



Analise av reiselivet i Narvikregionen

Forord

Rapporten er en verdiskapings- og ringvirkningsanalyse som Menon har gjennomført på oppdrag for Visit Narvik.

Formålet med rapporten er å kartlegge og analysere tilreisendes forbruk, lokalmarkedets betydning og reiselivets produksjon. Vi sammenstiller en rekke kilder og metoder for å gi en best mulig oversikt over reiselivets betydning for lokal verdiskaping og sysselsetting Narvikregionen.

Anders Myklebust, prosjektleder
Februar 2022

Rapporten består av tre hoveddeler:

Del 1: Kartlegging av de tilreisende (markedspektivet)

Vi identifiserer tilreisende og beregner deres forbruk fordelt på ulike vare- og tjenestetyper

Del 2: Kartlegging av reiselivsnæringen (bedriftsperspektivet)

Vi avgrensner reiselivsnæringen og kartlegger utviklingen over tid.

Del 3: Potensialet i en styrket vintersesong

Her ser vi nærmere på hvilke positive effekter en styrket satsning på vinterturisme kan medføre

Rapporten beskriver innledningsvis forutsetningene for reiselivet, utviklingen over tid, samt barrierer og utviklingsmuligheter i tiden som kommer.

Prosjektet har vært ledet av Anders Myklebust med Mathie Rødal og Live Nerdrum som medarbeidere og Endre Kildal Iversen som kvalitetssikrer.

Vi takker Visit Narvik for et spennende oppdrag og vi takker også alle som har stilt opp til intervju. Forfatterne står ansvarlig for alt innhold i rapporten.

Foto: Jan Arne Pettersen

Høye fjell, uberørt natur og spennende krigshistorie

I Narvikregionen er det gode friluftsmuligheter både sommer og vinter. Det er et flust av turmuligheter der du kan oppleve vakker natur til fots, enten alene eller med en ekspertguide på tur til Verdenssvaet i E fjord eller Stetind på 1 394 m.o.h. i Narvik. Det er gode muligheter for å oppleve nordlys på vinterhalvåret i Narvikregionen. I Narvik kan du oppsøke fart og spenning i Nord-Norges største alpinanlegg med unike omgivelser hvor du kan stå på alpint fra toppen av Fagernesfjellet ned mot fjorden. For de som oppsøker sjelsro kan en tur på stranda i Ornesvika eller en tur med taubane 600 meter opp til Fagernestoppen være midt i blinken.

Videre kan destinasjonen by på aktiviteter for enhver smak enten du vil kjøre hundeslede i Gratangen, fiske i Evenes, utforske verdens nordligste dyrepark Polar Park i Bardu eller padle kano opp Stormyrelva i Lavangen. Det er også gode muligheter for terrengsykling, ørnesafari og RIB. For historie- og kulturinteresserte er Narvik krigsmuseum stedet å dra. Det er i tillegg mulig å se sporene etter slaget i Narvik fra andre verdenskrig gjennom å reise med Ofotbanen. Ofotbanen med Arctic Train er en av Norges vakreste togreiser og er en opplevelse for enhver som ønsker å nyte utsikten av den fine naturen i Narvikregionen. Det er også muligheter for å utforske Narvik sentrum som har flere butikker, restauranter og skybars. Narvikregionen har noen av landsdelens beste villmarkskokker noe som legger til rette for gode matopplevelser. Rein, villsau, kongekrabbe og multer er blant det som tilbys.

Narvik er en tilgjengelig by i nordnorsk sammenheng. Narvik ligger 1 times kjøretur med bil eller buss fra Harstad/Narvik lufthavn, med direkterutene fra Gardemoen tar det i overkant av halvannen time. Flyplassen har også direkteruter til Andenes, Bodø, Tromsø og Trondheim, og kan nås med charterfly fra Europa. Narvikregionen har bussforbindelse med blant annet Svolvær, Harstad, Tromsø, Fauske, samt togforbindelser til Sverige og steder som Kiruna, Boden og Stockholm. Det er generelt gode veiforbindelser til Narvikregionen med E6 og E10 som går gjennom regionen.



**Forutsetninger
for reiseliv**



**Reiselivets
utvikling**



**Barrierer og
utvikling**

Svak utvikling over tid, men det er blitt lagt et viktig grunnlag for fremtidig vekst

Siden 2016 har det vært en nedgang i kommersielle gjestedøgn. Frem til 2019 var det en negativ utvikling blant norske tilreisende samtidig som det var en positiv utvikling blant utenlandske tilreisende. Majoriteten av de tilreisende kommer om sommeren. Av 150 000 kommersielle gjestedøgnene i 2020 stod feriereisende for litt over 60 prosent og resten var yrkesreisende inkludert kurs- og konferansegjester. Gjestedøgn ved privat utleie økte betydelig i årene frem til 2019 hvor det var nærmere 35 000 gjestedøgn. Det er 4 900 fritidsboliger i Narvikregionen, hvorav nærmere 70 prosent er eid av lokale. Tilreisende la igjen nærmere 400 millioner kroner i 2020, noe som la grunnlag for 180 millioner kroner i verdiskaping og 460 sysselsatte i Narvikregionen. De tilreisendes forbruk og investeringer står samlet sett for 7 prosent av arbeidsplassene og 3 prosent av verdiskapingen i næringslivet i Narvikregionen.

Narvikregionen har vært preget av et stort innslag av dagsbesøkende. Om sommeren hadde reiselivsnæringen, og først og fremst hotellene, noen bra uker da Narvik ofte var et stoppepunkt for bussturister som skulle til Nordkapp. Men de siste årene har det blitt lagt et godt grunnlag for fremtiden. Gjennom Sparebanken Narvik ble Forte Narvik etablert og det ble satt av store midler til en målrettet satsning på å utvikle Narvik som reiselivsdestinasjon.

Etableringen bidro til at regionen fikk rett kompetanse i nøkkelstillinger og viktige bidragsyttere i arbeidet med å løfte og profilere regionen. Samtidig har det blitt gjort investeringer i Narvikfjellet, og det har blitt jobbet målrettet med både produktutvikling og å skape koblinger mot Sverige og Kiruna. Det er også blitt jobbet med å utvikle opplevelser og pakkeprodukter knyttet til krigshistorien, og flere bedrifter har koblet seg til reiselivsklyngen Arctic 365 med ønske om å utvikle vintersesongen. Et annet godt strategisk grep var utvidelsen av Visit Narvik til å dekke en bredere region. Det utvikles nå produkter og turer på tvers av kommuner, hvor blant annet Polar Parken er en viktig attraksjon.

Regionen rakk ikke å høste gevinstene av alt det gode arbeidet før pandemien traff, men grunnlaget er lagt og regionen har et godt utgangspunkt for videre vekst.



Forutsetninger
for reiseliv



Reiselivets
utvikling



Barrierer og
utvikling

Kjente reiselivsaktører satser på vinterturisme i Narvik

Kombinasjonen av naturgitte fortrinn og en målrettet satsning på reiselivsnæringen de siste årene gir et svært godt utgangspunkt for fremtidig utvikling. Utfordringen historisk har vært å holde på turistene og ikke bare være et stoppested for buss- og gruppereisende eller ankomst/avreise sted for turister som skal til Lofoten eller videre nordover. Dette kommer sannsynligvis til å endre seg i årene som kommer. Grunnlaget som er lagt de siste årene i reiselivet i Narvik beskrives som «*En solskinnshistorie som savner sidestykke i historien*» av ett av våre intervjuobjekter med god innsikt i norsk reiselivsnæring.

De siste årene har flere større kommersielle aktører etablert seg for å satse på regionen. En aktør som Norways Best bringer med seg en unik kompetanse på helhetlig reiselivsutvikling i Flåm og de har bygd opp en distribusjon i det asiatiske markedet. Både kompetansen og den operasjonelle erfaringen samt nærheten til markedet vil styrke reiselivsnæringen i regionen. Ser vi på ferie- og fritidsreisende til regionen er det per i dag en klar konsentrasjon rundt sommermånedene. I tillegg til Norways best har også Best Arctic etablert seg i Narvik og deres inntreden lover også godt for utviklingen av nordlys- og vinteropplevelser. Regionen har minst like gode forutsetninger for nordlys som Tromsø og det er rom for en betydelig økning før kapasiteten blir en begrensning.

De siste årene har det blitt lagt ned en enorm innsats i søknaden om å arrangere alpin-VM 2027 og det er et godt håp om at en vinner frem når arrangementet skal tildeles senere i år. Det vil utløse ytterligere investeringer i Narvikfjellet og både samle og styrke regionen som en attraktiv alpindestinasjon. Samtidig vil en tildeling av alpin-VM medføre en internasjonal eksponering med spektakulære bilder og markedsføring av både nordlyset så vel som alpinmulighetene. Dette er turister som gjennomgående har et høyere forbruk enn mange de som i dag besøker regionen.

En doubling av gjestedøgn på hotell i vintersesongen året etter alpin-VM vil kunne medføre en økt omsetning på litt over 200 millioner kroner, noe som igjen representerer en økt verdiskaping på anslagsvis 93,5 millioner kroner og danner grunnlaget for nær 230 sysselsatte.



Forutsetninger
for reiseliv



Reiselivets
utvikling



Barrierer og
utvikling

Del 1: Markedsperspektivet – de tilreisende til Narvikregionen

I denne delen av analysen anslår vi effektene av forbruket til ulike tilreisende. Tilreisende har behov for en rekke lokale varer og tjenester i tilknytning til en reise for å oppleve Narvikregionen, slik som hotell- og campingovernatting, restaurantbesøk, transportbilletter og kjøp av matvarer og suvenirer. De tilreisende skaper dermed inntekter til reiselivsbedrifter og øvrig næringsliv i kommunene. På de neste sidene vil vi:

- 1. Kartlegge antall tilreisende i regionen fra ulike segmenter i perioden 2016-2021.** Vi identifiserer tilreisende med ulike formål for reisen (yrke/fritid), ulik nasjonalitet, ulik lengde på opphold (overnatting/dagsturist) og ulik overnattingstype for de som er overnattingsgjester (hytte/hotell). Denne kartleggingen bygger på gjestedøgnstatistikk basert på kommersiell overnatting fra SSB, fritidsboligstatistikk fra SSB samt data fra AirDNA
- 2. Kartlegge forbruk for ulike typer tilreisende.** Ulike grupper tilreisende kan ha svært forskjellig nivå på forbruk og forbruksmønster. I analysen beregner vi derfor forbruk for de ulike tilreisende. Dette gjør vi med utgangspunkt i Innovasjon Norges turistundersøkelser
- 3. Ringvirkingsanalyse.** Ved å multiplisere alle gjestedøgn med forbruk per gjestedøgn får vi et estimat på totalt reiselivsrelatert forbruk i regionen



I denne delen av analysen veksler vi mellom å vise utviklingen over tid og en nærmere beskrivelse av situasjonen i enkelt år. Der hvor vi trekker frem enkelte år vil det også variere om vi fokuserer på 2019 som var siste normale året før koronapandemien eller 2020 og 2021. Det avhenger av i hvilken grad det som skal formidles og hvordan det har blitt påvirket av koronapandemien. Eksempelvis er gir en fordeling av utenlandske besøkende på nasjonaliteter fra 2019 et mer representativt bilde av turistene som besøker Narvikregionen vanligvis enn om vi hadde laget samme fordeling for et senere år.

Med Narvikregionen mener vi i denne analysen kommunene Narvik, Bardu, Lavangen, Gratangen og Evenes som til sammen har i underkant av 30 000 innbyggere.

Tilreisende stod for 150 000 kommersielle gjestedøgn i Narvikregionen i 2020 – 60 prosent av alle gjestedøgnene tilbringes på sommeren

I 2020 var det nærmere 150 000 kommersielle gjestedøgn, altså både hotell, camping og hyttegrend. Feriereisende er det største segmentet og i 2020 representerte de 63 prosent av alle kommersielle overnattinger i regionen.

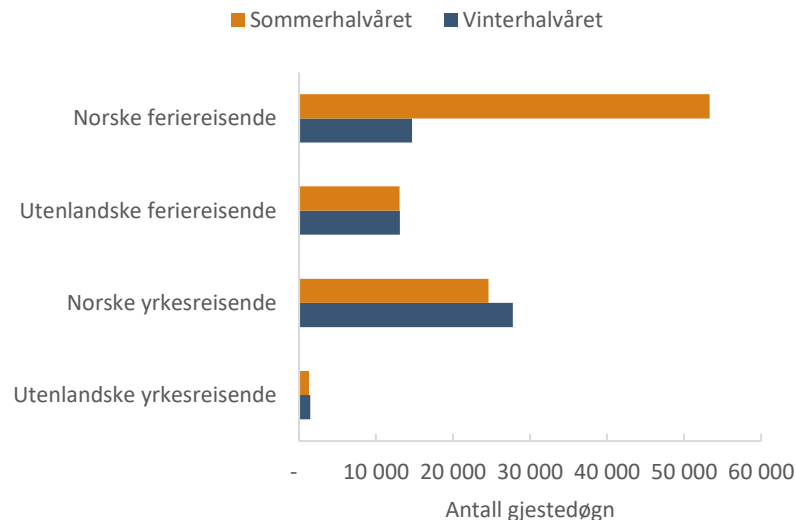
Blant de mange aktørene som tilbyr overnatting i Narvikregionen er Scandic Narvik, Grand Royal Hotel og Bjerkvik hotell størst. De to førstnevnte er også blant de største innen servering. Ballangen camping er en av mange campingplasser i Narvikregionen.

Antall kommersielle gjestedøgn 2020 var betydelig lavere enn i et normalår hvor Narvikregionen vanligvis har mer enn 200 000 gjestedøgn. Dette er på nivå med antall tilreisende til Senjaregionen og betydelig høyere enn antall gjestedøgn i Harstad.

Nedgangen fra 2019 til 2020 tilsvarer 25 prosent, hvor en stor del av nedgangen skyldes færre utenlandske feriereisende i sommerhalvåret. Til sammenligning hadde både Tromsø og Lofoten 40 prosent færre kommersielle gjestedøgn i 2020, med henholdsvis 580 000 og 315 000 gjestedøgn. Narvikregionen har dermed klart seg bedre i 2020 sammenlignet med disse to destinasjonene.

Sammenlignet med Nordland som helhet har Narvikregionen derimot hatt en noe større nedgang i kommersielle gjestedøgn.

Antall gjestedøgn per segment og sesong i 2020. Sommersesongen strekker seg fra mai til oktober, mens vintersesongen strekker seg fra november til april. Kilde: SSB og Menon Economics



*Kommersielle gjestedøgn for Lofoten 2020 mangler data for kommunene Flakstad, Røst og Værøy

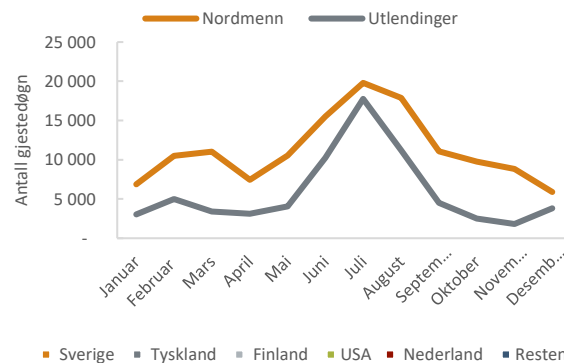
En klar konsentrasjon rundt sommermånedene, med et jevnt volum av yrkesreisende gjennom hele året

Narvikregionen har en beliggenhet og noen naturgitt fortrinn som tilsier at regionen burde vært en attraktiv destinasjon både sommer og vinter. Likevel ser vi av fordelingen av de besøkende gjennom året at det er en klar konsentrasjon rundt sommeren. Det gjelder for både tilreisende nordmenn og utenlandske turister. Gjestedøgnstatistikken viser også at de yrkesreisende fordeler seg jevnt over året, mens det er økning i antall ferie og fritidsreisende i de tre sommermånedene. 45 prosent av alle kommersielle gjestedøgn i 2019 fant sted i løpet av de tre månedene.

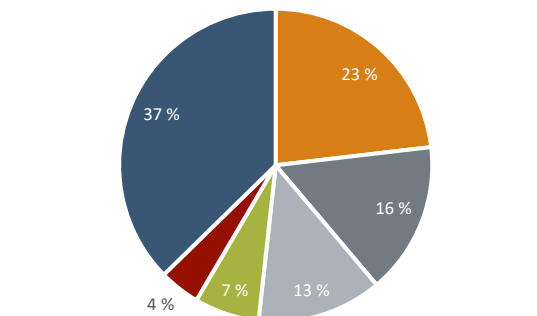
De siste årene har det vært en nedgang i antall norske tilreisende mens antall utenlandske tilreisende har økt med 25 prosent fra 2016 til 2019. Som en konsekvens har andelen utenlandske gjester har økt fra rundt 25 prosent til 35 prosent i 2019. Veksten i utenlandske tilreisende er noe lavere enn i Nordland som helhet, Tromsø og Lofoten. Her har veksten i utenlandsmarkedet vært henholdsvis 30, 35 og 50 prosent.

Besøkende kommer fra en rekke nasjonaliteter, men enkelte land er viktigere enn andre. Nær en fjerdedel av de besøkende i 2019 kom fra Sverige, Tyskland og Finland samlet stod for om lag 30 prosent av utenlandske besøkende mens 7 prosent var amerikanske turister. Øvrige fordeler seg på land som blant annet Nederland, Storbritannia og Italia samt asiatiske land som Singapore og Kina. Det er noen forskjeller mellom sommer- og vintersesongen hvor blant annet andelen besøkende fra Finland og Tyskland er klart lavere på vinteren og besøkende fra Singapore i 2019 kom utelukkende i vintersesongen.

Figurene viser fordelingen for 2019 ettersom vi anser 2020 som lite representativt for et normalår som følge av koronapandemien. I 2020 var det vesentlig færre utenlandske besøkende samtidig som regionen også opplevde en betydelig økning i antall norske tilreisende om sommeren.



Antall kommersielle overnattinger, hotell og camping, per måned i 2019 fordelt på segment. Kilde: Menon Economics og SSB



Fordeling mellom norske og utenlandske turister samlet for hotell og camping i 2019. Kilde: Menon Economics og SSB

Nedgang i kommersielle gjestedøgn i perioden 2016 til 2021

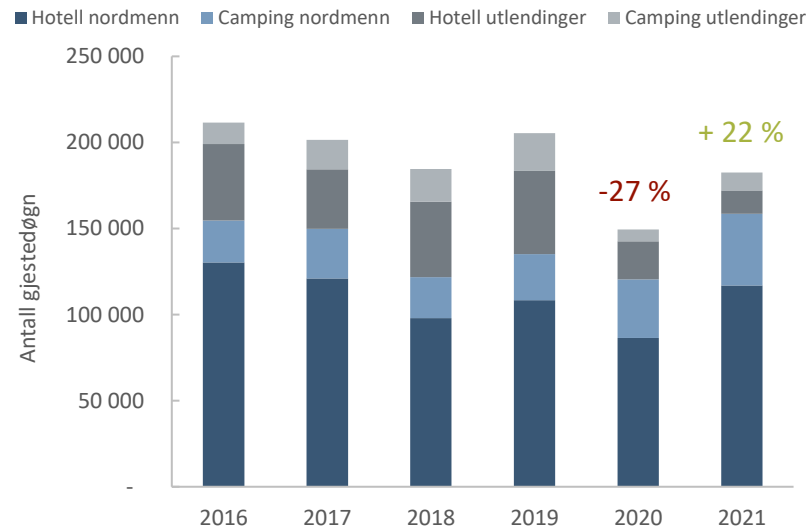
I perioden 2016 til 2020 var det en nedgang i kommersielle gjestedøgn, særlig som følge av færre antall norske gjestedøgn på hotell. Narvikregionen har i denne perioden hatt en svakere vekst blant norske gjester på hotell sammenlignet med Lofoten og Tromsø. Ser vi på utviklingen blant norske campinggjester har Narvikregionen derimot hatt sterkere vekst enn i Lofoten og Tromsø.

Frem til koronapandemien traff var det en økning i utenlandske gjestedøgn både på hotell og camping, men denne økningen har ikke vært tilstrekkelig til å kompensere for nedgangen blant nordmenn. Det første året av pandemien bidro til en kraftig reduksjon i antall gjestedøgn, særlig utenlandske gjestedøgn.

To år med pandemi har gjort at gjestedøgn ved camping og hyttegrend har utgjort en større andel av de kommersielle gjestedøgnene enn i et normalår, da pandemien har bidratt til en større nedgang i gjestedøgn ved hotell enn ved camping.

I 2021 snur det og mye av fallet i kommersielle gjestedøgn hentes inn igjen som følge av en betydelig økning i antall norske tilreisende. 2021 blir også et toppår hva gjelder gjestedøgn på camping i perioden 2016 til 2021. Det samme gjelder for antall norske gjestedøgn. Det er kun en nedgang blant utenlandske gjestedøgn ved hotell i 2021.

Antall kommersielle overnattinger fordelt på hotell og camping/hyttegrend fra 2016 til 2021. Estimerte enkelte måneder for camping. Kilde: Menon Economics og SSB



Feriereisende står for halvparten av alle gjestedøgn på hotell

Nedgangen i antall kommersielle gjestedøgn ved hotell skyldes både en nedgang i feriereisende og yrkesreisende. I perioden 2016 til 2021 har det vært en negativ gjennomsnittlig vekst på nærmere 3 prosent for både ferie –og yrkesreisende.

Frem til 2020 var antall yrkesreisende på et stabilt nivå, mens utviklingen i feriereisende har vært mer varierende. Nedgangen har vært størst innenfor kurs- og konferansesegmentet (også kalt MICE).

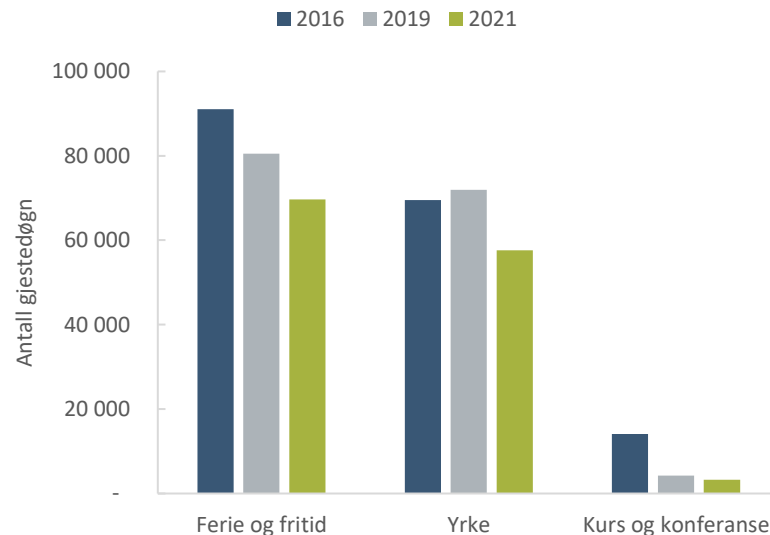
Feriereisende har hvert år siden 2016 utgjort halvparten av kommersielle gjestedøgn på hotell. Samtidig har andelen til kurs- og konferansesegmentet blitt redusert fra 8 prosent i 2016 til 3 prosent i 2021, noe som innebærer at andelen yrkesreisende har økt.

I 2021 utgjorde stod feriereisende for 53 prosent, yrkesreisende for 44 prosent og kurs- og konferanse 3 prosent.

Som vi skal se senere har yrkesreisende gjennomgående et betydelig høyere gjennomsnittlig døgnforbruk enn feriereisende. Det kan med andre ord være gunstig om en lykkes med å snu den negative utviklingen innenfor kurs- og konferansesegmentet. Forbruket blant kurs- og konferansegjester varierer også innad i det ulike segmentene og skal en satse på å tiltrekke seg flere kurs- og konferansegjester ville vi anbefalt å se nærmere på mulighetene for å lage attraktive pakker som retter seg inn mot incentives segmentet.

*MICE står for Meetings, Incentives, Conferences og Exhibitions

Antall kommersielle gjestedøgn på hotell i 2016, 2019 og 2021 fordelt på formål.
Kilde: Menon Economics og Statistikknett



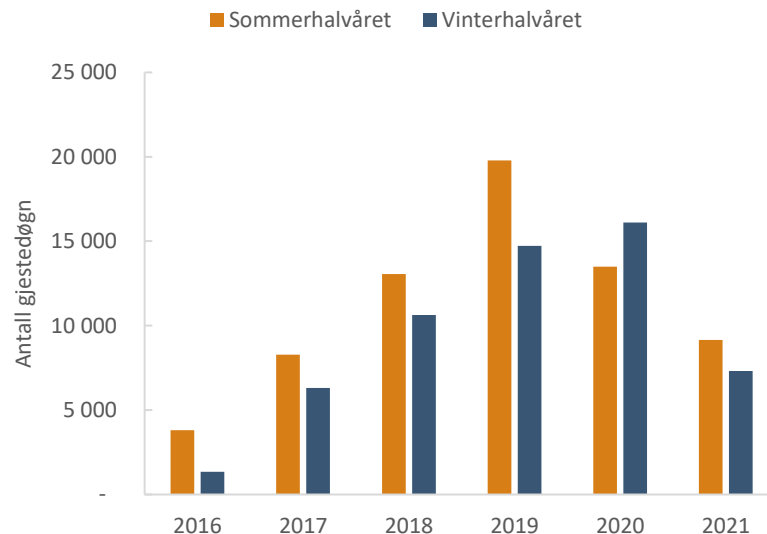
Økning på nærmere 30 000 gjestedøgn fra 2016 til 2019

Veksten i privat utleie via blant annet den nettbaserte markedsplassen AirBnB har vært svært høy i Norge i de siste årene, og Narvikregionen er intet unntak. Mellom 2016 og 2019 har antall gjestedøgn nær syv doblet seg til nærmere 35 000. Men også her har det vært en nedgang under pandemien. I 2020 var det 15 prosent færre gjestedøgn, til tross for en økning i vinterhalvåret. I 2021 falt antall gjestedøgn med 45 prosent sammenlignet med året før.

Nedgangen i 2020 er mindre dramatisk i Narvikregionen sammenlignet med Nordland som helhet og i Lofoten som begge hadde en nedgang i antall gjestedøgn ved privat utleie på mer enn 30 prosent. I 2021 var det derimot en klart større nedgang i Narvikregionen sammenlignet med Nordland som helhet og Lofoten alene, hvor nedgangen var mindre enn 15 prosent.

I 2019 og 2020 sto privat utleie for nærmere 10 prosent av alle gjestedøgnene i Narvikregionen. Gjestedøgn ved privat utleie som andel av samlet antall gjestedøgn i regionen har økt fra 2 prosent i 2016 til i underkant av 10 prosent i 2021. Året før var andelen så høy som 20 prosent. Det skyldes at det i 2020 var en kraftigere reduksjon i antall kommersielle gjestedøgn sammenlignet med nedgangen i privat utleie fra 2019 til 2020. Hva som er forklaring her er usikkert. Scandic Narvik holdt stengt et par måneder i 2020, mens andre hoteller vi har snakket med holdt åpent hele året. En mulig forklaring kan være endrede preferanser hos de tilreisende som under pandemien har vurdert privat utleie som et tryggere alternativ. Eller at begrensninger i hotellenes tilbud og service som stengte frokostsaler og treningsrom har svekket verdien av en hotellovernatting sammenlignet med privat utleie, men dette har vi ikke kunne bekrefte.

Beregnet antall gjestedøgn ved privat utleie i Narvikregionen fordelt på sesong, 2016-2021. Sommersesongen strekker seg fra mai til oktober, mens vintersesongen strekker seg fra november til april. Kilde: Menon Economics og AirDNA



Antall gjestedøgn på private hytter fra tilreisende har økt med 40 000 på 20 år

I tillegg til tilreisende som overnatter på hotell, camping, hyttegrender og de som leier seg bolig via nettbaserte markedsplasser som AirBnB er det også en stor andel tilreisende som eier fritidsbolig i regionen.

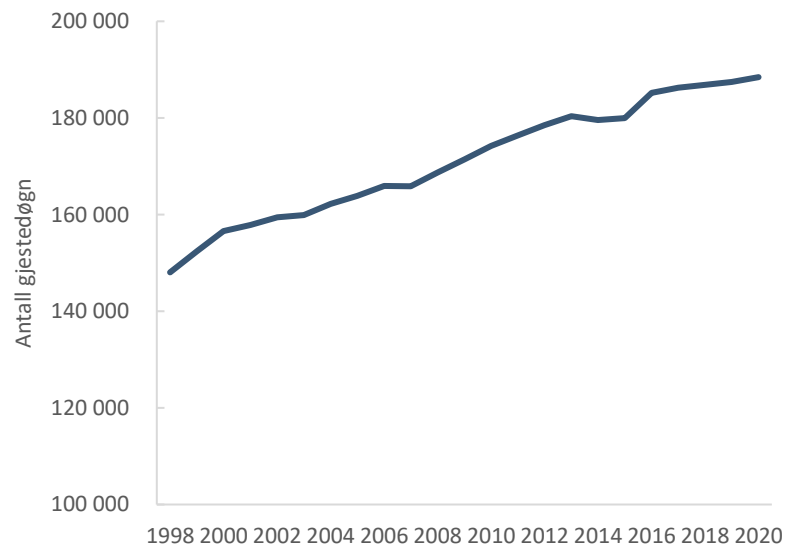
I 2020 var det over 4900 hytter i Narvikregionen hvor over 80 prosent av hyttene er lokalisert i Narvik kommune, mens litt over 10 prosent er lokalisert i Bardu kommune. De resterende hyttene ligger i Evenes, Gratangen og Lavangen kommune. Nærmere 70 prosent av hyttene eies av noen som bor i regionen.

De siste årene har det i snitt blitt bygget 27 nye hytter og det har vært en stabil vekst i antall hytter som bygges. Siden 1998 har antallet hytter økt med om lag 1000. Antallet hytter eid av personer bosatt utenfor regionen har i denne perioden økt fra 1 200 til omtrent 1 550.

Antall overnattinger i egen hytte fra tilreisende utenfor regionen varierer fra destinasjon til destinasjon. Mange destinasjoner gjennomfører hytteundersøkelser som gir innsikt i hvor mye hyttene i området faktisk blir benyttet. For Narvikregionen har vi ikke en slik undersøkelse tilgjengelig og vi har derfor basert oss på tidligere analyser har vi lagt vi til grunn at bruken av hver hytte representerer 120 gjestedøgn per år.

Dette innebærer at hytteturistene (bosatt utenfor regionen) står for nærmere 190 000 gjestedøgn i 2020. Dette er til sammenlikning omtrent samme antall gjestedøgn som for Senjaregionen, mens antall gjestedøgn per år er langt høyere på typiske hyttedestinasjoner slik som Oppdal, Kragerø og Norefjellregionen.

Utvikling i antall gjestedøgn ved private hytter i Narvikregionen (kun tilreisende) fra 1998 til 2020. Kilde: SSB og Menon Economics



Yrkesreisende har det høyeste døgnforbruket, mens tilreisende på hytter og i utleieenheter har det laveste

I det videre ser vi nærmere på de tilreisendes forbruk i Narvikregionen og tilhørende ringvirkninger for kommunene i regionen.

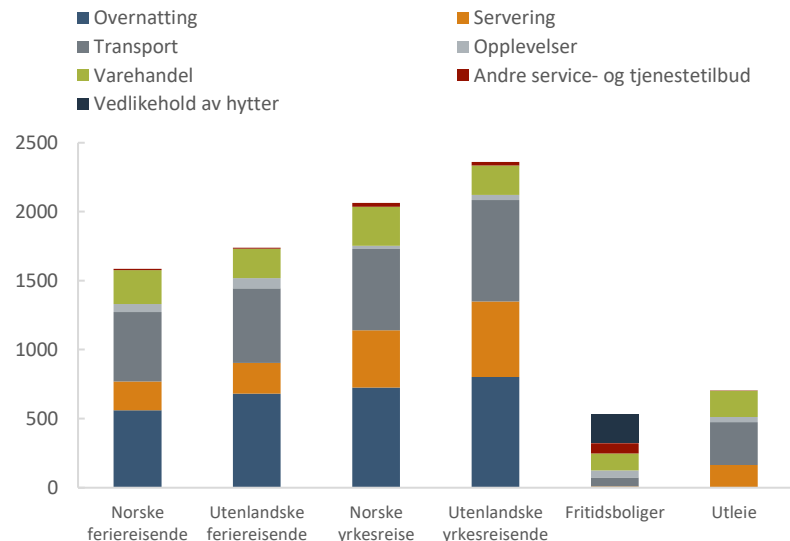
Det beregnede døgnforbruket for ulike segmenter viser at norske og utenlandske yrkesreisende bruker klart mest, med i snitt 2 210 kroner. Forbruket er høyere innen alle bransjer, med unntak av opplevelser og varehandel. Yrkesreisende legger igjen det dobbelte av feriereisende innen servering.

Utenlandske feriereisende har et gjennomsnittlig døgnforbruk på 1 740 kroner og har et noe høyere forbruk enn norske feriereisende som bruker 1 590 kroner hver seg.

Hytteturistene bruker langt mindre på reiselivsrelaterte produkter og tjenester enn de kommersielt overnattende. Per døgn ligger deres forbruk på 320 kroner. Inkluderer vi også vedlikehold og oppgradering av hyttene i døgnforbruket øker anslaget med over 200 kroner. Hytteturistenes døgnforbruk ender da opp på 530 kroner totalt. Tilreisende som leier overnatting gjennom AirBnB legger igjen omtrent 700 kroner per gjestedøgn.

Beregningene baserer seg først og fremst på Innovasjons Norges Turistundersøkelse hvor et stort antall reisende på forskjellige destinasjoner blant annet svarer på hvor mye penger de har brukt.

Gjennomsnittlig døgnforbruk fordelt på forbrukskategorier i 2020. Kilde: Innovasjon Norges Turistundersøkelse



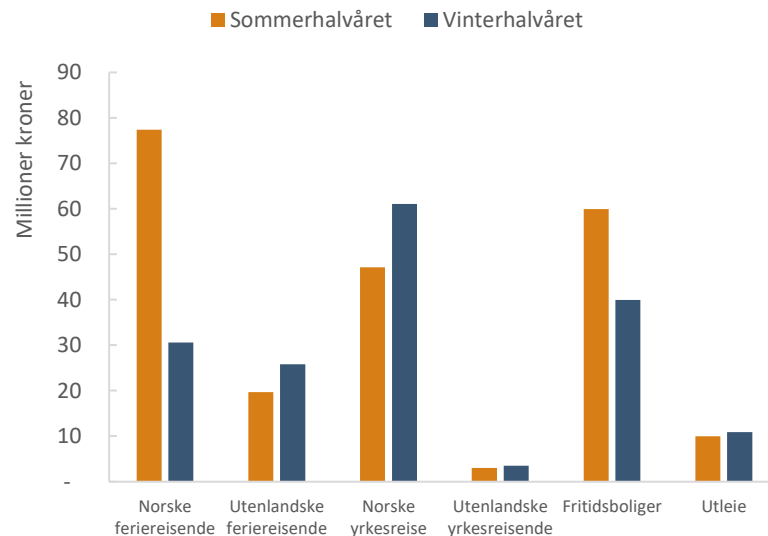
Tilreisende la igjen nærmere 390 millioner kroner i 2020

Vi beregner at tilreisende i Narvikregionen la igjen nærmere 390 millioner kroner i regionen i 2020, hvor kommersielt overnattende stod for 70 prosent, tilsvarende 270 millioner kroner. Rundt 55 prosent av inntektene fra kommersielt overnattende genereres om sommeren. Norske feriereisende -og yrkesreisende står for nærmere 30 prosent av omsetningen, hver seg. Norske yrkesreisende legger igjen mest penger på vinterhalvåret og norske feriereisende legger igjen mest penger på sommerhalvåret. Sammenlignet med 2019 la de tilreisende igjen 122 millioner kroner mindre i 2020 med relativt lik segment- og sesongfordeling.

Totalt genererer tilreisende hytteeiere 100 millioner i omsetning i næringslivet i Narvikregionen. Dette inkluderer både hytteturistenes forbruk innenfor de reiselivsrelaterte næringene, men også deres forbruk til oppgradering og vedlikehold av hytter innen handel og bygg- og anlegg. Forbruk knyttet til oppgradering og vedlikehold av hyttene er inkludert fordi hytteturismen genererer inntekter til andre deler av næringslivet i Narvikregionen enn det en tradisjonell kommersielt overnattende gjester gjør, men det er like fullt en positiv impuls til lokalt næringsliv som bør synliggjøres.

Selv om hytteturistene står for over halvparten av gjestedøgnene i regionen, utgjør deres forbruk kun 25 prosent av samlet reiselivsrelatert forbruk i regionen. Det skyldes at tilreisende som overnatter på private hytter har et vesentlig lavere gjennomsnittlig døgnforbruk innen reiselivsprodukter- og tjenester enn de som benytter kommersielle overnattingssteder. Omsetningen fra besøkende via privat utleie er anslått til å 21 millioner kroner i 2020, dette utgjør 5 prosent av samlet reiselivsrelatert forbruk.

Beregnet omsetning fra tilreisendes forbruk i 2020 fordelt på sesong, marked og formål. Sommersesongen defineres som mai-oktober, og vintersesongen som november-april. Kilde: Menon Economics



Lokalbefolkningen og dagsbesøkende står for 65 prosent av inntektene til aktørene innen overnatting, servering og opplevelser

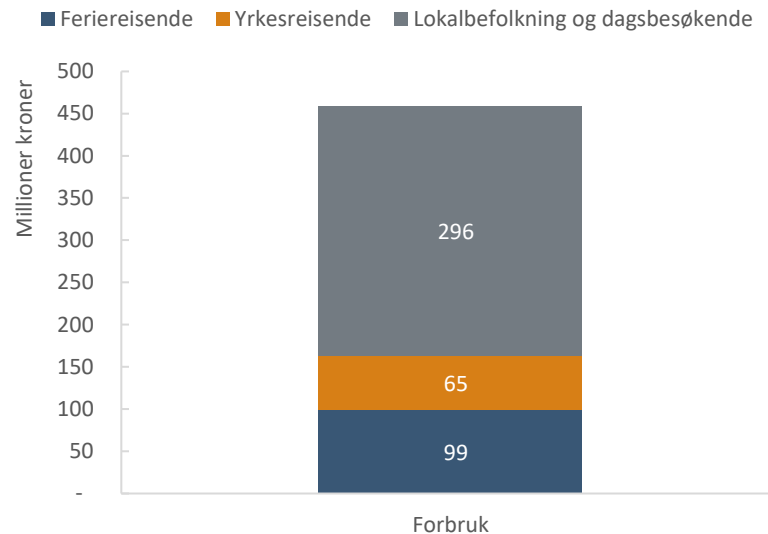
Etter å ha kartlagt omsetningen fra tilreisende etter næring ser vi nærmere på reiselivets innholdsbransjer (overnatting, servering og opplevelser).

Figuren til høyre viser at ferierende står for om lag 20 prosent av selskapenes totale omsetning, mens yrkesreisende står for rundt 15 prosent. Det er tydelig at den viktigste inntektskilden, som utgjør 65 prosent av omsetningen til reiselivet i Narvikregionen, kommer fra personer som ikke fanges opp i overnattingsstatistikken. Sett opp mot størrelsen på lokalbefolkningen er det derimot tydelig at dette ikke kun kan tilskrives denne gruppen, men at det er et betydelig innslag av dagsbesøkende. Om sommeren er det mange tilreisende som reiser på rundtur i Nord-Norge som besøker Narvik, men som overnatter andre steder. Cruisepassasjerer og buss- og gruppereisende som stopper innom Narvik er andre grupper av dagsbesøkende. Tilsvarende så er det på vinteren flere nordlysturister som reiser gjennom Narvik på vei til Lofoten eller Tromsø.

Det er også store forskjeller innad i innholdsbransjene. Beregnet omsetning fra feriereisende og yrkesreisende tilsvarer 94 prosent av omsetningen i overnattingsbransjen, mens det kun utgjør henholdsvis 21 og 15 prosent for servering og opplevelser. Det bidrar til å forsterke inntrykket av at det er mange dagsbesøkende som benytter seg av lokale serveringstilbud, attraksjoner og opplevelser uten at de overnatter lokalt eller i regionen.

Selv om det kan være utfordrende å få dagsbesøkende til å bli har de likevel en positiv betydning for reiselivet i Narvikregionen, samtidig ligger det et uforløst potensial i denne gruppen om en lykkes med å beholde de lengre i regionen.

Beregnet omsetning fra tilreisende i 2020 sammenliknet med total omsetning i reiselivets innholdsbransjer. Kilde: Menon Economics



Omtrent 55 prosent av inntektene tilfaller reiselivet, mens de resterende inntektene tilfaller andre næringer

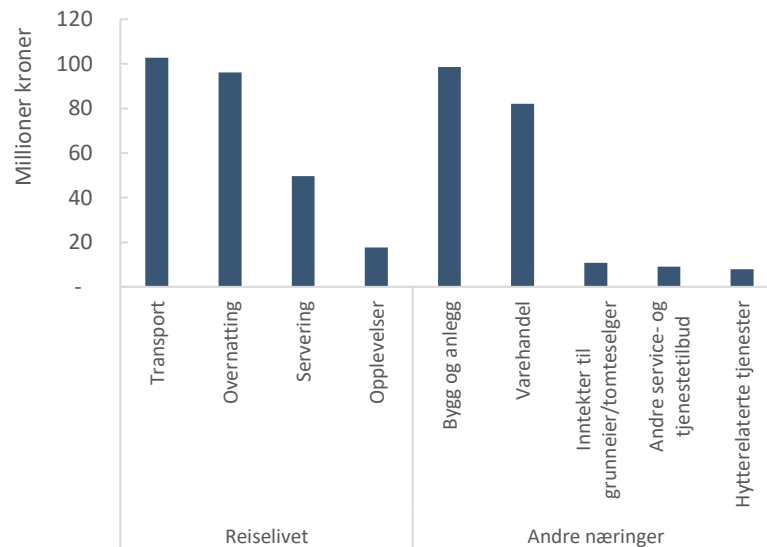
Videre har vi beregnet lokal omsetning generert av tilreisendes forbruk og investeringer på tvers av ulike næringer og mottakere til å være nærmere 475 millioner. Legg merke til at vi her både har inkludert forbruket til de besøkende i Narvikregionen og hytteturistenes investeringer i nye fritidsboliger. Dette for å vise at ikke bare de klassiske reiselivsbedriftene profiterer på de tilreisende.

Ser en på forbruk og investeringer samlet, tilfaller 45 prosent av omsetningen fra de tilreisende andre næringer enn reiselivet, tilsvarende over 200 millioner kroner.

Figuren viser at det først og fremst kommer bygg og anlegg samt varehandelen til gode gjennom en omsetning fra de tilreisende på henholdsvis 100 millioner og 80 millioner i omsetning i 2020. En betydelig del av bygg- og anleggsomsetningen kommer fra utbygging, oppgradering og vedlikehold av hytter.

I beregningene har vi lagt til grunn en utbygging av 27 hytter per år, som er en videreføring av utviklingen de siste årene. Basert på samtaler med lokale aktører i bygg- og anleggsbransjen antas en gjennomsnittlig utbyggingskostnad på 4 millioner kroner per hytte i Narvikregionen. Av denne kostnaden er 400 000 kroner antatt å gå til tomt, 400 000 til anleggsarbeid og 3,2 millioner til bygging. Videre fremkommer det at om lag 75 prosent av omsetningen knyttet til byggingsarbeidet tilfaller lokalt næringsliv, mens det for anleggsarbeidet ligger på 95 prosent.

Beregnet total omsetning fra de tilreisende per forbrukskategori i 2020. Millioner kroner. Kilde: Menon Economics



Tilreisende bidrar til 180 millioner kroner i verdiskaping i næringslivet i Narvikregionen

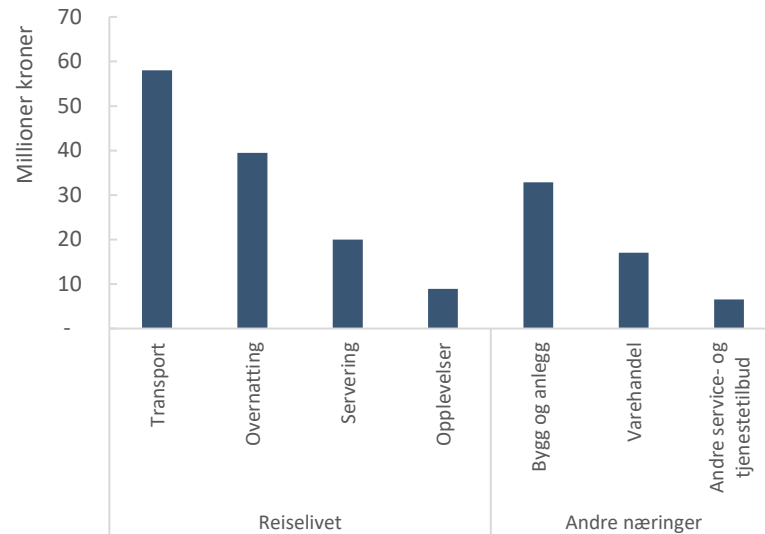
Verdiskaping er definert som bedriftenes lønnskostnader og driftsresultat før skatt, avgifter, nedskrivninger og avskrivninger. Verdiskaping er dermed den omsetningen som «blir igjen» i bedriftene etter vare- og tjenestekjøp er foretatt for å avlønne innsatsfaktorene arbeidskraft og kapital.

Tilreisendes forbruk og investeringer legger grunnlag for 180 millioner i verdiskaping i næringslivet i Narvikregionen. Rundt 70 prosent av verdiskapingen kommer fra tilreisendes forbruk og investeringer som legges igjen hos bedrifter i reiselivsnæringen. Dette er en betydelig høyere andel sammenlignet med hvor stor andel av omsetningen som blir lagt igjen her.

Transportbransjen har den klart høyest verdiskapingen på 58 millioner kroner. Dernest følger overnatting foran servering og opplevelser. En sammenligning med 2019 viser at verdiskapingen i næringslivet har falt med mer enn 40 millioner kroner.

I motsetning til reiselivsbedriftene, har varehandel og bygg/anlegg betydelig lavere verdiskaping sett i forhold til omsetningen. Det skyldes at reiselivsnæringen er svært arbeidsintensiv og at en større andel av inntektene går med til å lønne arbeidskraften. For de andre næringene går derimot en større andel av inntektene til å kjøpe varer og tjenester fra underleverandører.

Verdiskaping avledet av de tilreisendes beregnede forbruk og investeringer i 2020. Millioner kroner. Kilde: Menon Economics



Og 225 millioner kroner i verdiskaping i verdikjeden

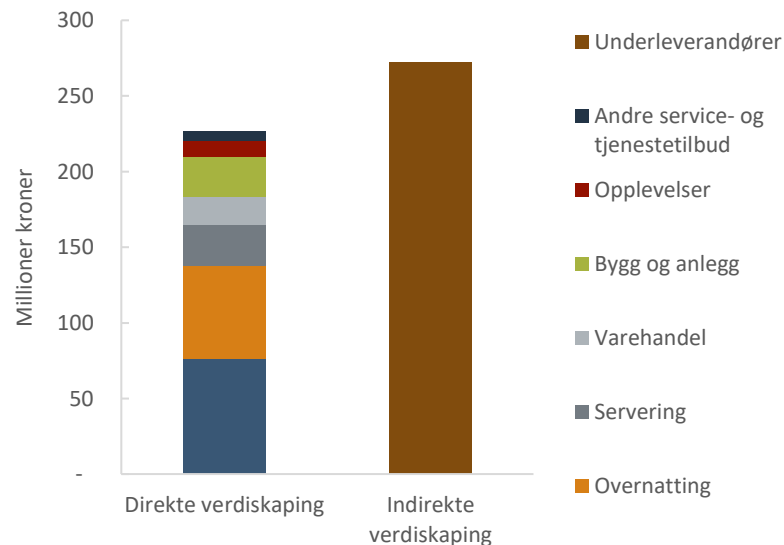
I tillegg til at de tilreisendes forbruk og investeringer bidrar til en verdiskaping på 180 millioner kroner i Narvikregionen gjør reiselivsnæringen, varehandelen og bygg- og anleggsbransjen og andre innkjøp fra sine underleverandører. Det igjen legger grunnlaget for en indirekte verdiskaping på rundt 225 millioner kroner.

Verdiskapingen hos norske underleverandører er således større enn den direkte verdiskapingen fra de tilreisendes forbruk. Den indirekte verdiskapingen er beregnet ut ifra lokal reiselivsnærings vare- og tjenestekjøp i Norge, og tilfaller dermed ikke bare lokalt næringsliv.

Indirekte verdiskaping er produksjonen til underleverandører gjennom hele verdikjeden. Direkte og indirekte verdiskaping summerer seg til reiselivets omsetning minus import til Norge for hele verdikjeden samlet.

Eiendom og forretningsmessig tjenesteyting er eksempler på viktige underleverandørnæringer. Eiendomsselskaper har en særlig viktig rolle som leverandør til overnattingsbransjen. Mange hotell, både kjedehotell og selvstendige, har leieutgifter som varierer med omsetning, slik at økte inntekter gir stabile resultater i driftsselskap, mens eiendomsselskapet opplever økte inntekter. Sett på denne måten er status og utvikling for verdiskaping og lønnsomhet undervurdert for overnattingsbransjen sammenlignet med andre bransjer.

Verdiskaping avledet av de tilreisendes beregnede forbruk og investeringer i 2020, samt beregnede ringvirkninger hos innenlandske underleverandører. Millioner kroner. Kilde: Menon Economics



Legger grunnlag for 460 arbeidsplasser i regionen

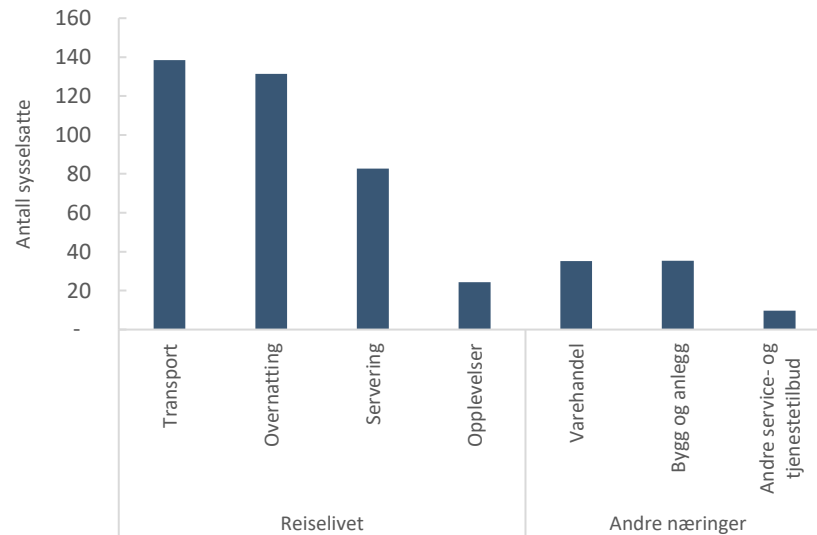
Reiselivet og de relaterte næringene er viktig for å opprettholde sysselsettingen i Narvikregionen. I 2020 la forbruket og investeringene grunnlag for 460 arbeidsplasser i det reiselivsrettede næringslivet, inkludert varehandel og bygg/anlegg. Det er en nedgang på 140 arbeidsplasser sammenlignet med sysselsettingen avledet av beregnet forbruk i 2019.

Over 80 prosent av sysselsettingen genereres i reiselivsnæringen og sysselsettingen er størst i transportbransjen med nesten 140 sysselsatte, etterfulgt av overnatting og servering med hhv. 130 og 80 sysselsatte hver. Reiselivsnæringen er som tidligere nevnt mer arbeidsintensiv enn andre næringer så selv om tilreisendes forbruk og investeringer legger grunnlaget for en høy omsetning innen varehandel og bygg- og anlegg tilsvarer dette kun 35 sysselsatte, hver seg.

Til tross for at det er mest aktivitet på sommeren er det likevel en relativt jevn aktivitet året rundt med en fordeling mellom sommer og vinter på 60/40. En jevn fordeling av aktivitet gjør at man i mindre grad har behov for deltids- og sesongarbeidere. Dette er positivt fordi det gjør arbeidsplassene innen reiseliv like attraktive som andre helårige arbeidsplasser. For det andre slipper en hyppig utskiftning av personalet, noe som gir mulighet for å bygge opp et godt internt kunnskapsmiljø i bedriftene samtidig som man unngår økte kostnader til opplæring.

Sysselsetting avledet av de tilreisendes beregnede forbruk og investeringer i 2020.

Kilde: Menon Economics



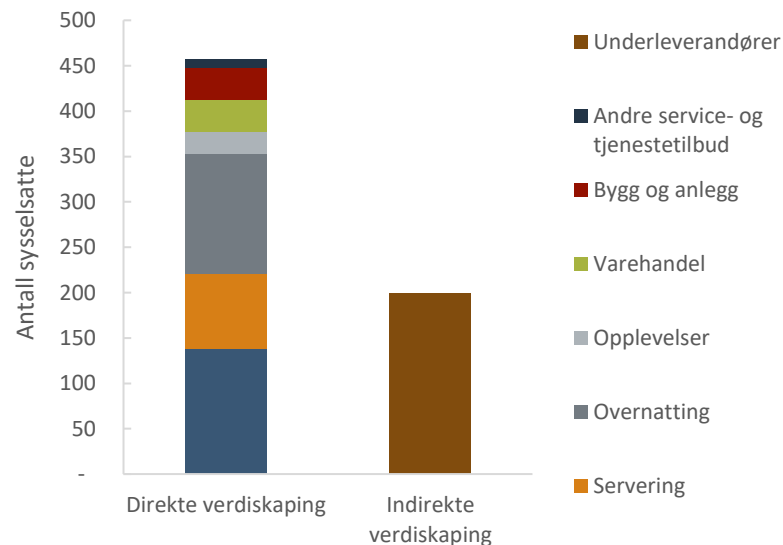
Og 200 arbeidsplasser i verdikjeden

Vi har videre beregnet at vare- og tjenestekjøp fra reiselivsnæringen, varehandel, andre tjenester og bygg/anlegg tilsvarer 200 arbeidsplasser utover i den nasjonale verdikjeden. Tilsvarende tall for 2019 var 240 arbeidsplasser.

Forbruk legger grunnlag for flere arbeidsplasser i bedriftene som selger direkte til tilreisende enn hos underleverandørbedriftene. Dette skyldes at reiselivsbedriftene er mer arbeidsintensive enn underleverandørene; det skapes flere arbeidsplasser per omsetningskrone innen overnatting og servering enn hos for eksempel eiendomsselskap eller andre vare- og tjenesteleverandører.

Mange av de indirekte sysselsatte i den nasjonale verdikjeden jobber og bor i andre deler av landet.

Syssetting avledet av de tilreisendes beregnede forbruk og investeringer i 2020, samt beregnede ringvirkninger hos innenlandske underleverandører. Millioner kroner. Kilde: Menon Economics



Betydningen av cruiseturisme i Narvik

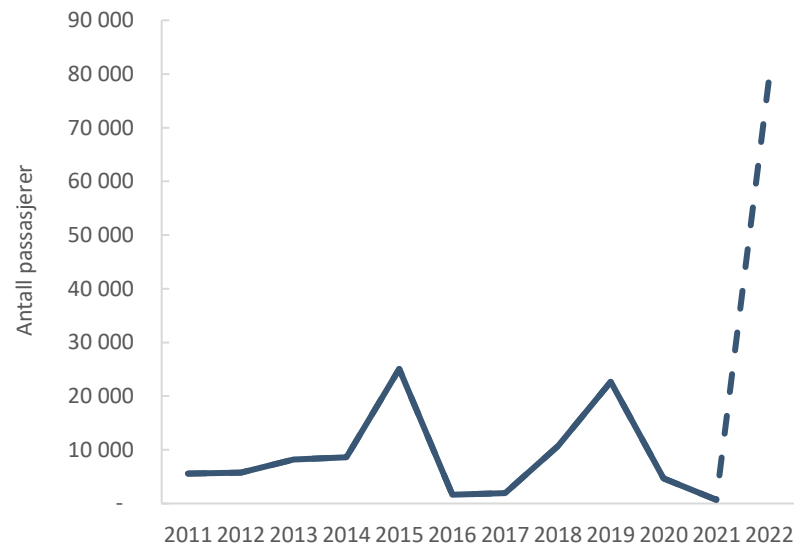
Gjennomgangen så langt har ikke omfattet cruiseturisme, men cruisepassasjerer som besøker Narvik bidrar også til et økt forbruk på en rekke varer og tjenester i Narvik. Passasjerene bruker penger på blant annet utflukter, mat og drikke, transport og overnatting, men det er stor usikkerhet knyttet til det faktiske forbruket til cruisepassasjerer.

I 2019 utga TØI¹⁾ en meta-studie som analyserte ti tidligere forbruksanslag. Disse varierte fra rundt 300 kroner til nærmere 1 000 kroner i forbruk per dag. En av undersøkelsene var en rapport fra Menon i 2018 som viste at cruisepassasjerer i Bergen hadde et forbruk på 910 kroner per dag. TØI estimerer at gjennomsnittlig forbruk per landbesøk for en cruisepassasjer ligger på rundt 650 kroner. En undersøkelse fra Innovasjon Norge i 2019 for Oslo Havn.² Her ble det estimert at hver cruisepassasjer i gjennomsnitt brukte 515 kroner.

Figuren til høyre viser at det frem til i år har vært relativt store variasjoner i antall cruisepassasjerer fra år til år med 2015 og 2019 som to gode år med 25 000 og 22 600 passasjerer. På grunn av pandemien har det kun et anløp i 2021, mens det i 2022 er det ventet 50 anløp med til sammen nesten 80 000 passasjerer.

Tar vi utgangspunkt i et forbruk per passasjer per døgn på 750 kroner som ligger omtrent i midten av ovennevnte anslag finner vi at cruisepassasjerene som besøkte Narvik i 2019 hadde et samlet forbruk på 17 millioner kroner. Det tilsvarer 4,3 prosent av beregnet forbruk på nær 390 millioner kroner som omtalt tidligere. Om forventningene for 2022 treffer vil cruisepassasjerer i år legge igjen nær 60 millioner kroner i samlet forbruk i Narvik.

Utvikling i antall cruisepassasjerer til Narvik i perioden 2011-2022. Tall for 2022 er forventede tall ved utgangen av februar 2022. Kilde: Narvik Havn



1) TØI (2019). Cruisepassasjerers forbruk i Norge – en sammenlikning av resultater og metoder i ti undersøkelser, 2) Innovasjon Norge (2019). Cruiseundersøkelse ved Oslo Havn. Den var ikke en del av TØI sin meta-studie

Del 2: Bedriftsperspektivet – reiselivsnæringen i Narvikregionen

Det er ingen entydige måter å avgrense næringer på, og reiselivsnæringen er spesiell fordi den består av aktører innenfor ulike bransjer/næringer som har til felles at de selger varer og tjenester til turister og yrkesreisende. I statistikken definerer vi derfor reiselivsnæringen til å bestå av alle bedrifter innen bransjene som til sammen utgjør de mest sentrale varene og tjenestene ved en reise: Overnatting, transport, servering, opplevelser og formidling.

I denne delen analyserer vi status og utvikling for bedrifter innen disse bransjene i Narvikregionen basert på regnskapsinformasjon. Vi viser for eksempel utvikling i:

- Antall aktører
- Verdiskaping
- Antall ansatte

Regnskapsinformasjonen hentes ut fra Menons bedriftsdatabase, hvor vi har samlet og bearbeidet regnskapsdata for alle rapporteringspliktige foretak i Norge fra 2004 og fram til siste tilgjengelige regnskapsår 2018.

Bedriftene i reiselivsnæringen selger også sine varer til lokalbefolkning, og det er ikke mulig å skille ut i statistikken. Ved å sammenstille besøks-, forbruks- og ringvirkningsanalyse med verdiskapingsanalysen kan vi si noe om hvor viktig de tilreisende er for å opprettholde bedriftene i reiselivsnæringen, som også er svært viktig for at et område skal være attraktivt for lokalbefolkning.



Reiselivsnæringens oppbygging

Det er fem bransjer som utgjør det vi vanligvis definerer som reiselivsnæringen; overnatting, servering, opplevelser, transport og formidling. Reiselivsnæringen kan også deles inn i innholds- og tilgjengelighetsbransjer. Innholdsbransjene handler om å skape et godt reiselivsprodukt lokalt, mens tilgjengelighetsbransjene legger til rette for å frakte turistene dit de skal, og organisere tilbud.

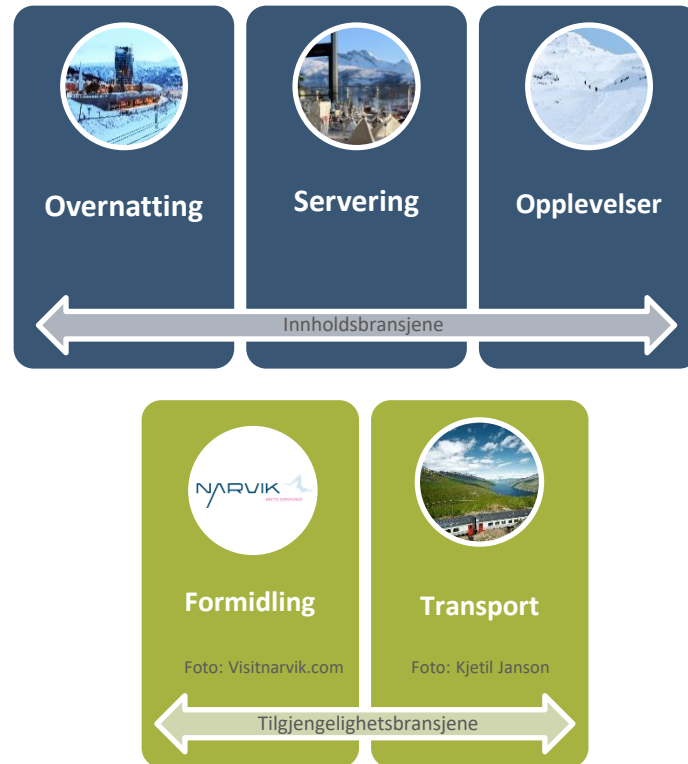
Servering – omfatter typisk restauranter, kafeer, gatekjøkken og drift av barer og puber

Overnatting – består av hoteller, pensjonater, moteller, campingplasser, vandrerhjem, ferieleiligheter, turisthytter og annen overnatting

Opplevelser – inneholder alle aktiviteter som man kan tenke seg en turist kan benytte når denne er på reise. Dette er opplevelsesaktiviteter, fornøyles- og temparker, alle typer museer og historiske bygninger og severdigheter, botaniske og zoologiske hager, taubaner og skiheiser

Transport – omfatter bedrifter som frakter passasjerer med jernbane, kyst- og lufttrafikk med passasjerer, innenlandske kystruter med passasjerer og turbiltransport

Formidling – består av aktører som reisebyråer, turistkontorer, reisearrangørvirksomhet, guider og reiseledere



Omsetningen til reiselivsnæringen økte med 90 prosent i perioden 2010 til 2019 – nedgang på 16 prosent i 2020

Reiselivsnæringen i Narvikregionen har nær doblet omsetningen i perioden 2010 til 2019. Det tilsvarer en gjennomsnittlig årlig vekstrate på 7 prosent. Det er betydelig sterkere vekst enn landsgjennomsnittet som ligger på nesten 70 prosent samme periode. Tallene for 2020 er tydelig preget av koronapandemien og viser en nedgang i omsetningen på 16 prosent.

Ser vi nærmere på de enkelte bransjene så er det overnatting og opplevelser som har hatt den klart sterkeste veksten, begge med over 160 prosent i perioden 2010 til 2019. Særlig i perioden 2015 til 2017 var det en betydelig økning innen opplevelser som virker å skyldes økt omsetning hos Narvikfjellet.*

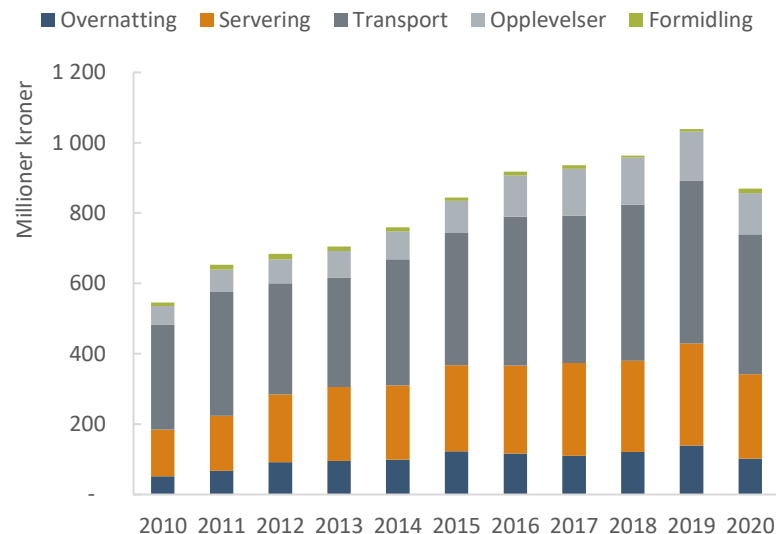
Transport og servering er begge større bransjer målt i omsetning og har en vekst på henholdsvis 55 prosent og 118 prosent. Formidling er vesentlig mindre i omsetning og omsetningen i denne bransjen har vært mer volatil gjennom hele perioden. Som en konsekvens har overnatting og opplevelser økt sin andel av total omsetning fra 19 prosent i 2010 til 26 prosent i 2019.

Den klart største aktøren er Avinor som alene står for 20 prosent av omsetningen i 2019. Andre sentrale aktører med betydelig omsetning er Boreal Buss, Scandic Hotels, Select Service Partner og Grand Royal Hotel.

**«Frem til 2014 hadde Narvik kommune og Narvikgården AS lagt til rette for nytt eierskap og den allmenne investeringsstiftelsen Forte Narvik valgte å gå inn med kapital og bli hovedeier. Siden da er det investert flere hundre millioner kroner i anlegget og den positive utviklingen fortsetter.»*

**For å sikre sammenlignbare tall over tid har vi tatt ut Hurtigruten i perioden 2010-2012 her og i resten av analysen.

Utvikling i omsetning i millioner kroner per reiselivsbransje i perioden 2010-2020. Millioner kroner. Kilde: Menon Economics



Verdiskapingen har vokst med nær 80 prosent i perioden 2010 til 2019 – Sterkest vekst innen overnatting og opplevelser

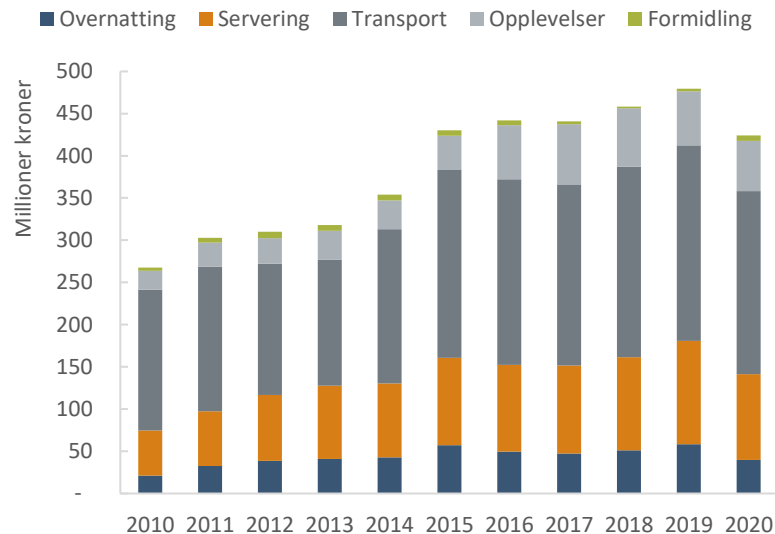
Verdiskapingen har hatt en noe svakere vekst enn omsetningen i samme periode. Innholdsbransjene kan vise til en sterkere vekst i verdiskaping enn i omsetning, samtidig som nedgangen i formidlingsbransjen ikke har vært like stor som omsetningsfallet. Årsaken til at verdiskapingen samlet sett ikke har vokst like mye som omsetningen ligger hos transportbransjen. Der var det en vekst i omsetningen på 55 prosent, mens verdiskapingen i samme periode kun økte med 39 prosent.

Det første året av koronapandemien hadde en mindre effekt på verdiskapingen sammenlignet med omsetningen. Dette skyldes i hovedsak at næringslivet har klart å forhindre omfattende oppsigelser, blant annet som følge av permitteringsordningene. Ettersom lønnskostnader utgjør brorparten av verdiskapingen i reiselivsnæringen har dermed fallet blitt mindre relativt til omsetning.

Særlig transport og opplevelser har hatt et mindre fall i 2020. Overnatting har derimot hatt en kraftigere nedgang i verdiskaping, samtidig som servering er på samme nivå. Formidlingsbransjen hadde derimot en økning fra 2019 til 2020 noe som utelukkende skyldes en resultatbedring hos Visit Narvik og Visit Narvik Event ettersom dette er to eneste selskapene i denne bransjen de siste to årene.

Avinor og Boreal Buss hadde også klart høyest verdiskaping i 2019, deretter er det selskapene Avinor Flysikring og Widerøe Ground Handling sammen med Stiftelsen Nordnorsk Fartøyvernssenter og båtmuseum som følger. De ti største selskapene representerte alene noe over 50 prosent av all verdiskapingen i 2019.

Utvikling i verdiskaping per reiselivsbransje i perioden 2010-2020. Millioner kroner.
Kilde: Menon Economics



935 deltids- og heltidsansatte i 2020 – Over 40 prosent er sysselsatt innen serveringsbransjen

Reiselivsnæringen sysselsatte 935 deltids- og heltidsansatte i Narvikregionen i 2020. Flertallet er ansatt i serveringsbransjen, etterfulgt av transport og overnatting. Siden 2010 har det vært en økning i antall deltids- og heltidsansatte i reiselivsnæringen fra 770 til 1 170 i 2019, en økning på 50 prosent.*

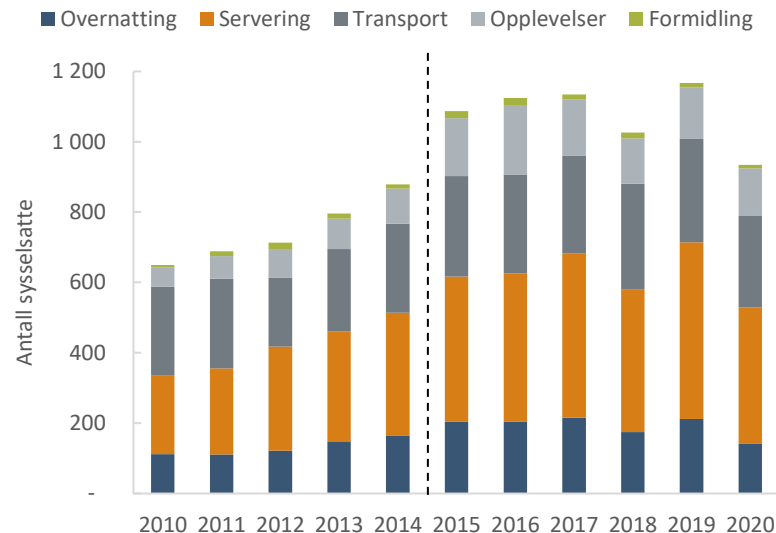
Det har vært en økning i antall sysselsatte fra år til år med unntak av årene 2013, 2018 og 2020. Det var 20 prosent flere sysselsatte i 2019 sammenlignet med 2020. Det første året av pandemien bidro til en reduksjon i antall ansatte i alle reiselivsbransjene, særlig overnatting og servering.

Nedgangen i antall sysselsatte i 2018 skyldes en nedgang blant flere bedrifter i ulike bransjer. I både Brako AS (Bardu hotell) og Polar Park AS var det en permanent nedgang i 2018.

Store arbeidsgivere i 2020 er ikke overraskende Avinor og Boreal som også er blant de største målt i omsetning og verdiskaping. Innen serveringsbransjen er det Kafferiet og Det lille kjøkken som er de to største målt i antall sysselsatte, mens det innenfor opplevelsesbransjen er Stiftelsen Nordnorsk Fartøyvernssenter og Båtmuseum og Narvik Kulturhus som sysselsetter flest.

**Antall sysselsatte er egenrapporterte tall fra bedrifter, dette medfører noe svingninger fra år til år. Ettersom regelverket for innrapportering av antall ansatte ble endret i 2015 er ikke tallene før og etter helt sammenlignbare.*

Utvikling i antall sysselsatte per reiselivsbransje i perioden 2010-2020. Kilde: Menon Economics



Tilreisendes forbruk legger grunnlag for 7 prosent av de sysselsatte i næringslivet i regionen – på nivå med omkringliggende destinasjoner

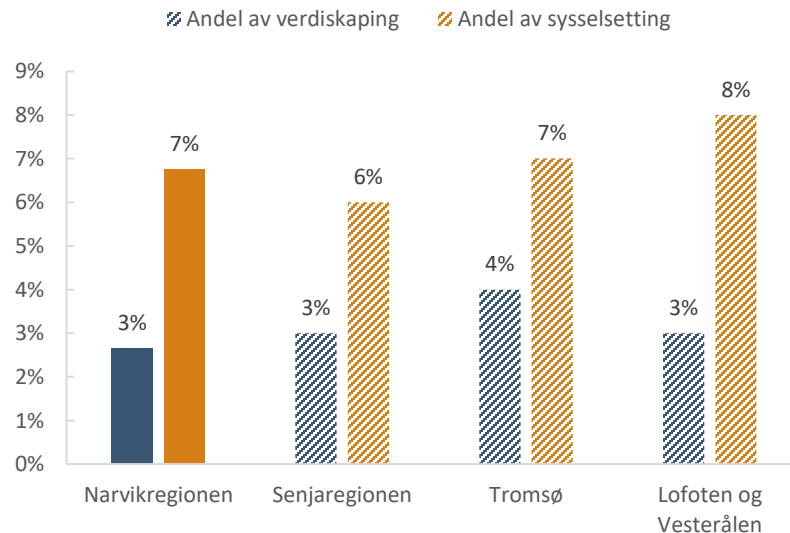
Direkte verdiskaping og sysselsetting avledet av reiselivsrelatert forbruk og investeringer utgjorde 3 prosent av verdiskapingen og 7 prosent av sysselsettingen i næringslivet i Narvikregionen i 2019.

I tillegg til at 3 prosent av all verdiskaping i regionen kan knyttes til de tilreisendes forbruk og investeringer, gjør reiselivsnæringen, handelsbransjen, tjenestebransjen og bygg- og anleggsbransjen innkjøp lokalt. Dette skaper aktivitet og videre inntekter blant annet innenfor eiendomsbransjen, forretningstjenester og varehandel.

Reiselivet gir også store synergier for lokalsamfunnet i Narvikregionen. Det er naturligvis mer attraktivt å bo eller flytte til et sted som folk ønsker å reise til. Flere kommuner satser på reiseliv som en del av arbeidet med å rekruttere innbyggere og arbeidskraft.

Ved å sammenlikne tilreisendes betydning for lokal verdiskaping og sysselsetting med andre destinasjoner, ser vi av figuren at det ikke er noen store forskjeller mellom de fire destinasjonene – Narvikregionen, Senjaregionen, Tromsø, samt Lofoten og Vesterålen. Tromsø skiller seg ut med 1 prosent høyere verdiskaping fra tilreisende av total verdiskaping sammenliknet med Narvikregionen. Lofoten og Vesterålen skiller seg ut med 1 prosent høyere sysselsetting fra tilreisende av total sysselsetting.

Beregnet direkte verdiskaping og sysselsetting i 2019 fra tilreisende som andel av total verdiskaping og sysselsetting i næringslivet i Narvikregionen, Senjaregionen, Tromsø samt Lofoten og Vesterålen. Kilde: Menon Economics



Del 3: Potensialet i en styrket vintersesong

Som vi har sett har ikke Narvik en sesongprofil som ligner de mer typiske vinterdestinasjonene. Samtidig er det heller ikke en like skjev sommerprofil som Flå eller Geiranger. En jevnere fordeling av de besøkende gjennom året har sine fordeler ettersom det blant annet skaper mer forutsigbarhet og tryggere helårsarbeidsplasser i mange bedrifter. Samtidig viser tallene at Narvik har kapasitet til å ta imot betydelig flere turister.

Narvik har en geografisk beliggenhet som byr på spektakulære naturopplevelser sommer som vinter. Til tross for dette så har ikke regionen klart å utnytte sine naturgitte fortrinn fullt ut når det gjelder særlig nordlysturisme og alpineturisme. Narvikfjellet og regionen byr på svært gode alpinmuligheter, både i anlegget og for de som ønsker å gå sea-to-summit og andre toppturer. Regionen har også svært gode forutsetninger for nordlystursisme.

Som vi skal se på de neste sidene er dette attraksjoner og aktiviteter som tiltrekker seg en attraktiv gruppe turister som har et høyere forbruk enn den gjennomsnittlige turisten.

En styrket vintersesong vil gi økt kapasitetsutnyttelse hos eksisterende reiselivsaktører i regionen, noe som igjen vil gi økt verdiskaping og økt sysselsetting. Et viktig tiltak for å lykkes her er en styrket markedsføring av destinasjonen samt at det må investeres mer i alpinanlegget for å styrke bredden i løypeprofilen for å tiltrekke seg flere familier.

Dette jobbes det målrettet mot gjennom en søknad om å arrangere alpin-VM 2027 i

Narvik. Tildelingen av dette mesterskapet vil finne sted i løpet av våren 2022. Om Narvik blir valgt som arrangør vil det utløse betydelige investeringer i forkant av arrangementet i form av infrastruktur, hotellkapasitet, alpinanlegget og annet. Selve arrangementet vil også innebære en betydelig markedsføringseffekt og eksponering av Narvik til et globalt publikum.

I det videre skal vi se nærmere på hva en styrket vintersesong kan bety for verdiskaping og sysselsetting. For en nærmere vurdering av virkningene av et alpin-VM i Narvik viser vi til en egen analyse.

«Ingen steder møter fjellet havet så spektakulært som i Ofoten. Sterke opplevelser er symbolet på hva denne regionen har å tilby. Narvikregionen gjenspeiler landsdelens mest spennende reiseliv, basert på bærekraft og unike naturbaserte opplevelser.»

Futurum

*I denne delen av rapporten ser vi kun på Narvik kommune og ikke Narvik-regionen. Menon-publikasjon nr. 42/2020 Norske alpindestinasjoners vekstpotensial er en sentral kilde til tall og figurer

Utviklingen til Tromsø illustrerer potensialet i nordlysturismen

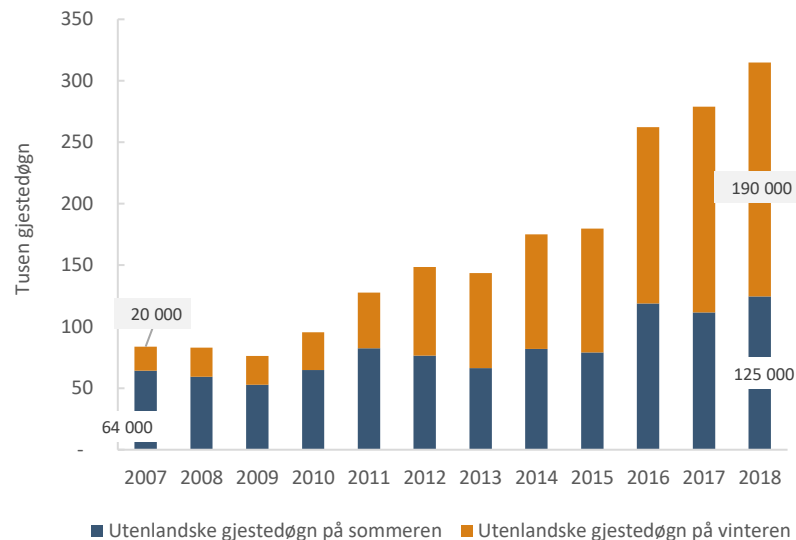
I årene før kommersialisering og promotering av nordlysopplevelser var kommet skikkelig i gang, var Tromsø rettet mot sommerturisme. I 2007 var det 20 000 utenlandske gjestedøgn i vinterhalvåret, mot 64 000 i sommerhalvåret, det var mer enn tre ganger så besøkende om sommeren enn vinteren når det gjaldt utenlandske turister.

Fra 2007 til 2018 ble imidlertid situasjonen snudd helt på hodet. Veksten fra 20 000 utenlandske hotellgjestedøgn på vinteren i 2007 til 190 000 gjestedøgn på vinteren i 2018 skyldes i all hovedsak framveksten av nordlysturisme. I 2011 økte utenlandske gjestedøgn med 34 prosent, hvor veksten var sterkest på vinteren med hele 46 prosent. Snøballen begynte å rulle.

Fra 2011 til 2015 var antallet utenlandske gjestedøgn på sommeren relativt stabilt. Utviklingen på sommeren i Tromsø stemmer godt med utviklingen i utenlandske gjestedøgn i Norge for øvrig. Kronekursen styrket seg svakt fram til oljeprisfallet høsten 2014. I 2016, i etterkant av oljeprisfallet og svekkelsen av norsk krone, fikk man en sterk vekst i utlendinger på sommeren. Men på tross av svak sommervekst økte antallet utlendinger til Tromsø i tidsperioden.

Fra 2011 til 2018 har antallet utledninger økt med nesten 30 prosent i året i gjennomsnitt, og antall utenlandske gjestedøgn har samlet økt med 850 prosent fra 2007 til 2018. Vinteren ble viktigere enn sommeren i 2014, og i 2018 var det 50 prosent flere utenlandske gjestedøgn på vinteren sammenlignet med sommeren i Tromsø. Tromsø har blitt en helårsdestinasjon.

Utenlandske gjestedøgn på hotell i Tromsø, vinter (nov. - apr.) og sommer (mai - okt.). I 2018 er aug. - des. er framskrevet basert på veksten fra jan. - jul. Kilde: Menon Economics (2019)



Nordlysturister har et vesentlig høyere forbruk enn gjennomsnittet og de har flere overnattinger

Menon beregnet i 2019 forbruket til alle utenlandske innkommende turister som ankommer med fly og overnatter på hotell. Her fant vi at de hadde et gjennomsnittlig forbruk på 2025 kroner. Samtidig vet vi at forbruket varierer betydelig ut ifra nasjonalitet og reisedestinasjon. Tilreisende fra land i Asia og USA har et gjennomgående høyere forbruk enn tilreisende fra Europa og andre land, også på tvers av regioner i Norge.

Analysen i 2019 fant at gjennomsnittlig døgnforbruk for flyreisende som overnatter på hotell i Tromsø var mellom 15 og 41 prosent høyere enn landsgjennomsnittet, avhengig hvilken verdensdel de besøkende kom fra. Gjennomsnittlig forbruk for en turist fra Asia som bodde hotell i Tromsø var med om lag 2850 kroner i 2017. Dette samsvarer også med tall fra Innovasjon Norge som viser at nordlysturister i snitt bruker 2640 kroner i døgnnet. Forbruket til nordlysturister er med andre ord betydelig høyere enn det gjennomsnittlige døgnforbruket til en utenlandsk feriereisende til Narvikregionen som i 2020 var på 1740 kroner. Andre analyser vi har fått tilgang på indikerer et gjennomsnittlig døgnforbruk blant vinterturister i Nord-Norge på 2350 kroner i 2018/2019 sesongen.

Menons beregninger fra 2019 viser også tydelig at Nord-Norge ellers, som i mindre grad har dratt nytte av nordlysturisme, er den regionen med lavest forbruk blant besøkende utenlandske flyreisende. Det kan skyldes at besøkende flyreisende i resten av landsdelen i større grad kommer på sommeren og reiser i områder med dårligere tilbud av kommersielle opplevelsesprodukter, restauranter og lignende.

Innovasjon Norge sin analyse av nordlysturismen viser at disse i gjennomsnitt har 7,5 overnattinger (sett bort ifra reisende med Hurtigruten hvor de reisende har i snitt 11,9 overnattinger).

Tallene viser tydelig at om Narvik lykkes med å utvikle en sterkere vintersesong med økt nordlysturisme og andre vinteraktiviteter vil det kunne gi store positive effekter for reiselivsnæringen.

Matrise for avvik fra gjennomsnittlig døgnforbruk for flyreisende som overnatter på hotell, etter verdensdel og reisedestinasjon. Kilde: Menon Economics (2019)

	Europa	Asia	USA	Annet
Tromsø	15 %	41 %	33 %	17 %
Stavanger	-2 %	23 %	15 %	0 %
Bergen	-5 %	21 %	13 %	-3 %
Sørlandet	-4 %	21 %	13 %	-2 %
Trøndelag	-5 %	20 %	12 %	-3 %
SF og MR	-6 %	19 %	11 %	-4 %
Oslo og Akershus	-7 %	18 %	10 %	-5 %
Trondheim	-10 %	16 %	8 %	-8 %
Østfold og Vestfold	-10 %	16 %	8 %	-8 %
Innlandet	-14 %	12 %	4 %	-12 %
Nord-Norge utenom Tromsø	-17 %	9 %	1 %	-15 %

Også skituristene blir værende lengre enn gjennomsnittsturisten

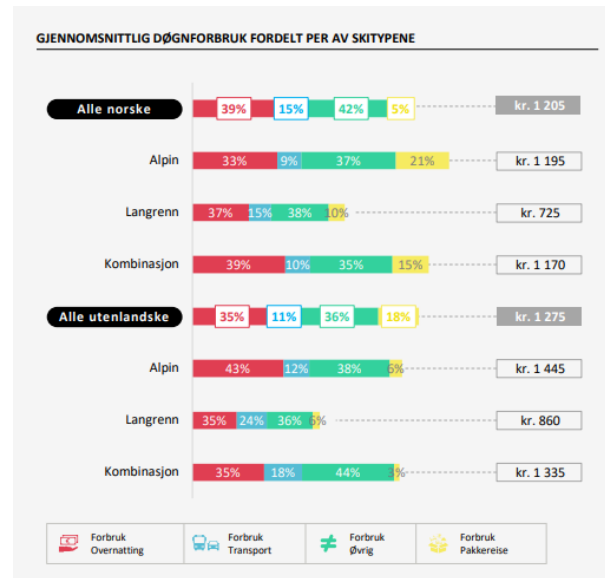
Ifølge Innovasjon Norges rapport om skituristene i 2019, basert på Turistundersøkelsen, kom et stort flertall av skituristene for å stå alpint eller på snøbrett, eller en kombinasjon av dette og langrenn. Blant utlendingene var det flest fra Danmark og Sverige i 2019, fulgt av Storbritannia. Undersøkelsen viste også at Norge hadde styrket sin markedsandel hos svenske skiturister noe fra forrige sesong og 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 ukesopphold er vanlig for utenlandske gjester på skiferie i Norge, mens det er mer vanlig med langhelger for norske gjester.

Ifølge undersøkelsen hadde norske alpinturister et gjennomsnittlig døgnforbruk på 1200 kroner mens tilsvarende tall for utenlandske var 1445 kroner. Undersøkelsen viser at alpinturister bruker betydelig mer penger enn de som kommer for å gå langrenn. En forklaring til at disse forbrukstallene er vesentlig lavere enn de vi omtalte på forrige side er at en betydelig andel av skituristene i undersøkelsen oppgir at de ikke bor på kommersielle overnattingssteder.

Når vi senere skal beregne potensialet i hva en økning i antall vinterturister til Narvik kan bety, vil vi legge til grunn at en betydelig høyere andel av overnatter kommersielt og primært på hotell.

Gjennomsnittlig døgnforbruk fordelt per skitype. Kilde: Innovasjon Norge, Skiturismen, 2019



Det er rom for en betydelig kapasitetsøkning i vinterhalvåret

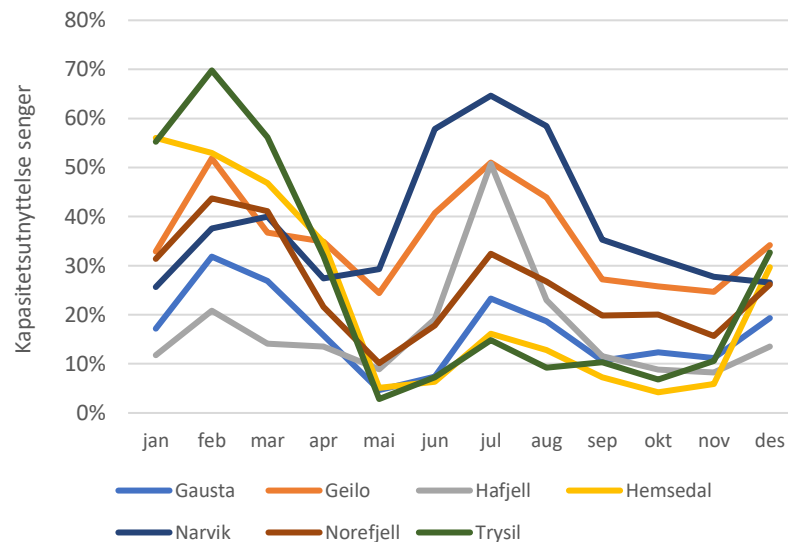
Figuren til høyre viser hvor stor variasjon det er i kapasitetsutnyttelsen (senger) ved ulike alpindestinasjoner. Trysil og Hemsedal som er to av de største destinasjonene har et tydelig og likt mønster med høyest utnyttelse i perioden desember til april. Begge stedene er det gjennomgående lav kapasitetsutnyttelse om sommeren og høsten.

Narvik har som vi har sett tidligere en tydelig topp om sommeren og ligner mer på Geilo og Norefjell i sesongprofil, men Narvik har en høyere kapasitetsutnyttelse på sommeren.

I Narvik varierte kapasitetsutnyttelse mellom 26 til 40 prosent i perioden desember til april 2019, hvor februar og mars var de to beste månedene. At utnyttelsen ikke er høyere kan delvis forklares med at det på alpindestinasjoner i høysesong normalt er en del ledig kapasitet på hverdagens. Det gjelder særlig for destinasjonene som har en stor andel norske gjester, som ofte kommer for en helg, mens utlendingene har lengre gjennomsnittlig opphold.

Målsetningen for Narvik må ikke være å få en lik profil som Trysil og Hemsedal, men dette viser potensialet for en økt kapasitetsutnyttelse dersom Narvik blir en mer attraktiv alpindestinasjon.

Månedlig kapasitetsutnyttelse på sengebasis ved utvalgte destinasjoner i 2019, målt som antall gjestedøgn som andel av tilgjengelig sengekapasitet. Kilde: Menon Economics (2020)



*Beregnet kapasitetsutnyttelse på sengebasis, tar 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.

Et alpin-VM i 2027 vil styrke Narvik som alpindestinasjon

Alpinturismen utgjør en sentral del av norsk reiseliv, og er viktig på en rekke destinasjoner i Norge i dag. 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.

Ifølge Norske alpinanlegg og fjelldestinasjoner (tidligere Norske Fjell) er hovedmålgruppen til alpindestinasjonene 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.

Alpinanlegget i Narvik er blant landets beste på off-pist kjøring og de preppede løypene er gode, men krevende. Sånn sett retter anlegget seg mer mot alpinturister med et høyere ferdighetsnivå enn hva som er tilfellet på større og mer typiske familieanlegg som Trysil og Hemsedal. Det at Narvik potensielt ikke treffer den definerte hovedmålgruppen 'aktivitetsorienterte familier med barn i alle aldre' kan være en forklaring på hvorfor Narvik per i dag ikke har flere besøkende som kommer dit for en alpinferie.

En tildeling av alpin-VM i 2027 vil utløse investeringer i anlegget som blant annet vil føre til en løypeutvidelse som gir mer bredde og variasjon i løypeprofiler slik at anlegget også blir bedre egnet for de som er litt mindre øvet. Det vil med andre ord gjøre anlegget mer komplett og attraktivt for ulike segmenter.

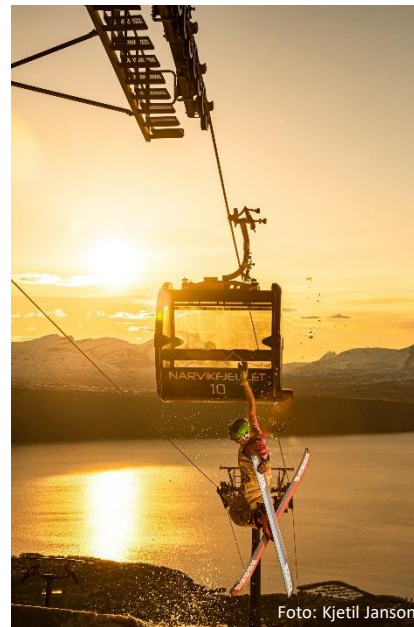


Foto: Kjetil Janson

Case: En dobling av gjestedøgn på hotell i vintersesongen 2028

En tydelig satsning på vintersesongen, primært som følge av nordlysturisme, førte til at antall gjestedøgn i vinterhalvåret i Tromsø økte med 170 000 gjestedøgn i løpet av en periode på 11 år.

Å skulle tiltrekke seg en del av dette markedet er betydelig mer krevende nå enn i 2007, men om vi antar at Narvik lykkes med å utvikle og markedsføre regionen som en enda mer attraktiv vinterdestinasjon frem mot 2027 hvor de forhåpentligvis også skal arrangere alpin-VM kan vi beregne hva det kan medføre i form av økt verdiskaping og sysselsetting. I denne perioden antar vi også at Narvik i enda større grad fremover vil oppleve en positiv utvikling, blant annet som følge av etableringen av store profesjonelle reiselivsaktører som Norways Best og Best Arctic. The Arctic Train er ett av flere produkter som vi venter at vil tiltrekke seg flere besøkende i årene fremover.

Hvis vi antar at Narvikregionen i 2028 opplever en økning i antall gjestedøgn på 75 000 med et antatt gjennomsnittlig døgnforbruk på 2700 kroner utgjør det 202,5 millioner kroner i omsetning for reiselivsnæringen. Dette tilsvarende anslagsvis 93,5 millioner kroner i økt verdiskaping og danner grunnlag for nær 230 sysselsatte.*

En økning på 202,5 millioner kroner tilsvarer en økning 20 prosent av samlet omsetning i reiselivsnæring i hele 2019, mens 75 000 gjestedøgn tilsvarer omtrent det samlede antall kommersielle gjestedøgn i januar, februar, mars, april og november og desember i 2019.

Anslaget på 2700 kroner i gjennomsnittlig døgnforbruk er noe under døgnforbruket til utenlandske flyreisende til Tromsø hadde i 2019 og omtrent på nivå med funn fra Innovasjon Norge sin undersøkelse. En kan argumentere for at det burde vært justert noe opp ettersom vi her vurderer et scenario nesten 10 år senere enn da disse anslagene ble beregnet. Når vi likevel ikke gjør det, så taler det isolert sett for at beregningene heller er noe konservative enn for optimistiske.

*Beregning er gjort på bakgrunn av forholdstall mellom omsetningen, verdiskapingen og sysselsatte i reiselivsnæringen i Narvikregionen for regnskapsåret 2019



Foto: Markus Eriksson

Vedlegg

Foto: Jan-Andre Jansen

Våre metoder og kilder

Menon har utviklet en **økonomisk beregningsmodell for reiseliv** for å kunne estimere ringvirkninger av **tilreisendes lokale forbruk**. Modellen henter inn informasjon fra overnattingsstatistikk, Innovasjon Norges Turistundersøkelse, Menons regnskapsdatabase (Regnskapsregistrene i Brønnøysund), samt nasjonalregnskapstall og næringskryssløp fra SSB.

Vi legger beregningene av antall gjestedøgn etter overnattingsform og segment til grunn for beregningene av økonomiske effekter. Deretter benyttes informasjon om gjennomsnittlig døgnforbruk fra Turistundersøkelsen. Vi omregner totalt forbruk (omsetning) i ulike vare- og tjenestekategorier til verdiskapings- og sysselsettingstall ved hjelp av **Menons regnskapsdatabase**. Databasen inneholder regnskapsinformasjon for alle foretak i Norge med plikt til å levere regnskap til Brønnøysundregistrene, og har blitt utviklet gjennom flere år. Herfra trekker vi ut informasjon om samtlige reiselivsbedrifter i Norge, basert på de ulike bransjene som til sammen utgjør **reiselivsnæringen** (overnatting, servering, transport, formidling og opplevelser). Vi opererer med fire segmenter av norske og utenlandske turister og feriereisende, vi kartlegger verdiskaping i innholdsbransjene, transport og formidling, samt andre næringer og underleverandører, og vi viser utviklingen i både turismen og næringslivet over tid. I denne rapporten viser vi også **utviklingen i reiselivsnæringen**. Her bruker vi regnskapstall fra de lokale bedriftene i reiselivsnæringen.

Vi får ulike tall ut fra de ulike datakildene og metodene vi bruker. Vi beregner blant annet verdiskaping både avledet av de **tilreisendes beregnede forbruk** og i de **rapporterings-pliktige reiselivsbedriftene**. En stor fordel med regnskaps-databasen er at den inneholder avdelingsdata, det vil si at bedrifter som har avdelinger registrert lokalt, men som eventuelt har hovedkontor andre steder, også er inkludert. På denne måten får vi synliggjort den verdiskapingen og sysselsettingen som faktisk finner sted lokalt, uavhengig av hvor foretaket har valgt å lokalisere hovedkontoret. I tillegg blir sysselsetting og verdiskaping fordelt på fylker og regioner på en riktigere måte. Vi har også intervjuet ulike reiselivsaktører (lokale, regionale og nasjonale) for å høre deres syn på Narvik som reiselivsdestinasjon. Hva trekker de frem som fortrinn, muligheter og utfordringer for regionen fremover.

