MENON ECONOMICS

# Økonomiske effekter av reiselivet i Sognefjorden

Løge & Dombu
November 2017

Foto: Innovasjon Norge

# Bakgrunn

**Sognefjorden er Norges lengste og dypeste fjord, og regionen er en populær reiselivsdestinasjon.** Både fjordcruise og landbasert turisme i naturen rundt er stort, sommer som vinter. Ved fjorden ligger flere hyggelige bygdesamfunn med ulike kulturtilbud. Videre har man nasjonalparkene Jotunheimen, Jostedalsbreen og Breheimen i regionen, hvor både vandring, ski, klatring og andre naturbaserte aktiviteter er populært.

Flåm har hatt en solid vekst de siste årene, med økt turisme særlig fra utlandet.

Visit Sognefjord har engasjert Menon Economics til å utføre en analyse av reiselivsnæringen i regionen. Hensikten er å synliggjøre reiselivets økonomiske betydning, et viktig grunnlag for kvalifisering til Innovasjon Norges bærekraftmerke.

Analysen dreier seg om de ni kommunene Høyanger, Vik, Balestrand, Leikanger, Sogndal, Aurland, Lærdal, Årdal og Luster. Reiselivet er relativt viktig i regionen, som til sammen har et innbyggertall på rundt 33 000.

# Prosjektets deler

- **Innhold:** Rapporten består av to deler, der vi skiller mellom ringvirkningsanalyse (som bygger på besøks- og forbruksanalyse) og verdiskapingsanalyse av reiselivsbedrifter (regnskapsanalyse).

1. **Besøks-, forbruks- og ringvirkningsanalyse av reiselivet i regionen i dag.** Formålet er å synliggjøre reiselivets betydning for lokalt næringsliv i dag, både i tradisjonelle reiselivsbransjer som overnatting, servering og opplevelser, men også i støttenæringer som varehandel og bygg og anlegg. Besøksanalysen vil også beskrive turistsammensetningen som er i regionen i dag.

2. **Verdiskapingsanalyse (regnskapsanalyse)**. Formålet er å analysere den lokale reiselivsnæringens struktur og vise status og utvikling innen bedriftenes nøkkeltall som verdiskaping, ansatte, driftsmargin osv. Sett sammen med besøks-, forbruks- og ringvirkningsanalysen, kan vi også se hvor stor aktivitet i bedriftene som skapes av lokalbefolkning og hvor stor aktivitet som skapes av de tilreisende.

## Verdiskapingsanalyse (Regnskapsanalyse)

- **Produktperspektivet**
  Fem reiselivsbransjer:
  Overnatting, servering, opplevelser, transport og formidling

## Besøks- forbruks- og ringvirknings-analyse

- **Markedsperspektivet**
  De fem reiselivsbransjene
  + Komplementære bransjer som handel, bygg og anlegg og lokal tjenesteyting
  - Lokalbefolkningens forbruk
  + Lokale underleverandører

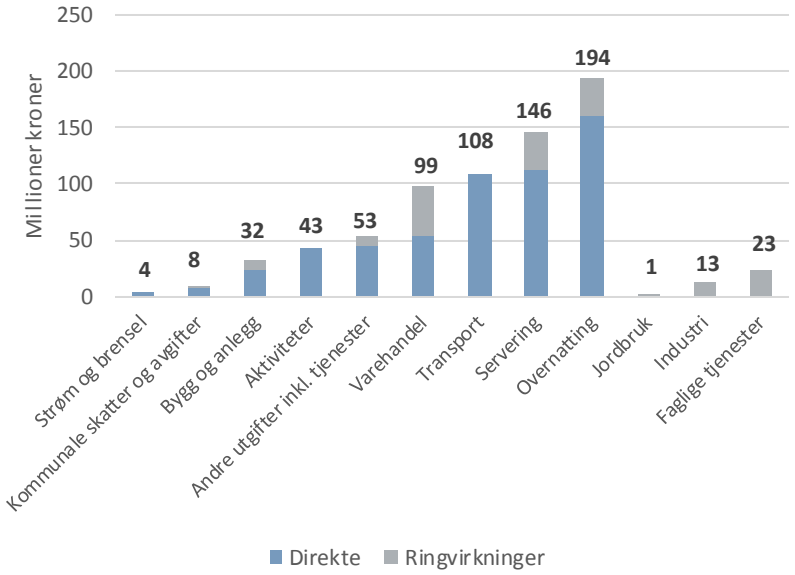
Komplementære bransjer

Underleverandører

# Reiselivsaktivitet er svært viktig for nærings- og samfunnslivet i Sognefjorden

- **Sognefjorden er en svært internasjonal destinasjon.** Over 60 prosent av kommersielle gjestedøgn er utenlandske, noe som er langt mer enn det nasjonale gjennomsnittet på rundt en tredjedel, og også mer enn de andre vestlandsfjordene.
- **Menons kartlegging viser at Sognefjorden hadde over 1 million gjestedøgn i 2016** (medregnet cruise) og at det ble oppført i underkant av 50 nye hytter. Det samlede reiselivsforbruket fra denne aktiviteten er beregnet til 1,3 milliarder kroner i 2016.
- **Forbruket anslås å bidra til rundt 723 millioner kroner i lokal verdiskaping (vist i figur til høyre) og omtrent 1775 arbeidsplasser i regionen.** Dette tilsvarer henholdsvis 8 prosent av regionens verdiskaping og 16 prosent av arbeidsplassene i næringslivet.
- **Forbruket til tilreisende står for over 90 prosent av aktiviteten i bedrifter som regnes som reiselivsnæring** (overnatting, servering, opplevelser, transport). Dette er tjenester også lokalbefolkningen nyter godt av, og reiselivsaktivitet er dermed helt avgjørende for at regionen kan ha et stort utvalg av for eksempel restauranter og opplevelsestilbud.
- **Verdiskapingen i bedriftene i reiselivsnæringen i Sognefjorden har vokst med 80 prosent fra 2004 til 2016**, målt i faste priser. Driftsmarginene, sysselsettingen og arbeidsproduktiviteten har også økt i perioden.
- **I 2016 var verdiskapingen i reiselivsbedriftene på 660 millioner kroner totalt, og det utgjør ca. 7 prosent av næringslivet i regionen.** Næringen hadde nær 1400 ansatte, og det tilsvarte omtrent 13 prosent av sysselsettingen i næringslivet i Sognefjord-regionen.

**Beregnet verdiskaping i næringene der tilreisende legger igjen penger (blå del av søylene) og hos underleverandører i regionen (grå del av søylene), fra ringvirkningsanalysen. Kilde: Menon (2017)**



# Del 1: Besøks-, forbruks- og ringvirkningsanalyse av reiselivet i regionen i dag.

Foto: Innovasjon Norge

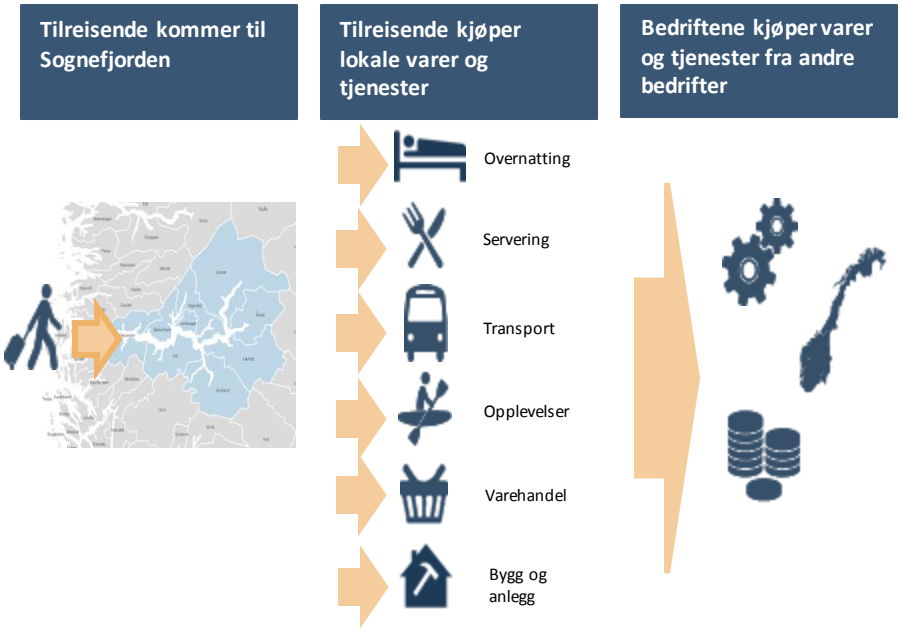
MENON ECONOMICS

# Besøks-, forbruks- og ringvirkningsanalyse for hele regionen

For å beregne størrelsen på reiselivsaktiviteten i regionen totalt sett starter vi med å kartlegge alle tilreisende som er i de ni kommunene i løpet av et år, som vi teller i antall gjestedøgn i ulike kategorier. Dette finner vi fra en rekke kilder, som gjestedøgnsstatistikk fra hoteller og campingplasser og statistikk på private fritidsboliger. Der vi har statistikk teller vi også aktivitet fra dagsreisende som cruisepassasjerer.

Ved å multiplisere alle gjestedøgn med forbruk per gjestedøgn får vi et estimat på totalt reiselivsrelatert forbruk i regionen. Hvor mye tilreisende bruker på varer og tjenester i en region er avhengig av en rekke forhold, som formål for reisen (yrke/fritid), nasjonalitet (nordmenn/utlendinger) eller overnattingstype (hytte/hotell). Hva slags type tilreisende som kommer har altså implikasjoner for hvor mye etterspørsel som genereres i det lokale næringslivet, i det ulike grupper kan ha svært forskjellig nivå på forbruk og forbruksmønster. SSB samarbeider med Innovasjon Norge om å kartlegge turisters forbruksmønster gjennom omfattende årlige nasjonale spørreundersøkelser blant turister, og vi benytter estimater herfra i denne analysen.

Aktivitet i reiselivet gir meraktivitet hos underleverandører i regionen. Hoteller og restauranter kjøper mat og drikke, IT- og økonomisystemer, og hytteentreprenører kjøper inn materiale. Ved hjelp av Menons ringvirkningsmodell ITEM beregner vi økonomisk aktivitet som følge av reiselivet også blant underleverandører i regionen og i verdikjedene nedover.



# Sognefjorden har ulike typer tilreisende som til sammen utgjør regionens reiseliv

Det er altså flere ulike typer tilreisende som kommer til Sognefjordregionen, og som til sammen utgjør regionens reiselivsmarked. Med ulike typer mener vi for eksempel tilreisende med ulike formål for reisen (yrke/fritid), ulik nasjonalitet (nordmenn/utlendinger) eller ulik overnattingstype (hytte/hotell).

Basert på tilgjengelig statistikk og kvalitative kilder kartlegger vi i denne analysen besøkstall for de ulike gruppene av tilreisende («gjestedøgnssegmenter») og gjennomsnittlig døgnforbruk forbundet med hver type.

Besøksstatistikk for kommersielle overnattingsbedrifter som hoteller og campingplasser av en viss størrelse er tilgjengelig hos Statistisk sentralbyrå (SSB). Gjestedøgn ved hytter estimeres ved å multiplisere antall fritidsbygninger (SSB) med gjennomsnittlig antall bruksdøgn per hytte i Sogn og Fjordane, som er 77,5 i følge en stor nasjonal fritidsboligundersøkelse (TØI 2008). Når det gjelder statistikk over type reisevirksomhet har vi også benyttet tall fra Innovasjon Norge.

Øvrige dagsturister utenom cruisegjester blir ikke tatt med eksplisitt i den økonomiske analysen fordi omfanget er såpass usikkert, men vi gjør en egen analyse av dagsturisme til slutt i denne delen.

Forbruk henter vi ut fra ulike gjesteundersøkelser som SSB gjennomfører, der analysemiljøer som Transportøkonomisk institutt (TØI) og Epinion har behandlet tallene og regnet ut gjennomsnittlig døgnforbruk.

## Gjestedøgnssegmentene, sommer og vinter:

| | | Gjestedøgnssegmenter |
|---|---|---|
| Kommersielle gjestedøgn | 1 | Hotell – ferie/fritid – nordmenn |
| | 2 | Hotell – ferie/fritid – utlendinger |
| | 3 | Hotell – yrke – nordmenn |
| | 4 | Hotell – yrke – utlendinger |
| | 5 | Camping/hyttegrend - nordmenn |
| | 6 | Camping/hyttegrend – utlendinger |
| Private gjeste-døgn | 7 | Besøkende til private hytter |
| Dags-besøk-ende | 8 | Cruise (kun om sommeren) |
| | *9* | *Øvrige dagsturister** |

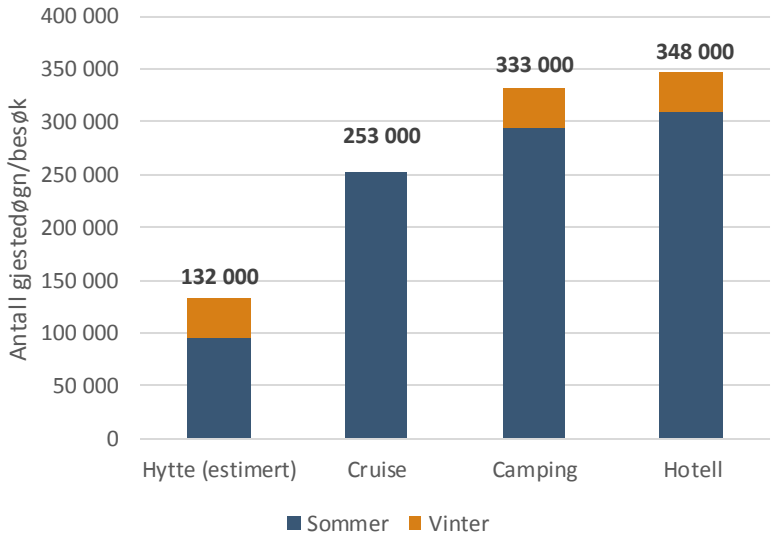
# Over 1 million gjestedøgn i Sognefjorden i 2016, der flesteparten er kommersielle

Når vi legger sammen alle de ulike gjestedøgnstallene anslår vi rundt 1,08 millioner gjestedøgn i 2016, som fordeler seg som vist i figuren ved siden av. Her betegner vi hver cruisegjest som 1 gjestedøgn, selv om de ikke nødvendigvis er i regionen over natten.

Vi ser at Sognefjorden er en utpreget sommerdestinasjon. Av camping- og hotellgjestene kommer 90 prosent om sommeren, og all cruiseaktivitet er i sommersesongen.

Sognefjorden er også en langt større kommersiell destinasjon enn mange andre naturbaserte destinasjoner, der hytteaktivitet dominerer. Kommersielle gjester legger som regel igjen mer penger per gjestedøgn enn besøkende ved private hytter.

**Totalt antall gjestedøgn i 2016, etter segment og sesong. Kilde: Statistikknett, SSB, Cruise Norway, TØI og Menon (2017)**



# Sognefjorden er blant Norges mest internasjonale destinasjoner

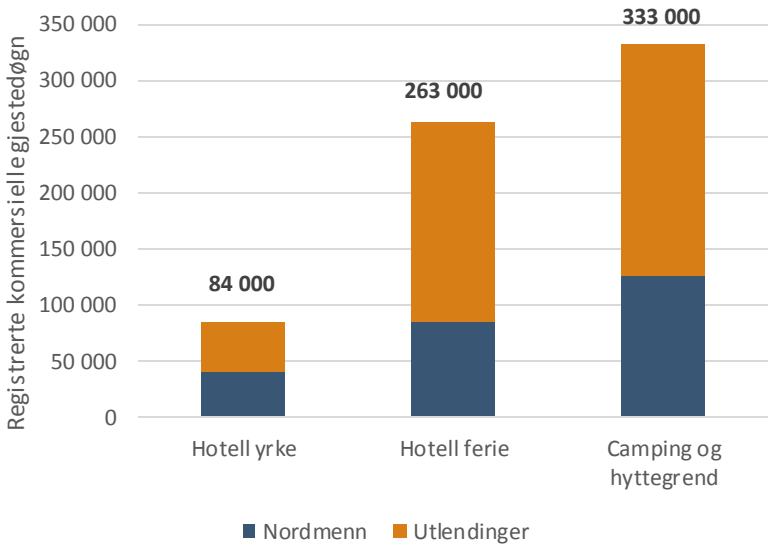
Over 60 prosent av overnattingene ved kommersielle overnattingssteder i Sognefjorden er utenlandske. Dette er langt mer enn det nasjonale gjennomsnittet på rundt en tredjedel, og også mer enn de andre vestlandsfjordene.

Flåmsbanen er et svært populært produkt blant utenlandske turister, i tillegg til at Fjord Tours startet en av sine populære «Norway in a nutshell» i Sognefjorden.

Sognefjorden er også en utpreget destinasjon for camping. Det er mange som er på rundreise i regionen både med bobil og vanlige personbiler, men som ønsker enkel naturnær overnatting.

Utenlandske gjester har som vi skal se noe høyere gjennomsnittlig døgnforbruk på reise i Norge enn norske tilreisende.

**Kommersielle gjestedøgn i 2016, etter segment og nasjonalitet. Kilde: Statistikknett (2017)**

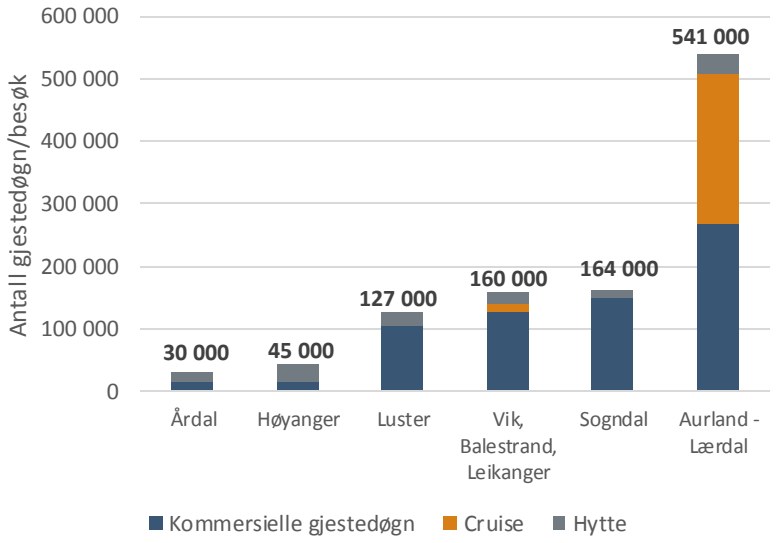


# Aurland-Lærdal er klart største reislivsdestinasjon takket være høy aktivitet i Flåm

Det er flere ulike destinasjoner i Sognefjorden, og figuren ved siden av viser antall overnattinger fordelt på disse. Aurland-Lærdal er klart største destinasjon, noe som skyldes aktiviteten i tettstedet Flåm. Flåm hadde i 2016 cirka 240 000 cruisegjester innom i løpet av sommeren. Også 60-70 prosent av aktiviteten ved kommersielle overnattingssteder i Aurland-Lærdal er anslått til å foregå i Flåm.

Sogndal er nest største destinasjon, og Sogndalsfjøra er regionens største tettsted. I Sogndal er det en del nordmenn på camping/hyttegrend hele året, ettersom stedet er en populær skidestinasjon. Det er også flere yrkesreisende i Sogndal enn ved de øvrige destinasjonene.

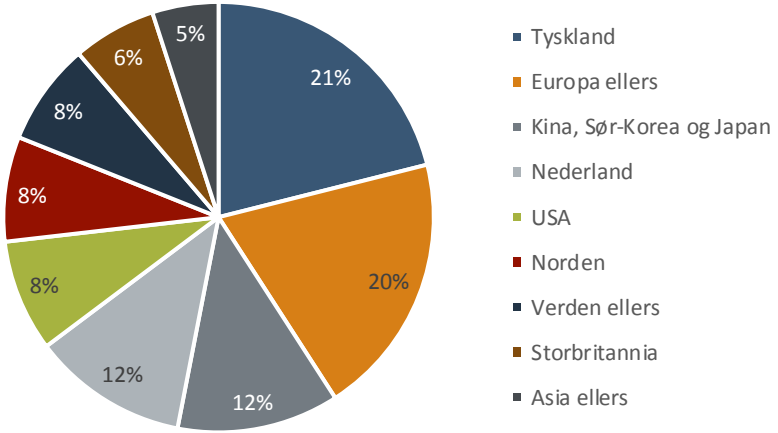
**Gjestedøgn i 2016 fordelt på ulike deler av Sognefjorden. Kilde: Statistikknett, SSB, Cruise Norway, TØI og Menon (2017)**



# De internasjonale turistene i Sognefjorden kommer fra hele verden

**Kommersielle overnattinger etter nasjonalitet i 2016, kun utenlandske turister.**
**Kilde: Statistikknett (2017)**

Tilreisende til Sognefjorden kommer fra hele verden. Som i Norge ellers er Tyskland og Nederland de viktigste enkeltnasjonalitetene, men som figuren ved siden av viser er de ikke dominerende. Både de store markedene i Asia og USA har mange gjestedøgn i Sognefjorden. Det er de asiatiske markedene som har vært i sterkest vekst.



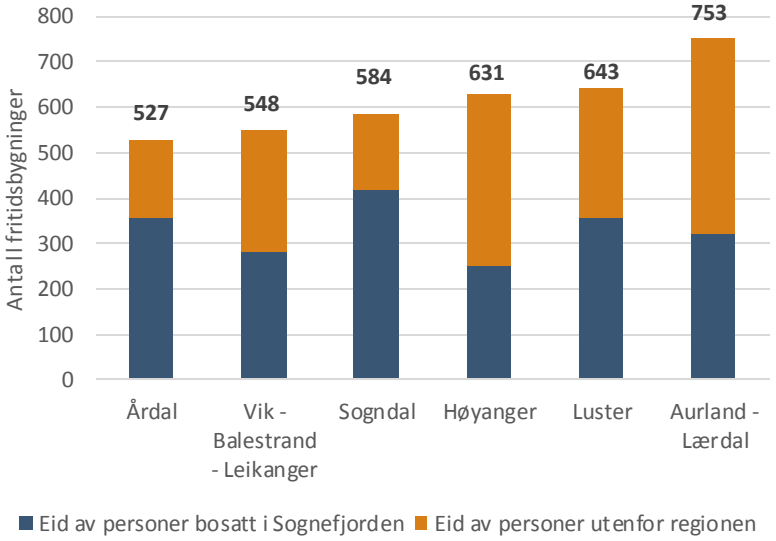
# Det er omtrent 3700 fritidsboliger i regionen

Som vist i tidligere slide, beregner vi rundt 132 000 gjestedøgn årlig fra hyttene i regionen. Tallet er basert på statistikk på antall hytter i regionen fra SSB og bruksundersøkelse fra TØI. Det var samlet registrert 3686 fritidsboliger i regionen i 2016. Disse fordeler seg på de ulike områdene som vist i figuren ved siden av. Samlet beregner vi at 1707 av hyttene er eid av personer bosatt utenfor regionen (basert på SSBs eierskapsstatistikk fra 2014).

I vår analyse regner vi kun gjestedøgn og bruk av fritidsbolig for personer bosatt utenfor Sognefjorden som en del av det reiselivsrelaterte konsumet. Dette fordi de personene som bor i regionen også har sitt forbruk her til vanlig, og slik ikke tilfører noe ekstra reiselivsforbruk når de er på hytta. Dette er likevel en streng definisjon, for det kan ofte tenkes at alternativet vil være at de fastboende har hytte utenfor regionen, og at de legger igjen penger der i stedet.

Et annet viktig moment er at SSBs statistikk viser antall fritidsbygninger og ikke antall boenheter. Fritidsbygninger som er delt eller leilighetsbygg vil kun telles som én hytte. Dette gjør at vårt estimat på hyttereiselivet er konservativt.

**Antall registrerte fritidsboliger i Sognefjordregionen, fordelt på destinasjoner i 2017. Kilde: SSB**



# Sognefjorden er blant Norges viktigste cruisedestinasjoner

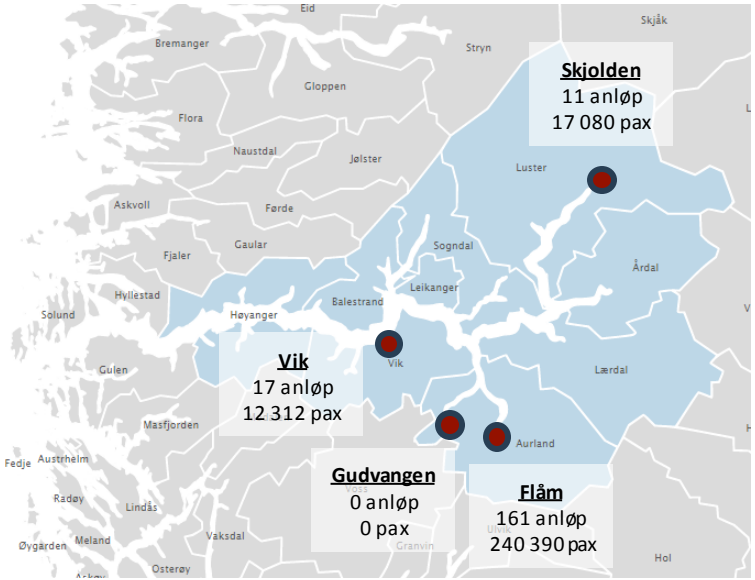
Sognefjorden er et populært reisemål for cruisegjester fra hele verden, og er ved siden av Geirangerfjorden Norges mest besøkte fjord. Flåm er største destinasjon med hele 161 anløp i 2016, noe som gjør tettstedet til Norges fjerde mest besøkte cruisehavn totalt.

Skjolden har tidligere vært en viktigere cruisedestinasjon, og for noen år siden var det over 40 anløp i havna i løpet av sommeren. Redusert satsning gjør at aktiviteten her har vært lavere de siste årene.

Noen av de samme anløpene som går innom Flåm er innom Vik eller Gudvangen. Gudvangen hadde for noen år siden rundt 10 anløp i året, men i 2015 og 2016 har det ikke vært cruiseaktivitet her.

Cruiseturister bruker penger på aktiviteter og varer og suvenirer i land, som kommer lokalt næringsliv til gode.

**Cruisedestinasjonene i Sognefjorden og anløps- og passasjertall i 2016. Kilde: Cruise Norway (2017)**



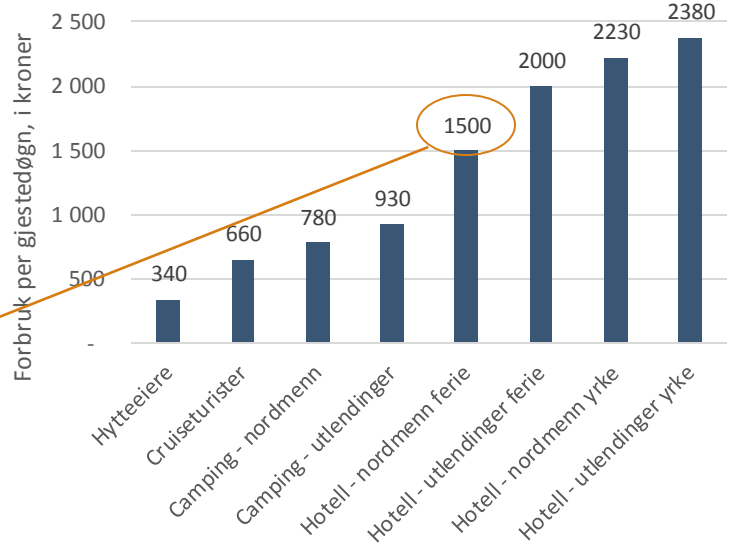
# Forbruket varierer betydelig mellom ulike turistsegmenter

Personer på ferie/fritidsreise og yrkesreisende bruker penger på ulike varer og tjenester ved destinasjonene de besøker, som tilfører etterspørsel i det lokale næringslivet. Tilreisende kjøper tjenester fra de tradisjonelle reiselivsbransjene som overnatting, servering, lokaltransport og opplevelser, i tillegg til at de kjøper fra andre næringer som varehandel og ulike lokale tjenester. Størrelsen på tilreisendes forbruk ved en destinasjon og hva slags varer og tjenester de bruker mest penger på er avhengig av en rekke faktorer som type destinasjon, sesong, overnattingstype og nasjonalitet. Figuren ved siden av viser gjennomsnittlig døgnforbruk per overnattingstype og nasjonalitet i snitt for sommersesongen. Forbrukstallene tar utgangspunkt i forbruksundersøkelser fra Innovasjon Norge (2016) og TØI (2008-2010), og korrigerer ut forbruk som ikke tilfaller i regionen.

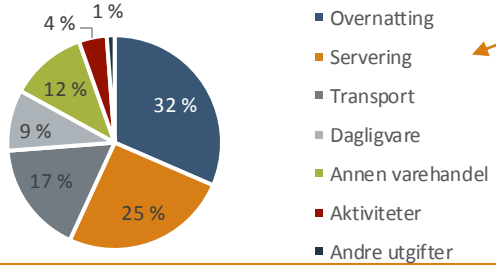
For dagsturister antas samme forbruk som campingturister utenom utgift til overnatting. For DNT-besøkende antas et gjennomsnittlig dagsforbruk på 200 kroner, basert på omsetningstall fra DNT.

Som det fremkommer er forbruket blant yrkesreisende betydelig høyere enn campingturister og hytteeiere. For hytteeiere er det kun det bruksavhengige forbruket som inkluderes i denne fremstillingen. Faste kostnader knyttet til å eie en fritidsbolig viser vi på en av de neste sidene.

**Beregnet forbruk per gjestedøgn i 2016, for utvalgte turistsegmenter om sommeren. Kilde: Epinion/Innovasjon Norge og Menon Economics (2017)**




**Daglig forbruk, fordelt på vare- og tjenestegrupper for norske feriegjester på hotell. Sum = 1 500 kroner.**



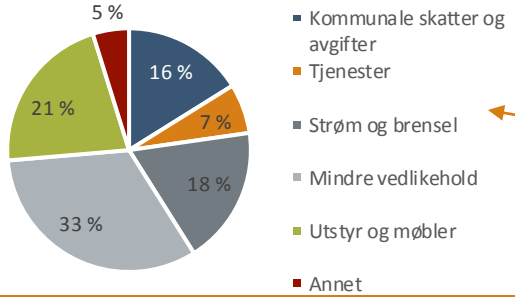
# Faste kostnader ved hytteeierskap genererer også inntekter i regionen

I tillegg til forbruk forbundet med besøk til egen fritidsbolig skaper fritidsboligturisme betydelig etterspørsel til bygg- og anleggsnæringen, handelsnæringen, kommunale tjenester og kraftnæringen. Figuren nede til høyre viser beregnede faste kostnader til eierskap og hold og oppgradering og oppussing per fritidsbolig i regionen.

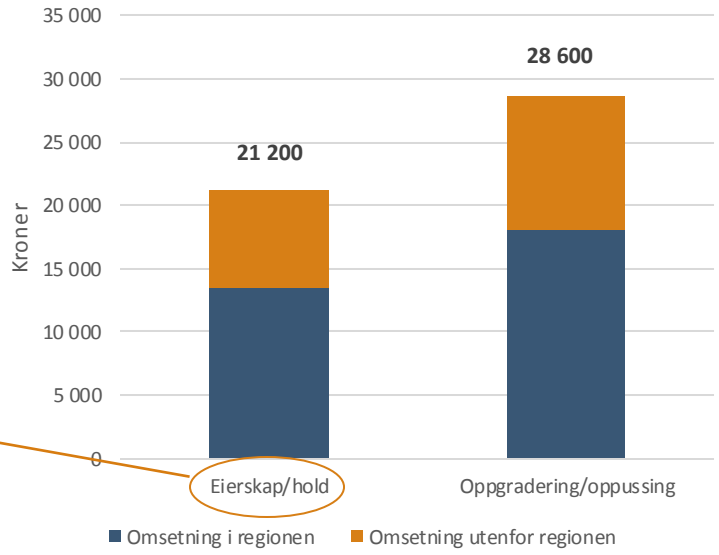
Fritidsboligene har gjennomsnittlig faste kostnader knyttet til eierskap og hold på ca. 21 200 kroner i løpet av ett år (TØI 2008) , fordelt på ulike varer og tjenester som vist i kakediagrammet under. Vi antar at 63 prosent av kostnadene knyttet til eierskap og hold tilfaller lokale aktører – dette tallet har TØI utarbeidet i Nasjonal fritidsboligundersøkelse 2008.

Fra tid til annen blir det foretatt oppussing og oppgradering av hyttene, der man har utgifter til bygg og anlegg i forbindelse med utvidelse eller bygging av garasje, brygge osv. Det kan også være utgifter til å legge inn strøm, kloakk eller bredbånd. Gjennomsnittsbeløp for alle hyttene (også de som ikke ble pusset opp) beregnes til ca. 28 600 kroner årlig (TØI 2008). Vi antar at også 63 prosent av disse kostnadene tilfaller aktører i regionen.

**Samlet genererer de 1707 fritidsboligene med eiere utenfra Sognefjorden totalt 33,3 millioner kroner i omsetning lokalt.**




**Beregnede årlige kostnader ved å eie fritidsbolig, og fordeling av utgifter til vanlig eierskap og oppussing. Kilde: TØI (2011)**



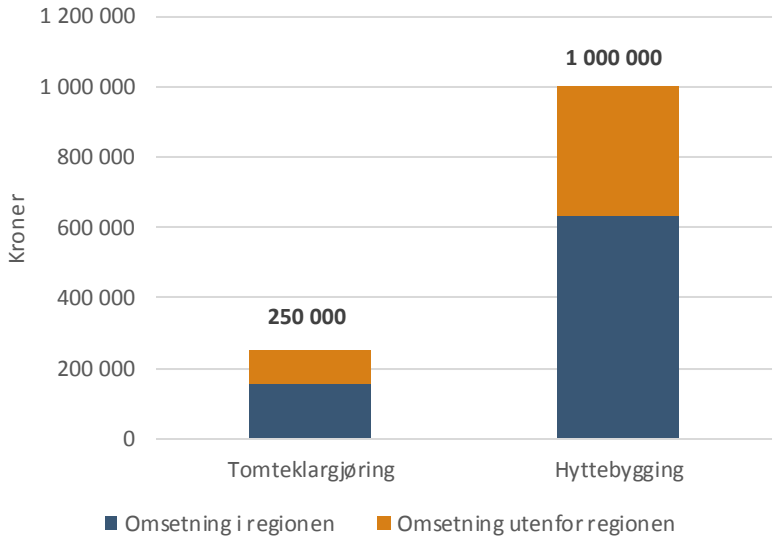
# Oppføring av nye fritidsboliger gir også inntekter i Sognefjordregionen

Basert på statistikk fra SSB på igangsatte og fullførte fritidsbygninger i de ni kommunene, beregner vi at det ble bygget 46 hytter i 2016. Dette er et snitt over de fem siste årene, ettersom tallet svinger fra år til år, og det er noe tilfeldig hvilket år hyttene blir ferdigstilt.

Basert på priser fra leverandørene Drømmehytten, Drammens hus og hytte og Buen beregner vi at hver hytte i snitt koster rundt 1 million kroner å oppføre, og hyttene som bygges er i følge SSB rundt 80 $m^2$ i gjennomsnitt. I tillegg kommer kostnader til tomteklargjøring, som vi antar er rundt halvparten av tomtepris. I analysen antar vi en tomtepris på 500 000 kr (et søk på Finn.no viser at klargjorte tomter i Sogndal koster mellom 500 000 og 800 000 kroner). Av de 500 000 kronene går altså 250 000 kroner til tomteklargjøring. De resterende 250 000 kronene er en ren overføring av penger mellom to aktører. 63 prosent av både bygge- og tomtekostnader kommer lokal bygg- og anleggsnæring til gode.

Figuren ved siden av viser inntekt per nye hytte (i gjennomsnitt), fordelt på utgifter som faller innenfor og utenfor Sognefjordregionen. Samlet beregner vi derfor at hver ny hytte genererer 787 500 kroner i omsetning i Sognefjordregionen. **46 nyoppførte hytter genererer altså 36,2 millioner kroner i regionen samlet i 2016.**

**Inntekter per nybygget fritidsbolig i Sognefjordregionen i 2016, fordelt på om inntektene er lokale eller ikke. Kilder: Hytteleverandører, TØI (2011), SSB og Menon (2017)**



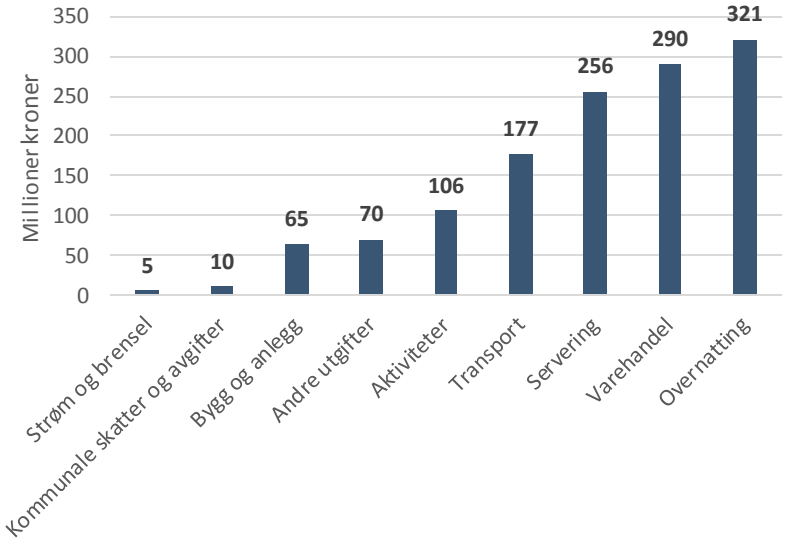
# Tilreisende hadde et samlet forbruk i regionen på 1,3 milliarder kroner i 2016

Når vi multipliserer gjestedøgnene fra de ulike gjestedøgnssegmentene med gjennomsnittlig forbruk per gjestedøgn får vi et samlet forbruk på i overkant av 1,2 milliarder kroner i regionen. Når vi legger til forbruket tilknyttet hytteeierskap og hyttebygging får vi et samlet reiselivsrelatert forbruk på 1,3 milliarder kroner i 2016. Forbruket fordeler seg på ulike næringer som vist i figuren ved siden av. De 1,3 milliardene tilfaller direkte som omsetning i bedriftene der de tilreisende handler, derfor omtaler vi det videre som reiselivsrelatert omsetning.

Ettersom Sognefjorden i stor grad er en kommersiell destinasjon og ikke en hyttedestinasjon, er det overnattingsbedrifter som får størst omsetning samlet. Varehandel får aktivitet både fra hyttefolk og tilreisende ved hoteller, campingplasser og cruise. Det samme gjelder servering og aktiviteter.

Det er viktig å være klar over at forbrukstallene vi legger til grunn er nasjonale. De kan være noe for høye for Sognefjorden, på grunn av begrenset utvalg av varehandel og aktiviteter ved fjorden sammenlignet med større byer. Samtidig er ikke dagsturister og alternative overnattingsformer med i regnestykket vårt, og samlet tror vi disse effektene utligner hverandre.

**Beregnet reiselivsrelatert forbruk (også kalt omsetning) fordelt på næring i 2016. Kilde: Menon (2017)**



# Reiselivsaktiviteten bidrar i følge våre beregninger med 723 millioner kroner i verdiskaping

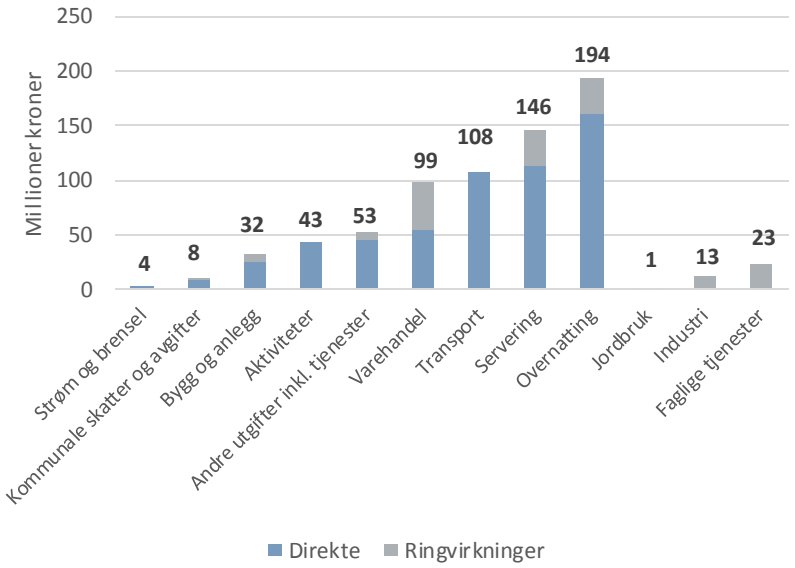
For å si noe om betydningen av en økonomisk aktivitet er vi som regel mest opptatt av den delen av omsetningen som bidrar til lokal verdiskaping, i tillegg til arbeidsplasser. Vi starter med å vise verdiskaping, som defineres som driftsresultat og lønn til ansatte, altså det som «blir igjen» i bedriften etter vare- og tjenestekjøp.

I tillegg vil en del av vare- og tjenestekjøpene til bedriftene som leverer til reiselivet gå til underleverandører i regionen, som igjen bidrar til lokal verdiskaping. For eksempel vil hotellene ha behov for innkjøp av alt fra matvarer til renhold og regnskapstjenester, og en del av disse innkjøpene vil gjøres lokalt. Vi antar at 50 prosent av innkjøpene fra norske underleverandører gjøres fra aktører i Sognefjorden.

**De 1,3 milliardene i reiselivsrelatert omsetning bidrar med til sammen 723 millioner kroner i lokal verdiskaping i 2016.** Figuren ved siden av viser direkte verdiskaping og verdiskaping hos underleverandører (ringvirkninger) i regionen, fordelt på næring.

560 millioner kroner er verdiskaping i bedriftene der tilreisende legger igjen penger direkte (som hotellene de bor på og restaurantene de spiser ved) mens de resterende 163 millioner kronene i verdiskaping er hos underleverandører i regionen (som lokale regnskapsførere for hotellene eller matgrossister som selger til restauranter). 723 millioner kroner tilsvarer 8 prosent av den samlede verdiskapingen i næringslivet i regionen.

**Beregnet verdiskaping i næringene der tilreisende legger igjen penger (blå del av søylene) og hos underleverandører i regionen (grå del av søylene). Kilde: Menon (2017)**



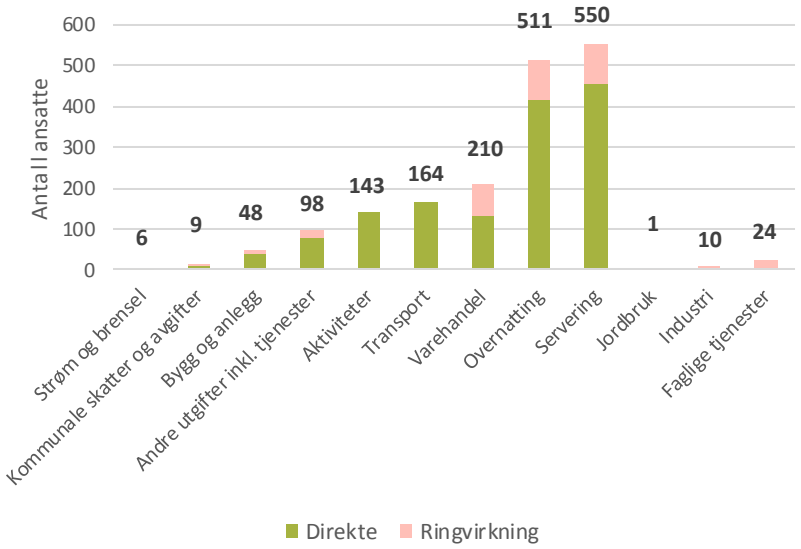
# Vi beregner at reiselivsaktiviteten bidrar til å sysselsette 1775 personer i regionen

For å betjene etterspørselen fra tilreisende behøves det arbeidskraft. Basert på regionale forholdstall mellom omsetning og antall ansatte beregner Menon at reiselivsomsetningen på 1,3 milliarder bidrar til å sysselsette til sammen 1775 personer i regionen. De ansatte fordeler seg på ulike næringer som vist i figuren ved siden av.

1438 arbeidsplasser opprettholdes direkte i bedriftene der tilreisende legger igjen penger (som hotellene de bor på og restaurantene de spiser ved) mens de resterende 337 arbeidsplassene er hos underleverandører i regionen (som lokale regnskapsførere for hotellene eller matgrossister som selger til restauranter). 1775 arbeidsplasser tilsvarer hele 16 prosent av ansatte i næringslivet i regionen.

Vi beregner at den direkte aktiviteten og ringvirkningene bidrar til å sysselsette til sammen 1368 personer i reiselivsnæringen (overnatting, servering, transport og aktiviteter). Totalt er det registrert cirka 1400 ansatte i regnskapspliktige reiselivsbedrifter i 2016. Reiselivsaktivitet bidrar dermed til en svært stor andel aktivitet i bedrifter som restauranter og aktivitetstilbud, tjenester som også lokalbefolkningen nyter godt av. Reiselivet er dermed avgjørende for at det er et utvalg av slike lokale fornøyelsestjenester, noe som er viktig for levende lokalsamfunn og attraktive bomiljø.

**Beregnet antall ansatte i næringene der tilreisende legger igjen penger (grønn del av søylene) og hos underleverandører i regionen (lyse rød del av søylene). Kilde: Menon (2017)**



Del 1: Besøks-, forbruks- og ringvirkningsanalyse av reiselivet i regionen i dag

# - Notat om dagsturisme i Sognefjorden

Foto: Shutterstock

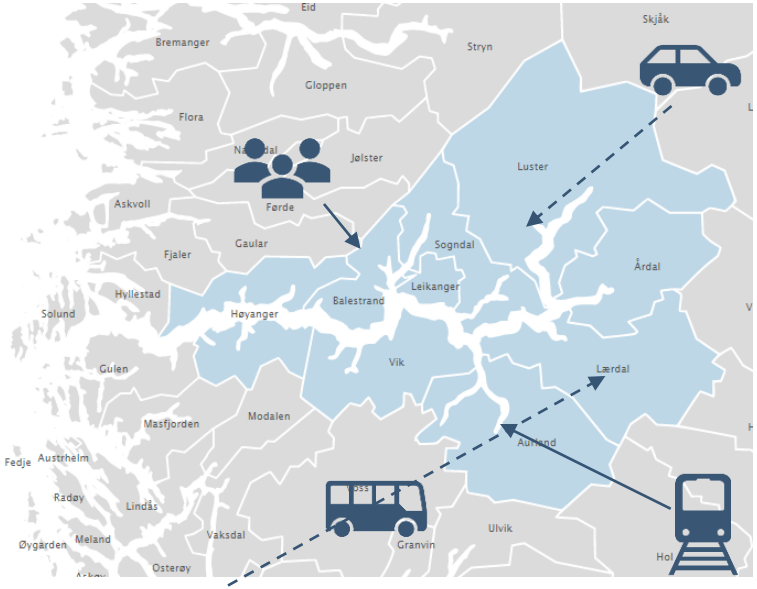
# Dagsreisende i Sognefjorden

I tillegg til tilreisende som telles i overnattings- og cruisestatistikk får regionen flere tilreisende på dagsbesøk. De dagsbesøkende kan være:

- Innbyggere i tilgrensende regioner
- Personer på gjennomreise med buss, bil eller tog som overnatter andre steder
- Baseturister som overnatter i kommuner utenfor regionen

Overnattingskapasiteten er ofte sprengt i høysesong om sommeren, noe som fører til at både personer på gjennomreise og baseturister overnatter i innlandet selv om de kommer for å besøke fjordlandskapet. En del gjennomreisende velger også overnatting andre steder fordi det er rimeligere. Like fullt bruker dagsbesøkende penger på restaurantbesøk, opplevelser og varehandel i Sognefjorden som også er en del av reiselivsaktiviteten.

Det er utfordrende å tallfeste de som er i regionen på dagsbesøk. Ved bruk av teledata fra Telenor har vi studert aktivitet i Flåm og Sogndal i perioden 3.-26. juli 2017 (24 dager) for å forsøke å si noe om omfanget på dagsturisme.



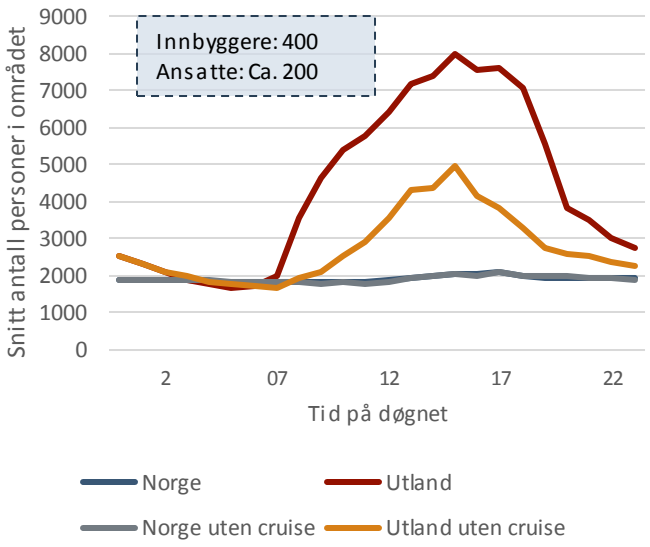
# Dagsreisende - Det kan være rundt 1300 dagsturister i Flåm daglig i juli som ikke fanges opp i overnattings- og cruisestatistikk

Figuren ved siden av viser gjennomsnittlig antall personer fra Norge og utlandet som befinner seg i Flåm på ulike tidspunkt i døgnet i perioden 3.-26. juli. De som er der midt på natta (00-05) antar vi overnatter i Flåm, mens resten kommer på dagstur. Gitt at det kun er rundt 400 fastboende og cirka 200 ansatte i bygda, kan vi regne med at flesteparten av både nordmenn og utlendinger vi observerer er turister i Flåm. Figuren kan tyde på at nordmenn i større grad er baseturister som blir fanget opp i overnattingsstatistikk, mens utlendinger i større grad kommer på dagstur til Flåm.

Gjennomsnittlig antall personer i Flåm gjennom døgnet på dager uten cruise er som vi ser betraktelig lavere enn dager med cruise-anløp, men det er likevel en tydelig topp midt på dagen. Dersom vi tar toppunkt midt på dagen og trekker fra antatte overnattingsgjester (antall personer ved midnatt) får vi en differanse på rundt 2600 personer, som trolig kan anses som dagsturister. Det kan være rimelig å anta at halvparten (1300) er gjester som overnatter andre steder i Sognefjorden (som fanges opp i vår statistikk) mens de resterende 1300 er dagsgjester. Hvis antallet er noenlunde stabilt i hele juli, kan det være så mange som 40 300 dagsgjester i denne delen av Sognefjorden i la måneden (1300 gjester/dag x 31 dager). Dersom hver gjest legger igjen 200 kroner i snitt får vi altså et ekstra forbruk på rundt 8 millioner kroner i juli.

Resten av året vil også ha en tilsvarende differanse som kan studeres for å si noe om omfanget på dagsbesøk. Vi har imidlertid ikke teledata fra andre perioder, så omfanget vil være uvisst. Dagsturister er derfor ikke eksplisitt med i den økonomiske analysen.

**Gjennomsnittlig antall personer som befinner seg i Flåm gjennom hele døgnet, gjennomsnitt for perioden 3. juli-26. juli 2017. Kilde: Telenor (2017)**

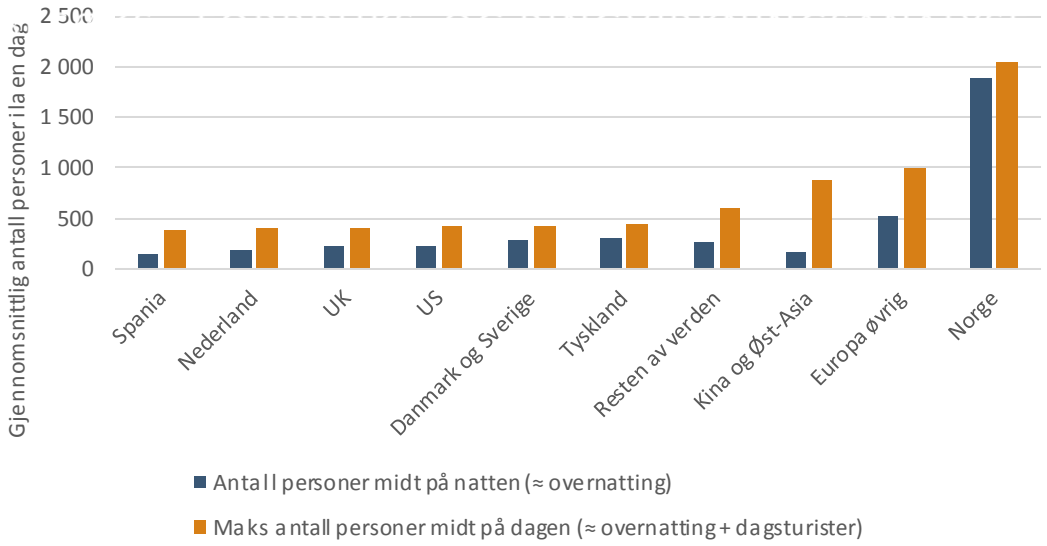


# Dagsreisende – Kinesere og europeere utenom Norges største reiselivsmarkeder er trolig de største markedene for dagsturisme i Flåm

Figuren ved siden av viser gjennomsnittlig minimum- og maksimum antall personer som befinner seg i Flåm i løpet av et døgn i juli der det ikke er anløp fra cruise. Differansen mellom maks antall personer til stede midt på dagen uten at de observeres i Flåm om natten kansom nevnt trolig betegnes som dagsturister.

Vi ser at kinesere og europeere utenom Norges største reiselivsmarkeder må utgjøre de største gruppene av dagsturister. Også spanjoler og personer fra verden for øvrig er i større grad dagsturister. Det er ikke unaturlig at de som kommer langveis fra i større grad er gjennomreiseturister som tilbringer kort tid på hvert sted, og derfor i mindre grad overnatter i Flåm. Alternativt kan det være disse gruppene søker seg til rimeligere overnatting i fjell-Norge når de besøker fjordene.

**Gjennomsnittlig maks og minimumsantall av personer av ulike nasjonaliteter i Flåm ila én dag uten cruiseanløp i juli 2017. Kilde: Telenor (2017)**

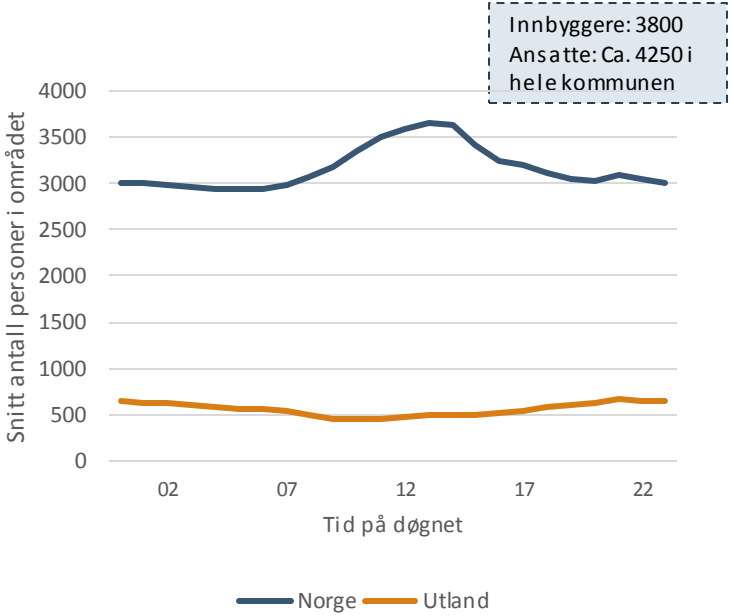


# Dagsreisende - Sogndalsfjøra er en mindre travel destinasjon i juli, men får jevnt med dagsreisende året rundt

Sogndalsfjøra og naturen rundt er en annen populær destinasjon i Sognefjorden som får en del tilreisende som kommer på dagstur. Som figuren viser er omfanget i Sogndalsfjøra sentrum langt mindre enn i Flåm i juli, og den gjennomsnittlige differansen mellom toppunkt og midnatt er 490 personer, der nær 100 prosent er nordmenn. Dette kan være en indikasjon på dagsturisme men det kan også være lokaltrafikk. Sogndal er arbeids- og handelssentrum for en større region.

Blant nordmenn er Sogndal en populær frilufts- og skidestinasjon store deler av året ellers. Byen har et ungt miljø pga. den store studentmassen, og friluftsliv og tilknyttede aktiviteter trekker mange tilreisende. I tillegg har Sogndal et fotballag i eliteserien som tiltrekker en del nordmenn til sine kamper året rundt. For Sogndal vil dagsturismen trolig være høyere andre deler av året enn i juli, når målingen er foretatt.

**Gjennomsnittlig antall personer som befinner seg i Sogndalsfjøra gjennom hele døgnet, gjennomsnitt for perioden 3. juli-26. juli 2017. Kilde: Telenor (2017)**

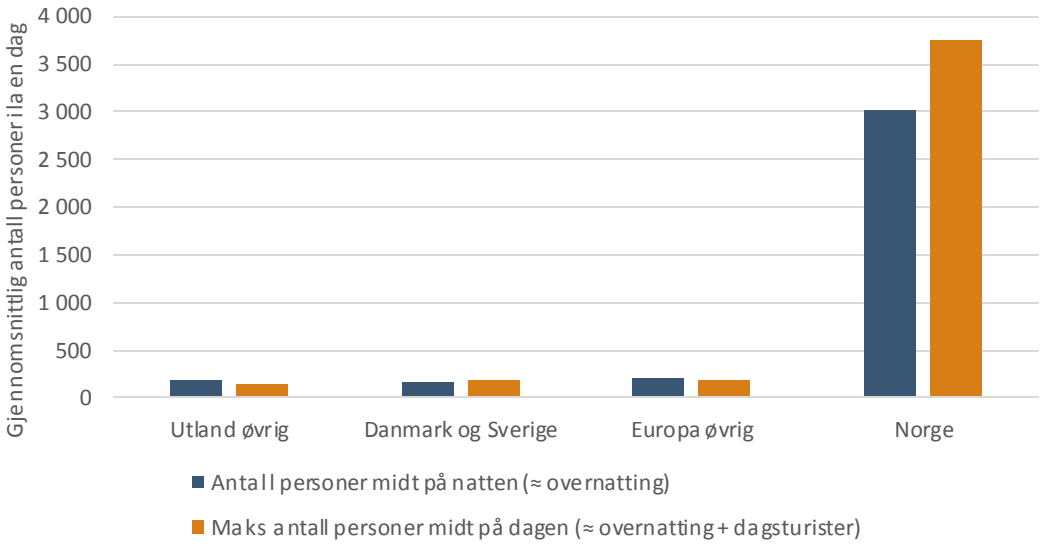


# Sogndalsfjøra ser i større grad ut til å være et sted utenlandske turister overnatter

Som vi ser på forrige slide er det lite internasjonal turisme i Sogndalsfjøra sammenliknet med Flåm. Av utenlandske personer er det flere som overnatter enn som er der midt på dagen når det er høyest aktivitet. En del overnatter gjerne i Sogndal men benytter seg av rekreasjonstilbud i naturen rundt på dagtid.

Av norske overnattinger i Sogndalsfjøra er det vanskelig å si hvor mye som er turisme og hvor mange som er fastboende. På dagtid er det uansett en del flere personer i byen, som kan reflektere både turisme og trafikk fra nærmiljøet.

**Gjennomsnittlig maks og minimumsantall av personer av ulike nasjonaliteter i Sogndalsfjøra ila én dag i juli 2017. Kilde: Telenor (2017)**



# Del 2: Verdiskapingsanalyse

Foto: Innovasjon Norge

MENON ECONOMICS

# Reiselivsnæringen fra produktsiden – en nærmere forklaring

Fra produktsiden defineres reiselivsnæringen som en kombinasjon av tjenester som til sammen utgjør et helhetlig reiselivsprodukt. Det inkluderer bedrifter innen de fem bransjene transport, formidling (som reisebyrå), overnatting, servering og opplevelser/aktiviteter. I tillegg til å være reiselivsbedrifter er bedriftene viktige leverandører av tjenester til lokalbefolkningene, og det er ikke mulig å skille ut dette fra statistikken.

I regnskapsanalysen måler vi status og utvikling for reiselivsnæringen ved å se på nøkkeltall for regnskapspliktige foretak innen disse bransjene. Definisjonen av bransjene er basert på SSBs næringsinndeling, som videre har blitt bearbeidet av Menon gjennom flere år. Til tross for at Menon har forbedret populasjonen ved å få med viktige reiselivsbedrifter som er registrert i utradisjonelle næringskoder, ligger definisjonen tett opp mot SSB og internasjonale definisjoner, slik at tallene er noenlunde sammenliknbare. En fullstendig oversikt over hvordan vi avgrenser reiselivsnæringen på bedriftsnivå finnes i vedlegg.

Vi opererer ofte med et skille i reiselivsnæringen, der vi deler inn de fem bransjene i to kategorier. Den ene kategorien sørger for **tilgjengelighet** til reisemålet, og består av bedrifter innen formidling og transport. Den andre kategorien omfatter bransjene som er med på å forme **innholdet** ved reisemålet og består av overnattingsvirksomheter, serveringssteder og opplevelsesbedrifter. I dag er aktivitetene til de tre innholdsbransjene ofte tett integrert. De fleste hoteller har egen serveringsvirksomhet som er åpen for et videre publikum, og mange tilbyr også organiserte aktiviteter i nærområdet. Flere og flere hoteller, som spa-hotell og landskapshotell, definerer også selve overnattingen som en del av opplevelsen. Videre gjør dagens mattrender at servering har blitt mer og mer spesialisert både når det gjelder bruk av råvarer og presentasjon, og svært mange betrakter også mat som en viktig del av opplevelsen ved et reisemål. Skillet mellom innhold og tilgjengelighet har betydning fordi innholdsbransjene per definisjon er lokalisert på destinasjonen og sier noe om det lokale reiselivstilbudet, mens formidlingsbedrifter og transportforetak kan være registrert med aktivitet andre steder men likevel frakte mennesker til vår destinasjon. Der det er hensiktsmessig i analysen deler vi reiselivsnæringen opp i tilgjengelighet og innhold.

**En naturlig inndeling av reiselivsnæringen**

# Reiselivsnæringen fra produktsiden – definisjon av nøkkeltall

Nøkkeltallene vi bruker som indikatorer for å måle status og utvikling i de fem reiselivsbransjene har følgende definisjoner:

**Omsetning:** De samlede salgsinntektene til en bedrift. Verdiskaping er et viktigere mål, men det er viktig å være klar over hvordan omsetning relateres til verdiskaping.

**Verdiskaping:** Den merverdi som bedrifter eller organisasjoner skaper gjennom sin virksomhet, kalles gjerne for verdiskaping. For å regne ut verdiskapingen (også kalt bruttoproduktet), tar man derfor verdien på omsetningen og trekker fra kostnader knyttet til bruk av kjøpte varer og tjenester. Man står da igjen med driftsresultat og lønn til ansatte. Når man summerer opp all verdiskaping i samfunnet, ender man med et nasjonalt tall som gis betegnelsen BNP (brutto nasjonalprodukt).

**Ansatte:** Antall ansatte i en bedrift, både deltids-, sesong- og fulltidsansatte.

**Produktivitet:** Forholdet mellom de ressursene man setter inn i produksjonen og det som kommer ut av produksjonen. Et vanlig mål for produktivitet er verdiskaping per ansatt, det vil si merverdien hver ansatt bidrar til å skape for en virksomhet.

**Driftsresultat:** Driftsresultatet er en virksomhets totale driftsinntekter minus vare- og tjenestekjøp og lønn til ansatte. Driftsresultat er altså verdiskaping fratrukket lønn til ansatte.

**Driftsmargin:** Driftsmarginen finner vi ved å dividere driftsresultat på omsetning. Driftsmarginen angir hvor stor andel av omsetningen som blir til overskudd etter fratrekk av lønnskostnader og utgifter til kjøp av varer og tjenester.

## En naturlig inndeling av reiselivsnæringen

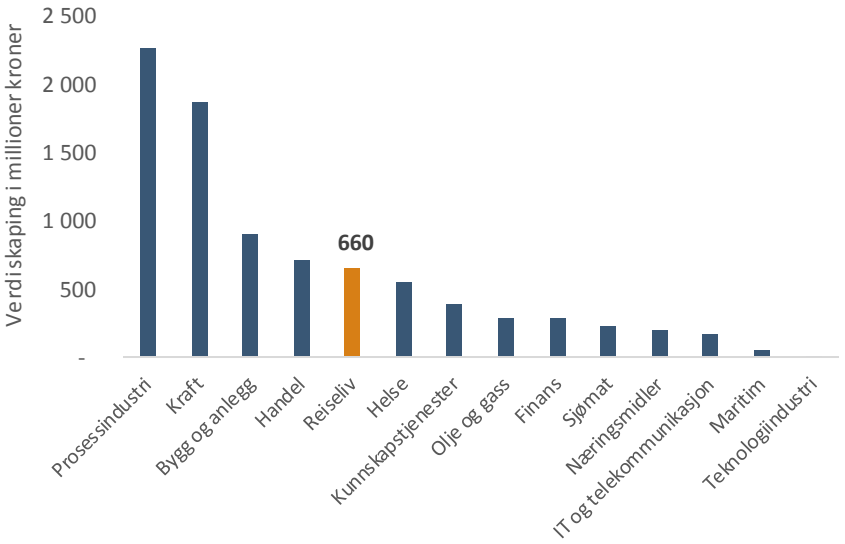
# Reiselivet er femte største næring målt i verdiskaping i Sognefjord-regionen

Figuren til høyre viser verdiskaping i reiselivsnæringen sammenliknet med det øvrige næringslivet i Sognefjorden.

Prosessindustrien er den største næringen i Sognefjord-regionen, med rundt 2,3 milliarder kroner i verdiskaping i 2015. Kraftnæringen er også en viktig næring, med rundt 1,9 milliarder kroner i verdiskaping.

Reiseliv er også en betydelig næring, og er i 2016 regionens femte største næring målt i verdiskaping. Verdiskapingen i reiselivsnæringen er på 660 millioner kroner i 2016, og utgjør med dette 7 prosent av næringslivets totale verdiskaping.

**Verdiskaping i rapporteringspliktige foretak i Sognefjord-regionen i 2016, fordelt på næringer. Kilde: Menon (2017)**



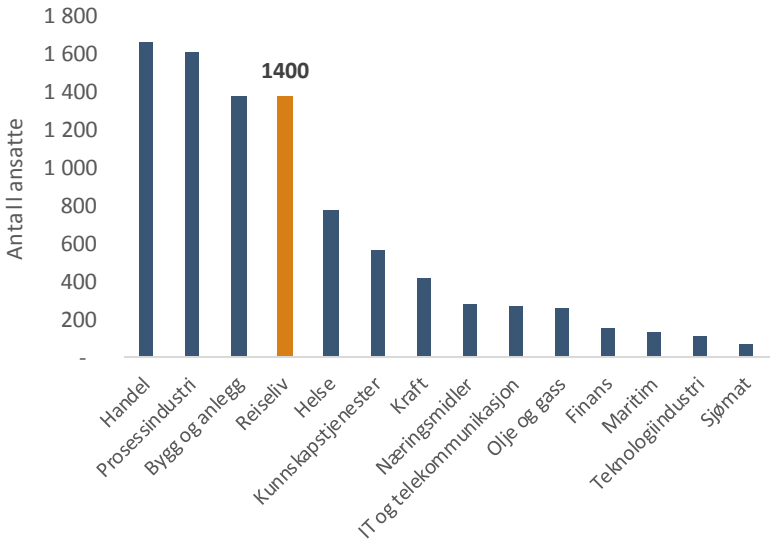
# Reiselivet er blant de aller største arbeidsgiverne i regionen

Som vist i figuren til høyre, deler reiselivsnæringen tredjeplassen blant de største næringene i regionen, målt i antall ansatte. Reiselivet sysselsetter like mange som bygg- og anleggsnæringen, og bare handelen og prosessindustrien sysselsetter flere.

I 2016 var det rundt 1400 ansatte i reiselivsnæringen, noe som tilsier 13 prosent av de ansatte i næringslivet i regionen.

Sesongvariasjonene i reiselivet medfører at en betydelig andel av arbeidsplassene trolig er deltidsstillinger og sesongbemanning.

**Antall ansatte i rapporteringspliktige foretak i Sognefjord-regionen i 2016, fordelt på næringer. Kilde: Menon (2017)**



## Største reiselivsforetak i regionen (mer enn 20 mill. kr i omsetning)

- Flåm Utvikling AS (Aurland)
- Flåm AS (Aurland)
- The Fjords DA (Aurland)
- Nettbuss AS (Sogndal)
- Sogndal Hotell Drift AS (Sogndal)
- Flåmsbrygga Hotell AS (Aurland)
- Kviknes Hotel AS (Balestrand)
- Nettbuss AS (Lærdal)
- Gudvangen Hotelldrift AS (Aurland)

# Jevn vekst i antall reiselivsbedrifter siden 2004

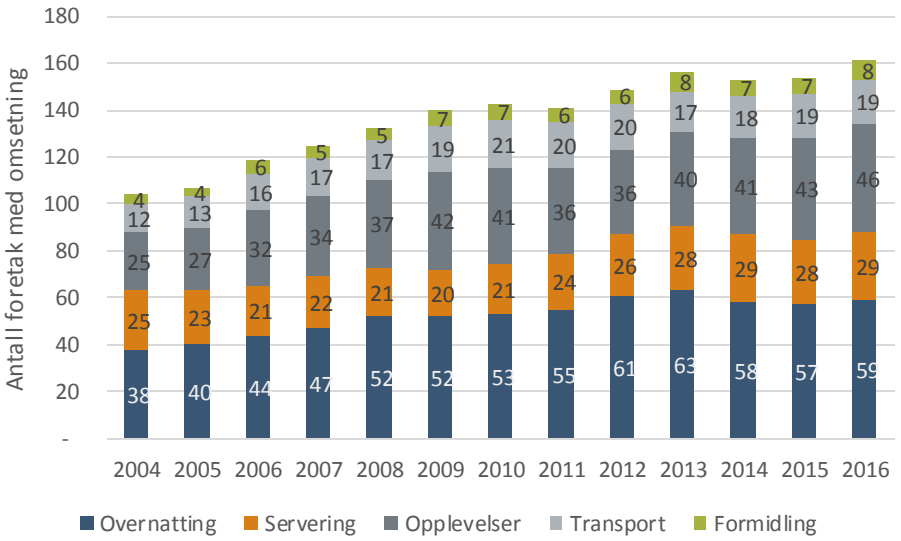
Antall aktive reiselivsforetak (foretak med omsetning) har økt fra 104 i 2004 til 161 i 2016. Det tilsvarer en økning på 55 prosent. Den relative økningen er størst tidlig i perioden.

Formidling har den høyeste relative veksten, med en fordobling fra 4 til 8 aktører. Også opplevelsesbransjen har fått mange nye aktører, med en økning fra 25 til 46 tilbydere.

Overnatting har hatt like høy absolutt vekst som opplevelser, med 21 flere bedrifter i 2016 enn i 2004. Her er veksten på 54 prosent.

Servering og transport har hatt en mer moderat vekst i antall aktive foretak.

**Antall aktive reiselivsforetak (regnskapspliktige) i Sognefjorden per år 2004-2016. Kilde: Menon (2017)**



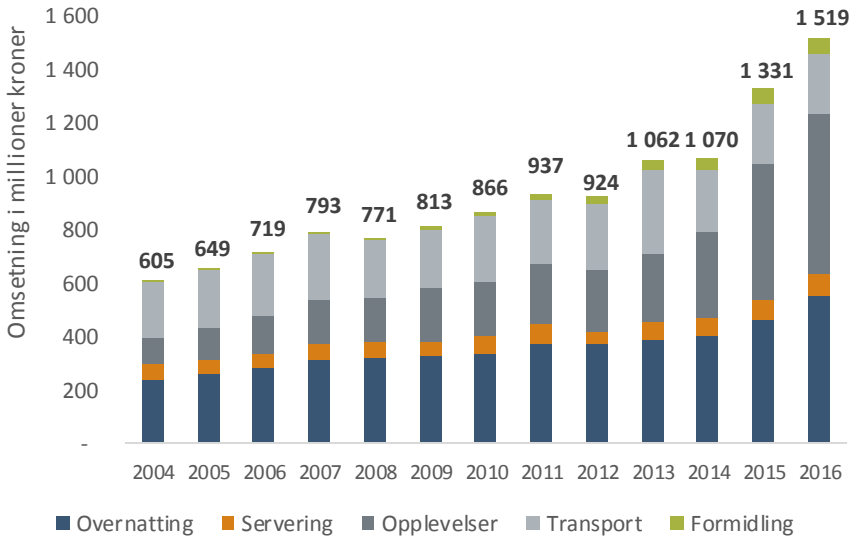
# Reiselivsnæringen har økt inntektene sine de fleste årene

Omsetningen (de samlede inntektene) i reiselivet i Sognefjord-regionen har økt fra i overkant av 600 millioner kroner i 2004, til i overkant av 1500 millioner kroner i 2016.

Omsetningsveksten har vært høyest innen opplevelser, der særlig Flåm Utvikling (som driver Flåmsbana) og The Fjords har vokst til store aktører i 2016 med omsetning mellom 100 og 200 millioner kroner. Også overnattingsbransjen har hatt sterk omsetningsvekst.

Omsetningen sier ingenting om lønnsomheten i eller det økonomiske bidraget fra reiselivsbransjene, siden kostnadene ikke er tatt hensyn til. Derfor er vi som regel mest opptatt av verdiskaping for å beskrive aktiviteten i økonomien. Se neste side.

**Omsetning i reiselivsbransjene i Sognefjorden 2004-2016, løpende priser. Kilde: Menon (2017)**



# Høyest verdiskaping i overnatting, men høyest vekst i formidling og opplevelser

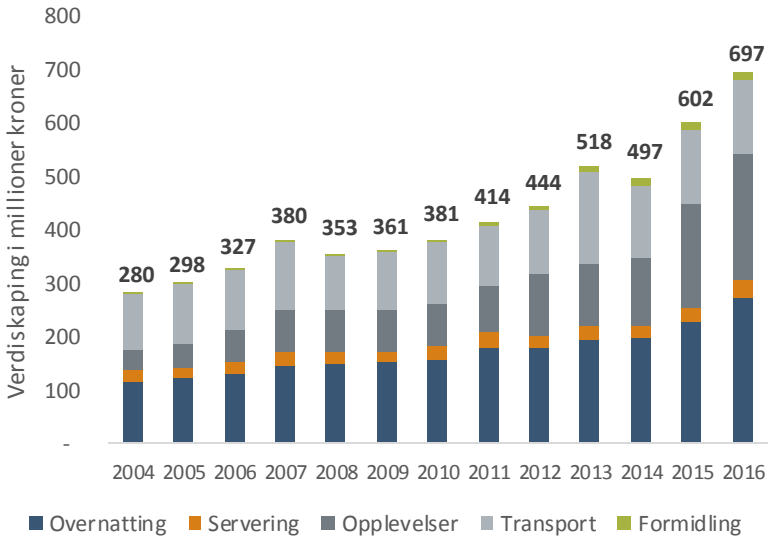
Reiselivsnæringen i Sognefjord-regionen har hatt en tilnærmet kontinuerlig vekst i verdiskaping i perioden fra 2004 til 2016, og har i 2016 to og en halv ganger så høy verdiskaping som i 2004, målt i løpende priser. Verdiskapingen i 2016 var på nesten 700 millioner kroner.

Overnatting og opplevelser har drevet veksten siden 2004.

Verdiskaping måles som forklart som omsetningen fratrukket vare- og tjenestekjøpene til foretakene i reiselivsnæringen. Den økende verdiskapingen kan skyldes både økt omsetning, økt lønnsomhet (reduserte kostnader) og økt produktivitet (verdiskaping per ansatt).

Den relative veksten har vært relativt lik i omsetning og verdiskaping i perioden. Det tyder på at veksten i omsetningen, altså økt aktivitet, kan forklare det meste av veksten også i verdiskapingen.

**Verdiskaping i reiselivsbransjene i Sognefjorden 2004-2016, løpende priser. Kilde: Menon (2017)**



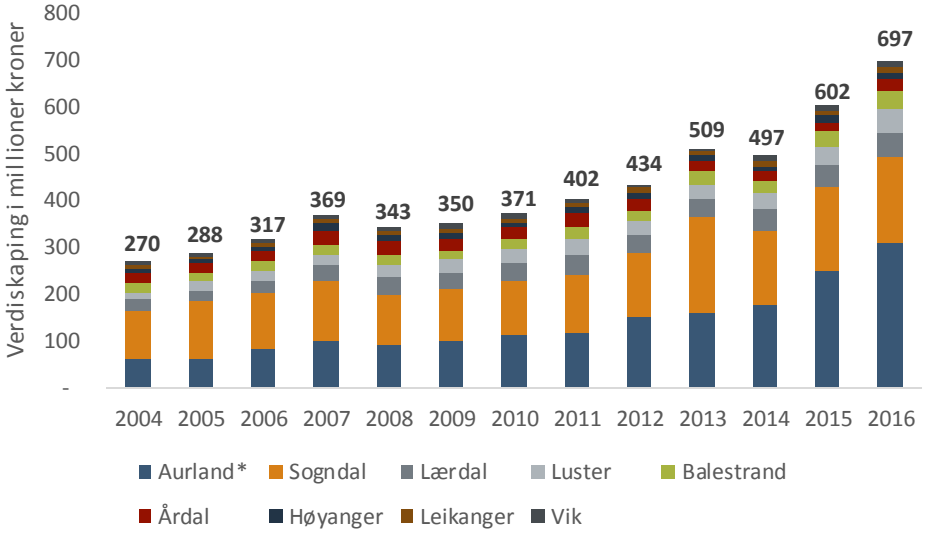
# Aurland og Sogndal er kommunene med høyest verdiskaping

Figuren til høyre viser verdiskapingen over tid i reiselivet i Sognefjorden fordelt på kommunene som bedriftene er hjemmehørende i.

Aurland og Sogndal er de klart største reiselivskommunene i regionen, og deres andel av den totale verdiskapingen har økt i løpet av perioden. Reiselivsnæringen i Aurland har også vokst i forhold til i Sogndal.

Alle kommunene har høyere verdiskaping i 2016 enn i 2004. Veksten i verdiskapingen har vært lavest i Årdal, der veksten har vært lavere enn prisveksten målt ved konsumprisindeksen.

**Verdiskaping i reiselivsbransjene i Sognefjorden 2004-2016, fordelt på kommuner, løpende priser. Kilde: Menon (2017)**



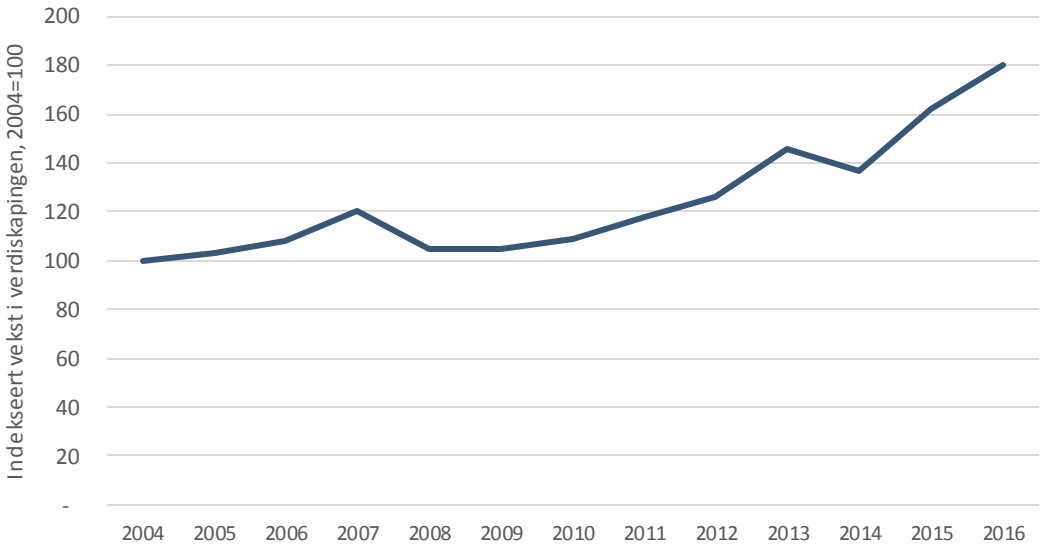

**I Aurland inkluderer vi Stalheim Hotel, som egentlig ligger i Voss kommune, rett over fylkesgrensa*

# Reiselivsaktiviteten har økt med 80 prosent siden 2004

Figuren til høyre viser utviklingen i verdiskapingen i reiselivsnæringen i Sognefjorden i faste priser. Med faste priser får vi et godt mål på utvikling i volum.

Vi ser at verdiskapingen i 2016 ligger 80 prosent høyere enn i 2004. Den sterkeste veksten har vært i andre halvdel av perioden, og omtrent halvparten av veksten fra 2004 til 2016 har kommet bare siden 2014. Figuren på forrige side antyder at mye av veksten siden 2014 har kommet i Flåm og Aurland.

**Indeksert vekst i verdiskapingen i reiselivsbransjene i Sognefjorden 2004-2016, faste priser, 2004=100. Kilde: Menon (2017)**



# Økende driftsmargin over tid for reiselivsnæringen samlet i regionen

Gjennomsnittlig driftsmargin (driftsresultat dividert med omsetning) beskriver lønnsomheten i reiselivsbransjene.

Figuren til høyre viser gjennomsnittlig driftsmargin i reiselivet i Sognefjorden i perioden 2004-2016. Vi ser at driftsmarginen har økt gjennom perioden. I 2007, 2012, 2015 og 2016 lå driftsmarginen over 7 prosent. Driftsmarginen har økt de fleste år, med unntak av 2008 og 2013 til 2014.

**Gjennomsnittlig driftsmargin i reiselivet i Sognefjorden 2004-2016. Kilde: Menon (2017)**

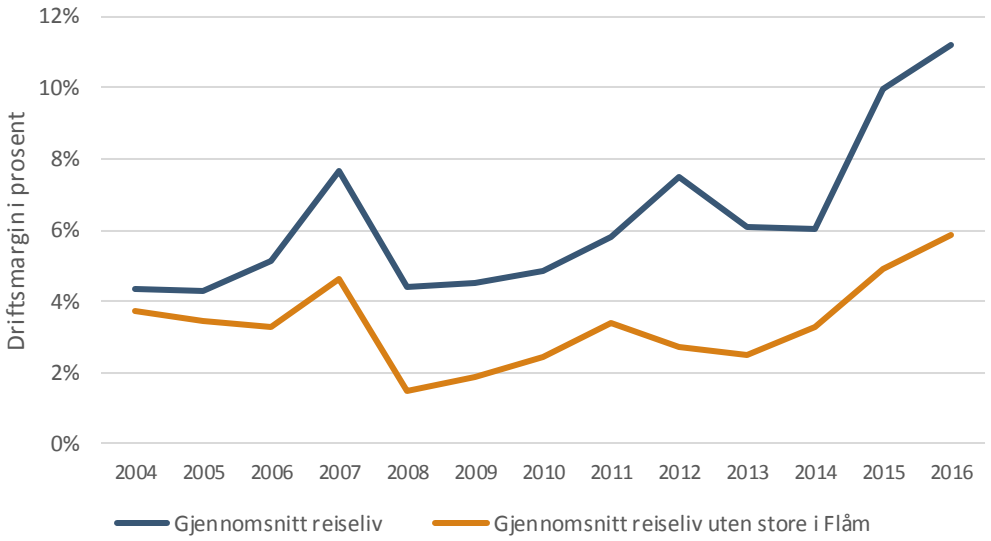
# Stigende lønnsomhet også når man tar ut «de store»

Den blå kurven i figuren til venstre er den samme som på forrige slide; driftsmargin i hele reiselivsnæringen i Sognefjorden fra 2004 til 2016.

Den oransje kurven viser utviklingen i driftsmargin når vi tar ut de store aktørene i og rundt Flåm AS: Flåm AS, Flåm Utvikling AS, The Fjords DA, NSB, Aurland Ressursutvikling AS og Flåmsbana AS.

Vi ser at også uten «de store» i Flåm, så er driftsmarginen i reiselivet positiv og økende i regionen. 2016 ble et bra år, med 6 % i driftsmargin i gjennomsnitt. Lavest var driftsmarginen i finanskriseåret 2008. Vi ser at det har vært positiv driftsmargin i gjennomsnitt i hele perioden fra 2004 til 2016.

**Gjennomsnittlig driftsmargin i reiselivet i Sognefjorden 2004-2016, med og uten store foretak i Flåm. Kilde: Menon (2017)**



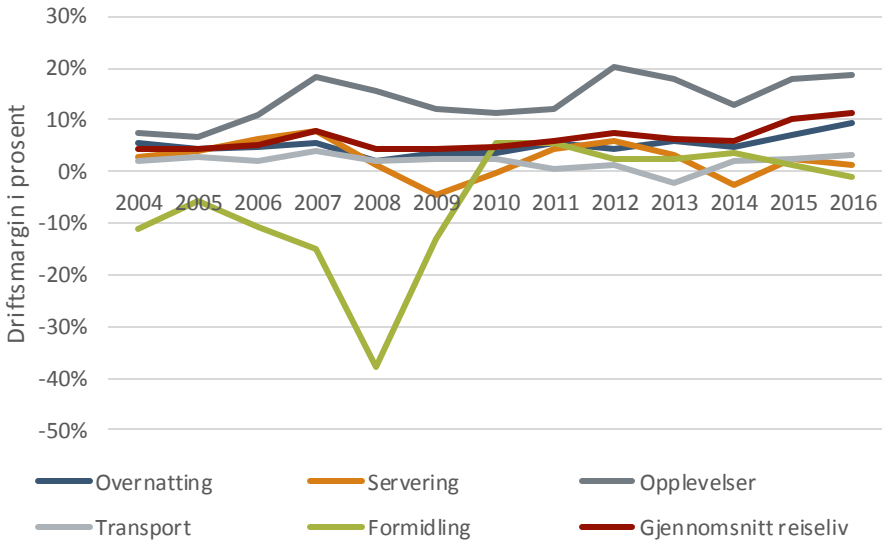
# Varierende lønnsomhet i reiselivsbransjene

Figuren til høyre viser gjennomsnittlig driftsmargin fordelt på reiselivsbransjene i Sognefjord-regionen.

Vi ser at for de fleste bransjene ligger gjennomsnittlig driftsmargin lavt. De fleste år ligger den mellom 0 og 5 prosent, men også under 0 (underskudd) i enkeltår.

Opplevelsesbransjen skiller seg ut med særlig høy lønnsomhet, med gjennomsnittlig driftsresultat i spennet mellom 7 prosent og 20 prosent i løpet av perioden, og forklarer mye av utviklingen vi observerer for næringen samlet. Her er det særlig Flåm som driver utviklingen.

**Gjennomsnittlig driftsmargin i reiselivsbransjene i Sognefjorden 2004-2016. Kilde: Menon (2017)**



# Svak økning i antall ansatte til og med 2014

**Overnatting** er den reiselivsbransjen som sysselsetter flest personer i Sognefjord-regionen. Antall ansatte økte med nær 40 prosent fra 2004 til 2014, fra 328 til 426 personer.

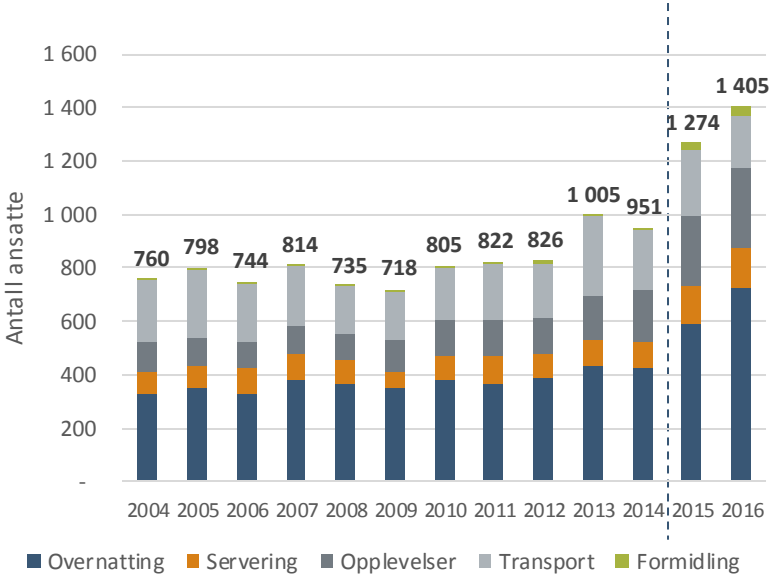
**Servering** har hatt en moderat vekst i antall ansatte fra 86 i 2004 til 99 i 2014, men med noen årlige svingninger.

**Opplevelsesbransjen** har opplevd sterkest relativ sysselsettingsvekst (bortsett fra formidling), og antall ansatte har nær doblet seg fra rundt 109 i 2004 til 196 i 2014.

**Transportbransjen** har hatt en liten reduksjon i sysselsettingen i perioden. Bransjen består av store aktører som Fjord1 og Nettbuss.

**Formidlingsbransjen** har få ansatte, men relativt store svingninger i løpet av perioden. Med få aktører blir tallene sensitive for feilrapportering.

**Utvikling i antall ansatte i reiselivet i Sognefjorden, fordelt på reiselivsbransjer, 2004-2016. Kilde. Menon (2017)**




** Pga. omlegging av statistikkgrunnlaget er sysselsettingstall f.o.m. 2015 ikke sammenlignbare med tidligere år.*

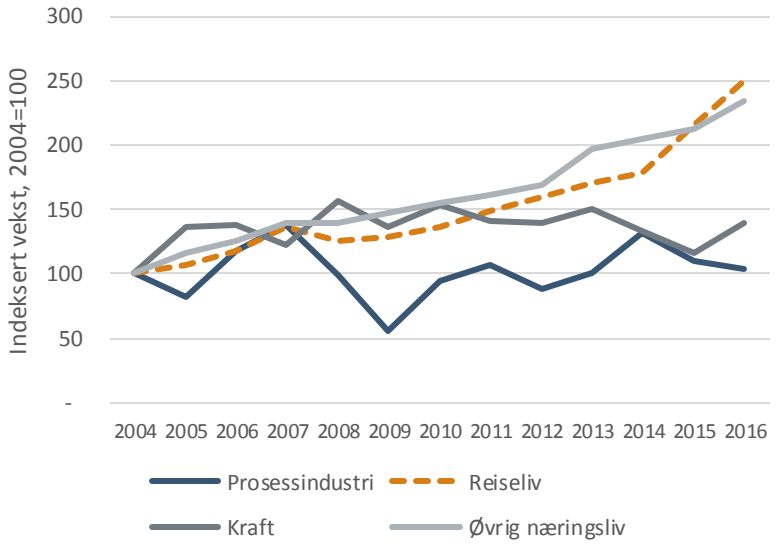
# Verdiskaping i reiselivet vokser like raskt som i det øvrige næringslivet

I figuren til høyre sammenlikner vi verdiskapingsveksten i reiselivet med veksten i de to største næringene og det øvrige næringslivet i Sognefjord-regionen.

Vi ser at verdiskapingen i prosessindustrien og kraftnæringen varierer en del fra år til år. Prosessindustriens verdiskaping varierer ofte i takt med råvarepriser, og verdiskapingen i kraftnæringen påvirkes av blant annet av nedbørsmengder og vintertemperaturer.

Reiselivet har relativt lik vekst som det øvrige næringslivet (unntatt prosessindustri og kraft), med en nominell vekst på mellom 130 og 150 prosent i perioden fra 2004 til 2016.

**Utvikling i verdiskapingen i reiselivet sammenliknet med resten av næringslivet, 2004-2016, indeks der 2004=100. Kilde: Menon (2017)**

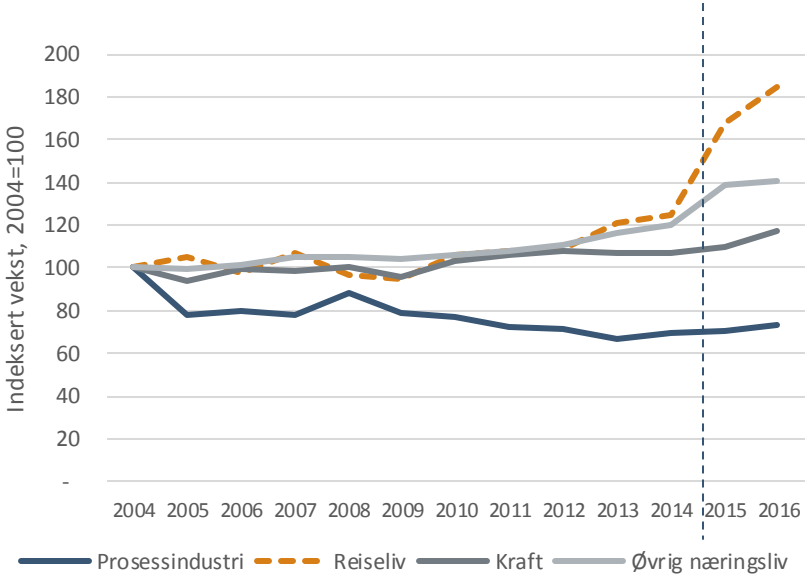


# Antall ansatte i reiselivet vokser mer enn i det øvrige næringslivet

Sysselsettingsveksten har vært høyere i reiselivet enn i resten av næringslivet fra 2004 til 2016.

Tallene på antall ansatte skiller ikke mellom deltids-, sesong- og heltidsansatte. Reiselivsnæringen er en næring med spesielt høy andel deltids- og sesongansatte, både knyttet til sesongsvingninger i aktivitet, behovet for skiftarbeid og lave krav til formell kompetanse. Med økt aktivitet i reiselivsnæringen, kan det tenkes at det blir flere heltidsansatte over tid. Dette tilsier lavere vekst i ansettelser, men økte ressurser og bedre kontinuitet og kunnskap i bedriftene.

**Utvikling i sysselsettingen i reiselivet sammenliknet med resten av næringslivet, 2004-2016, indeks der 2004=100. Kilde: Menon (2017)**




** Pga. omlegging av statistikkgrunnlaget er sysselsettingstall f.o.m. 2015 ikke sammenlignbare med tidligere år.*

# Positiv utvikling i arbeidsproduktiviteten

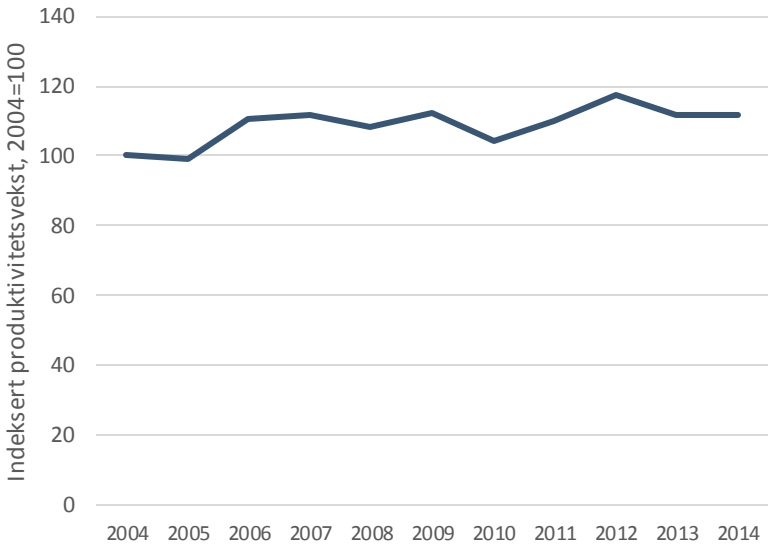
Produktivitet er et mål på produksjon per innsatsfaktor. Arbeidsproduktiviteten er definert som verdiskaping i faste priser per sysselsatte.

Figuren til høyre viser beregnet utvikling i arbeidsproduktivitet i reiselivet i Sognefjord-regionen fra 2004 til 2014*. Vi ser en positiv utvikling i perioden samlet sett, med en produktivitet som er 12 prosent høyere i 2014 enn i 2004.

Det er en betydelig usikkerhet knyttet til beregninger av produktivitetsvekst. Svingninger kan skyldes reell endring i produktivitet, men beregningene er også følsomme for feil i målingene av sysselsetting, verdiskaping og prisvekst. Konkurranseforhold og stordriftsfordeler vil også påvirke nivået på verdiskapingen.

**Pga. omlegging av statistikken for antall ansatte fra 2015, tar vi ikke med 2015-2016 i beregningene av produktivitetsvekst.*

**Utvikling i arbeidsproduktivitet målt som verdiskaping per ansatt i reiselivsnæringen, justert for bransjespesifikk konsumprisvekst, 2004-2014, indeks der 2004=100. Kilde: Menon (2017)**



# Av innholdsbransjene har opplevelser den høyeste produktivitetsveksten og de største svingningene

Figuren til høyre viser utviklingen i arbeidsproduktivitet (se forrige slide), fordelt på de tre innholdsbransjene i reiselivet, for perioden 2004-2014.

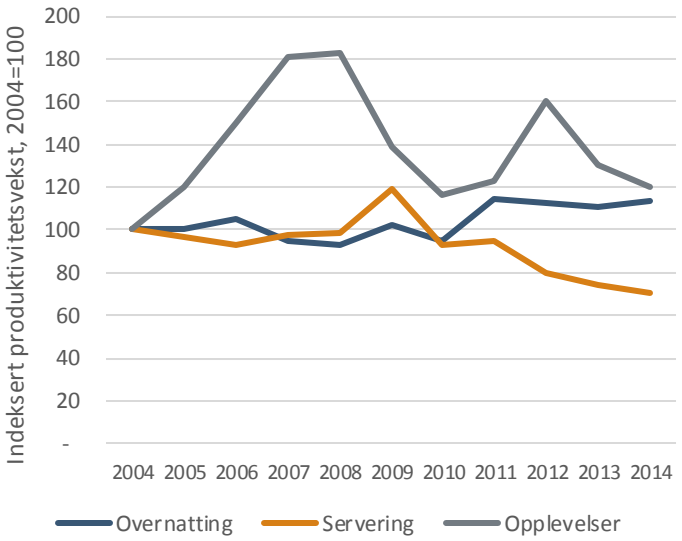
Vi ser at opplevelser har høyere vekst enn de andre bransjene, og også store svingninger fra år til år. Veksten skyldes i stor grad vekst både i volum og lønnsomhet, og særlig i Flåm Utvikling (Flåmsbana). Svingningene skyldes store endringer fra år til år både i verdiskapingen og i innrapporterte ansattetall.

Overnatting har også hatt en positiv utvikling i arbeidsproduktiviteten i perioden.

For servering beregner vi en produktivitetsnedgang på nesten 30 prosent. Her har ikke verdiskapingen klart å holde følge med veksten i antall ansatte.

** Vi tar ikke med tilgjengelighetsbransjene transport og formidling da disse generelt sier mindre om utvikling på stedet.*

**Arbeidsproduktivitet målt som verdiskaping per ansatte i reiselivsnæringen fordelt på bransjer, justert for bransjespesifikk konsumprisvekst, 2004-2014. Kilde: Menon (2017)**



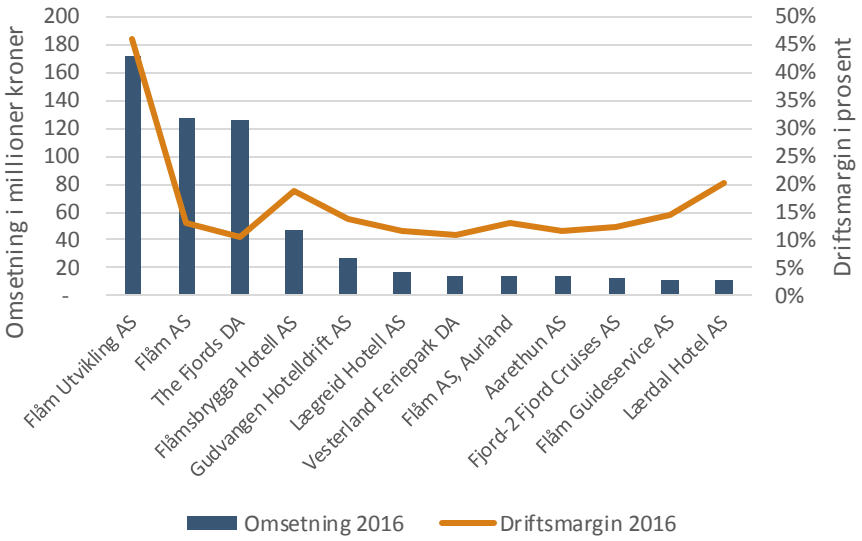
# Mange hoteller blant bedriftene med både høy omsetning og høy lønnsomhet

Figuren viser alle bedrifter som omsatte for mer enn 10 millioner kroner og hadde mer enn 10 prosent i driftsmargin i 2016.

På lista er det mange overnattings- og opplevelsesbedrifter.

Det er Flåm Utvikling, Flåm AS og The Fjords som er de virkelig store motorene i reiselivet i regionen. I 2016 omsatte de for mest, og hadde også svært høy lønnsomhet.

**Omsetning og driftsmargin i 2016 for bedrifter i Sognefjord-regionen med mer enn 10 millioner kroner i omsetning og 10 prosent i driftsmargin. Omsetning på venstre akse, driftsmargin på høyre akse. Kilde: Menon (2017)**



# Reiselivet i Sognefjorden har sterkere verdiskapingsvekst enn resten av landet

Figuren til høyre viser utviklingen i verdiskapingen i reiselivets innholdsbransjer* i perioden 2004-2016 for Sognefjorden, resten av Vestlandet, Osloregionen, Nord-Norge og resten av landet.

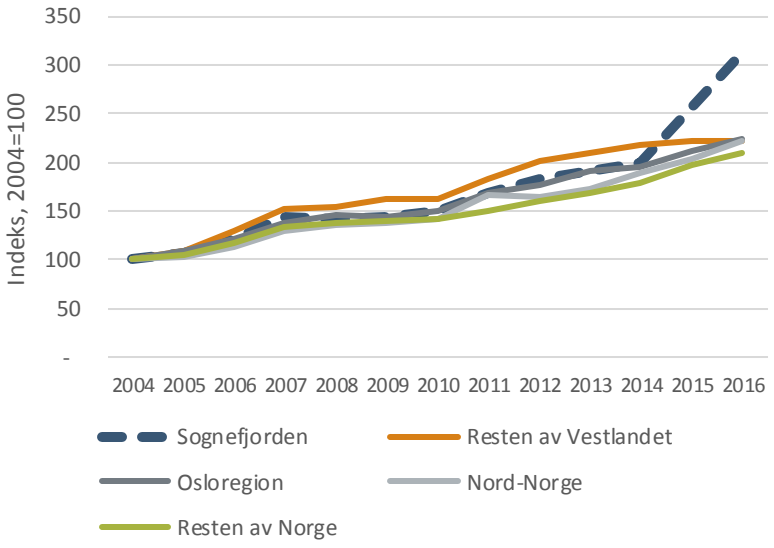
I landet samlet har verdiskapingen i reiselivsnæringens innholdsbransjer blitt mer enn doblet fra 2004 til 2015. Sognefjord-regionen har hatt større vekst i verdiskapingen enn landet for øvrig, når man ser perioden under ett.

Mens reiselivet rundt Sognefjorden har hatt sterk vekst fra 2012 til 2016, ser vi i samme periode en redusert veksttakt for resten av Vestlandet.

Nord-Norge og Osloregionen har også hatt relativt god vekst i perioden 2004-2016. Osloregionen har hatt sterk befolkningsvekst, og storbyer som reiselivsdestinasjoner blir stadig mer populære. I Nord-Norge har det vært satset aktivt på utvikling av vinterturisme, og det har har medført en sterk økning i tilreisende om vinteren, spesielt fra Storbritannia. Det er nå omtrent samme belegg på hotellene i vinter- og sommersesong i deler av Nord-Norge. I Sognefjord-regionen og resten av Vestlandet foregår reiselivsaktiviteten fortsatt i all hovedsak om sommeren.

** Vi tar ikke med tilgjengelighetsbransjene transport og formidling da disse generelt sier mindre om utvikling på stedet.*

**Verdiskaping i reiselivsnæringens innholdsbransjer i Sognefjord-regionen og andre regioner, løpende priser, 2004-2016. Kilde: Menon (2017)**



# Sognefjorden har en sterkere utvikling enn andre fjordregioner fra 2012 til 2016

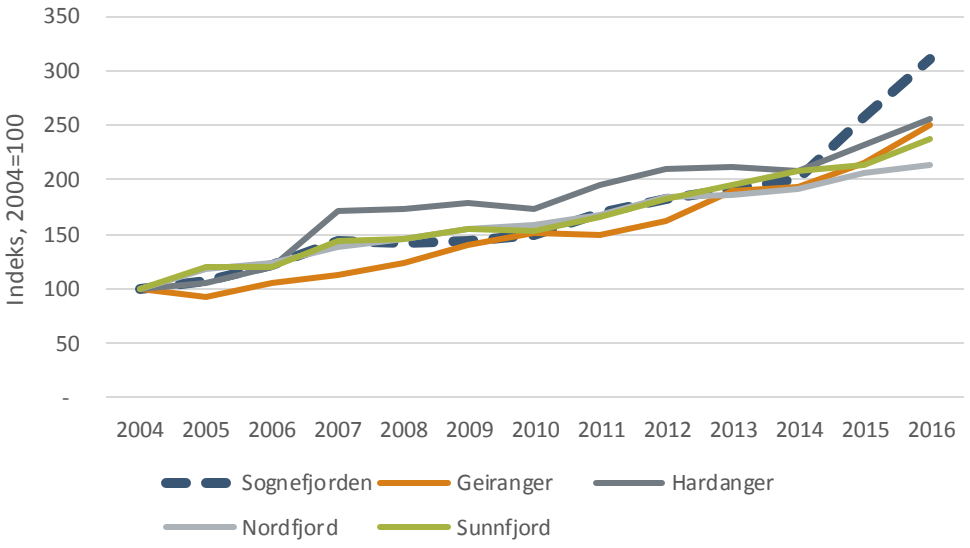
Figuren til høyre viser utviklingen i verdiskapingen i reiselivets innholdsbransjer* i perioden 2004-2016 for Sognefjorden, Geiranger, Hardanger, Nordfjord og Sunnfjord.

Veksten i Sognefjorden fra 2012 til 2016 har vært en god del høyere enn i de andre regionene.

Fra 2004 til 2012 hadde derimot Sognefjorden en vekst omtrent på linje med de andre fjordregionene.

** Vi tar ikke med tilgjengelighetsbransjene transport og formidling da disse generelt sier mindre om utvikling på stedet.*

**Verdiskaping i reiselivsnæringens innholdsbransjer i Sognefjord-regionen og andre fjordregioner, løpende priser, 2004-2016. Kilde: Menon (2017)**



# Vedlegg

Foto: Innovasjon Norge

# Forbrukstallene i analysen

- Tabellen viser gjennomsnittlig forbruk per gjestedøgn fordelt på ulike gjestedøgnssegmenter. For cruise og Hurtigruten vises forbruk per besøk i land.
- Forbrukstallene er avledet fra forbruksundersøkelsene til Innovasjon Norge (2014-2016) og til Transportøkonomisk institutt (2005-2011).
- For cruisepassasjerer antar vi at 50 prosent av utgiftene til opplevelser i Innovasjon Norges forbrukstall går ut av regionen. Dette begrunnes med at det er store nasjonale cruiseagenter som organiserer mye av turene, og som bare delvis bruker lokale underleverandører.
- For hotellgjester har vi halvert utgiftene til transport ut fra forbrukstallene vi ellers legger til grunn. Dette er fordi vi antar at mye av disse utgiftene går til flyreiser og annen transport som ikke er lokal.

| Type overnatting | Sesong | Over-natting | Servering | Transport | Dagligvare | Annen vare-handel | Aktiviteter | Andre utgifter | Sum |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Hotell - nordmenn yrke | Sommer | 834 | 570 | 457 | 165 | 165 | 34 | 15 | **2 240** |
| Hotell - utlendinger yrke | Sommer | 834 | 797 | 408 | 120 | 194 | 33 | 5 | **2 391** |
| Hotell - nordmenn ferie/fritid | Sommer | 417 | 385 | 129 | 140 | 176 | 64 | 18 | **1 329** |
| Hotell - utlendinger ferie/fritid | Sommer | 417 | 448 | 217 | 149 | 460 | 121 | 16 | **1 828** |
| Camping - nordmenn | Sommer | 314 | 158 | 147 | 50 | 50 | 56 | 7 | **782** |
| Camping - utlendinger | Sommer | 338 | 163 | 228 | 50 | 50 | 85 | 13 | **927** |
| Cruise | Sommer | | 103 | 70 | 277 | | 205 | | **655** |
| Hurtigruten | Sommer | | 197 | 197 | 66 | | 197 | | **894** |
| Hotell - nordmenn yrke | Vinter | 817 | 570 | 457 | 165 | 165 | 34 | 15 | **2 223** |
| Hotell - utlendinger yrke | Vinter | 817 | 797 | 408 | 120 | 194 | 33 | 5 | **2 374** |
| Hotell - nordmenn ferie/fritid | Vinter | 409 | 385 | 129 | 140 | 176 | 64 | 18 | **1 320** |
| Hotell - utlendinger ferie/fritid | Vinter | 409 | 448 | 217 | 149 | 460 | 121 | 16 | **1 819** |
| Camping - nordmenn | Vinter | 314 | 158 | 147 | 50 | 50 | 56 | 7 | **782** |
| Camping - utlendinger | Vinter | 338 | 163 | 228 | 50 | 50 | 85 | 13 | **927** |
| Cruise | Vinter | | 103 | 70 | 277 | | 205 | | **655** |
| Hurtigruten | Vinter | | 197 | 197 | 66 | | 197 | | **894** |

# VEDLEGG 2: BEDRIFTENE SOM ER MED I REISELIVSNÆRINGEN

| Overnatting | | | |
|---|---|---|---|
| Sogndal Hotell Drift AS | Fjellfanten AS | Skogadalsbøen AS | Hotell, Hybel Og Studentskip AS |
| Flåmsbrygga Hotell AS | Østerbø Fjellstove AS | Bøyum Camping AS | Eides Hotel Gertrude Eide Søreide |
| Kviknes Hotel AS | Gaupnetunet AS | Skahjem Consulting AS | Heimly Pensjonat AS |
| Gudvangen Hotelldrift AS | Lavik Fjord Hotell AS | Sanden Pensjonat og Handel AS | Lindstrøm Hotel AS |
| AS Stalheim Hotel | Hofslund Fjordhotel AS | Winjum Hytter AS | Lærdal Hotel Drift AS |
| Klingenberg Hotell AS | Eikum Hotell Drift AS | Fjordperla AS | Haabakken AS |
| Lægreid Hotell AS | Unik Natur Hotels AS | Vesterland Hotell og Feriesenter AS | Utladalen Camping AS |
| Lindstrøm Hotel AS | Haabakken AS | Vadheim Hotell AS | Kallestad Hytter AS |
| Vesterland Feriepark DA | Jostedal Hotell AS | Selseng AS | Hotel Mundal AS |
| Flåm AS | Kjørnes Camping AS | Loftesnes Hytter AS | Høyanger Hotell Eides AS |
| Aarethun AS | Bestebakken AS | Maristuen Fjellferie AS | Park Hotelldrift AS |
| Vatnahalsen Høyfjellshotell AS | Tangen Pensjonat AS | Skjolden Hotel AS | Selseng Camping og Hytter AS |
| Lærdal Hotel AS | Charter Cruise AS | Fjærland Fjordstue Hotell AS | Fridtjov Cafe Bed & Breakfast |
| Walaker Hotell AS | Hotel Mundal AS | Gudvangen Hotell & Motell AS | Olsson 44 AS |
| Sognefjord Hotel AS | Balestrand Hotell AS | Fjordsikt AS | Vadheim Fjordhotel AS |
| Turtagrø Hotel AS | Svalheim Gard AS | Skogadalsbøen AS | Mountainfjord AS |
| Flåm Camping og Vandrarheim AS | Dragsvik Fjord Hotel AS | AS Stalheim Hotel | Gaupne Hotel AS |
| Hansbu AS | Hotel Grandane AS | Flåm Turistsenter A/S | Hotell Hopstock AS |
| Vangsgården AS | Vassbakken Kro & Camping AS | Unik Natur H & R AS | Hemre Camping |
| Skjolden Hotel Luster AS | Østerbø Turisthytte AS | Aarethun AS | |
| Øren Hotel AS | Lunde Camping AS | Kikut Holding AS | |
| Leikanger Fjord Hotell AS | Sitla Hotell AS | Fjørevegen 17 AS | |

# VEDLEGG 2: BEDRIFTENE SOM ER MED I REISELIVSNÆRINGEN

| Servering | | | |
|---|---|---|---|
| China House AS | Grønn Norge AS | Stovas Gatekjøkken AS | Lustrafjorden Kro AS |
| Den Gode Nabo Sogndal AS | Årdal Eigedom AS | Big Bite Drift AS | Voldum Kafedrift AS |
| Sognaporten Informasjons- og Servicesenter AS | Sognefjord Sjokolade AS | China House Årdal AS | Aurlandskafeen AS |
| Lustraporten AS | Postaabneriet Pub & Cafe AS | Herman Cafe og Delikatesse AS | Amiras Kro AS |
| Sogndal Pizza AS | Kafe Krydder AS | K Reither Kjell Reither | Bjordal Bygdeservice Da |
| Cafe Rallaren AS | Gekkens Restaurant og Cafe Invest AS | Pyramiden Senterkafe ANS | Sentrum Kafe Lærdal AS |
| Årdal Catering AS | 5 Flåten AS | Togrestauranten-Flåm AS | Aknit Ein AS |
| Sogndalssenteret Pizza AS | Urnes Gard AS | Torgloftet AS | Nobel Restaurant AS |
| Marianne Bakeri & Kafe AS | Henjatunet Eggjagarden AS | Monica S Tjønnås Gobiten AS | Dampen AS |
| Utla AS | Sletterust Fjellservice AS | Norsk Fjordmat AS | Tooba AS |
| Fjordkro AS | Ellevilt AS | Bjørkum Burgern DA | Pyramiden Kafe AS |
| Brævasshytta AS | Cafe Herman AS | Joars Kjøkken/Laksen Pub & Restaurant AS | Hos Naboen AS |
| Terrasse'n Kafe og Kro AS | Kafè Banken AS | Skyss Kroa AS | Monoserv AS |
| Lavik Kro AS | Dalalåven AS | Catering Sogndal AS | Monoserv AS |
| Kaffe Telegrafen AS | Kafe Krydder AS | Gatisens Go Bit DA | Skysskroa Sogndal AS |
| Kafè Øyri AS | Cafe Stationen AS | Nobel Pizza AS | Fjordkroa AS |

# VEDLEGG 2: BEDRIFTENE SOM ER MED I REISELIVSNÆRINGEN

| Opplevelser | | | |
|---|---|---|---|
| Flåm Utvikling AS | Njord AS | Stiftinga Gjest Baardsen-Huset | Stiftinga De Heibergske Samlinger-Sogn Folkemuseum |
| Flåm AS | Amazing Fjords AS | Lærdal Guiding AS | Sogn Og Fjordane Kunstmuseum |
| The Fjords DA | Stiftelsen Norsk Villakssenter | Årdal Sjøfront AS | Flåm Hiking AS |
| Musea i Sogn og Fjordane | Kjelde AS | Sogndal Skisenter Eigedom AS | Pilegrimsvandring Balestrand AS |
| Flåm Guideservice AS | Dans Uten Grenser AS | Pure Adventure AS | De Heibergske Samlinger Sogn Folkemuseum |
| Link Bingo AS | Sognefjellet Sommerskisenter AS | Sogndal Fjell- og Fjordsportssenter AS | Norsk Reiselivsmuseum |
| Sogndal Kulturhus AS | Undredal Bygdeutvikling AS | Pilegrimsvandring Balestrand AS | Stiftinga Norsk Stavkyrkjemuseum |
| Link Bingo AS | RS Utleige AS | Alfheim Skog & Jakt AS | Flåmsbanemuseet AS |
| Norsk Bremuseum med Ulltveit-Moe Senter for Klimaviten | Adventure Tours AS | Utpost Eventbyrå AS | Henrik Mohn Dahl's Legat |
| Jostedalen Breførarlag AS | Brekick AS | Skaldegard AS | Kyrkjebø Ungdomslag - Jubileumsfond |
| Sogndal Skisenter Drift AS | Emobility Flåm AS | Norsk Villakssenter Reiseliv AS | Stiftinga Norsk Fruktmuseum |
| Øyre Lyd AS | Stiftinga Avdalen Gard | Sogndal Lydstudio AS | Reisemål Årdal AS |
| Bratt Moro AS | Gudvangen Utvikling AS | Aurland Ressursutvikling AS | Sea Kayak Norway AS |
| | Siplo Tråkkemaskindrift | Flåmsbana AS | Lærdal Golf AS |
| Breheimsenteret AS | Stiftinga Sogn Kulturvern | Veitastrond Næringsutvikling Kalda-Kari AS | Moreld AS |
| Haukås AS | Nonno Production AS | Fretheim Hotell AS | Sogndal Bowling AS |
| Norgesguidene AS | Tokvam Outdoor AS | Stiftelsen M/S Arnafjord | Event Vest Limited |
| Breogfjell AS | Stiftinga Nasjonalparkfestivalen Under Storen | Flåm Panorama AS | Fjell og Fjord Kompaniet AS |
| 29-2 Aurland AS | Sylvringen AS | Fjellsportfestivalen AS | Elvepurka AS |
| Sogndal Lodge & Guiding AS | Bulder & Brak Opplevingar AS | Karl Eggums Legat | |

# VEDLEGG 2: BEDRIFTENE SOM ER MED I REISELIVSNÆRINGEN

| Transport (mange av selskapene har flere avdelinger) | |
|---|---|
| Nettbuss AS | Tide Buss AS |
| Fjord-2 Fjord Cruises AS | Nettbuss Travel AS |
| Firda Billag Buss AS | Fjordservice Sogn og Fjordane AS |
| Aurland Land og Fjordservice AS | Nettbuss Sør AS |
| Lustrabaatane AS | Firda Billag Iks |
| Norges Statsbaner AS | Fjord Og Hotellskip AS |
| Rallartoget AS | Nettbuss Sogn Billag AS |
| Brevegen AS | Frønningen Skyssbåt AS |
| Sognefjorden AS | Sognefjord Charter Cruise ANS |
| Benjamin Rock AS | Aurlandsfjord AS |
| Yggdrasil AS | Ms Turnus AS |
| Olstad Sjåførutleige AS | Norwegian Fjord Voyage Ltd |
| Pandora Skyss AS | Discover Sognefjord AS |
| Ada Mau AS | Firda Billag AS |
| Flåm Travel AS | |

# VEDLEGG 2: BEDRIFTENE SOM ER MED I REISELIVSNÆRINGEN

| Formidling | |
|---|---|
| Fotefar Temareiser AS | Fjords of Scandinavia AS |
| Visit Sognefjord AS | Fjordane Reisebyrå AS |
| Norwegian Fjord Voyage AS | Sognefjord Reisebyrå AS |
| Flåm Marina og Appartement AS | Ofredal Tenester AS |
| The Fjords Fartøy I DA | Sognefjord Reiseliv BA |
| Opplev Undredal AS | Sognefjorden Reiseliv og Arrangement AS |
| Norway Fjord Cruise AS | Reisemål Sogndal og Luster AS |
| Veidemansreiser AS | Fjord Oppleving AS |
| Sognefjorden Farty I AS | |