

Rapport fra Seatrade Miami 2025

Visit Nordkapp på Seatrade Cruise Global – Innsikt og veien videre

Visit Nordkapp deltok nylig på **Seatrade Cruise Global i Miami**, verdens største møteplass for aktører i cruiseindustrien. Arrangementet samlet bransjeledere fra hele verden og ga en unik mulighet til å etablere kontakt med sentrale cruiserederier. Gjennom verdifulle samtaler mottok vi både innsikt og konkrete tilbakemeldinger knyttet til hvordan vår destinasjon oppfattes – og hva som skal til for å øke Nordkapps attraktivitet som cruisemål.

Tilbakemeldinger og utfordringer

Dialogen med rederiene viser at Nordkapp og Magerøya allerede har mye å by på, men også at det kreves målrettet arbeid for å møte cruisemarkedets forventninger. Følgende hovedpunkter ble fremhevet:

- **Mangfoldige og tilgjengelige opplevelser:** Gjestene som går i land, forventer et bredt utvalg av aktiviteter for ulike aldersgrupper og interesser. Det må finnes tilbud som kan benyttes spontant, uten forhåndsbooking.
- **Forutsigbarhet og fleksibilitet:** Cruiseoperatørene er opptatt av pålitelighet, særlig når det gjelder værforhold og tilgang til Nordkapp-plataet. Det er viktig å kunne tilby fullverdige alternativer dersom plataet ikke er tilgjengelig.
- **Økt synlighet og tydeligere pakking av opplevelser:** For mange rederier varierer graden av forhåndsbooking. Derfor må vi være tydeligere i vår kommunikasjon om hva som tilbys – både på forhånd og ved ankomst – for å sikre at gjestene får et helhetlig inntrykk av destinasjonen.
- **Riktig gjest, riktig opplevelse:** Det er avgjørende å tiltrekke den typen gjester som verdsetter autentiske opplevelser og som er villige til å betale for kvalitet. Her handler det om å være tydelige på verdien av det vi tilbyr – og prise oss deretter.

Strategiske prioriteringer fremover

For å utvikle Nordkapp som en bærekraftig og konkurransedyktig cruisedestinasjon, er det nødvendig å styrke både tilbudet og strukturen rundt mottaket av cruisegjester:

1. **Utvikle og variere opplevelsestilbudet:** Vi må fokusere på både "soft activities" og mer fleksible løsninger som kan tilbys uavhengig av vær, sesong og forhåndsbooking.

2. **Styrke beredskapen ved uforutsette hendelser:** Alternativer må være på plass dersom adkomst til platået er stengt.
3. **Bedre kapasitetsutnyttelse og synlighet:** Aktørene i regionen må koordinere seg bedre for å synliggjøre alt Nordkapp har å tilby – både i forkant og ved ankomst.
4. **Langsiktig posisjonering:** Ettersom cruiseplanlegging ofte skjer 2–3 år frem i tid, er det viktig at vi allerede nå jobber strategisk med å styrke destinasjonens relevans og attraktivitet for fremtidige seilinger.

Veien videre

Besøket på Seatrade Cruise Global har gitt nyttig innsikt og tydelige føringer for videre utvikling. For å lykkes i cruise-segmentet må Nordkapp tilby unike, profesjonelle og tilgjengelige opplevelser – samtidig som vi bygger stolthet og eierskap til de produktene vi tilbyr. Det handler ikke bare om å tiltrekke flere besøkende, men om å tiltrekke **rette gjester**– på **rett sted** til **rett tid**.