

## Reiselivsåret 2011 kort oppsummert

- Internasjonale turistankomster øker med 4,5 prosent på verdensbasis sammenlignet med 2010.
- Det var mer enn 7,8 millioner utenlandske overnattinger i 2011. Dette er uendret i forhold til 2010.
- Det var 21,1 millioner norske overnattinger i 2011. Dette er en oppgang på tre prosent i forhold til 2010.
- Dette gir en total økning på to prosent målt i kommersielle gjestedøgn som omfatter hotell, camping, hyttegrend og vandrerhjem.

## Vil ha flere tyskere til Norge

- I 2011 hadde Norge rundt 1,6 millioner tyskere på besøk. Selv om dette er en nedgang på 2 prosent sett i forhold til 2012 er Tyskland et svært viktig marked for Norge, og det største sommermarkedet for Norge målt i antall kommersielle gjestedøgn.
- I følge den anerkjente tyske reiseundersøkelsen, Die Reiseanalyse 2011, er Skandinavia en av de regioner som har størst vekstpotensial på det tyske turistmarkedet.

## Hvordan lokker vi tyskere til Norge?

- For å beholde den tyske reiselysten til Norge har vi en klar strategi for 2012, basert på vår kunnskap om det tyske markedet.
- Den ideelle ferien i Norge handler om de store naturopplevelsene for tyskerne, og vi ser en økt interesse for vandring og fiske.
- Kort om vår strategi på det tyske markedet for 2012

## Tyskere og mat – ikke bare medbrakt

- En ny undersøkelse gjort på oppdrag av Innovasjon Norge viser at lokal mat er viktig for tyskere i valg av feriemål.
- Tyskere som har vært i det respektive land. Hvilke egenskaper skal den ideelle ferien i landet ha:
- Has good local cuisine: Norge: 42,6 prosent, Sverige: 51,5 prosent, Danmark: 42,7 prosent, Østerrike: 78,0 prosent, Italia: 83,3 prosent.
- Kort om hva Innovasjon Norge reiseliv gjør for å fremheve mat i en reiselivssammenheng?

## Finansuro, en sterk norsk krone – hva venter vi fra det tyske markedet i 2012

- Vi spår en total vekst til Norge på to prosent i 2012, basert på en null vekst fra utlandet, men en oppgang på tre prosent fra det norske markedet.
- Man opplevde en strukturendring i turistankomster i 2011. Veksten kom fra små markeder rent volummessig, mens vi har opplevd en tilbakegang fra de tradisjonelt store utenlandsmarkedene, forteller Tuftin.
- Det globale turistmarkedet er i store endringer. Stadig flere land konkurrerer om turistene, og nye nasjonaliteter gjør seg gjeldene som viktige markeder.
- Kort om forventninger og trender fra det tyske markedet.