

SERVICE
GROSSISTENE



Turister i Norge

- hva ønsker de på menyen?

Norgesferie på menyen

Norsk turistnæring	Side 3
Turismangfoldet, kultur i kofferten og reisedrømmen i endring	
Turist i eget land	Side 6
Tyske turister	Side 7
Skandinaviske turister	Side 8
Asiatiske turister	Side 9
Britiske turister	Side 10
Nederlandske turister	Side 11
Sentraleuropeiske turister	Side 12
Amerikanske turister	Side 13
Luksusturisme	Side 14
Økoturisme og geoturisme	Side 15


Norsk turistnæring

Det kommer mange turistgrupper til landet, og alle har sine behov. Likevel ønsker vi vel egentlig alle det samme når vi er på reise; å ha det komfortabelt og oppleve noe nytt, og vi ønsker å ta med oss gode minner hjem i kofferten.

Verdier for turistene som kommer hit:

- Gjestfrihet
- Gode attraksjoner og severdigheter
- Aktivitetsmuligheter
- Muligheten for å oppleve lokal kultur og levemåte

I følge Visit Norway selger Norge «drømmer og kulturforståelse», men:



Hva vil turistene ha å spise?

Turismangfoldet



Turister som besøker Norge er ingen generisk gruppe mennesker, men en sammensatt mengde av individer med ulike drømmer og behov.

Med utgangspunkt i den kinesiske gjesten, skrives det i en [artikkel i magasinet Forbes](#) at turistene kan deles inn i 3 hovedkategorier:

Observatøren

Interessert i nye kulturer og mattradisjoner, men foretrekker egentlig det trygge og kjente.

Søkeren

Er ikke så opptatt av mat. Måltidene kommer i andre rekke når en er på ferie; opplevelse er det viktigste.

Deltakeren

Er aktivt interessert i å lære om nye kulturer, har stor interesse for lokal mat og higer etter å oppleve det mest mulig autentiske.



- Så; foretrekker gjesten mat som likner den de har hjemme når de er på ferie?

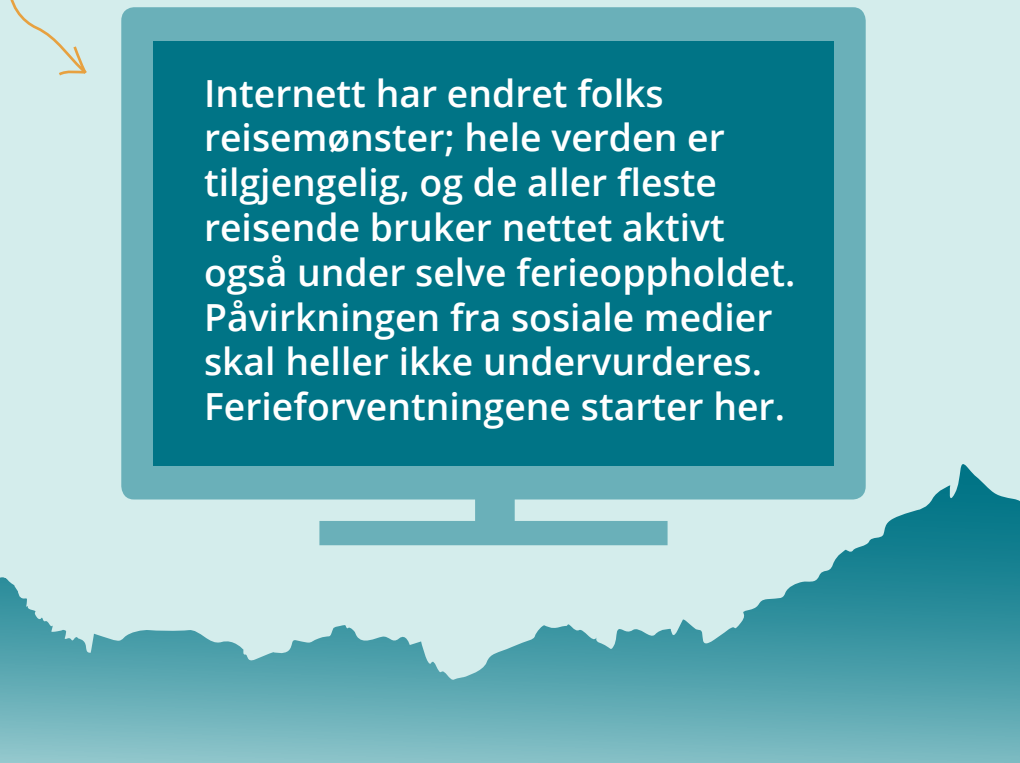
Svaret er: Det kommer an på hvem du spør.

Kultur i kofferten

Svensker elsker smörgåsbordet sitt, og har ikke noe imot buffet til en drøy hundrelapp. En turist fra Asia ønsker kanskje småretter og lange, sosiale måltider, mens en amerikaner helst vil gjøre et valg fra en meny og få maten servert ved bordet på en egen tallerken.

Mange har nok vanene – bevisst eller ikke – med seg i kofferten hjemmefra. - Men hva forventes av feriematen?

Reisedrømmen i endring



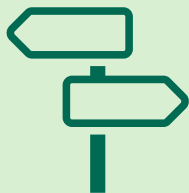
Internett har endret folks reisemønster; hele verden er tilgjengelig, og de aller fleste reisende bruker nettet aktivt også under selve ferieoppholdet. Påvirkningen fra sosiale medier skal heller ikke undervurderes. Ferieforventningene starter her.



Turister i eget land!

Ca. 56%* av årlig turistikonsum i Norge.

*av totalt turistikonsum. Hentet fra «Nøkkeltall for norsk turisme» (2017)



Prioritet #1: Aktiviteter og opplevelser.



Prioritet #2: Severdigheter



Prioritet #3: Flott natur

Nordmenn utgjør den største turistgruppen i Norge. Vi er ofte ikke like betalingsvillige som utenlandske turister, men det er en økning i viljen til å legge igjen mer i servering og overnatting.

Personalet bør kunne kommunisere på norsk. Den norske gjesten ønsker en god opplevelse, og vender gjerne tilbake eller anbefaler opplevelsen videre til andre. – Men Norge er et lite land og et dårlig rykte sprer seg fort. Hver fornøyde gjest er en verdi det er verdt å ta vare på.

Mattips:

Nordmenn på ferie ønsker å slappe av og få mange opplevelser igjen for pengene. Mat med lokale innslag, gjerne med nye, spennende smakskombinasjoner og basert på ferske råvarer er populært. Kan gjesten selv være med ut og finne eller fange maten sin?



Tyske turister

Ca. 17 %* av alle utenlandske turister til Norge

*antall gjestedøgn. Hentet fra «Nøkkeltall for norsk turisme» (2017)



Oppholder seg i Norge lenge om gangen.



Nesten halvparten; campingvogn/-bil.



Bruker mye internett for å planlegge ferien.

Dette er den største gruppen utenlandske turister i Norge.

Ønsker å oppleve naturen, fjordene og fjellene. Er vanligvis ikke like interessert i norsk tradisjon, eller norsk mat og drikke som andre turister, men interessen for flere opplevelser og mer aktive ferier er økende.

Mattips:

Tyske turister er den turistgruppen som statistisk sett har lavest konsum pr. døgn når de er på norgesferie. Mange fyller likevel opp bagasjen med norsk fisk og andre særegne norske produkter til hjemturen. Tyskerne **kan** tørket kjøtt, pølse, sider og øl, men har de fått smake skikkelig på de norske variantene?





Skandinaviske turister

Danmark: Ca. 8 %* av alle utenlandske turister til Norge
Sverige: Ca. 13 %* av alle utenlandske turister til Norge

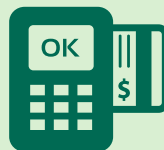
*antall gjestedøgn. Hentet fra «Nøkkeltall for norsk turisme» (2017)



De fleste Skandinavere reiser i Norge i egen bil.



Over 30 % reiser med barn.



Vil ha mye for pengene. Norge er dyrt.

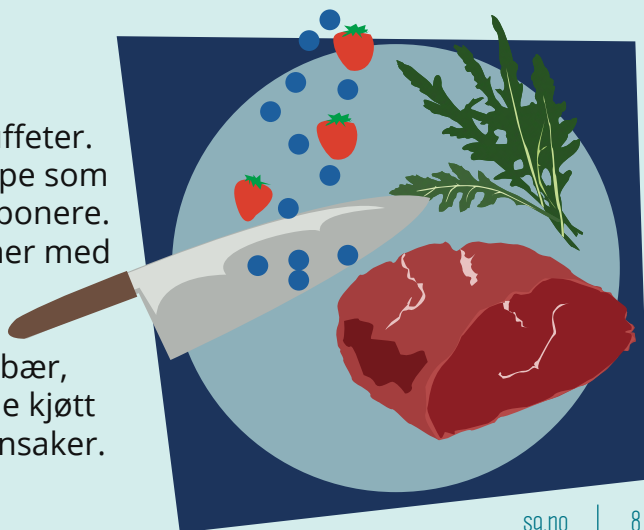
Dansker: Flesteparten av danske turister kommer til Norge på skiferie. Mange bor på hotell, og ca. 1/4 leier hytte.

Svensker: Jakter på ekte opplevelser. Høy lojalitet til nabolandet Norge; «svenskar gillar normmän».

Lave forventninger til Norge når det gjelder både kultur, matopplevelser og bærekraft, men fokuset er økende.

Mattips

Skandinavere ønsker rimelig mat; gjerne buffeter. Dette er en turistgruppe som burde være lette å imponere. Prøv å bryte fordommer med enkle grep. Begeistre våre kjære naboer med våre søteste jordbær, vårt mest velsmakende kjøtt og våre friskeste grønnsaker.





Asiatiske turister

Kina: Ca. 6 % av alle utenlandske turister - økende!
Øvrige Asia: Ca. 6 % av alle utenlandske turister

*antall gjestedøgn. Hentet fra «Nøkkeltall for norsk turisme» (2017)



Korte opphold. Velger få, sentrale destinasjoner.



Viktig: Rating, sikkerhet, pris og beliggenhet.



Bruker tid og penger på shopping

Ønsker å oppleve naturen og fjordene og å besøke historiske bygninger og steder. Liker «on-site» restauranter og muligheter for romservice. Setter pris på personale som snakker språket sitt, og at det finnes god tilgjengelig informasjon om stedet. Økende tendens til at også denne turistgruppen bruker flere penger på gastronomiske, kulturelle eller aktive opplevelser.

Mattips:

I Asia en Norge kjent for god kvalitet på fersk fisk, så for denne målgruppen er gode fiskeretter ekstra populært.

Tilleggstips:

Har du suvenirer til salgs i resepsjonen, har du også en ekstra mulighet til å tjener litt mer på hver gjest. I Asia er helseprodukter populære, og norsk fiskeolje er viden kjent.

- Noe å ha tilgjengelig ved disken?

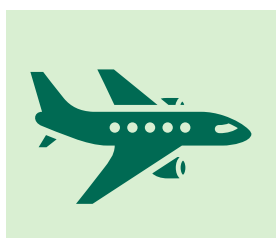




Britiske turister

Ca. 7 %* av alle utenlandske turister til Norge

*antall gjestedøgn. Hentet fra «Nøkkeltall for norsk turisme» (2017)



Enkelt å komme seg til Norge med fly.



Ønsker å oppleve lokal historie og kultur.



Bekymret for dyr drikke og manglende service.

Ønsker seg en ferie med rekreasjon og avslapning i naturen og med lokal kultur og historie eller en ferie med arktiske opplevelser. Reise for å se mange nye steder, til et land som er trygt og sikkert. Ønsker å oppleve et nytt land og en ny kultur

Bekymringer for det norske språket, manglende kunnskap om hva de kan se og gjøre her, og hvor de kan reise i landet.

Mattips:

Britene har en fortid med store oppdagere. Forventninger om mat som er tett på norsk kultur og natur, gjerne litt barskt og arktisk.

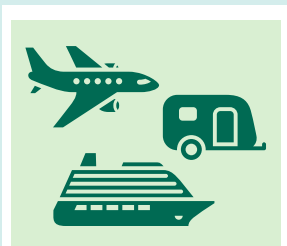
Kan også overraskes med varianter av matvarer britene liker godt fra før; øl, lam, fisk og ost. - Og kanskje noen gode tilbud?



Nederlandske turister

Ca. 7 %* av alle utenlandske turister

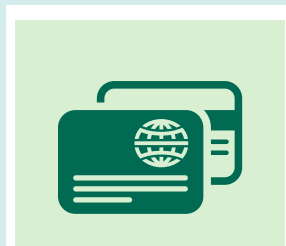
*antall gjestedøgn. Hentet fra «Nøkkeltall for norsk turisme» (2017)



Kommer i mange ulike transportmidler



En oppdagende og aktiv turistgruppe.



Norge: Et dyrt ferieland for nederlendere.

Ønsker seg rundreiser, og stadig flere nederlendere vil ha en aktiv ferie, citytrips med kulturopplevelser og naturopplevelser. Mange målgrupper med høy interesse for vandring, fiske, sykling, alpinski og nordlys. Stadig flere kommer til Norge med fly eller med ferge/cruise, og antall reiser med campingvogn/campingbil øker.

Norge oppleves som et dyrt ferieland, men potensialet er stort.

Mattips:

Eventyrlysten turistgruppe. Ønsker en aktiv ferieform: Ren, autentisk, gjerne helsebringende, sunt og friskt. - Eller utfordre til å teste noen virkelig særegne lokale delikatesser eller spennende smakskombinasjoner?





Spanske/Franske/europeiske turister

Frankrike: ca. 5 %* av alle utenlandske turister

Spania: ca. 4 %* av alle utenlandske turister

Øvrige Europa: ca. 15 %* av alle utenlandske turister

*antall gjestedøgn. Hentet fra «Nøkkeltall for norsk turisme» (2017)



Nysgjerrige på nordisk natur og kultur.



Ønsker spektakulære, friske naturopplevelser.



Har kjennskap til norske eksport-matvarer.

Den sentraleuropeiske turisten kommer til Norge først og fremst for å oppleve natur og friluft, kulturen og den nordiske modellen. Gastronomiske opplevelser og norsk arkitektur har fått stigende oppmerksomhet.

Spanjoler og portugisere kjenner den norske klippfisker, og franskmenn vet at norske råvarer har høy kvalitet. Dette er en turistgruppe som vet hva matkvalitet er!

Mattips:

Tradisjonelle norske retter med klippfisk, tørrfisk eller fersk fisk; en eksotisk vri på en råvare en søreuropeer allerede kjenner godt til.

- Eller noe helt annet og overraskende, som friske grønnsaker, smakfulle sidere eller norske oster i verdensklasse!





Amerikanske turister

Ca. 18 %* av alle utenlandske turister – og økende!

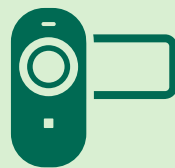
*antall gjestedøgn. Hentet fra «Nøkkeltall for norsk turisme» (2017)



Flere og rimeligere flyruter til og fra USA.



Mange har reist mye og ønsker å lære mer.



Ønsker å se flott natur og gammel historie

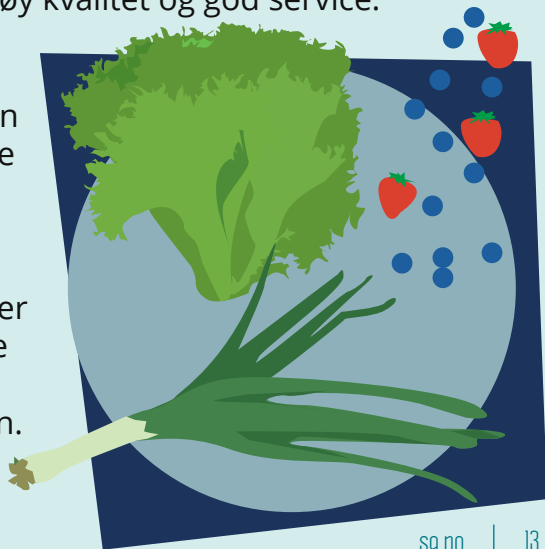
Turismen fra USA har økt mye de siste årene. Store markedsføringskampanjer og flere og rimeligere flyruter har hatt effekt. Amerikanerne kommer for å se naturen, spesielt fjordene, kysten og kystkulturen. Eldre historie, blant annet stavkirker er populært; tusen år gamle bygninger har de ikke selv.

Amerikanske turister er kunnskapsrike, har ofte reist mye og vet hva de vil ha. De krever høy kvalitet og god service.

Mattips:

Prøv å tilby noe amerikaneren ikke har smakt før, gjerne noe autentisk norsk, og gjerne knyttet til eldre historie.

Så naturlige og rene produkter som mulig. Mange reisevante amerikanere er opptatte av helse og ærlig matproduksjon.



Økende luksusturisme

Mange forbinder «luksusturisme» med fine hoteller og shoppingmuligheter. I de siste årene har det skjedd en endring i segmentet; nå er det mer snakk om tilrettelegging av personlige reiseopplevelser til grupper, ofte gjennom pakkereiser skreddersydd av eksklusive reisebyråer.

Mattips:

Det ikke slik at «luksus» trenger å innebære hvite duker og porselen. Turistene i denne kategorien betaler for å oppleve det autentiske. Maten kan like godt serveres i på et reindyrskinn i en lavvo, eller i et forblåst naust; atmosfæren alene er en del av hele opplevelsespakka.

Har du forresten vurdert å gjøre avtaler med reisebyråene og tilby turister matkurs?



Økoturisme og geoturisme

Turisme som «ivaretar, forsterker og fremhever et steds lokale egenart – miljø, kultur, estetikk, kulturarv – og som kommer lokalsamfunnet til gode.» En reiseform med stigende popularitet, spesielt blant yngre reisende.

Økoturisme og geoturisme går ut på det samme, men økoturismen stiller noen flere krav og har en egen sertifisering. I Norge har vi noen av de strengeste kravene til økoturisme enn noen andre land.

Les mer om norsk økoturisme på hanen.no

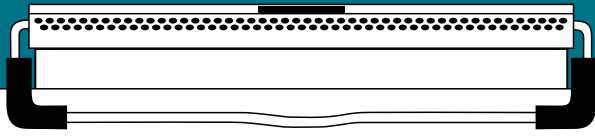
Mattips:

Så kortreist og lokal mat som mulig. Knytt deg gjerne til lokale bønder og sørg for de gode historiene og ryddig informasjon om hvor maten kommer fra. Denne turistgruppen deltar gjerne selv med å få maten opp fra jorden eller fra havet, eller hjelpe til med tilberedningen.



- ✓ Velg en miljøbevisst reiseoperatør, vær kritisk, kom med spørsmål og krav
- ✓ Velg miljømerkede hoteller
- ✓ Ikke bytt håndklær og sengetøy hver dag
- ✓ Spar strøm og vann
- ✓ Kjøp lokal mat og lokale produkter





Hotellbevertning – sjekkliste:

- Bli kjent med turismen og de lokale spesialitetene i din region.
- Sett opplevelsen i fokus, og gi turistene noe de sent vil glemme.
- Kan du bruke ideer fra gode opplevelser du har hatt som turist selv?
- Hvordan får turisten det mest mulig behagelig, og maksimalt med opplevelser – på ditt hotell?
- Hvordan overraske en norsk turist i eget land?
- Har det lokale turistkontoret noen kulinariske ideer eller behov?

Vil du skjemme bort
gjesten litt ekstra?
- Ta kontakt med oss!

sg.no

SERVICE
GROSSISTENE

