



norske alpinanlegg
og fjelldestinasjoner



Strategi for næringsutvikling i fjell og innlandet

Hørings svar fra bransjeforeningen «Norske alpinanlegg og fjelldestinasjoner»

- tidligere Norske Fjell SA og Alpinanleggenes Landsforening

mars 2020

Norske alpindestinasjoners vekstpotensial

En analyse av overnattingskapasiteten hos Gausta, Geilo, Hafjell, Hemsedal, Hovden, Kvitfjell, Narvik, Norefjell, Oppdal, Rauland, Trysil, Voss og Vrådal

Om oss

Foreningens formål er å samle alle som driver alpinanlegg, og fjelldestinasjonsselskaper som representerer interesser innen alpint reiseliv i Norge, i én forening. Foreningens oppgave er å hjelpe det enkelte medlem med råd og veiledning, og behandle saker som krever samlet vurdering. Foreningen skal fungere som et felles talerør for alpinanlegg og fjelldestinasjoner, den skal kunne drive markedsføringstiltak, prosjekter med fokus på utvikling, og bedring av forutsetninger og rammevilkår for alpinbransjen og tilknyttede næringer i fjelldestinasjonene.

Foreningen skal ivareta medlemmenes interesser og skal fremme et godt samarbeide mellom medlemmene.

Bransjeforeningens oppgave er å hjelpe det enkelte medlem med råd og veiledning, og behandle saker som krever samlet vurdering. Foreningen skal fungere som et felles talerør for alpinanlegg og fjelldestinasjoner, den skal kunne drive markedsføringstiltak, prosjekter med fokus på utvikling, og bedring av forutsetninger og rammevilkår for alpinbransjen og tilknyttede næringer i fjelldestinasjonene.

Vi representerer per mars 2021 210 enkeltstående alpinanlegg samt 7 av de største destinasjonsselskapene i fjellregionen i Norge.



Innledning

Alpinturismen utgjør en sentral del av norsk reiseliv, og er viktig i mange bygder. Alpindestinasjonene tiltrekker seg utenlandske turister og norske hytteturister, hotellgjester og dagsreisende. Disse gjestene er blant dem som legger igjen mest penger per gjest, gjennom blant annet heisomsetning, skiutleie, hotellovernattinger og servering.

Sommerturismen har også økt de siste årene på flere alpindestinasjoner, som følge av at man har utviklet et mer helårs aktivitetstilbud med blant annet sykling.

Organisasjonen Norske alpinanlegg og fjelldestinasjoner bad i januar 2020 Menon analysere den økonomiske betydningen av å øke kapasitetsutnyttelsen hos medlemsdestinasjonene. Kapasiteten på fjelldestinasjonene er langt fra fullt utnyttet – selv ikke i vintermånedene.

Vi analyserer hvor stort verdiskapings- og sysselsettingspotensialet av å øke kapasitetsutnyttelsen vil være. Vi har gjort beregninger av ringvirkninger av å oppnå full utnyttelse på dagens tilgjengelige senger, som en teoretisk øvelse. Betydelig vekst i kapasitetsutnyttelsen er mulig, og vil gi store ringvirkninger selv om man ikke kommer opp på det teoretiske nivået med full utnyttelse.

Destinasjonene har selv samlet inn overnattingsdata der den offisielle overnattingsstatistikken ikke er treffsikker nok. Det er noe usikkerhet knyttet til beregningene, både til overnattingstallene og forbrukstallene.



Foto: Nils-Erik Bjørholt - Visitnorway.com

Trysil, Hemsedal og Geilo har flest varme senger

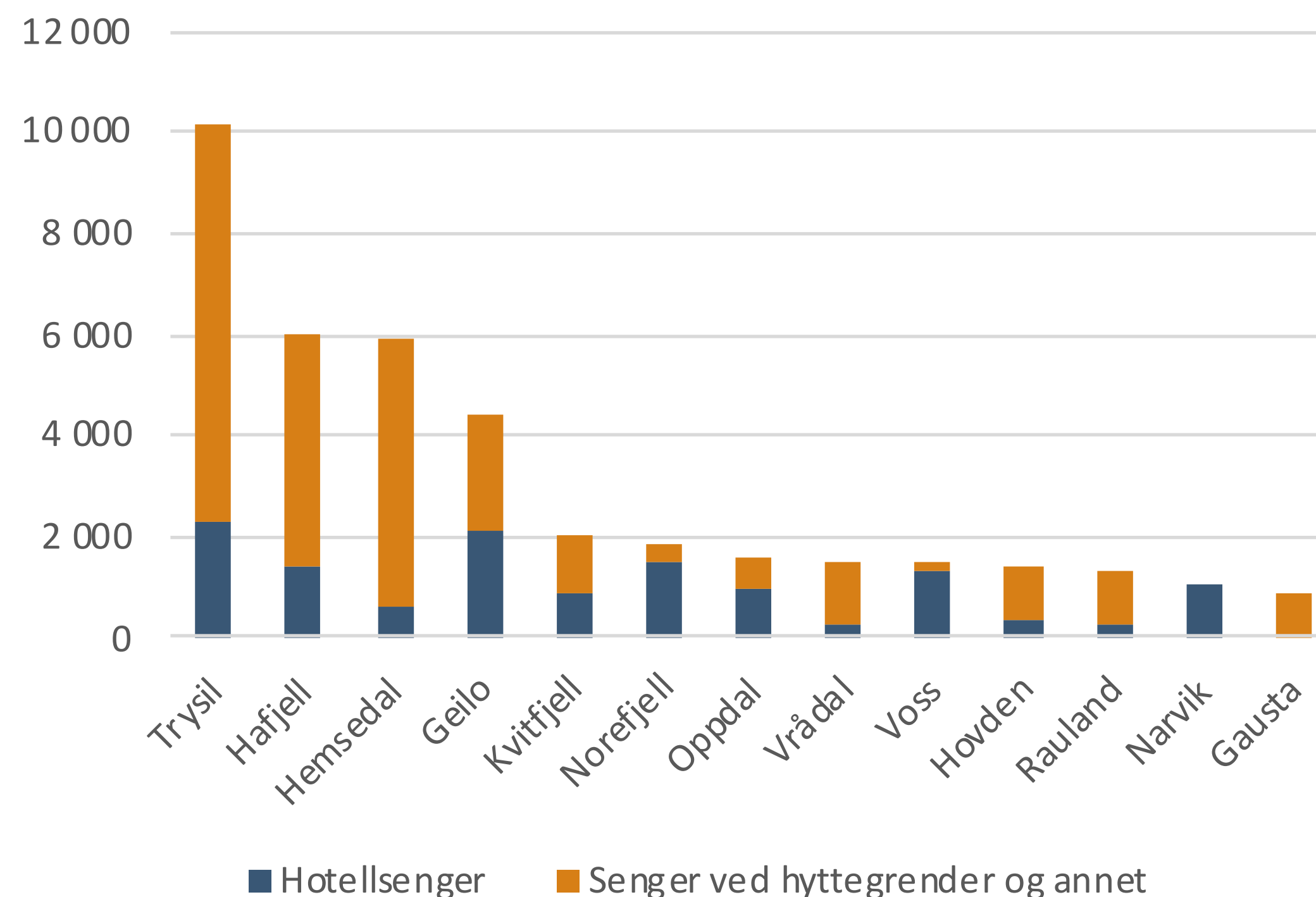
I mars 2019 var det 40 000 tilgjengelige utleiesenger ved destinasjonene som er medlemmer i vår bransjeforening. Trysil som er den største alpindestinasjonen, har mer enn 10 000 utleiesenger. Hafjell og Hemsedal er nest størst, med 6000 utleiesenger.

Geilo, som er en enda større hyttedestinasjon enn Hafjell og Hemsedal, har drøyt 4000 varme senger. Sammen med Norefjell, Voss, Oppdal og Narvik, har Geilo en høy andel hotellsenger av utleiesengene.

Destinasjonene har kartlagt varme senger, gjestedøgn og losjiovernatting der SSBs overnattingsstatistikk er mangelfull. Vi definerer varme senger som senger som er tilgjengelige for kommersiell utleie. Utleie gjennom Airbnb er ikke inkludert.

Bookingselskaper på destinasjonene er med i beregningen, med en sammensetning av utleiesenger som er regulert, og private senger som leies ut gjennom bookingselskaper på destinasjonen. Senger ved private fritidsboliger inkluderes ikke hvis de ikke leies ut gjennom bookingselskaper.

Antall tilgjengelige senger i mars 2019 ved destinasjonene.



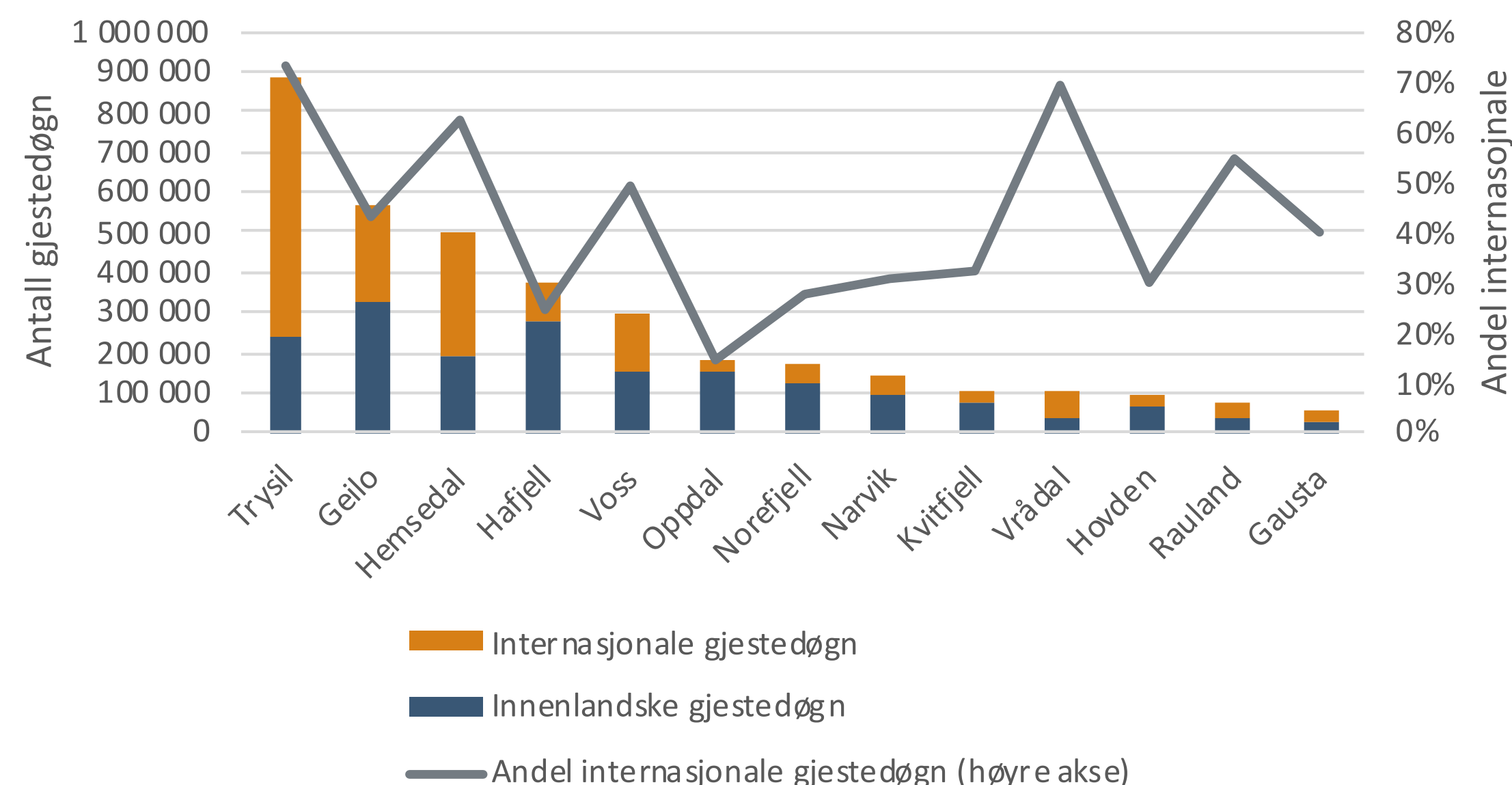
Internasjonale gjester står for halvparten av de 3,6 millioner gjestedøgnene

Fjelldestinasjonene hadde til sammen 3,6 millioner kommersielle gjestedøgn i 2019. Trysil hadde flest, fulgt av Geilo og Hemsedal. Tilreisende fra utlandet stod for 49 prosent av gjestedøgnene. De internasjonale gjestenes andel av gjestedøgnene var høyest i Trysil, Vrådal, Hemsedal og Rauland.

Blant de internasjonale er det flest tilreisende fra Danmark og Sverige.

I Trysil er det litt flere svensker enn dansker, mens det i fjelldestinasjonene i Telemark og Agder er flere dansker.

Antall gjestedøgn fordelt på marked (venstre akse), og andel internasjonale gjester (høyre akse), ved destinasjonene i 2019



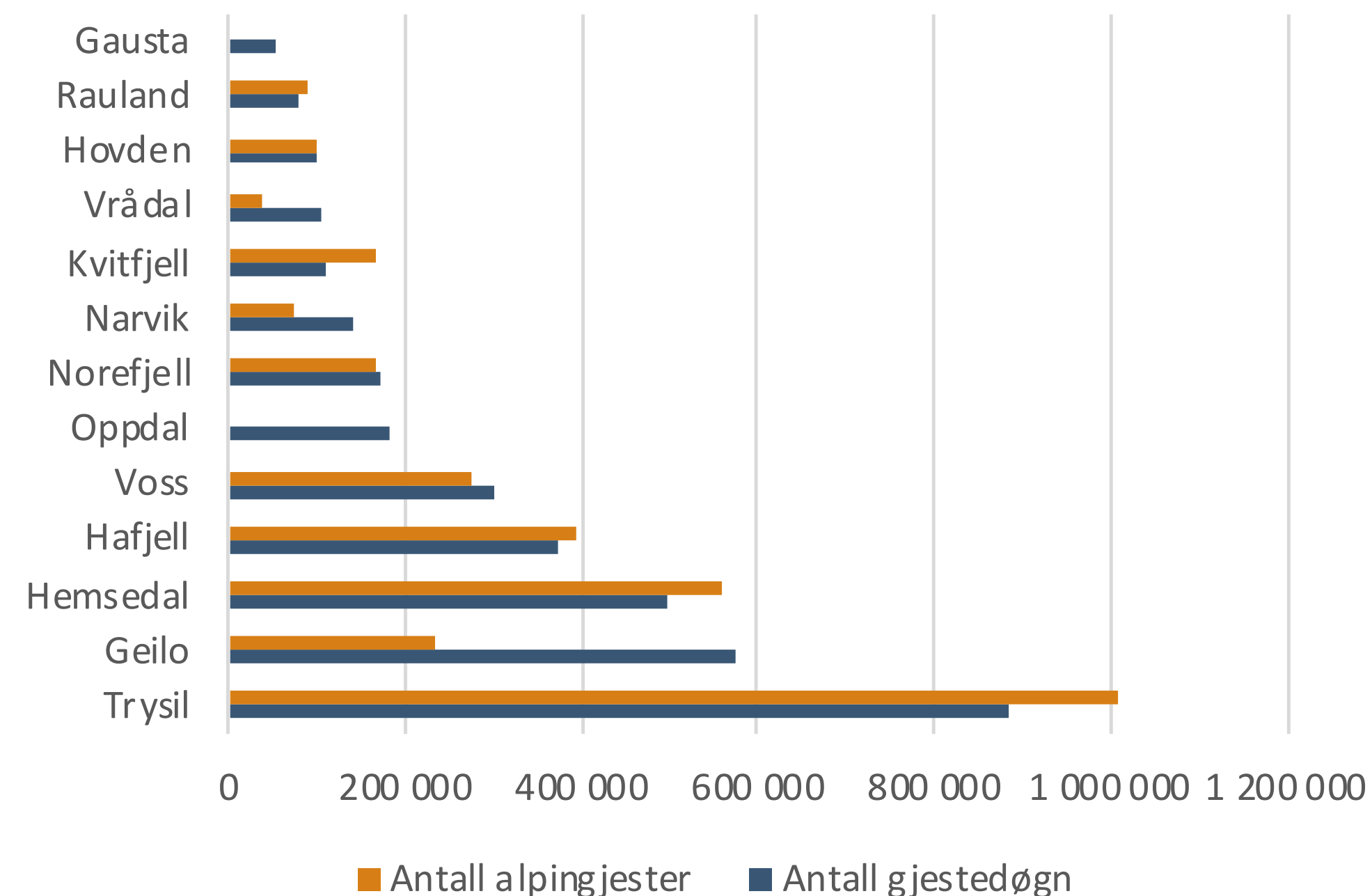
De mest rendyrkede alpindestinasjonene har flere alpingjester enn gjestedøgn

Alpindestinasjonene hadde 3,6 millioner gjestedøgn i 2019, og omtrent like mange gjester i alpinanleggene. Trysil, Hemsedal, Hafjell, Kvitfjell og Rauland hadde flere gjester i alpinanlegget enn kommersielle gjestedøgn.

Ikke alle alpingjestene overnatter. Det er også mange alpingjester som holder til i private hytter.

Det er naturligvis også en del gjester ved alpindestinasjonene som ikke står alpint. Det gjelder hele sommersesongen og/eller når heisene er stengt. Og vintergjestene står gjerne ikke hver dag. Flere av destinasjonene kjører også deler av heisanlegget om sommeren, så folk kommer seg til fjells. Noen av disse har oppgitt dette i tallgrunnlaget.

Antall gjester i alpinanlegget og antall gjestedøgn (ikke alle har oppgitt antall alpingjester)



De fleste sengene er «tilgjengelige» hele året

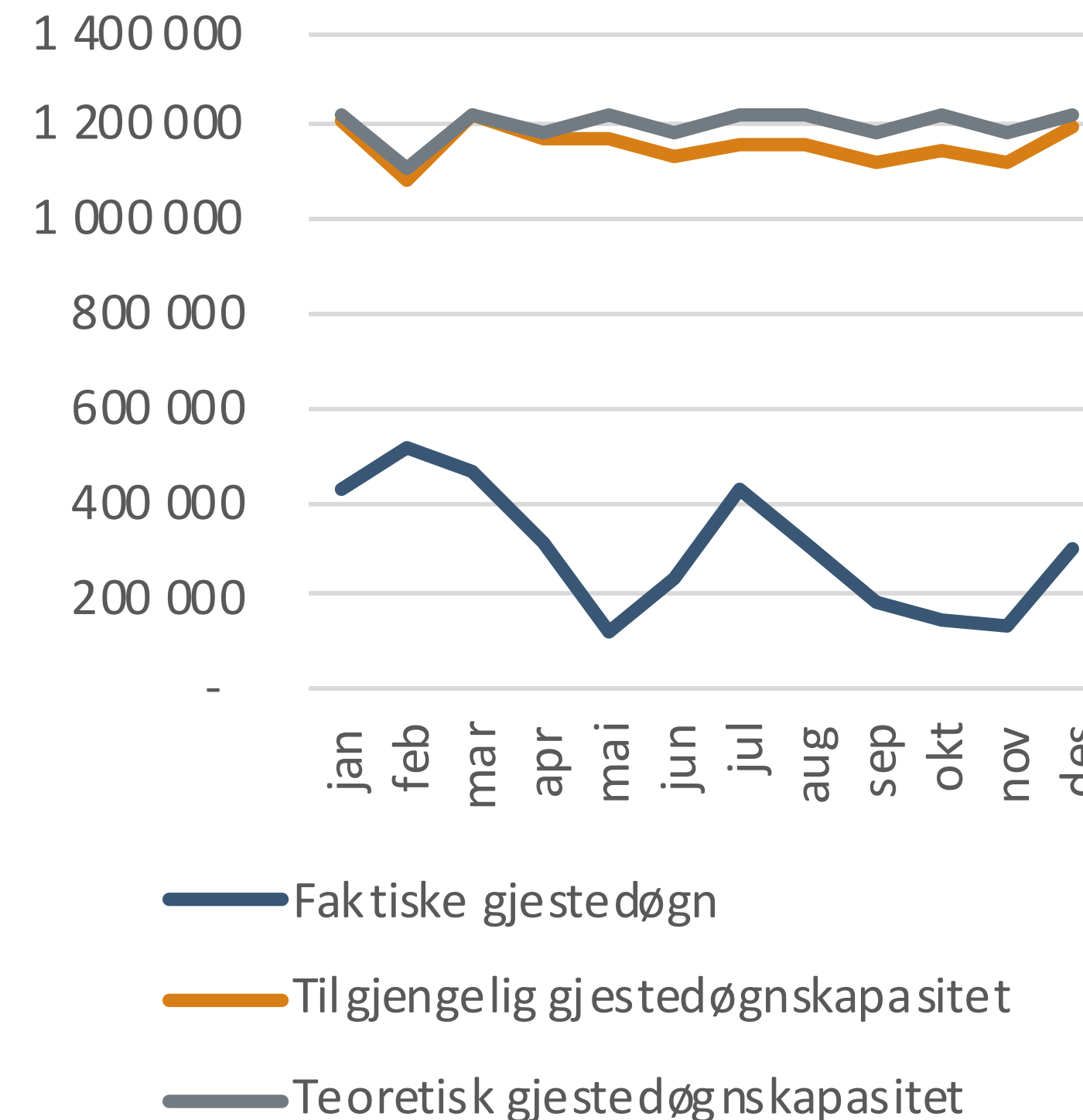
Alpindestinasjonene har en teoretisk kapasitet på mer enn 14 millioner årlige gjestedøgn. Da fylles alle de eksisterende sengene hver natt, og de er tilgjengelige hele året. Destinasjonene har samlet sett et stort potensial i aktivitets- og arrangementsutvikling, og det kan være viktig for lønnsomheten og sysselsettingen med helårs trafikk.

Flertallet av destinasjonene oppgir å ha hatt det samme antallet tilgjengelige senger for utleie hele året. Da er det bare variasjon i antall dager i måneden som gir variasjon i tilgjengelig gjestedøgnskapasitet per måned. Dermed ligger tilgjengelig kapasitet nært opp til teoretisk gjestedøgnskapasitet, med dagens antall senger.

I Trysil, derimot, har stengt noen av hotellene i enkelte måneder i lavsesong. Antall tilgjengelige senger per døgn ble redusert fra ca. 2300 i vintermånedene til ca. 1300 fra mai til november i 2019. Til tross for dette, er Trysil en av destinasjonene som har lyktes best med å øke sommerturismen de siste årene.

I praksis er det vanskelig å gå mot full kapasitetsutnyttelse både på senge- og rombasis. Enkelte perioder er det vanskelig å fylle sengene, fordi folk ikke reiser til fjells. Det gjelder både ukedager gjennom året, og det gjelder lavsesong i fjellet (særlig mai og sen høst). Destinasjonene jobber for å øke kapasitetsutnyttelsen ved blant annet målrettet markedsføring, ulike pakketilbud og billigere restplasser. Destinasjonene som har god hotellkapasitet har greit belegg om høsten, med kurs og konferanser, eventer etc.

Faktiske gjestedøgn per måned i 2019, sammenliknet med antall gjestedøgn ved fullt belegg på tilgjengelige enheter, og ved fullt belegg hvis alle enheter var tilgjengelig for utleie hele året.



Varierende kapasitetsutnyttelse gjennom året ved norske alpindestinasjoner

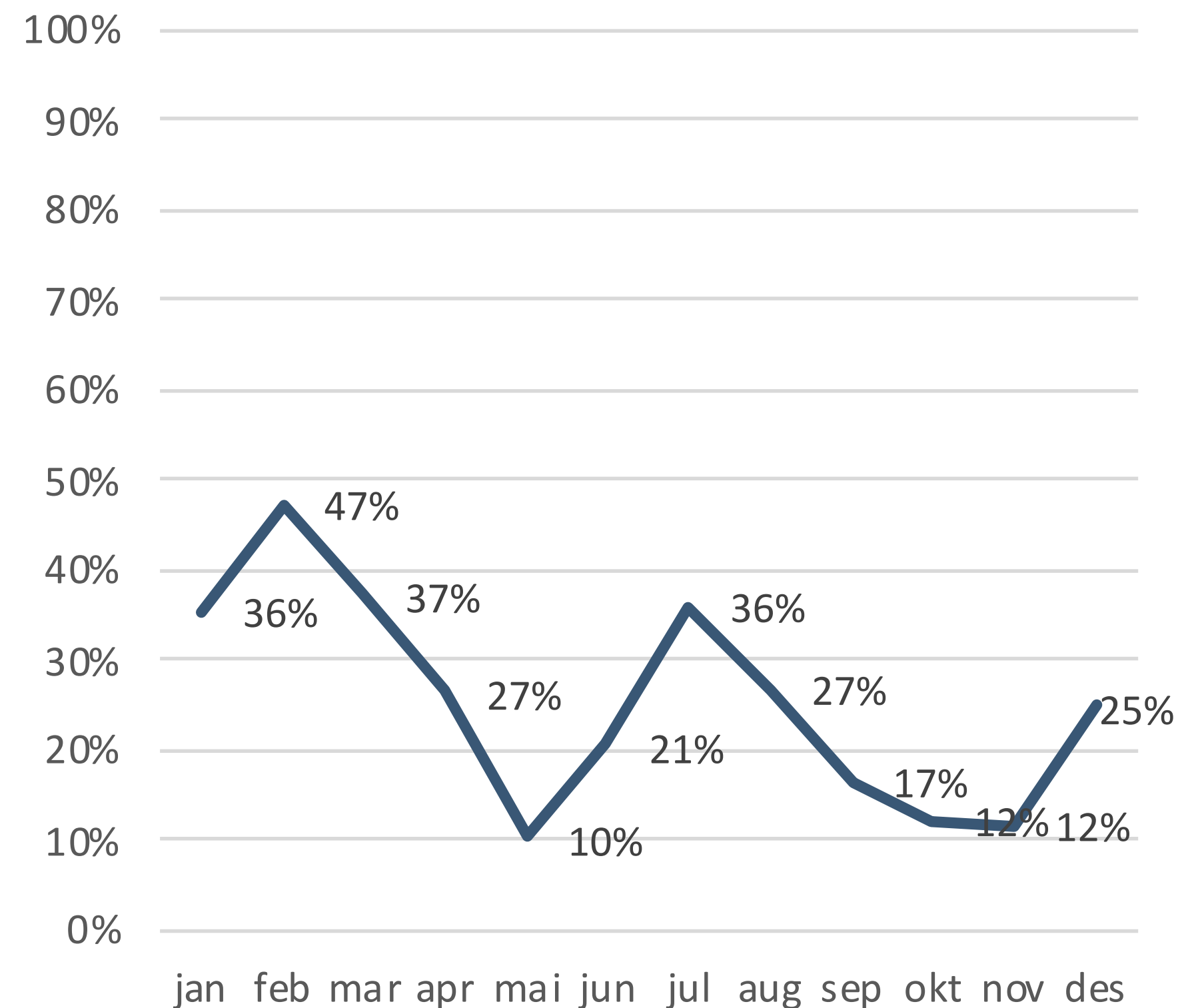
De større alpinanleggene er som regel åpne fra og med november eller desember til og med slutten av april. Ved alpindestinasjonene er det perioden mellom jul og påske som er høysesong, med topper i jule-, vinter- og påskeferien.

For de 13 alpindestinasjonene i Norske Fjell sett under ett, var det i februar 2019 man hadde høyest kapasitetsutnyttelse på sengebasis, med nesten 50 prosent. Kapasitetsutnyttelsen var også relativt høy i januar, mars og juli, med 36-37 prosent kapasitetsutnyttelse.

At kapasitetsutnyttelsen ikke er høyere enn 50 prosent i høysesong kan delvis forklares med at det også i høysesong kan være mye ledig på hverdagene. Dette gjelder særlig for de destinasjonene som har mange norske gjester, som ofte kommer for ei helg, mens utlendingene har lengre gjennomsnittlig opphold. Dessuten er andel utleide senger som regel lavere enn andel utleide rom, ved at det er færre gjester enn senger per utleieenhet. Kapasitetsutnyttelsen på rombasis er derfor høyere enn vist her.

For Norge som helhet er det sommeren som er den største turistsesongen. Også alpindestinasjonene får en del sommergjester. Et økende aktivitetstilbud, i tillegg til mer tradisjonelle sommeraktiviteter som fjellvandring, har bidratt til økning i sommerturismen ved fjelldestinasjonene.

Gjennomsnittlig kapasitetsutnyttelse på senger per måned i 2019 ved alpindestinasjonene.



Trysil har høyest kapasitetsutnyttelse om vinteren

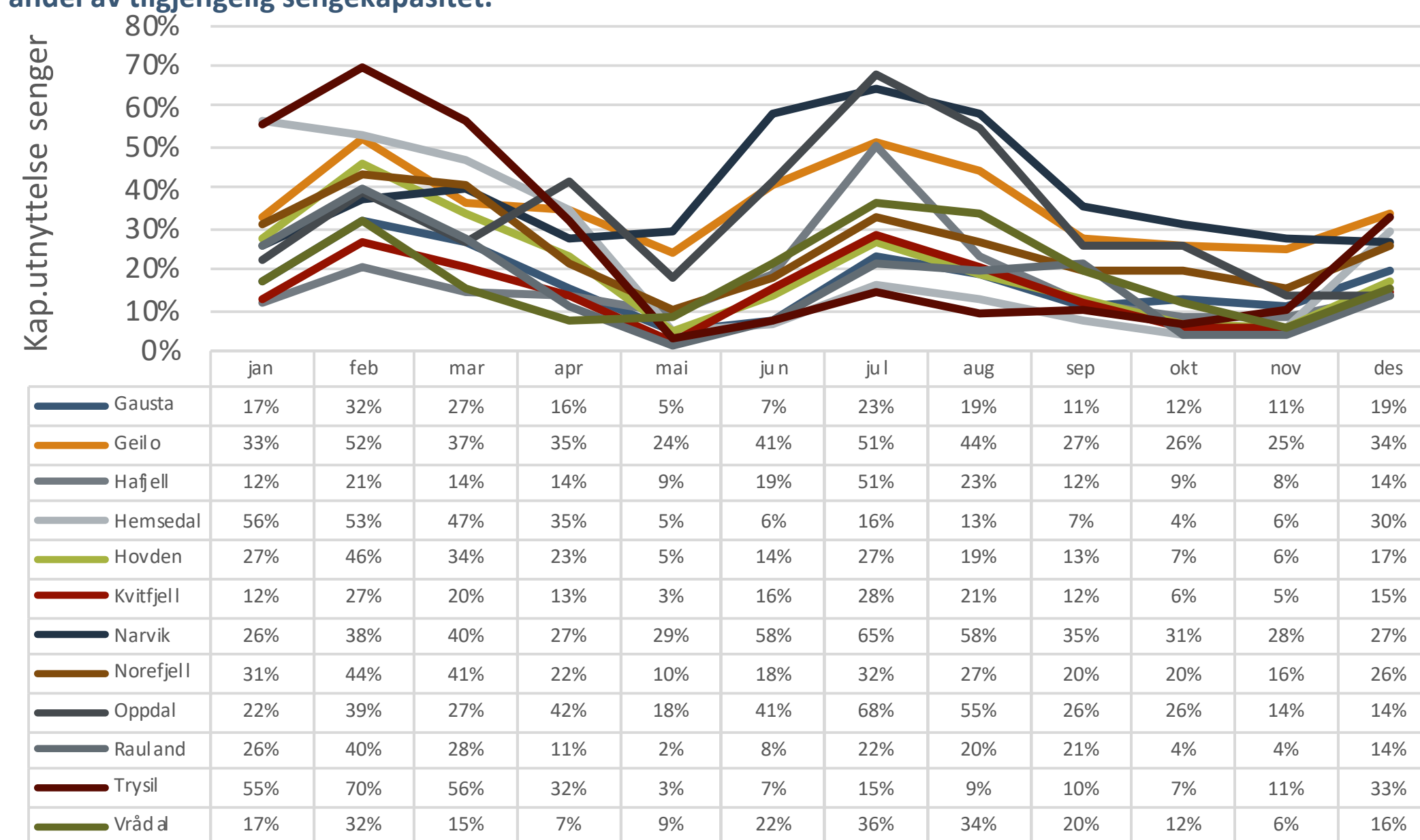
Det er relativt stor variasjon i kapasitetsutnyttelsen på sengebasis til alpindestinasjonene gjennom året.

Trysil hadde den klart høyeste kapasitetsutnyttelsen i vintersesongen i 2019, med 70 prosent i februar og nesten 60 prosent i januar og mars.

Oppdal, Narvik, og Geilo var destinasjonene med den høyeste kapasitetsutnyttelse sommeren 2019. Disse destinasjonene har, som vist på side 3, en høy andel hotellsenger av de tilgjengelige utleiesengene.

Når vi beregner kapasitetsutnyttelse på sengebasis, tar vi ikke høyde for at rom/boenheter kan være utleid uten at alle senger fylles. En utleid enhet med ledige senger gir lik losjiinntekt, men lavere turistomsetning, som ved fylte senger.

Månedlig kapasitetsutnyttelse på sengebasis ved destinasjonene i 2019, målt som antall gjestedøgn som andel av tilgjengelig sengekapasitet.



Hvem er skituristene?

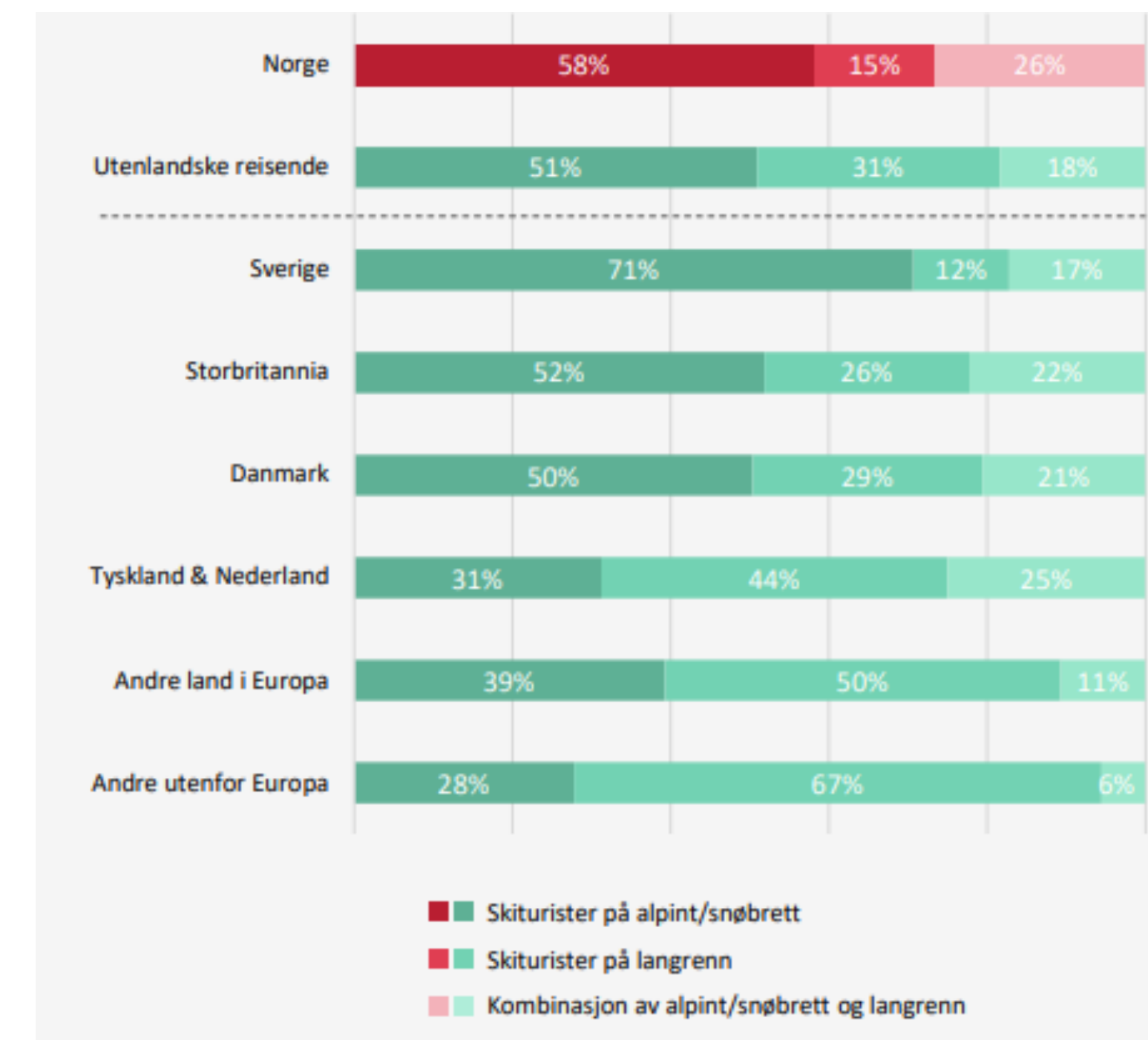
Hovedmålgruppen til alpindestinasjonene er aktivitetsorienterte familier med barn i alle aldre. De skal på alpin vinterferie og/eller på ferie med sykkel- og fjellaktiviteter om sommeren og høsten. Familiene har relativt god økonomi, og kommer fra nærmarkedene i Skandinavia og øvrige utvalgte europeiske land. Hovedmålgruppen er opptatt av snøsikkerhet, variasjon i ski- og sykkelproduktet, at destinasjonen er godt tilrettelagt for barnefamilier og at tilgjengeligheten til destinasjonen er god. Familiene blir lenge på destinasjonen, gjør ulike aktiviteter og bruker ulike tjenester.

Ifølge Innovasjon Norges rapport om skituristene i 2019, basert på Turistundersøkelsen, kom et stort flertall av skituristene for å stå alpint eller på snøbrett, eller en kombinasjon av dette og langrenn, som vist i figuren til høyre.

Blant utlendingene var det flest fra Danmark og Sverige i 2019, fulgt av Storbritannia. Norge hadde styrket sin markedsandel hos svenske skiturister noe fra forrige sesong. Markedsandelen hos danske skiturister var noe redusert til fordel for blant annet Østerrike.

Gjennomsnittlig oppholdslengde for skiturister var 3,4 døgn for innenlandske gjester, og 6,2 døgn for internasjonale gjester. Dette indikerer at ukedagsturer er vanlig for utenlandske gjester på skiferie i Norge, mens det er mer vanlig med langhelger for norske gjester.

Fordelingen av alpin-, langrenns- og kombinasjonsskiturister innenfor hvert av de valgte markedene. Kilde: Turistundersøkelsen 2019

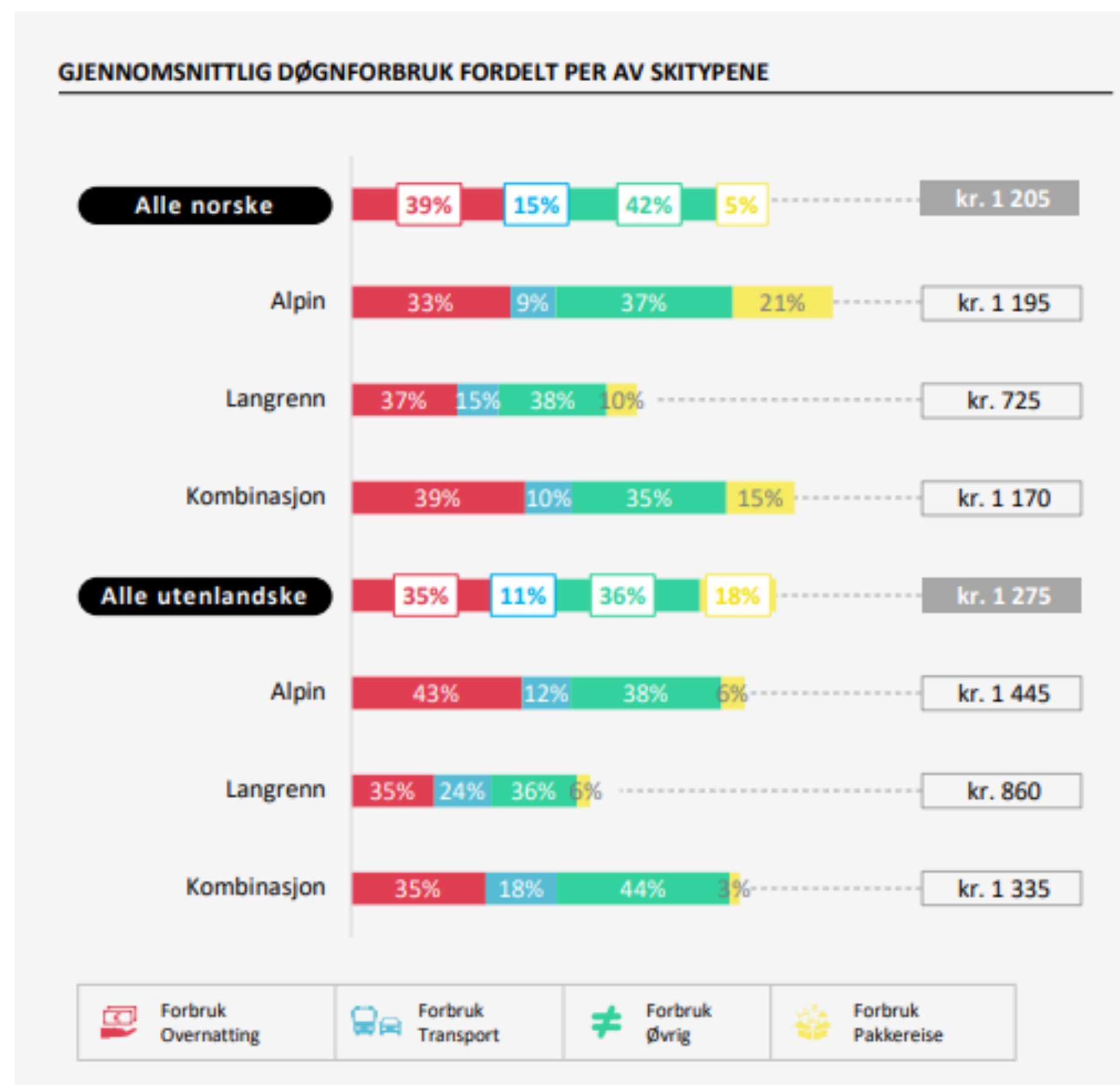


Utenlandske gjester bruker nesten 1500 kroner i døgnet

Ifølge Innovasjon Norges Turistundersøkelse fra 2019, hadde skiturister et gjennomsnittlig døgnsforbruk på mellom 1200 og 1300 kroner. Norske og utenlandske skiturister har relativt likt døgnsforbruk.

Det er også forskjeller mellom ulike typer skiturister. Alpinturister bruker betydelig mer penger enn de som kommer for å gå langrenn. Utenlandske alpinturister har også høyere døgnsforbruk enn de norske.

En drøy tredel av forbruket til skituristene brukes på overnatting. Enda mer brukes på «øvrig forbruk», som inkluderer store forbrukskategorier som servering, varehandel og heiskort.



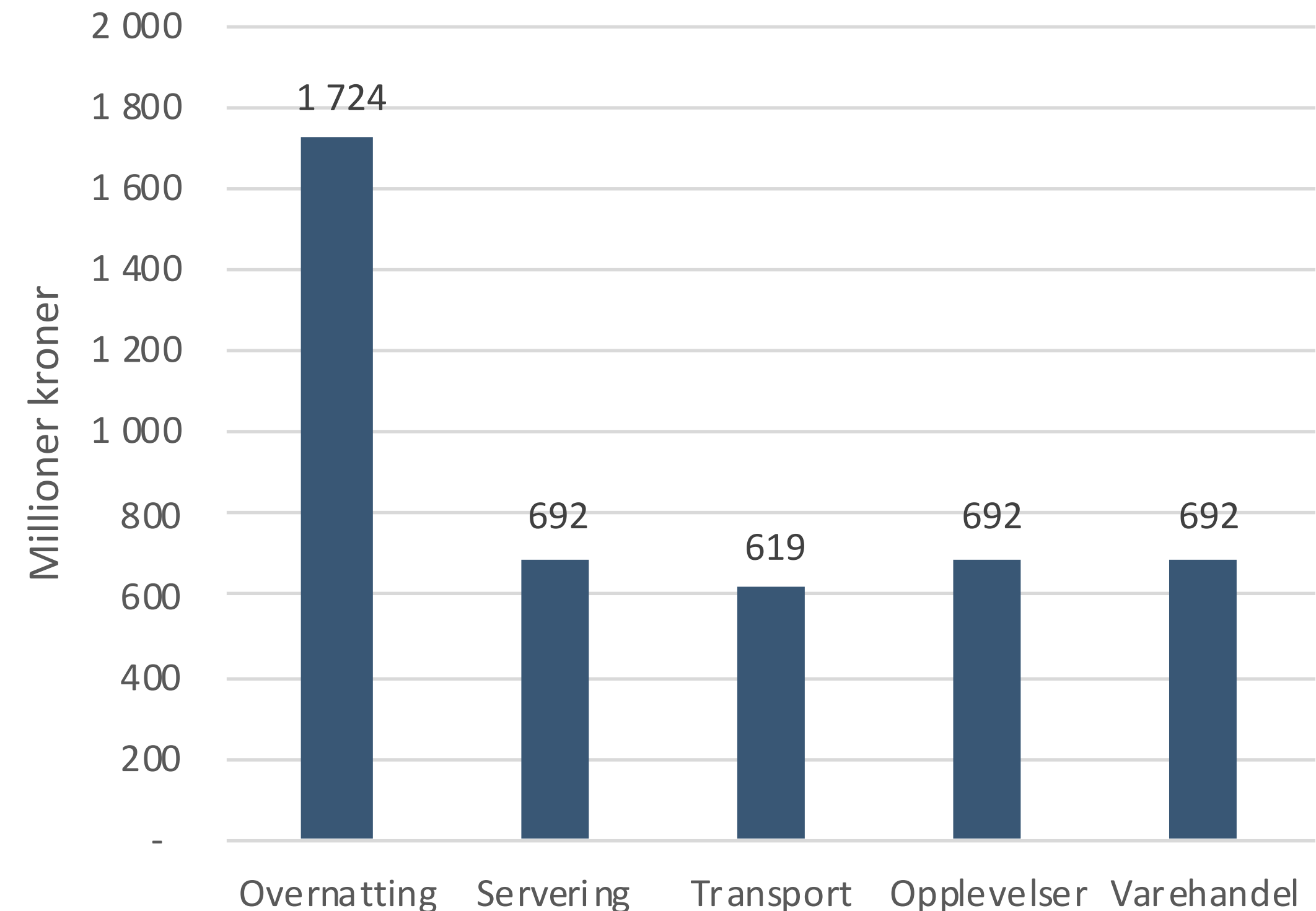
Gjestene la igjen 4,4 milliarder kroner ved 13 alpindestinasjoner i 2019

Vi finner at gjestene ved kommersiell overnatting på destinasjonene i Norske Fjell la igjen drøyt 4,4 milliarder kroner under sine opphold i 2019. Vi legger da til grunn forbrukstall for skiturister fra Turistundersøkelsen 2019 for beregningene.

Gjestene brukte mest penger på overnatting. Også bedrifter som leverer tjenester innen servering, transport, opplevelser og varehandel fikk store inntekter fra disse gjestene. Vi legger til grunn at hver gjest i gjennomsnitt bruker nesten 200 kroner per døgn på hver av disse forbrukskategoriene, det vil si mer enn en halv milliard kroner til sammen.

49 prosent av de 3,6 millioner gjestedøgnene i 2019 var internasjonale gjester. Vi beregner at disse står for en noe høyere andel av forbruket, siden de bruker mer penger i gjennomsnitt per døgn. Inntektene fra internasjonale gjester er eksportinntekter til Norge. Men norske gjester kunne også alternativt valgt å feriere utenlands, og forbruket til tilreisende fra andre norske regioner kan også betraktes som lokale eksportinntekter.

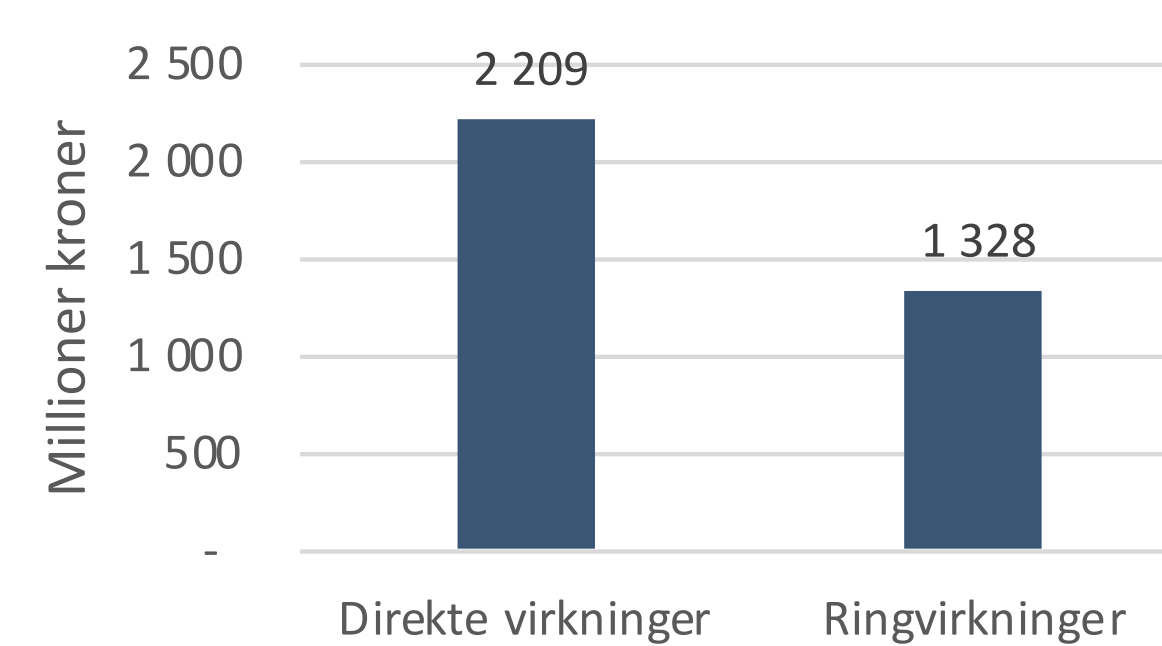
Beregnet forbruk (omsetning) hos gjestene ved destinasjonene i 2019.



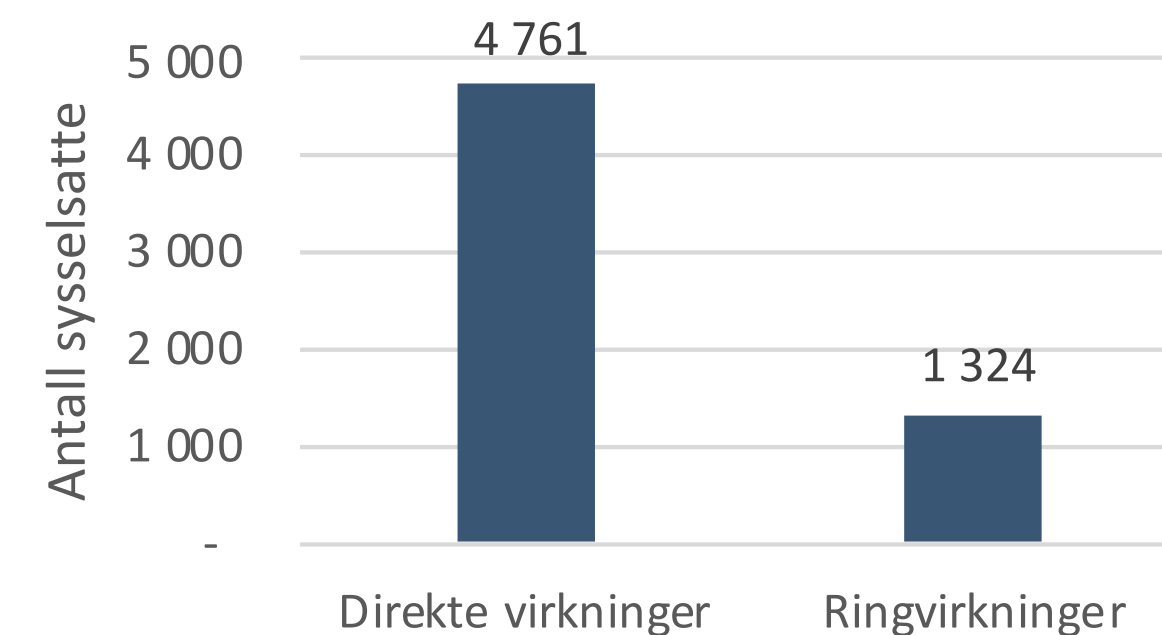
Ringvirkninger av forbruket i 2019

- verdiskaping og sysselsetting

Omsetningen på 4,4 milliarder kroner tilsvarer omtrent 2,2 milliarder kroner i verdiskaping i reiselivsbedriftene. I tillegg kommer ringvirkninger hos innenlandske underleverandører til disse med en verdiskaping på drøyt 1,3 milliarder kroner. Forbruket fra de tilreisende på 4,4 milliarder kroner gir grunnlag for nær 4800 sysselsatte direkte i reiselivsbedriftene. I tillegg beregner vi at det gir ringvirkninger i form av omtrent 1300 arbeidsplasser hos reiselivsbedriftenes innenlandske underleverandører.



Ringvirkninger i form av verdiskaping av gjestenes forbruk i 2019.



Ringvirkninger i form av sysselsatte av gjestenes forbruk i 2019.

Økt reiselivsomsetning og økte ringvirkninger ved økt kapasitetsutnyttelse

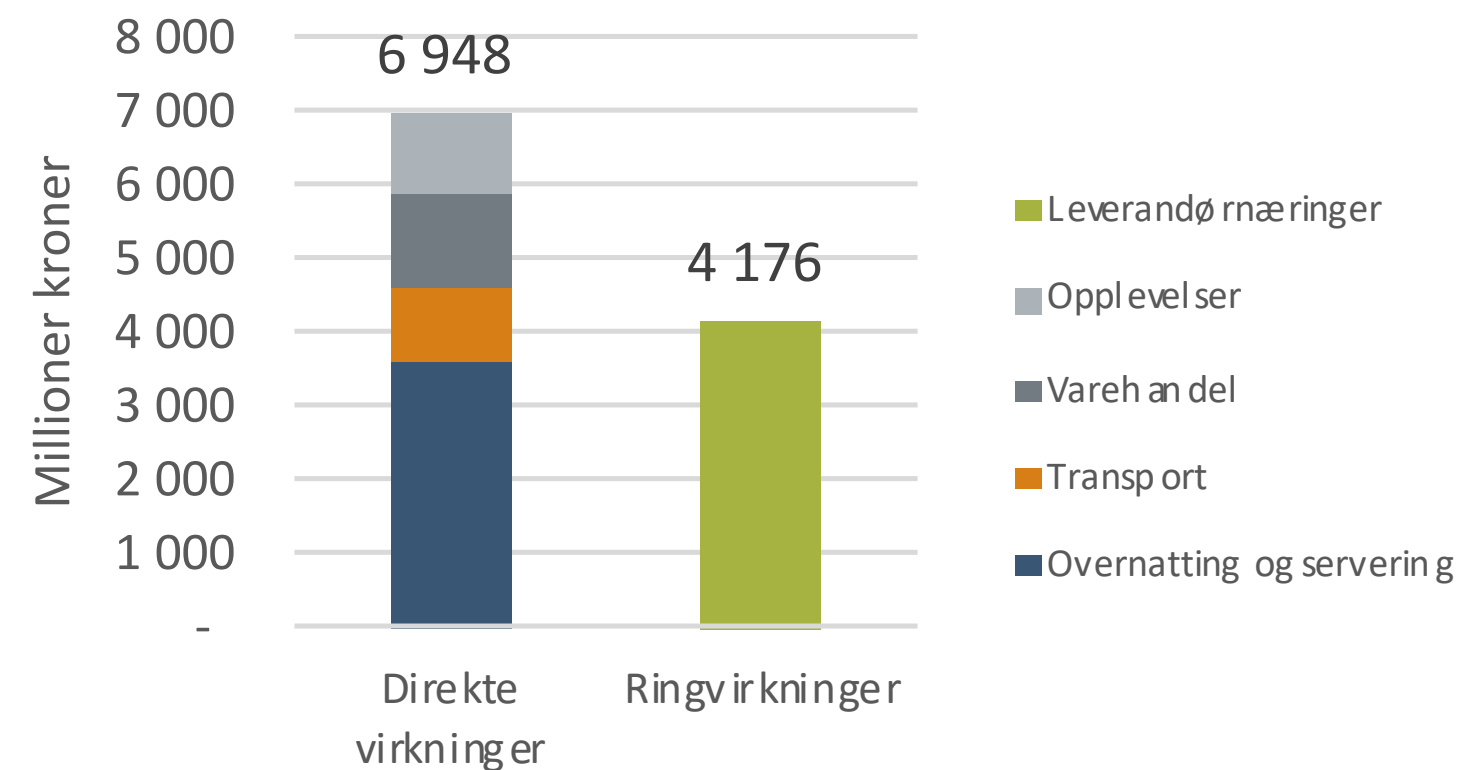
Den tilgjengelige sengekapasiteten i 2019 var 14,8 millioner gjestedøgn. Faktisk antall gjestedøgn var 3,6 millioner. Vi har beregnet at en økning tilsvarende 11,2 millioner ekstra gjestedøgn ville fylt alle sengene hver natt. Med likt gjennomsnittlig døgnforbruk som antatt for de faktiske gjestene, ville full kapasitetsutnyttelse gitt et ekstra turistforbruk på 13,9 milliarder kroner.

13,9 milliarder kroner i omsetning tilsvarer en verdiskaping på 6,9 milliarder kroner og 15 000 sysselsatte direkte i reiselivsbedriftene.

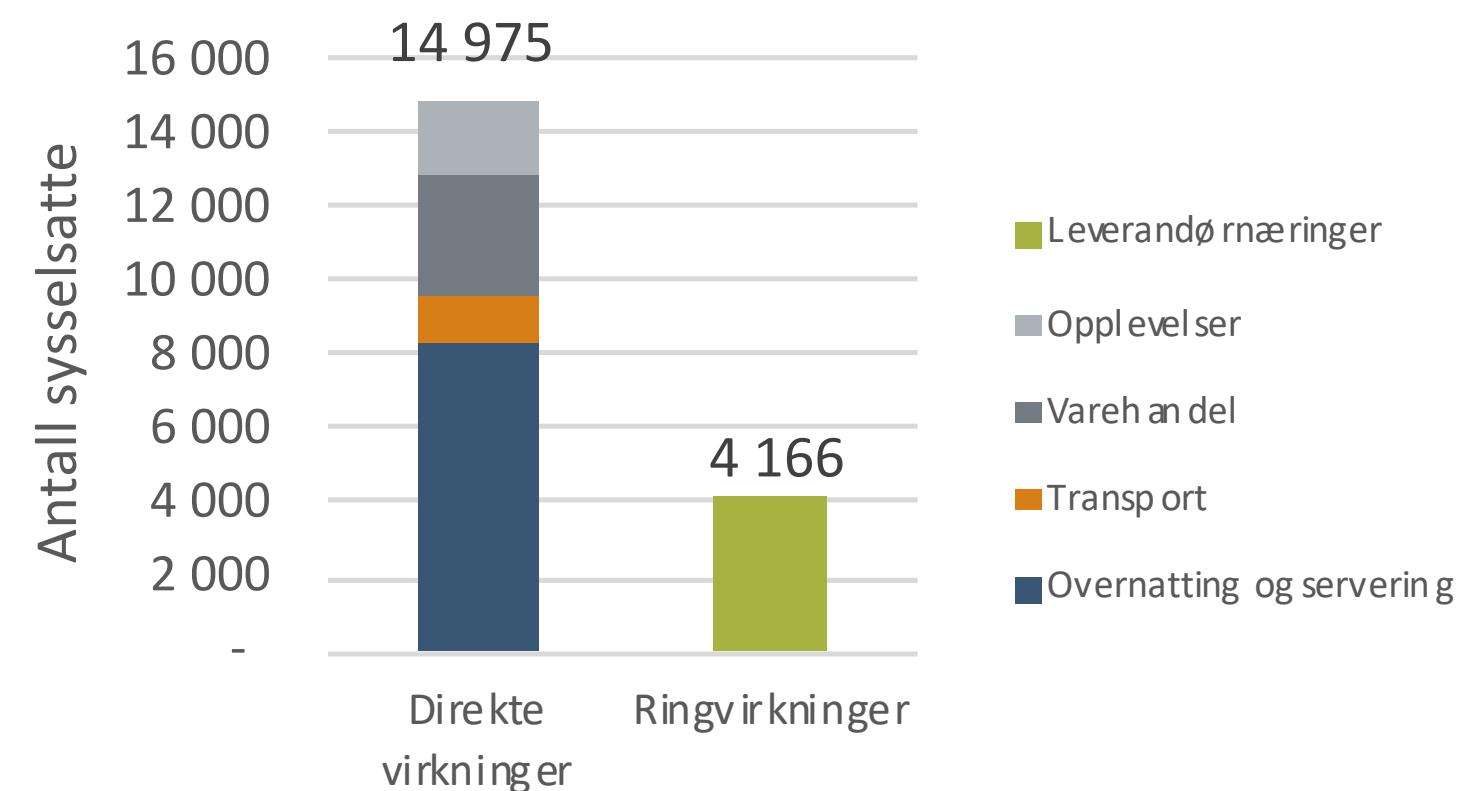
I tillegg kommer indirekte ringvirkninger i verdikjeden som følge av reiselivsbedriftenes innenlandske innkjøp av varer og tjenester: 4,2 milliarder kroner i verdiskaping og 4200 sysselsatte.

To forbehold:

- Når man jobber for å øke kapasitetsutnyttingen, er det naturlig å redusere gjennomsnittsprisene på overnatting og eventuelt heiskort for å tiltrekke flere kunder. Det er mange reiselivsaktører i inn- og utland som konkurrerer om de samme gjestene.
- Høyere belegg og flere gjester legger til rette for effektivisering: Sysselsettingen øker gjerne mindre enn omsetningen når kapasitetsutnyttelsen øker, ved at man kan utnytte stordriftsfordeler.



Økte ringvirkninger i form av verdiskaping av full kapasitetsutnyttelse på overnatting i 2019.



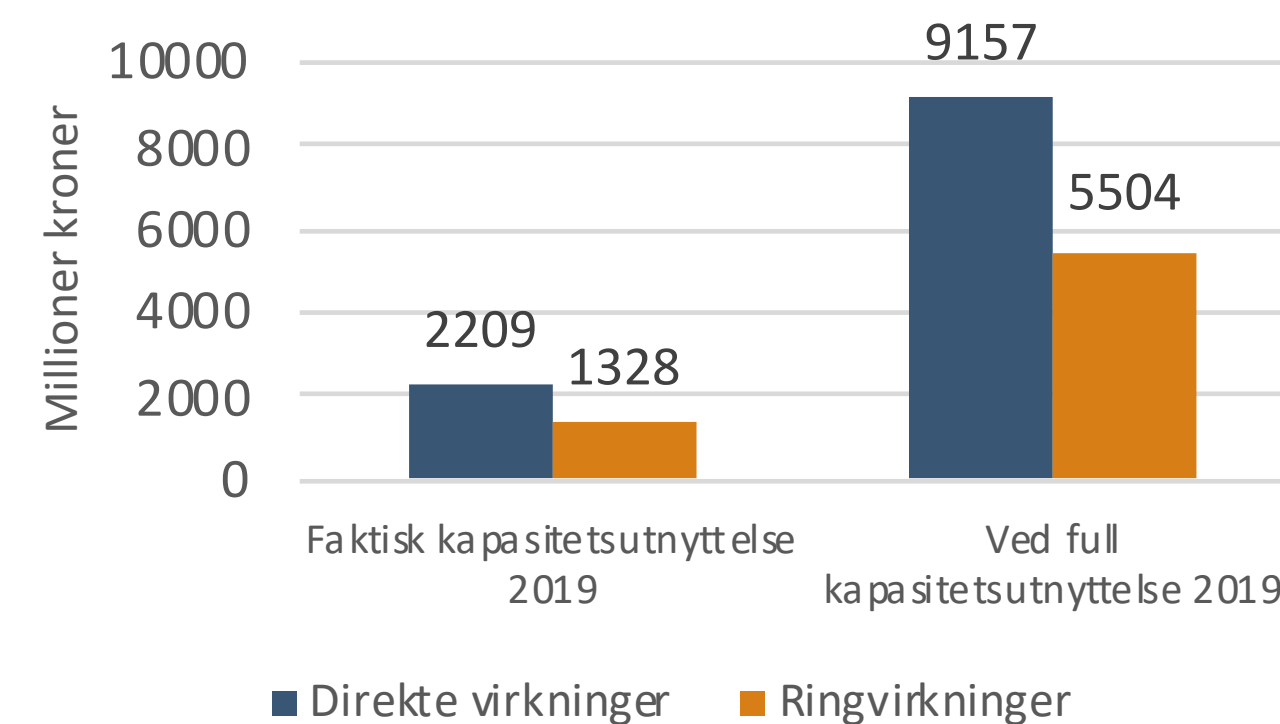
Økte ringvirkninger i form av sysselsetting av full kapasitetsutnyttelse på overnatting i 2019.

Oppsummering

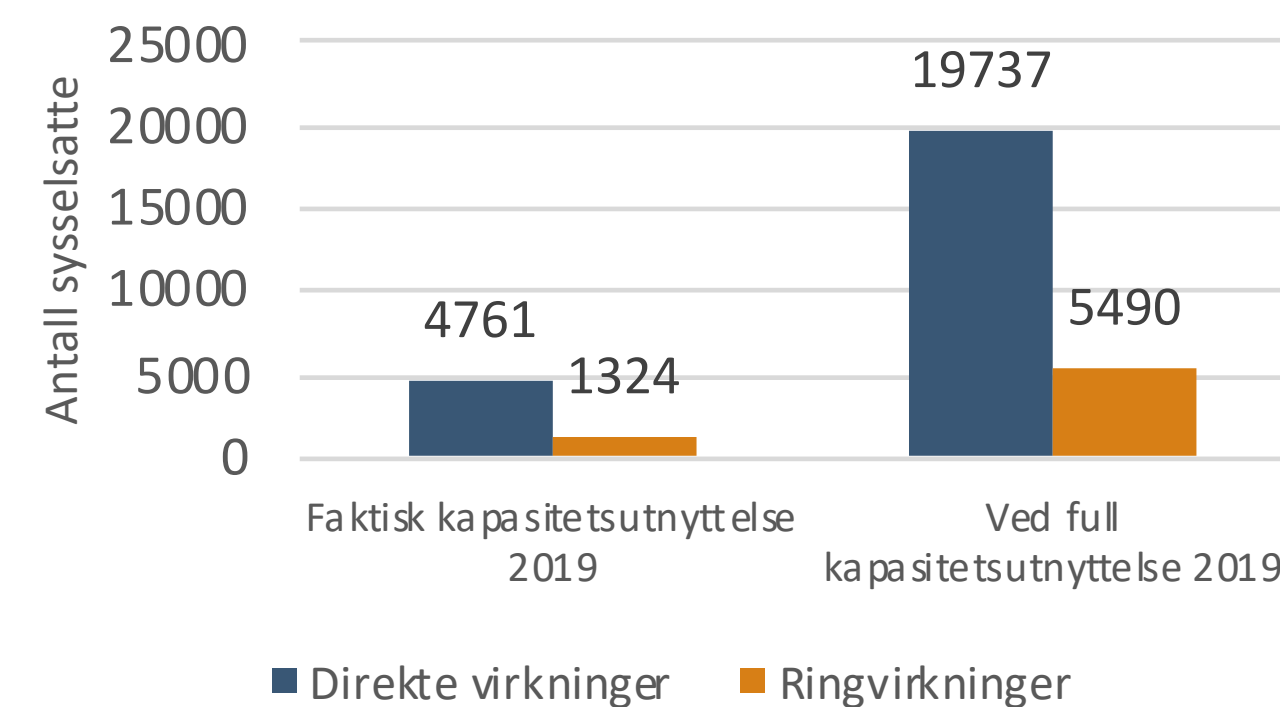
Ved å gå fra dagens kapasitetsutnyttelse (3,6 millioner gjestedøgn) til full kapasitetsutnyttelse på sengebasis (14,8 millioner gjestedøgn), øker den årlige omsetningen fra de kommersielle gjestene ved alpindestinasjonene med 13,9 milliarder kroner, fra 4,4 milliarder kroner til totalt 18,3 milliarder kroner.

Til sammenlikning var det samlede turistkonsumet i Norge på 186 milliarder kroner i 2018, ifølge SSBs satellittregnskap for turisme. Årlig verdiskaping i reiselivsbedriftene avledet av dette forbruket øker fra 2,2 milliarder kroner til 9,2 milliarder kroner ved å fylle alle sengene. Antall sysselsatte øker fra 4800 til 19 700. Økningene skyldes den ekstra turistomsetningen fra et økt antall gjester. Beregningene viser brutto ringvirkninger, og tar ikke hensyn til fortrenningseffekter ved at ny økonomisk aktivitet i noen grad fortrenger annen aktivitet.

Vi har ikke lagt inn antakelser om produktivitetsvekst eller endringer i stillingsbrøker. Vi skiller ikke mellom heltids- og deltidsstillinger i beregningene, men økt sysselsetting sett i sammenheng med jevnere sesongfordeling kan i mange tilfeller gi flere helårsstillinger heller enn flere ansatte.



Verdiskapingsvirkninger ved faktisk og full kapasitetsutnyttelse i 2019



Sysselsettingsvirkninger ved faktisk og full kapasitetsutnyttelse i 2019

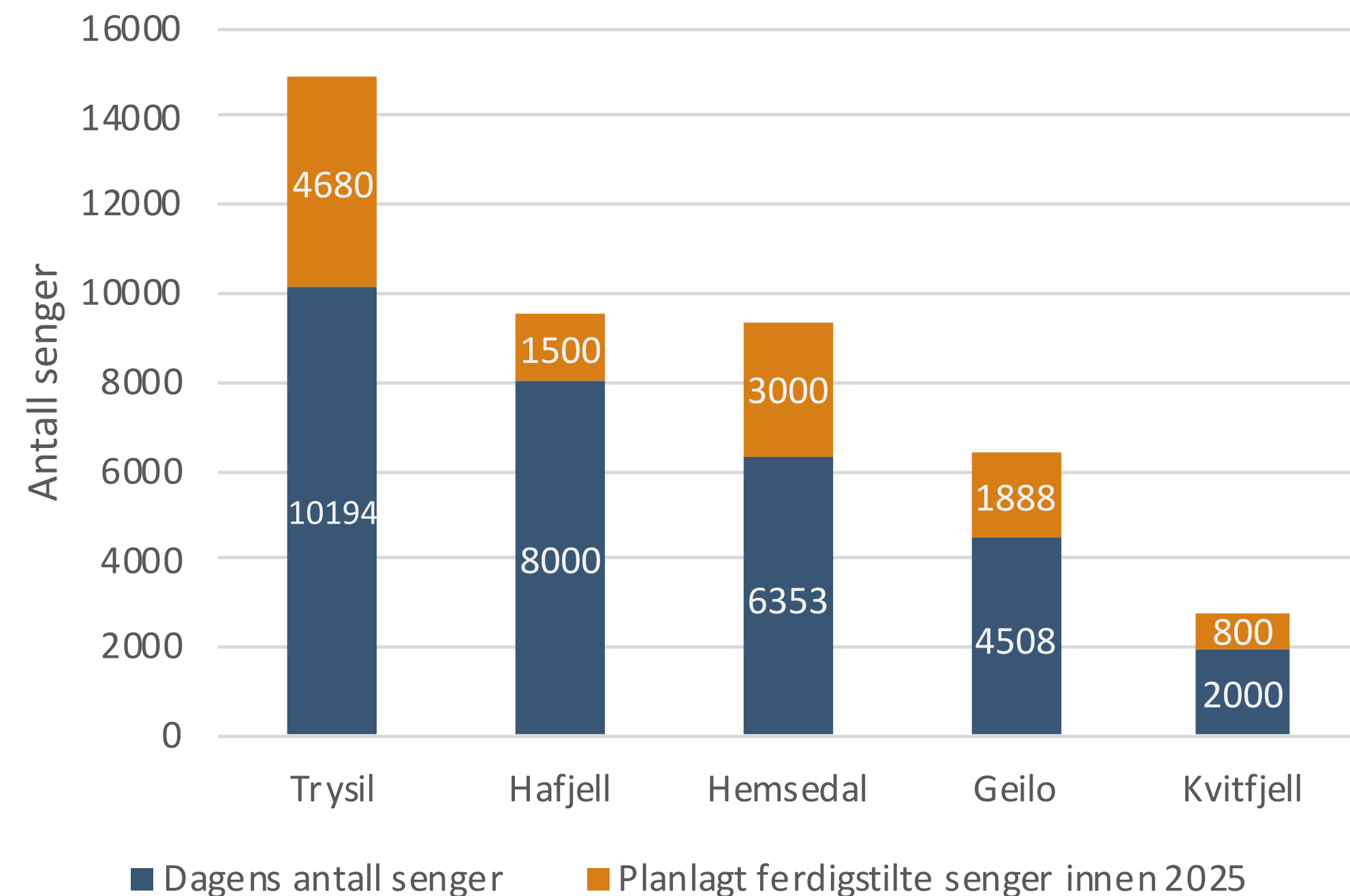
Strategi for næringsutvikling i fjell og innlandet

Vedlegg

Effekter av planlagte nye senger hos Geilo, Hemsedal, Kvitfjell, Hafjell og Trysil

- Tidligere i rapporten analyserte vi dagens sengekapasitet. Det er også relevant å se på allerede vedtatte planer for bygging av nye senger og dermed utvidelse av kapasiteten. Her vil vi se på godkjente planreserver for videre sengeutvikling hos de større destinasjonene.
- Fra Geilo, Hemsedal, Kvitfjell, Hafjell og Trysil har vi samlet inn opplysninger om planlagte nye utleiesenger med ulik tidshorisont. Nesten 12 000 nye senger ved disse destinasjonene planlegges ferdigstilt innen 2025. Flest nye senger planlegges i Trysil, fulgt av Hemsedal og Geilo.
- Framtidige gjester i nybygde senger vil i stor grad benytte etablert infrastruktur og allerede båndlagte arealer, og kan dermed legge til rette for en reiselivsvekst som i stor grad er bærekraftig.

Planlagte nye senger i Geilo, Hemsedal, Trysil, Kvitfjell og Hafjell, og hvor mange av disse som planlegges ferdigstilt innen 2025



Regneeksempel

- konsumeffekter ved 50% kapasitetsutnyttelse på de nybygde sengene i 2025

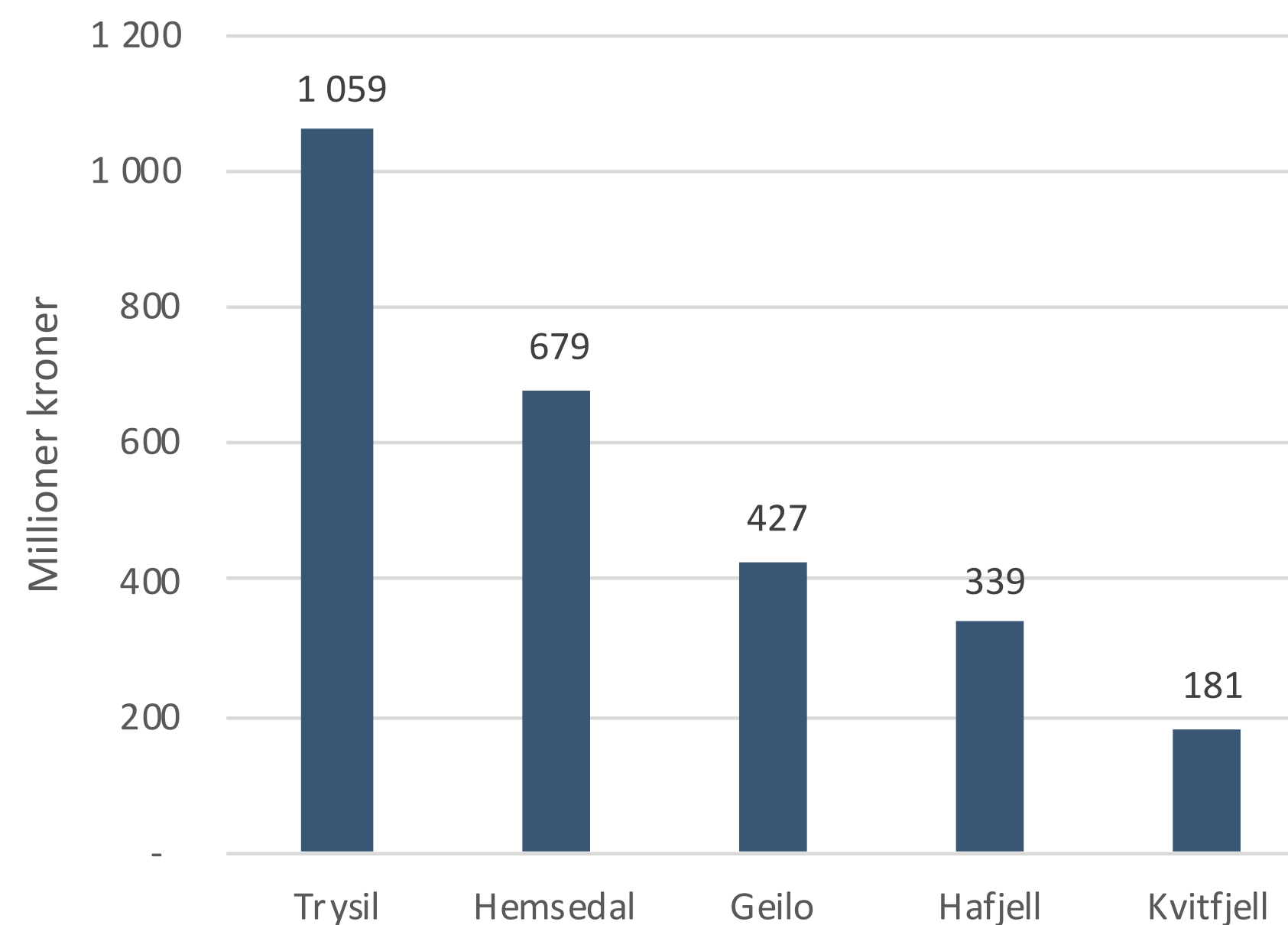
De nye sengene i 2025 kan gi 2,2 millioner ekstra årlige gjestedøgn på disse fem destinasjonene, og 2,7 milliarder kroner i økt turismosetning i det lokale reiselivet og varehandelen.

- Det forutsetter 50 prosent kapasitetsutnyttelse på de nybygde sengene i 2025, som vi anser som et passende anslag ut fra gjennomsnittlig belegg i dag. Vi legger til grunn de samme gjennomsnittlige forbrukstallene som tidligere i rapporten. Vi har ikke lagt inn forventet prisstigning eller økning i døgnforbruk.

2,7 milliarder kroner i økt turismosetning tilsvarer en verdiskaping på 1,3 milliarder kroner i de samme bedriftene, og 2900 sysselsatte. I tillegg kommer ringvirkninger i form av 0,8 milliarder kroner i verdiskaping og 800 sysselsatte i den innenlandske leverandørkjeden.

I tillegg til forbruket til de tilreisende når sengene er ferdig bygget, vil også aktiviteten i byggeperioden gi betydelige ringvirkninger. Hvis det er lokale entreprenører som står for arbeidet, vil ringvirkningene av byggingen i stor grad tilfalle lokalt.

Økt turismosetning per destinasjon i 2025 ved 50 prosent belegg på de nybygde sengene. Millioner 2019-kroner



Metodevedlegg: Geografisk avgrensning

Destinasjon	Geografisk avgrensning	Kommentar
Gausta	Bare Gausta, ikke hele Tinn	
Geilo	Bare Geilo, ikke hele Hol	
Hafjell	Hele Øyer kommune	
Hemsedal	Hele kommunen	
Hovden	Hele Bykle kommune	
Kvitfjell	Hele Ringebu kommune	
Narvik	Hele kommunen	Mange som overnatter i Narvik er ikke alpinturister, og mange som står på ski overnatter ikke kommersielt i Narvik
Norefjell	Destinasjonen Norefjell	
Rauland	Bare Rauland, ikke hele Vinje	
Trysil	Hele Trysil	
Voss	Hele kommunen	Myrkdalen er alpindestinasjonen, men overnattingstallene dekker hele VossD
Vrådal	Destinasjonen Vrådal, ikke hele Kviteseid	Vrådal ligger i Kviteseid i Telemark

