere år, pandemiårene ikke medregnet, men på ingen måte en eksplosiv utvikling. Samarbeidet gjennom Svalbard Cruise Forum gjør uansett at vi forventer at gjennomføringen av årets cruisesesong vil flyte (!) bedre i år enn forrige sommer, ikke minst med tanke på belastningen over Svalbard Lufthavn.

Juni

Juni fortsetter med forholdsvis stor nedgang i besøkstallene hos overnattingsstedene i Longyearbyen, og nedgangen fordeler seg på både det nasjonale og de internasjonale markedene. Beleggsprosenten viser dermed at det har vært mange ledige rom i juni, noe som er unormalt for sesongen. At liggetiden er såpass lav er dog naturlig, siden mange av gjestene i sommermånedene er ekspedisjonscruisegjester som overnatter en natt eller 2 før og/eller etter cruisene.

Ser vi på første halvår under ett, så viser tallene minus 16 % i ankomne gjester og minus 15 % i gjestedøgn (2022 målt opp mot forrige normalår før pandemien, 2019). Nedgangen fordeler seg på samtlige måneder, fra januar til juni. Det er ikke lett å se klare og entydige årsakssammenhenger i disse endringene, som før nevnt i månedsrapportene. Vi er rett og slett usikre på hvorfor nedgangen er såpass stor som den er, og vil sette søkelys på dette over sommeren. Da får vi også i større grad gjort en vurdering av økonomien bak besøkstallene.

Juli

Antall ankomne gjester til overnattingsstedene i Longyearbyen i juli er omtrent på linje med fjoråret, men samtidig 14 % lavere enn i 2019. Likevel viser gjestedøgnene kun marginale 3 % ned fra 2019, noe vi antar kan tilskrives lengre oppholdstid. Det mest bemerkelsesverdige dette året er den lave andelen norske gjester; kun 26 % mot hhv 42 % i fjor og 34 % i 2019. Normalen pleier å ligge på rundt 40 % nordmenn i sommermånedene, og hva dropen i år skyldes gjenstår det å finne ut av.

August

Tallene for august viser igjen en nedgang i både antall gjester og gjestedøgn sammenlignet med både 2022 og 2019, tilsvarende det vi har sett gjennom 2023 som helhet. Som for juli, så er det sist måned spesielt det norske markedet som går mest tilbake, og hvor hele reduksjonen i gjestedøgn i august tilskrives færre norske gjester. Litt høyere liggetid kompensere dette kun delvis, som tallene over viser. Som beskrevet tidligere vil vi nå forsøke å analysere hvorfor dette skjer, slik at vi kan vurdere evt. tiltak når vi begynner å jobbe inn mot 2024.

På tross av nedgang i antall gjester og gjestedøgn, viser tallene fra visitsvalbard.com og våre sosiale medier god vekst i både trafikk og interesse. Se detaljert informasjon i den kommende web- og salgsrapporten.

September

Det er fortsatt nedgang i besøkstallene til Longyearbyen, for niende måned på rad. Størst av alt er svikten i det norske markedet, med henholdsvis minus 29% målt mot 2022 og 36,5% målt mot 2019. Trolig skyldes nedgangen en kombinasjon av dyrtid i Norge, og det faktum at det har blitt dyrere både å reise til og oppholde seg på Svalbard de siste par årene. Samtidig ser vi at utenlandske markeder utvikler seg bra, men ikke nok til å kompensere for bortfallet av nordmenn. Færre norske gjester i 2023 er dog et trekk mange norske reisemål kjenner seg igjen i, over store deler av landet.

På tross av fortsatt nedgang i gjestestatistikken ser vi også denne måneden en stor interesse på nettsidene og i våre sosiale medier-kanaler. Mye av denne trafikken er antageligvis takket være de to digitale kampanjeløpene vi har kjørt i høst, der den ene kampanjen var en ren mørketidskampanje. Forhåpentligvis vil den store interessen på nettsiden gjenspeile seg i gjestestatistikken utover mørketiden.

Oktober

Gjestestatistikken for oktober i år endte noe ned sammenlignet med 2022, og ganske så betydelig fra 2019. Det er grunn til å anta at det har vært en feilregistrering i 2019, som gjør at det trolig ser noe verre ut enn det egentlig er. Men uansett så fortsetter trenden fra månedene før i 2023, og det er spesielt det norske markedet som svikter – selv om Dark Season Blues har motvirket dette en del. På den lyse siden så ser vi at nordmenn viser en økende interesse for Svalbard på nett, noe som gjør at vi likevel er optimistiske for at dette går an å snu når de økonomiske forutsetningene i landet igjen viser tegn til bedring.

November

November-tallene viser omtrent samme utvikling som de foregående 10 månedene i 2023, med en nedgang i både antall ankomne gjester og gjestedøgn. Dette sammenlignet med både 2022 og 2019, og nedgangen fordeler seg på så vel norske som utenlandske gjester. Tallene er tilbake på nivå med 2015-2016. Merk at beleggprosenten er beregnet ut fra tilgjengelige senger, og medregner ikke at både Svalbard Hotel the Vault og Coal Miners Cabins har vært stengt i november.

De lavere tallene for web i november kommer av at vi i år avsluttet kampanjene rettet mot polarnatten tidligere enn det vi gjorde i 2022, slik at vi ikke har fått like mange betalte besøk på nettsiden i november 2023.

Desember

Desember avsluttet 2023 med fortsatt noe svakere tall sammenlignet med 2019 og 2022, om vi ser på ankomne gjester til overnattingsstedene. Det var spesielt færre norske gjester i desember 2023 sammenlignet med 2022, mens det sammenlignet med 2019 viser nesten en halvering. Likevel var det en liten pluss i antall gjestedøgn i desember 2023 sammenlignet med fjoråret. Gledelig er det også med en positiv utvikling i noen av våre viktigste internasjonale markeder, hvor både USA, Tyskland og Storbritannia bidrar til å dekke opp for bortfallet av nordmenn i årets siste måned.

Tallene for året under ett viser 62 951 ankomne gjester, og som overnattet i til sammen 139 371 gjestedøgn. Dette er ned henholdsvis 7,4 % og 5,7 % sammenlignet med 2022. Mens det målt mot 2019, det siste «normalåret» før pandemien, er en nedgang på 17,6 % i ankomne gjester, og 13,5 % i gjestedøgn. Dette er tall vi må helt tilbake til 2015-2016 for å se, og som vi primært forklarer med utfordrende økonomiske tider i vårt viktigste marked, Norge.

Selv om overnattingsstatistikken peker nedover, så er det viktig å balansere inntrykket. Mange av spisestedene og butikkene rapporterer nemlig om god omsetning i 2023. Og i tillegg viser statistikken for solgte aktiviteter på visitsvalbard.com en fortsatt sterk utvikling.