

DESTINASJONSANALYSE GUDBRANDSDALEN

Forord

Menon har utarbeidet ni destinasjonsanalyser for ulike regioner i Norge, hvorav destinasjonsanalysen av Gudbrandsdalen er én av dem. Arbeidet med destinasjonsanalysen er finansiert av NHO Reiseliv. Formålet med oppdraget er å lage et kunnskapsgrunnlag om reiselivets utvikling og struktur i regionen, samt å belyse reiselivets økonomiske verdi.

Prosjektet har vært ledet av Live Nerdrum og Glenn Widenhofer, med Henrik Foseid, Andreas Cappelen, Karen R. Berg og Erlend Lund som prosjektmedarbeidere. Erik Jakobsen har vært ansvarlig partner og kvalitetssikrer.

Menon Economics er et forskningsbasert analyse- og rådgivningsselskap i skjæringspunktet mellom samfunnsøkonomi og strategi. Vi tilbyr analyse- og rådgivningstjenester til bedrifter, organisasjoner, kommuner, fylker og departementer. Vårt hovedfokus ligger på empiriske analyser av økonomisk politikk, og våre medarbeidere har økonomisk kompetanse på et høyt vitenskapelig nivå.

Vi takker for et spennende oppdrag. Forfatterne står ansvarlig for alt innhold i rapporten.

September 2024

Live Nerdrum
Senior Analyst
Menon Economics

Glenn Widenhofer
Senior Economist
Menon Economics

Erik Jakobsen
Partner og styreleder
Menon Economics

I denne analysen kartlegges reiselivet i Gudbrandsdalen fra to perspektiver. Vi kartlegger først **markedsperspektivet**, hvor man identifiserer tilreisende og måler deres forbruk fordelt på ulike vare- og tjenestetyper. Identifisering av ulike typer gjestedøgn med tilhørende forbruk står sentralt i dette perspektivet. Analysen omfatter tilreisende til Nordland, og inkluderer ikke lokalbefolkning som reiser innad i regionen. Videre vurderer vi reiselivet med et **næringsperspektiv**, hvor vi identifiserer bedrifter innen overnatting, servering, opplevelser, transport og formidling, og måler deres økonomiske aktivitet.

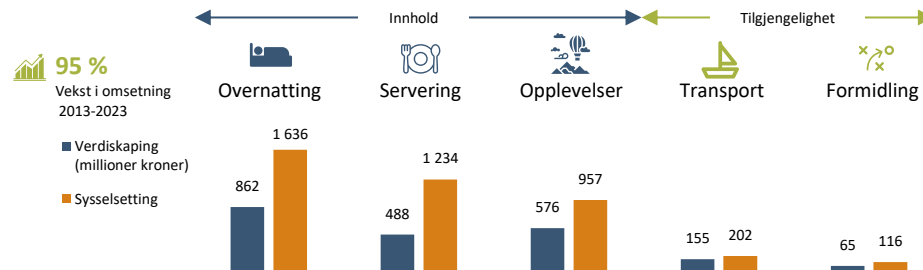
Markedsperspektivet (2023)

 **7,9 mill. gjestedøgn i regionen...** ...som legger grunnlag for



Næringsperspektivet (2023)

Reiselivsnæringsens fem bransjer og deres økonomiske betydning



Gudbrandsdalens særpreg, muligheter og utfordringer

Særpreg

- Naturbaserte aktiviteter i store og varierte naturlandskap og nasjonalparker
- Snøsikre landskap, godt posisjonert for vintersport
- God tilgjengelighet til destinasjonen via tog, bil og fly

Muligheter

- Øke andel utenlandske gjester gjennom tettere kobling på Regjeringens eksportsatsing
- Øke forbruket fra fritidsboligturister
- Utvide sesongprofilen for å utnytte kapasitet og øke verdiskaping gjennom året

Utfordringer

- Økning i kalde senger (private fritidsboliger) på bekostning av varme senger (overnatting til salg/utleie)
- Reiselivet kan ha negative konsekvenser for villreinen
- Høy utbyggingstakt av fritidsboliger kan legge press på lokalsamfunnet

Innhold

Reiselivet i Gudbrandsdalen

Markedsperspektivet – tilreisende i Gudbrandsdalen

Næringsperspektivet – reiselivsnæringen i Gudbrandsdalen

Vedlegg

Gudbrandsdalen har et omfattende naturlandskap som gir gode muligheter for naturbaserte opplevelser hele året

Gudbrandsdalen¹ er et av de store dalførene på Østlandet og ligger i Innlandet fylke. Regionen består av kommunene Nordre Land, Ringsaker, Lillehammer, Øyer, Gausdal, Ringebu, Sør-Fron, Nord-Fron, Sel, Vågå, Lom, Skjåk, Lesja og Dovre.

Gudbrandsdalen dekker de seks nasjonalparkene Breheimen, Dovre, Dovrefjell-Sunndalsfjella, Jotunheimen, Rondane og Reinheimen. Med andre ord kan regionen tilby et variert naturlandskap som gir et godt utgangspunkt for naturbaserte opplevelser hele året. Den snøsikre vinteren gir mulighet til å benytte seg av et stort nett med langrennsløyper og noen av de største alpintensentrene i landet. På sommeren er det muligheter for et bredt spekter av aktiviteter som fotturisme, klatring, tinderangling, sykling, fiske og rafting. Regionen kan i tillegg by på mer kulturelle opplevelser som lokal mat, utendørsteateret Peer Gynt ved Gålå og fornøylesparkene Hunderfossen Eventyrpark og Lilleputthammer.

Gudbrandsdalen har god tilgjengelighet fra mange steder i landet, via tog, bil og fly. E6 går gjennom dalen og Dovrebanen har 11 stopp i regionen som forbinder den med Trøndelag. Raumabanen forbinder Dombås med Åndalsnes og Romsdal. Fra Oslo Lufthavn tar det 1-4 timer å kjøre med bil eller tog, som gjør regionen tilgjengelig også for utenlandsmarkedet.

Kart som illustrerer kommunene i Gudbrandsdalen (i mørkeblått). Kilde: Menon Economics



Særpreget, muligheter og utfordringer for reiselivet i Gudbrandsdalen

Særpreget

- Gudbrandsdalen gir stor tilgang til nasjonalparker og annet naturlandskap som legger til rette for en naturbaserte aktiviteter i varierte omgivelser.
- Regionen har en rik kulturhistorie, med Maihaugen, verneverdige gårdsbruk i Heidal, stavkirker og tradisjonsmat.
- Gudbrandsdalen er relativt snøsikkert i både norsk og internasjonal målestokk. Det gjør regionen godt posisjonert for vintersport. Gudbrandsdalen er i dag kjent for gode forhold for særlig langrenn og alpin. Snøsikkerheten blir enda viktigere fremover i takt med temperaturstigningen lenger sør i Europa som reduserer sesongen og kvaliteten på mange skianlegg.
- Alpinanlegg i Kvitfjell kan nås med fly til Oslo lufthavn, og tog rett til bakken. Hafjell og Skeikampen kan også nås kollektivt.

Muligheter

- Gudbrandsdalen har i dag en relativt lav andel utenlandske gjester. En mulighet ligger i å øke reiselivets eksport gjennom å koble seg tett på Regjeringens eksportsatsing på reiseliv. For å få til det bør reiselivet i Gudbrandsdalen utnytte midler og rådgivning som blir styrket gjennom virkemiddelapparatet. Eksportsatsingen er i tråd med Innlandets egne strategi, «Innlandsporføljen, med målsetning om 50 prosent økt eksport og 10 000 nye jobber innen 2030.
- Regionen kan øke forbruket fra fritidsboligturistene gjennom å:
 - Utvikle flere aktiviteter og skreddersydde tjenester
 - Legge til rette for flere bruksdager (f.eks gjennom kontorfellesskap)
 - Økt utleie av fritidsboligene

Utfordringer

- De siste årene har det vært en utvikling i flere gjestedøgn i kalde senger (private fritidsboliger) på bekostning av varme senger (overnatting til salg/utleie). Utfordringen er at varme senger i gjennomsnitt har et høyere døgnforbruk enn kalde senger som gir utslag i en lavere verdiskaping for reiselivet. På sikt kan det også ha konsekvenser for hotellenes lønnsomhet og levedyktighet.
- Utbygging av fritidsboliger og utvikling av reiselivsprodukter, særlig innen opplevelser, kan medføre negative konsekvenser for villreinen.
- Det har vært en relativt høy utbyggingstakt for fritidsbolig i Gudbrandsdalen de siste årene. Dette vil øke presset på lokalsamfunnet og kan skape misnøye hos lokalbefolkningen.

Innhold

Reiselivet i Gudbrandsdalen

Markedsperspektivet – tilreisende i Gudbrandsdalen

Næringsperspektivet – reiselivsnæringen i Gudbrandsdalen

Vedlegg

Metode for beregning av økonomisk aktivitet som følger av tilreisende

I dette kapitlet ser vi nærmere på hvem de tilreisende er og hvilken verdi de bidrar med til regionen. Kapitlet er delt inn i tre deler. Del 1 kartlegger omfanget av gjestedøgn fra fem segmenter: hotell, camping, cruise, fritidsboliger og Airbnb. Vi ser også på hvordan disse segmentene har utviklet seg, når på året de besøker regionen og hvor de kommer fra.

Neste del går ut på å undersøke hvor stort døgnforbruk disse segmentene har og hvordan dette forbruket fordeler seg på kategorier, som for eksempel overnatting, servering og varehandel. Døgnforbruket baserer seg på kartlegginger gjennomført av Innovasjon Norge og Transportøkonomisk institutt (TØI), samt estimeringer basert på Statistisk sentralbyrå (SSB) sine satellittregnskap, SSBs overnattingsstatistikk og Menons regnskapsdatabase.

Basert på segmentenes gjestedøgn og døgnforbruk beregner vi i tredje del de tilreisendes totale forbruk i regionen. Dette forbruket legger grunnlaget for ringvirkninger i form av verdiskaping og sysselsetting, både i regionen og i andre deler av landet.

Metodisk tilnærming til å beregne økonomisk aktivitet som følger av tilreisende til en destinasjon



Merk: Analysen fanger ikke opp det økonomiske bidraget fra tilreisende som ikke overnatter i regionen, som dagsbesøkende og gjennomreisende. Årsaken til det er at det ikke finnes statistikk på omfanget av denne typen besøkende og det tilhørende forbruket. Vi inkluderer heller ikke lokalbefolkningens forbruk knyttet til fritidsboliger, altså besøk på fritidsbolig i samme kommune den enkelte bor i. Dette følger av at deres forbruk trolig i stor grad hadde tilfalt regionen uansett og i mindre grad reflekterer en effekt av reiselivet.

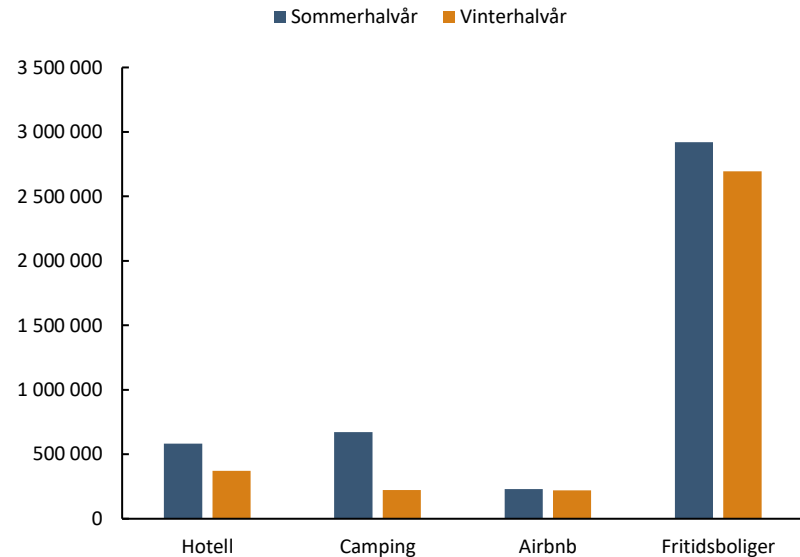
70 prosent av gjestedøgnene i Gudbrandsdalen tilbringes i fritidsboliger

Totalt er det registrert 7,9 millioner gjestedøgn i Gudbrandsdalen i 2023 fordelt på fritidsboliger, hoteller, camping og Airbnb. Gudbrandsdalen er særlig preget av fritidsboligturisme (hytter, leiligheter o.l.) og hadde over 5,6 millioner besøkende til fritidsboliger i 2023. Det utgjør over 70 prosent av alle gjestedøgnene i Gudbrandsdalen. Regionen består av store fritidsboligområder som Kvitfjell, Sjusjøen, Hafjell og Skeikampen, i tillegg til mange mindre felt og enkeltstående fritidsboliger på fjellet. Spesielt i forbindelse med de store alpinanleggene er tettheten høy, både i form av leilighetskomplekser og frittstående hytter.

Hoteller stod for 950 000 gjestedøgn i 2023. 62 prosent av disse kom i sommerhalvåret, som er fra mai t.o.m. oktober, og 38 prosent i vinterhalvåret, som er fra november t.o.m. april. Det finnes mange hoteller i spesielt Lillehammer, i tillegg til ved regionens alpinanlegg.

Camping stod også for en betydelig andel tilreisende i 2023, med 890 000 gjestedøgn. Camping er enda mer preget av sommerturisme enn hotellsegmentet, og hadde rundt 75 prosent av totalt besøkende i sommerhalvåret. Campingplasser i Gudbrandsdalen ligger spredt langs dalen, fra Lillehammer Camping i sør til blant annet Snøhetta Camping i nord, tett på nasjonalparker og lokale opplevelser. Airbnb-gjestene fordeler seg relativt likt på sommer og vinter, og stod for totalt 450 000 gjestedøgn i 2023.

Antall gjestedøgn i 2023 i Gudbrandsdalen fordelt på segment og sesong. Sommerhalvår er fra mai t.o.m. oktober, vinterhalvår er fra november t.o.m. april. Kilde: SSB og AirDNA



Fritidsboliger er den største driveren til vekst i regionen, mens Airbnb har hatt størst relativ utvikling

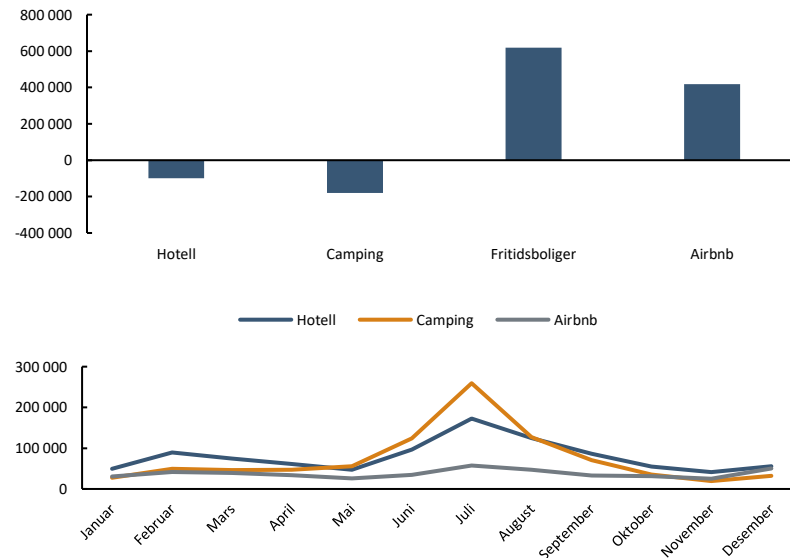
Totalt har antall gjestedøgn i Gudbrandsdalen økt med 757 000 fra 2016 til 2023, noe som tilsvarer en årlig gjennomsnittlig vekst på 1 prosent. Samlet har altså utviklingen i reiselivet vært svakt positiv.

Fritidsboliger har bidratt til det meste av veksten med en økning på 619 000 gjestedøgn, fra omtrent 5 til 5,6 millioner fra 2016 til 2023. Det har også vært en solid økning på 418 000 overnattinger på Airbnb, fra 38 000 i 2016 til 450 000 i 2023.

Samtidig har både hoteller og camping hatt en nedgang i gjestedøgn i perioden, på henholdsvis 99 000 og 180 000 gjestedøgn. Både hotell og camping hadde i overkant av 1 million gjestedøgn i 2013. I 2023 utgjør de to overnatningsformene samlet 23 prosent av alle gjestedøgn.

Som sesongprofilen nederst til høyre viser, er det flest besøkende om sommeren, spesielt rundt månedene juni, juli og august. 65 prosent av alle gjestedøgn på hotell, camping og Airbnb fant sted i sommerhalvåret, som er 2 prosent lavere enn landsgjennomsnittet på 67 prosent. Camping og hoteller er i større grad preget av en tydelig høysesong på sommeren, og har henholdsvis 75 og 61 prosent av sine gjestedøgn i sommermånedene fra og med mai til og med oktober. Airbnb har en flattere sesongkurve, med nesten lik fordeling på sommer og vinter.

Endringen i antall gjestedøgn mellom 2016 og 2023 fordelt på segment (øverst) og sesongprofil per segment i Gudbrandsdalen i 2023 (nederst). Kilde: SSB og AirDNA



Hotell: Nedgangen i gjestedøgn er drevet både av en nedgang i ferie- og fritidsreisende og yrkesreisende

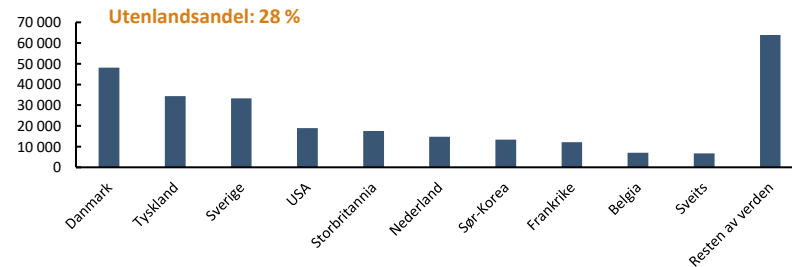
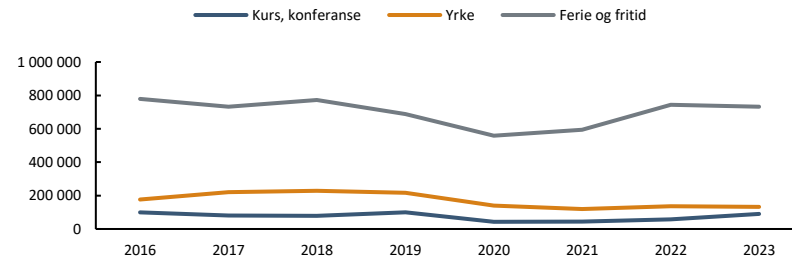
I det følgende beskrives segmentspesifikke utviklingstrekk og observasjoner. Gjester på hotell kan ha tre ulike formål; ferie og fritid, yrke og kurs/konferanse.

I Gudbrandsdalen var 77 prosent av alle gjestedøgnene på hotell i forbindelse med ferie og fritid. Dette vitner om at Gudbrandsdalen i hovedsak er en feriedestinasjon. I tillegg til feriereisende har Gudbrandsdalen 225 000 hotellgjestedøgn i forbindelse med yrkesreiser, kurs og konferanser. Generelt vil en god blanding av arbeidsreisende og feriereisende gjøre destinasjonen mer robust, ettersom feriereisende og yrkesreisende påvirkes ulikt av makroøkonomiske faktorer, i tillegg til at de har ulike sesongprofiler.

Nedgangen i hotellgjestedøgn er både drevet av ferie- og fritidsreisende og yrkesreisende som hver har hatt en reduksjon på mellom 40 000 og 50 000 gjestedøgn siden 2016.

Nordmenn utgjorde klart flest gjestedøgn, og stod for 72 prosent av hotellgjestedøgnene i 2023. Det betyr at under 30 prosent av hotellaktiviteten er eksportrettet. Av utenlandske besøkende er Danmark, Tyskland og Sverige de viktigste markedene i regionen*.

Utvikling i gjestedøgn på hotell for ulike formål (øverst) og gjestedøgn på hotell i 2023 fordelt på topp 10 utenlandske land (nederst) i Gudbrandsdalen. Kilde: SSB

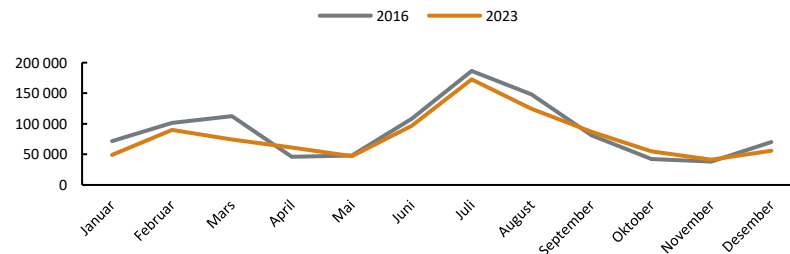
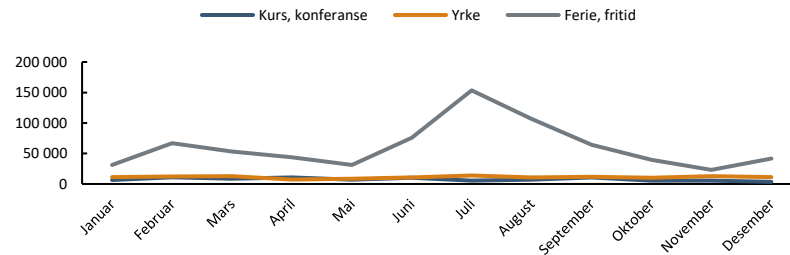


Hotell: Ferie- og fritidsreisende har en tydelig besøkstopp i juli, mens yrkesreisende fordeler seg jevnt utover året

En destinasjons sesongprofil (besøksmønstre gjennom året) gir innsikt i en viktig karakteristikk ved det lokale reiselivet – nemlig hvor konsentrert reiselivsaktiviteter er i deler av året. En flatere sesongprofil er generelt forbundet med en rekke positive effekter, særlig gjennom å legge til rette for flere heltidsstillinger. Flere heltidsstillinger bidrar til økt kompetanse i bedriftene, som gir høyere kvalitet på reiselivsproduktet og reduserer opplæringskostnader for bedriftene. Flere heltidsstillinger kan også gi økte skatteinntekter til kommunen gjennom at arbeidstakerne bosetter seg i kommunen. I tillegg vil en flatere sesongprofil øke verdiskapingen i regionen ved å utnytte kapasiteten i reiselivet og redusere risikoen for sesongvariasjoner.

Sesongprofilen for hotellgjestedøgn viser at reisende med ferie og fritid som formål i stor grad besøker Gudbrandsdalen i sommersesongen. I juli var det hele 153 000 gjestedøgn med ferie og fritid som formål, mens det i november var kun 23 000 som var årets laveste måling. Det er også en mindre besøkstopp i februar, men det er likevel betydelig færre gjestedøgn enn i juli. Yrkesreisende og kurs og konferanse har derimot jevnere sesongprofiler med ingen tydelige besøkstopper. Vi ser lite endring i sesongprofilen i regionen over de siste årene, som tyder på at det ikke har vært store endringer i destinasjonens tiltrekningskraft for de ulike sesongene.

Sesongprofil for hotellgjestedøgn i 2023 per formål (øverst) og sesongprofil over tid for alle gjestedøgn på hotell (nederst) i Gudbrandsdalen. Kilde: SSB



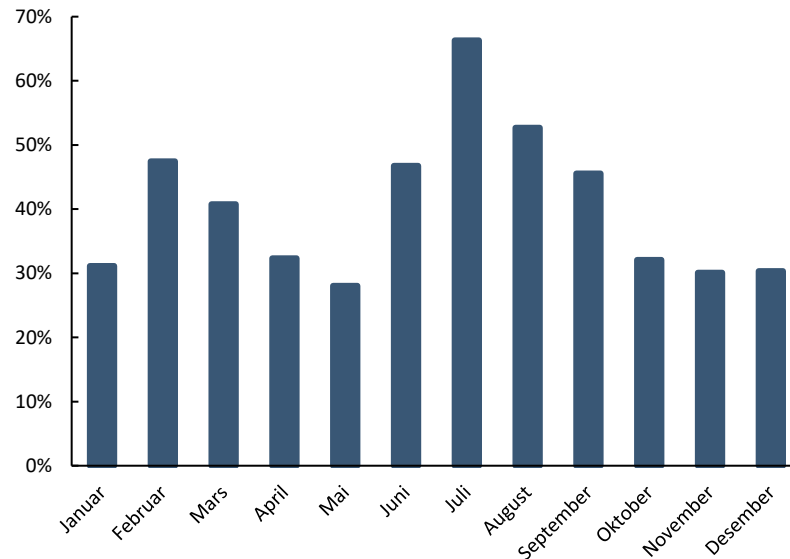
Hotell: 40 prosent gjennomsnittlig kapasitetsutnyttelse i Gudbrandsdalen som er vesentlig lavere enn landsgjennomsnittet

I 2023 var den gjennomsnittlige månedlige kapasitetsutnyttelsen i Gudbrandsdalen 40 prosent. Kapasitetsutnyttelse er samlet gjennomsnittlig rombelegg på hotell. SSBs overnattingsstatistikk viser at kapasitetsutnyttelsen på landsbasis var 53 prosent. Kapasitetsutnyttelsen i Gudbrandsdalen er med andre ord en del under landsgjennomsnittet.

Kapasitetsutnyttelsen på hotellrom i Gudbrandsdalen reflekterer i stor grad sesongprofilen gjennom at den er høy i perioder med mange gjestedøgn. På landsbasis var det juni og august som hadde høyest kapasitetsutnyttelse, med 67 prosent belegg i begge månedene, mens det i Gudbrandsdalen var høyest utnyttelse i juli, med 66 prosent. Mai og november er månedene som skiller seg mest ut i Gudbrandsdalen i forhold til landsgjennomsnittet, med 23 prosent lavere kapasitetsutnyttelse i disse månedene.

Siden 2016 har det vært en nedgang i kapasitetsutnyttelse på tre prosentpoeng. Generelt har variasjonen i total kapasitetsutnyttelse fra år til år vært beskjeden, med unntak av under pandemien, der den var om lag ti prosentpoeng lavere. Videre konkurrerer hoteller med Airbnb og utleie av fritidsboliger. Gjestedøgn på Airbnb har hatt sterk vekst de siste årene og det har blitt vanligere for fritidsboligeiere å leie ut fritidsboligen. Dette kan være en av grunnene til at hotellgjestedøgnene har gått ned siden 2016.

Den månedlige kapasitetsutnyttelsen på hotellrom i 2023 i Gudbrandsdalen. Kilde: SSB



Camping: En nedadgående trend snudde i 2021

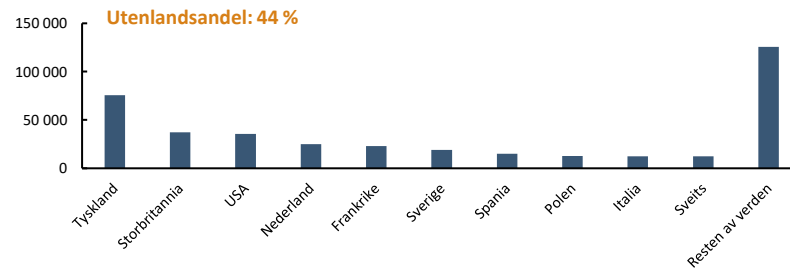
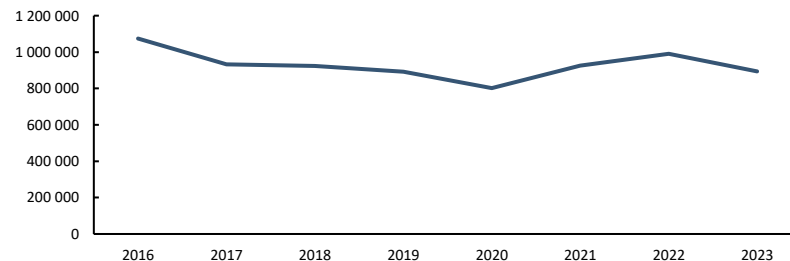
SSBs campingstatistikk inneholder informasjon om campingplasser, hyttegrender og vandrerhjem.¹ I Gudbrandsdalen er det spesielt langs Gudbrandsdalslågen man finner de store bobil- og campingplassene. I tillegg finnes det en rekke mindre campingplasser i fjellområdene rundt.

Totalt var det 894 000 gjestedøgn på camping i Gudbrandsdalen i 2023. Dette er 180 000 færre gjestedøgn enn i 2016, noe som representerer en nedgang på 17 prosent. Mellom 2016 og 2020 var det en jevn nedgang i antall gjestedøgn, men trenden snudde i 2021. I både 2021 og 2022 var det et relativt høyt antall gjestedøgn som var på nivå med 2016.

Fra 2022 til 2023 var det en betydelig nedgang på nesten 100 000 gjestedøgn. Nedgangen i 2023 kan blant annet skyldes ekstremværet «Hans» som herjet i sommermånedene og som førte til svak etterspørsel.

Nordmenn stod for 501 000 av gjestedøgnene på camping, noe som utgjør 56 prosent. Av utenlandske besøkende er det turister fra Tyskland, Storbritannia og USA* som utgjør de viktigste gruppene. Disse stod for henholdsvis 76 000, 37 000 og 35 000 gjestedøgn i 2023.

Utvikling i gjestedøgn på camping (øverst) og gjestedøgn på camping i 2023 fordelt på topp 10 utenlandske land (nederst) i Gudbrandsdalen. Kilde: SSB



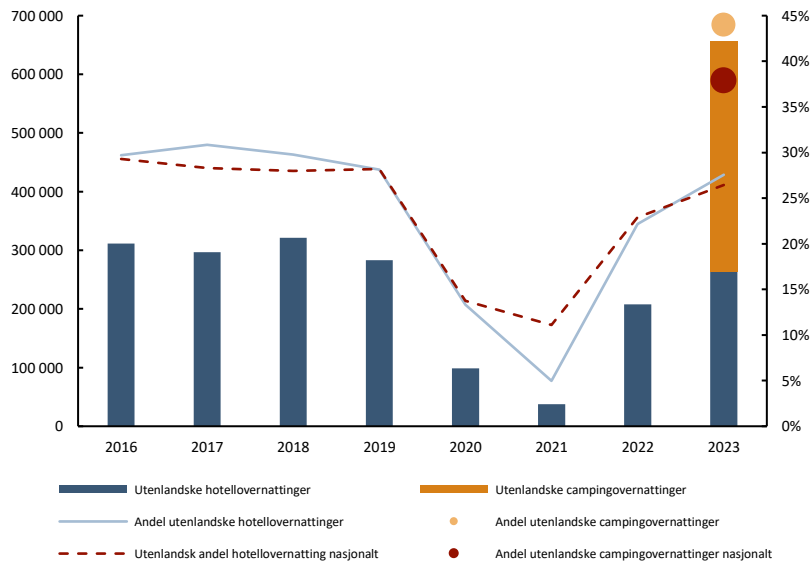
Andelen utenlandske turister på camping er langt høyere enn på hotell

Basert på tilgjengelig data om utenlandske tilreisende til hoteller og camping kan vi beregne utenlandsandel (eksport) for disse segmentene. Andelen utenlandske hotellovernattinger i Gudbrandsdalen var høyere enn nasjonalt mellom 2016 og 2018, mens begge andelenes i 2019 var på 28 prosent.

Gudbrandsdalen opplevde et kraftig fall under pandemien, med en utenlandsandel på 5 prosent og 38 000 utenlandske hotellovernattinger i 2021, mot 283 000 overnattinger i 2019. Dette var et større fall enn det nasjonale gjennomsnittet, og Gudbrandsdalen hadde i 2021 en lavere utenlandsandel enn nasjonalt. Etter pandemien har utenlandsandelen klatret tilbake over det nasjonale gjennomsnittet, og var på 28 prosent i 2023, mot 26 prosent nasjonalt. På tross av det er verken utenlandsandelen eller antall utenlandske hotellovernattinger på samme nivå som før pandemien. Totalt har det vært en reduksjon i antall og andel utenlandske hotellovernattinger fra 2016 til 2023.

Utenlandske turister sto for 44 prosent av alle campingovernattinger i Gudbrandsdalen i 2023, som tilsvarer totalt 394 000 overnattinger. Det er en betydelig høyere andel utenlandske turister på camping enn på hotell i Gudbrandsdalen som er på 28 prosent. Til sammenligning utgjør utenlandsandelen av campingovernattinger nasjonalt 38 prosent.

Antall utenlandske hotellovernattinger (utvikling) og campingovernattinger (2023)¹ (venstre akse) og andel (høyre akse), for Gudbrandsdalen og nasjonalt. Kilde: SSB



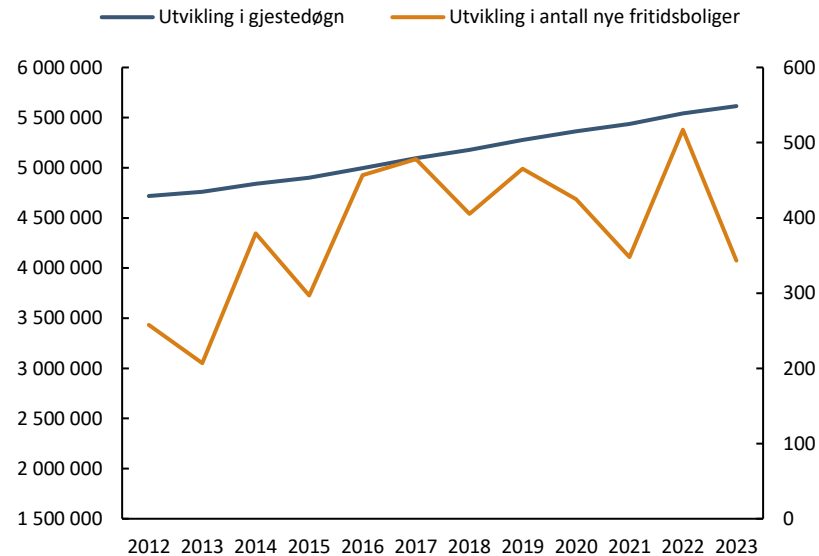
Fritidsboliger: Omfattende utbygging i Gudbrandsdalen – det bygges fire nye fritidsboliger per nye bolig

Som tidligere forklart er det fritidsboligturister som står for mesteparten av de besøkende i Gudbrandsdalen, med litt over 5,6 millioner gjestedøgn i 2023. Totalt har det vært en 19 prosent vekst i gjestedøgn siden 2012, med en årlig gjennomsnittlig vekst på i underkant av 2 prosent. Som figuren til høyre viser har veksten vært jevn og stigende gjennom hele perioden. I en artikkel fra 2022 skriver NRK at det de siste ti årene har blitt bygget fire hytter per nye bolig i Gudbrandsdalen.¹ SSBs tall viser at det fra 2011 til 2023 har blitt bygget 5 800 nye fritidsboliger i regionen. Figuren viser også at utbyggingstakten stort sett har ligget på mellom 300 og 500 årlig, men at det er noe variasjon fra år til år.

Gjestedøgnstallene som legges til grunn i analysen kommer kun fra tilreisende som er bosatt utenfor regionen. De som bor i Gudbrandsdalen og som har fritidsbolig der, er med andre ord ikke regnet med. Årsaken til det er at det er sannsynlig at en stor del av forbruket deres ville funnet sted i regionen uavhengig om de tilbragte tid på fritidsboligen eller ikke. I 2023 var det 1,6 millioner lokale gjestedøgn på regionens fritidsboliger.

Med utgangspunkt i en kartlegging av forbruk fra fritidsboligturister fra 2022, har vi lagt til grunn at det i gjennomsnitt er 207 gjestedøgn per fritidsbolig.²

Utvikling i gjestedøgn fra tilreisende på fritidsboliger (venstre akse) og fritidsboligutbygging fra tilreisende (høyre akse) i Gudbrandsdalen. Kilde: SSB og Menon

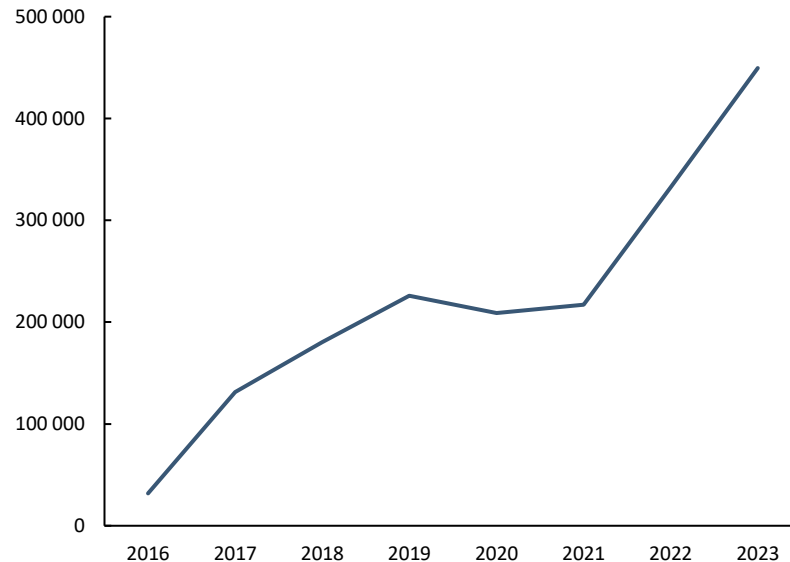


Airbnb: Segmentet har hatt en økning på mer enn 400 000 gjestedøgn siden 2016

Gjestedøgnene på Airbnb har hatt sterk vekst i samtlige år siden 2016, med unntak av under pandemien. I 2016 var det 32 000 registrerte gjestedøgn, mens det i 2023 var 450 000.

Overnatting på Airbnb har blitt stadig mer populært, samtidig som flere og flere stiller boligene sine til disposisjon. I tillegg har Airbnb-utleie helt fra starten hatt skattefordeler sammenliknet med kommersiell utleie. Noe av dette ble søkt rettet opp da det fra og med skatteåret 2020 trådte i kraft egne skatteregler for såkalt korttidsutleie i egen bolig.

Utvikling i gjestedøgn på Airbnb i Gudbrandsdalen. Kilde: AirDNA

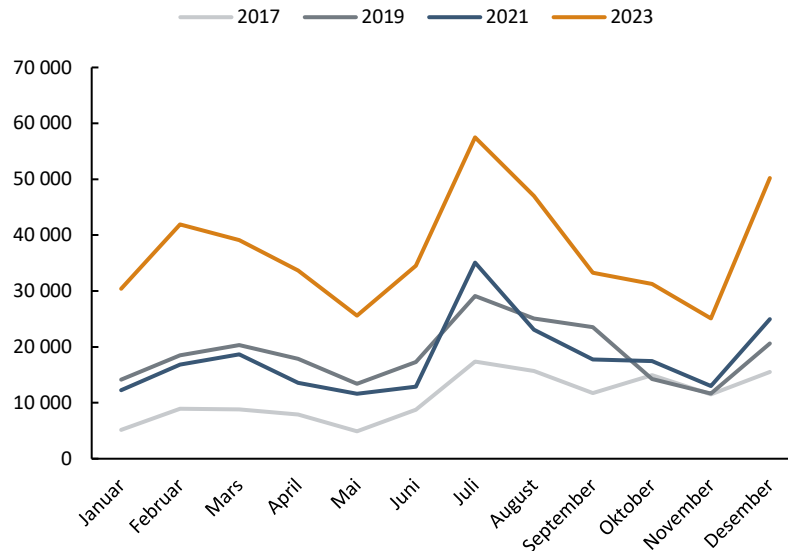


Airbnb: Gjestene har en relativt flat sesongprofil

Sesongprofilen for Airbnb viser at gjestene besøker Gudbrandsdalen hele året og at sesongprofilen er relativt flat sammenlignet med den for kommersielle gjestedøgn. Det er flest gjestedøgn i sommermånedene, men også et betydelig antall i desember til mars. Det er færrest gjestedøgn i mai og november. Besøksmønsteret til Airbnb-gjester ligner på det til fritidsboligbesøkende. Et positiv aspekt ved Airbnb- og fritidsboligturister er at de i større grad bidrar til helårsturisme. Ettersom det også er disse to gruppene som har høyest vekst, kan det bidra til å utvide sesongprofilen til Gudbrandsdalen.

I tillegg til å illustrere nivåøkningen for de ulike årene, viser figuren at sesongprofilen har vært ganske lik over tid. Unntaket var i 2023 der det var spesielt mange gjestedøgn i februar, men det er viktig å være klar over at besøksmønsteret kan endre seg litt fra sesong til sesong, avhengig av for eksempel vær, valutakurs og andre forhold.

Utvikling i sesongprofil for Airbnb-gjestedøgn for 2017, 2019, 2021 og 2023 i Gudbrandsdalen. Kilde: AirDNA



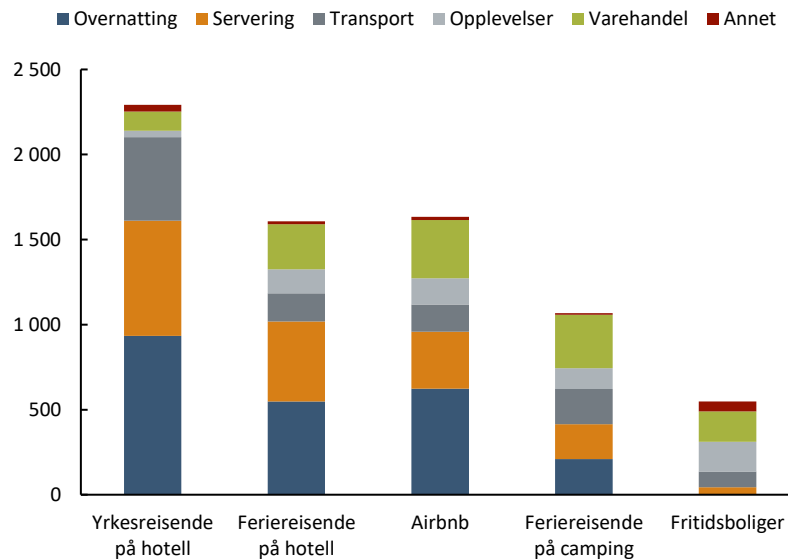
Yrkesreisende på hotell har det høyeste døgnforbruket, mens tilreisende fritidsboligturister har det laveste

Innovasjon Norges Turistundersøkelse ligger til grunn for beregningene av forbruk i denne analysen. Her har et stort antall reisende på forskjellige destinasjoner blitt intervjuet om blant annet hvor mye penger de har brukt på reisen. Vi tar utgangspunkt i Innovasjon Norges turistundersøkelse fra 2019, hvor tallene har blitt inflasjonsjustert og harmonisert med SSBs satellittregnskap, samt SSBs overnattingsstatistikk og Menons regnskapsdatabase.

Figuren til høyre viser gjennomsnittlig estimert døgnforbruk for ulike segmenter. Vi finner at yrkesreisende på hotell og Airbnb-turister har det høyeste forbruket. Disse bruker henholdsvis 2 300 og 2 000 kroner per døgn i Gudbrandsdalen. På den annen side finner vi at fritidsboligturister har det laveste døgnforbruket, disse la i gjennomsnitt igjen 550 kroner per døgn i 2023. Dette skyldes blant annet at de ikke har forbruk knyttet til overnatting.

Det foreligger usikkerhet i tallene. Tallene er basert på 2019-data, hvor man i kjølvannet av pandemien har sett endringer i turistens reisemønster.¹ Samtidig er dataene selvrapportert forbruk, og kan derfor være en feilkilde i seg selv. Likevel innhenter Innovasjon Norge forbruksdata til Turistundersøkelsen fra et bredt spekter av attraksjoner, overnattingssteder, flyplasser, havner og liknende.

Gjennomsnittlig døgnforbruk blant turistgrupper fordelt på forbrukskategorier i 2023 i Gudbrandsdalen. Kilder: Innovasjon Norges Turistundersøkelse og TØI; SSBs overnattingsstatistikk og satellittregnskap; Menons regnskapsdatabase.



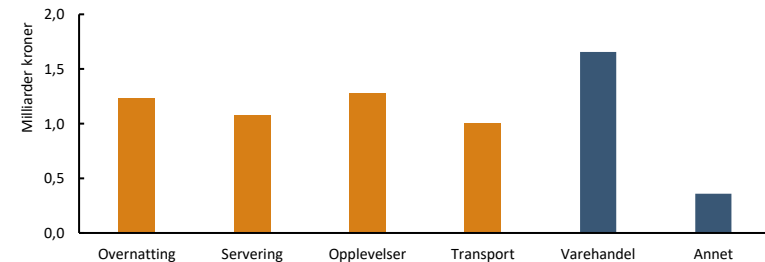
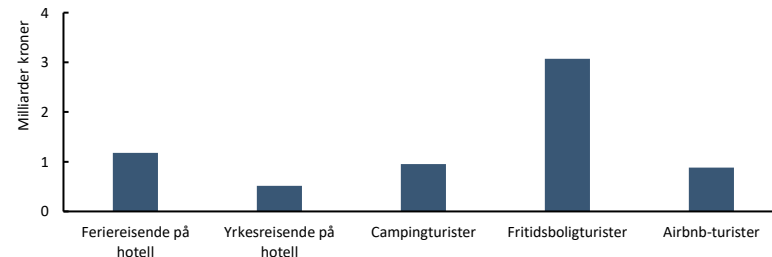
70 prosent av forbruket fra de tilreisende legges igjen i reiselivet

Totalt står tilreisende til Gudbrandsdalen for 6,6 milliarder kroner i forbruk, hvorav fritidsboligturistene genererer mest med 3,1 milliarder kroner. Fritidsboligturistene utgjør en betydelig lavere andel av totalt forbruk enn totale gjestedøgn ettersom døgnforbruket deres er relativt lavt. Feriereisende på hotell og campingturister står samlet for 32 prosent av forbruket.

Den nederste figuren viser i hvilke bransjer forbruket finner sted. Reiselivsbransjene mottar 70 prosent av forbruket, mens resten tilfaller andre næringer. Alle innholdsbransjene mottar hver mellom 1,1 og 1,3 milliarder kroner, mens tilreisende legger igjen 1,0 milliarder i transportbransjen.

Tilreisende i Gudbrandsdalen brukte 2,0 milliarder kroner i andre deler av næringslivet i Gudbrandsdalen. Det meste av forbruket går til varehandelen som har en beregnet omsetning på 1,7 milliarder fra de tilreisende. Særlig norske feriereisende og tilreisende på Airbnb har et relativt høyt forbruk innen varehandelen. Dette viser at de tilreisende har et betydelig forbruk utenfor de klassiske reiselivsbransjene.

De tilreisendes forbruk fordelt på segment (øverst) og de tilreisendes forbruk fordelt på bransje (nederst) i 2023 i Gudbrandsdalen. Kilde: Menon Economics



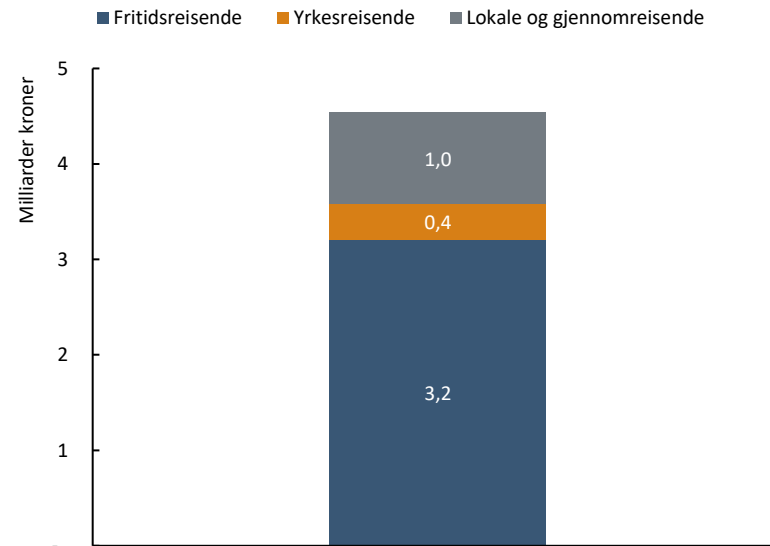
Tilreisende utgjør 80 prosent av omsetningen i innholdsbransjene i Gudbrandsdalen

Innholdsbransjene består av overnatting, servering og opplevelser. Ved å sammenligne den beregnede omsetningen fra tilreisende i innholdsbransjene med den totale omsetningen kan de tilreisendes betydning for reiselivet i regionen belyses.

På forrige side har vi beregnet at de tilreisende la igjen om lag 3,6 milliarder kroner i innholdsbransjene i Gudbrandsdalen i 2023. Totalt sett omsatte innholdsbransjene for 4,5 milliarder kroner samme år. Det betyr at tilreisende sto for 80 prosent av omsetningen i innholdsbransjene i 2023.

Slik figuren til høyre illustrerer utgjorde fritidsreisende og yrkesreisende henholdsvis 71 og 8 prosent av omsetningen i innholdsbransjene. De resterende 21 prosentene av omsetningen i disse bransjene kan derfor knyttes til lokalbefolkningen, dagsbesøkende eller gjester som benytter ikke-kommersielle overnattingsformer. Fellesnevneren for denne gruppen er at de ikke fanges opp av overnattingsstatistikken.

Omsetningen i reiselivets innholdsbransjer i Gudbrandsdalen fordelt på fritidsreisende, yrkesreisende, samt på lokalbefolkning og gjennomreisende. Kilde: Menon Economics

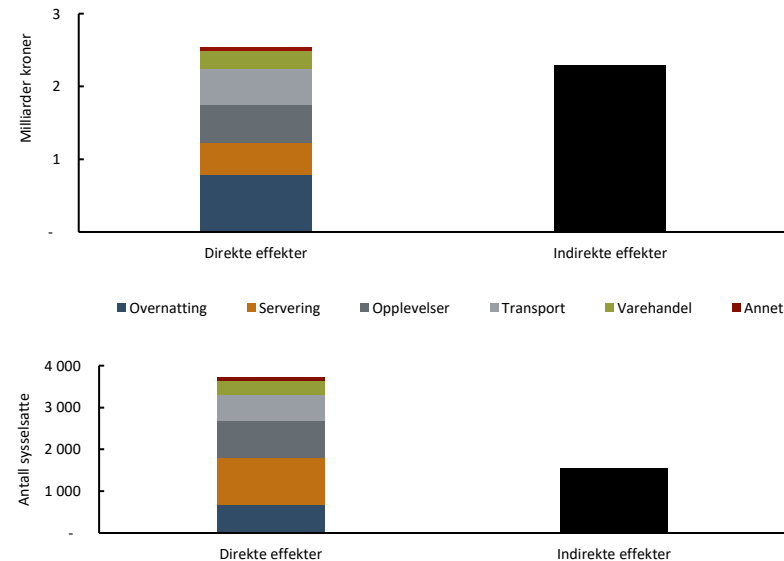


Tilreisendes forbruk legger grunnlaget for 4,8 milliarder kroner i verdiskaping og 5 300 sysselsatte

Basert på det estimerte forbruket fra de tilreisende¹ beregnes ringvirkningseffekter. Beregningene viser at forbruket la grunnlaget for 2,5 milliarder kroner i direkte verdiskaping og 3 700 direkte sysselsatte. Det betyr at disse verdiene ble generert direkte i bedriftene de tilreisende handlet i. All denne verdiskapingen og sysselsettingen fant derfor sted i Gudbrandsdalen.

Videre er det beregnet i underkant av 2,3 milliarder kroner i indirekte verdiskaping og 1 500 personer som er indirekte sysselsatte. De indirekte effektene viser til økonomiske verdier som finner sted lenger ned i verdikjeden gjennom at bedriftene kjøper varer og tjenester fra underleverandører. Dersom en tilreisende kjøper et måltid på restaurant, vil den generere verdi både hos restauranten (direkte effekter), men også hos restaurantens underleverandører som leverer ingredienser til måltidet (indirekte effekter). I motsetning til de direkte effektene, finner de indirekte effektene sted i hele landet, og en forholdsvis liten del tilfaller regionen.

Direkte og indirekte verdiskapingseffekter fra tilreisendes forbruk (i millioner kroner) (øverst) og sysselsettingseffekter (nederst) i 2023 i Gudbrandsdalen. Kilde: Menon Economics



Investeringer i fritidsboliger la grunnlaget for 1,7 milliarder kroner i verdiskaping og en sysselsetting på 1 800

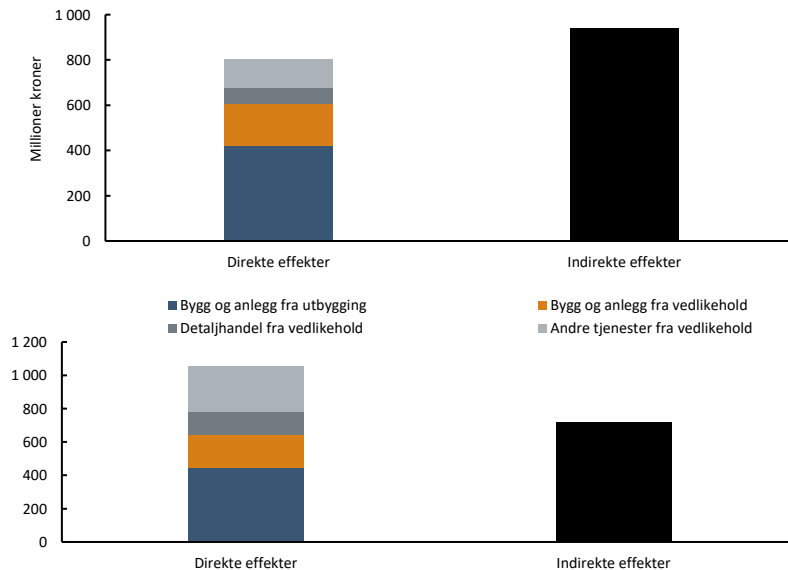
I tillegg til det direkte forbrukte fritidsboligturistene har mens de besøker fritidsboligen, investeres det betydelig i utbygging av nye fritidsboliger, samt vedlikehold på eksisterende fritidsboliger i form av rehabilitering, ombygging og tilbygg.

Beregningene viser at disse investeringene medfører en direkte verdiskaping på over 800 millioner kroner og sysselsetting på nesten 1 100 heltids- og deltidsstillinger. Omtrent 75 prosent av den direkte verdiskapingen tilfaller bygg- og anleggsbransjen, mens resten går til detaljhandelen og andre tjenester i forbindelse med vedlikehold.

Når det gjelder indirekte effekter, bidrar investeringene i tillegg til 940 millioner kroner i verdiskaping og 700 sysselsatte i verdikjeden.

I analysen er det lagt til grunn de 438 utbyggingene som ifølge SSB fant sted mellom 2022 og 2023. Selv om kun forbruket fra fritidsboligturister som er bosatt utenfor kommunen telles i beregningen av forbruk, regnes alle fritidsboligene med når det gjelder økonomiske effekter av investeringer. Det er fordi disse kan anses som nettoeffekter, også fra lokalbefolkningen, som ikke ville ha funnet sted i kommunen hvis ikke fritidsboligene var der.

Direkte og indirekte verdiskapingseffekter fra investeringer i fritidsboliger (i millioner kroner) (øverst) og sysselsettingseffekter (nederst) i 2023 i Gudbrandsdalen. Kilde: Menon Economics



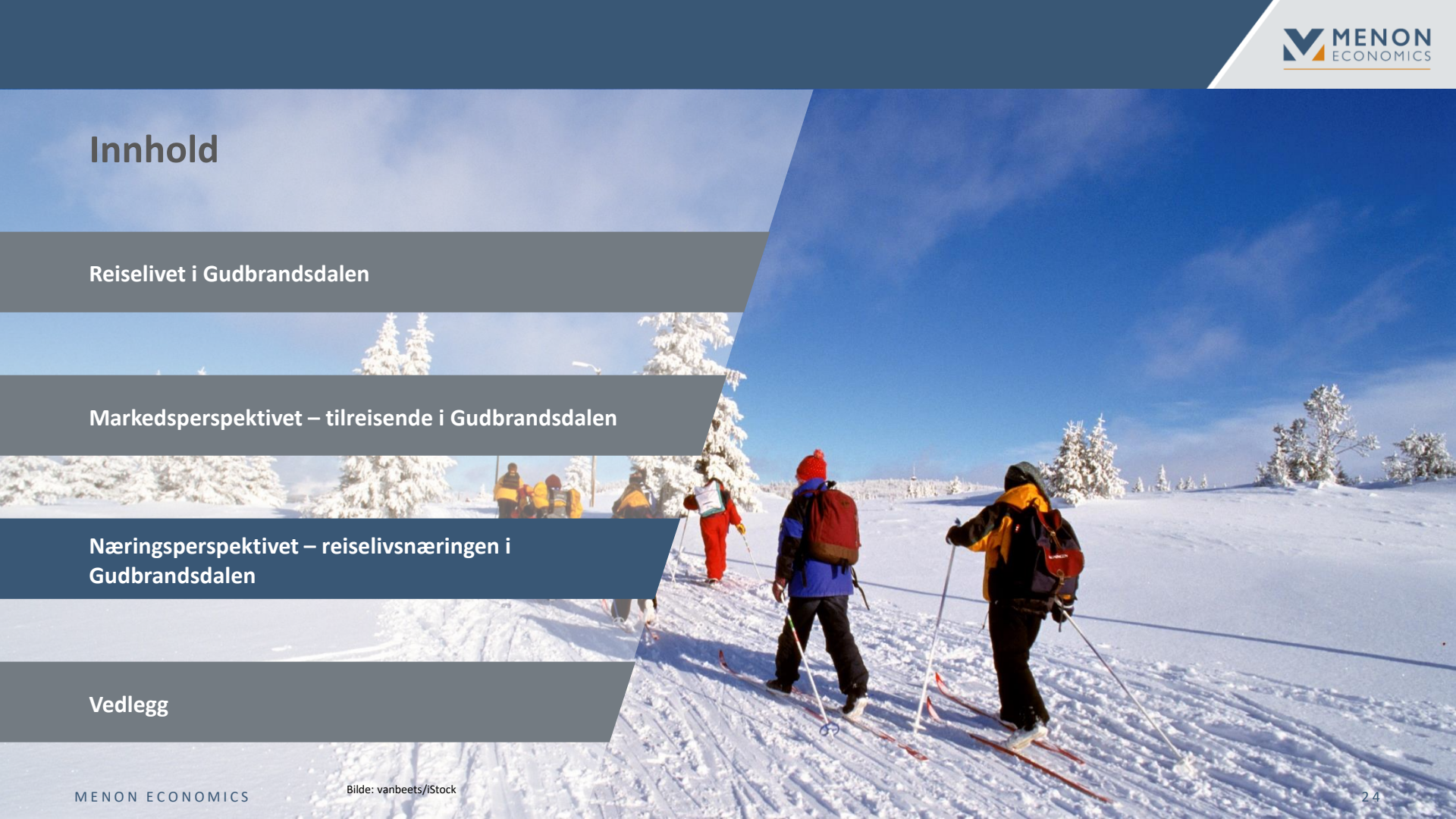
Innhold

Reiselivet i Gudbrandsdalen

Markedsperspektivet – tilreisende i Gudbrandsdalen

Næringsperspektivet – reiselivsnæringen i Gudbrandsdalen

Vedlegg



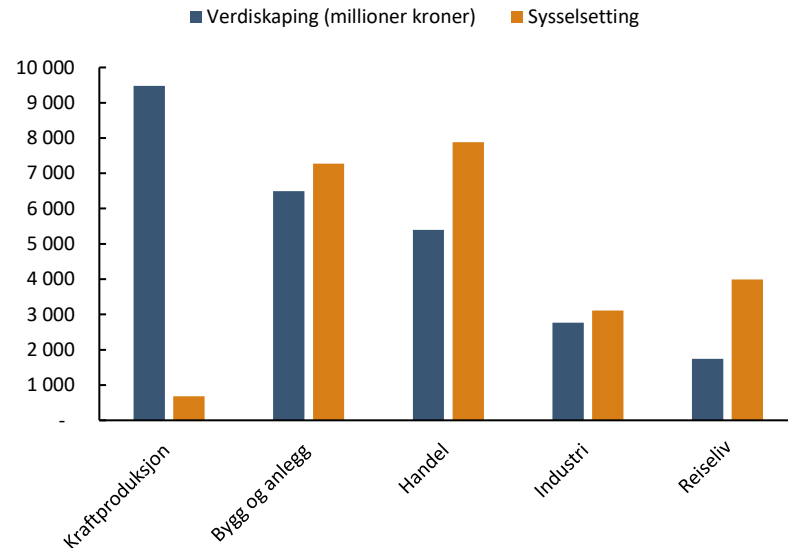
Reiseliv står for 5 prosent av verdiskapingen i næringslivet i Gudbrandsdalen

Reiselivet er den femte største næringen i næringslivet i Gudbrandsdalen med en verdiskaping på over 1,7 milliarder kroner i 2022.¹ Dersom man ser på sysselsetting, utgjør reiselivet 12 prosent som tilsvarer 4 000 sysselsatte.

De største næringene i Gudbrandsdalen er kraftproduksjon, bygg og anlegg, handel og industri. Bygg og anlegg og handel er reiselivsrelaterte næringer som blir benyttet av tilreisende til regionen blant annet gjennom utbygging og oppgradering av fritidsboliger. Disse bransjene står samlet for 33 prosent av næringslivets verdiskaping og 44 prosent av sysselsettingen.

Reiselivsnæringen er en veldig arbeidsintensiv næring, i motsetning til eksempelvis kraftproduksjon som er en typisk kapitalintensiv næring. Dette vises i figuren til høyre, der vi ser at reiselivet i Gudbrandsdalen har en relativt høyere sysselsetting enn verdiskaping. Reiselivsnæringen i Norge har generelt en relativt lav arbeidskraftproduktivitet, så dette bildet er ikke unikt for Gudbrandsdalsregionen. Det er også viktig å understreke at reiselivet har høy andel sesong- og deltidsansatte, så verdiskaping per årsverk er vesentlig høyere enn verdiskaping per sysselsatt.

Verdiskaping og sysselsetting for de fire største næringene og reiselivet i Gudbrandsdalen i 2022. Kilde: Menon Economics



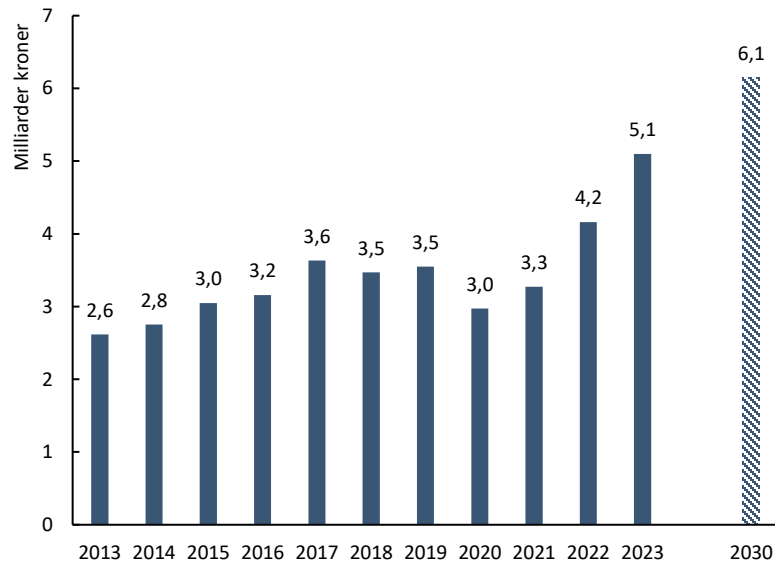
Sterk vekst i omsetningen i etterkant av pandemien – prognosene indikerer fortsatt vekst frem mot 2030

I 2013 var omsetningen for reiselivet i Gudbrandsdalen på 2,6 milliarder kroner og økte frem til 2017 da den nådde en midlertidig topp på 3,6 milliarder kroner. I denne perioden var det en gjennomsnittlig årlig vekst på 9 prosent. I 2018 og 2019 stabiliserte omsetningen seg før pandemien førte til en nedgang i omsetningen til reiselivsnæringen i 2020 og 2021.

Omsetningen nådde nye høyder i både 2022 og 2023¹, og hadde en sterk vekst. Mellom 2019 og 2023 har reiselivet vokst med i overkant av 40 prosent som er relativt sterk vekst sammenlignet med andre destinasjoner. For eksempel vokste Troms og Oslo i samme periode med omtrent 20 prosent.

Vår prognose for omsetningen sier at omsetningen i 2030 vil være på 6,1 milliarder kroner. Det betyr at vi fortsatt forventer vekst i omsetningen de neste syv årene, men at den høye vekstraten vi har sett i 2022 og 2023 vil avta. Omsetningen i 2030 er anslått å vokse med 21 prosent fra 2023 til 2030. Dette er betydelig lavere enn nasjonalt der veksten er estimert å være på 34 prosent.

Historisk utvikling i omsetning og prognoser for 2030 i Gudbrandsdalen. Historiske tall i løpende kroner, 2030-prognosen er i faste 2023-kroner. Kilde: Menon Economics



De fem reiselivsbransjene hadde en samlet verdiskaping på 2,1 milliarder kroner og en sysselsetting på 4 140 personer i 2023

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.

I Gudbrandsdalen genererer reiselivet totalt en verdiskaping på 2,1 milliarder kroner og en sysselsetting på 4 140 personer. Figuren til høyre viser hvordan verdiene fordeles seg utover bransjene. Innholdsbransjene har samlet en verdiskaping på 1,9 milliarder kroner, mens tilgjengelighetsbransjene står for de resterende 220 millioner kronene.

Overnatting - består av hoteller, pensjonater, moteller, kommersielle hytter, campingplasser, vandrerhjem, ferieleiligheter og annen overnatting.

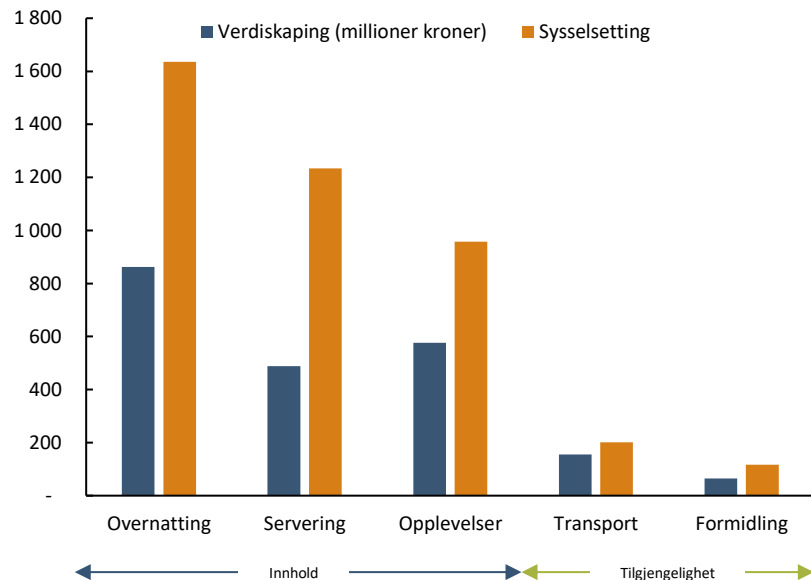
Servering - omfatter typisk restauranter, kafeer, gatekjøkken og drift av barer og puber.

Opplevelser – inneholder alle aktiviteter en turist kan gjøre på reise. Det inkluderer blant annet opplevelsesaktiviteter, fornøyles- og temparker, alle typer museer, historiske bygninger og severdigheter, festivaler, botaniske og zoologiske hager, taubaner og skiheiser.

Formidling - består av aktører som reiseryttere, turistkontorer, reisearrangørvirksomhet, guider og reiseledere.

Transport – omfatter bedrifter som frakter passasjerer med turbiltransport, jernbane, kysttrafikk med passasjerer og innenlandske kysttruter med passasjerer.

Reiselivsbransjenes verdiskaping (i millioner kroner) og sysselsetting i 2023 i Gudbrandsdalen. Kilde: Menon Economics



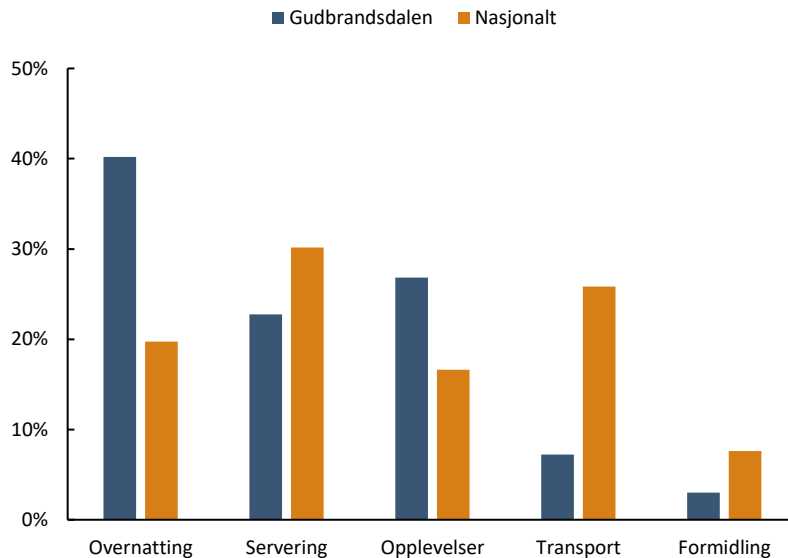
Overnatting er den største reiselivsbransjen i Gudbrandsdalen

Samlet generer innholdsbransjene 90 prosent av reiselivets verdiskaping i regionen. Overnatting utgjør 40 prosent av verdiskapingen og er med det regionens største reiselivsbransje. Deretter følger servering og opplevelser som hver står for i overkant av 20 prosent av verdiskapingen. Tilgjengelighetsbransjene transport og formidling står samlet for de resterende 10 prosentene av verdiskapingen.

Sammenlignet med landsgjennomsnittet utgjør innholdsbransjene en betydelig større andel av verdiskapingen i Gudbrandsdalen. I hele landet utgjør innholdsbransjene samlet i underkant av 70 prosent av verdiskapingen mot 90 prosent i Gudbrandsdalen. Særlig overnattingsbransjen er relativt større i regionen med en andel på 40 prosent sammenlignet med 20 prosent i hele landet.

Når det gjelder tilgjengelighetsbransjene, er transportbransjen betydelig større i Norge enn den er i Gudbrandsdalen. I Norge utgjør transportbransjen omtrent 25 prosent, mens den i regionen utgjør 7 prosent.

Andelen av verdiskaping som reiselivsbransjene utgjør av reiselivet i Gudbrandsdalen og nasjonalt i 2023. Kilde: Menon Economics

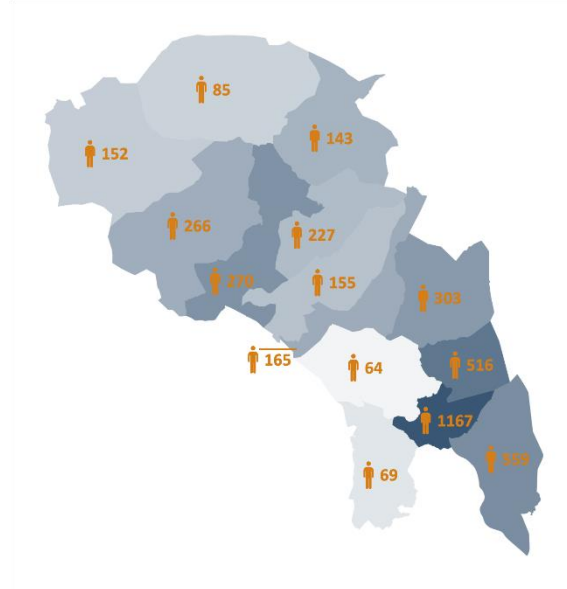


En tredel av verdiskapingen i Gudbrandsdalen finner sted i Lillehammer kommune

Lillehammer er kommunen som har mest aktivitet fra reiselivsnæringen med 709 millioner kroner i verdiskaping og omtrent 1 170 sysselsatte. Kommunen utgjør med det omtrent en tredel av verdiskapingen og sysselsettingen. Etter Lillehammer følger Øyer og Ringsaker som de største reiselivskommunene i regionen. Kommunene har henholdsvis 313 og 213 millioner kroner i verdiskaping fra reiselivet. De tre største kommunene står til sammen for nesten 60 prosent av verdiskapingen og 50 prosent av sysselsettingen i regionen.

Blant de mindre kommunene finner vi Gausdal, Lesja og Nordre Land med mellom 60 og 90 ansatte.

Sysselsetting og verdiskaping for reiselivsnæringen i de ulike kommunene i Gudbrandsdalen i 2023.¹ Mørkere blåfarge indikerer høyere verdiskaping fra reiselivsnæringen. Tallene i oransje viser antall sysselsatte. Kilde: Menon Economics



Både formidling og overnatting har nær tredoblet verdiskapingen siden 2013, og flere deler av reiselivsnæringen opplever vekst

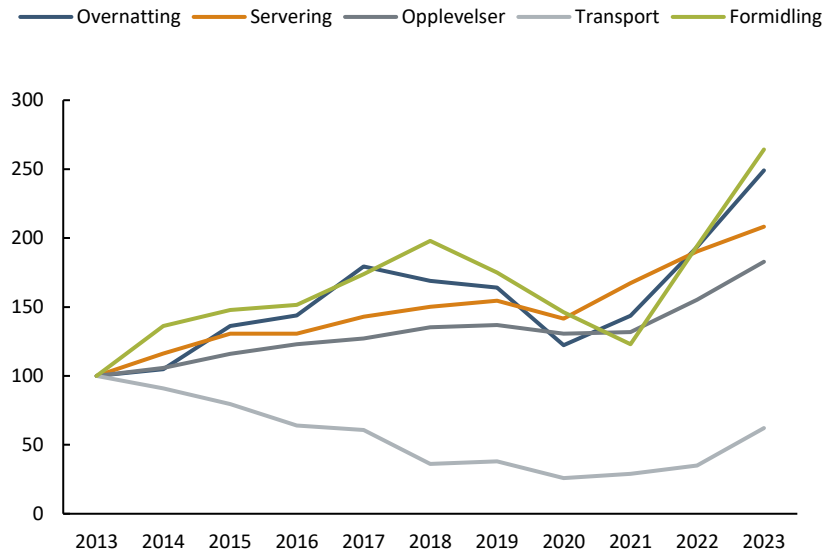
Sett bort fra pandemien, har reiselivsnæringen hatt en jevn og forholdsvis stor økning i verdiskapingen de siste ti årene. Formidling og overnatting er bransjene som har hatt størst økning i verdiskaping med nesten en tredobling siden 2013.

Også servering og opplevelser har økt sin verdiskaping i denne perioden med henholdsvis 208 og 183 prosent. Aktørene med høyest verdiskaping i serveringsbransjen er McDonalds og Egon Lillehammer, og begge disse aktørene har vokst jevnt siden 2013. For opplevelsesbransjen er det alpinanleggene Hafjell og Kvitfjell og Stiftelsen Lillehammer Museum som har bidratt mest til veksten i verdiskaping de siste tre årene.

Transport er den eneste bransjen som har opplevd nedgang over tiårsperioden. Bransjen har, til tross for en økning de siste par årene, en lavere verdiskaping i 2023 enn den hadde i 2013¹. Det er Vy (buss og tog) som hovedsakelig driver nedgangen i bransjen.

Merk at formidling og transport er relativt små bransjer sammenlignet med innholdsbransjene. Det betyr at den absolutte veksten i formidlingsbransjen ikke er spesielt stor sammenlignet med innholdsbransjene selv om den relative veksten er det.

Indeksert utvikling i verdiskaping per reiselivsbransje i Gudbrandsdalen. Referanseåret 2013=100. Kilde: Menon Economics



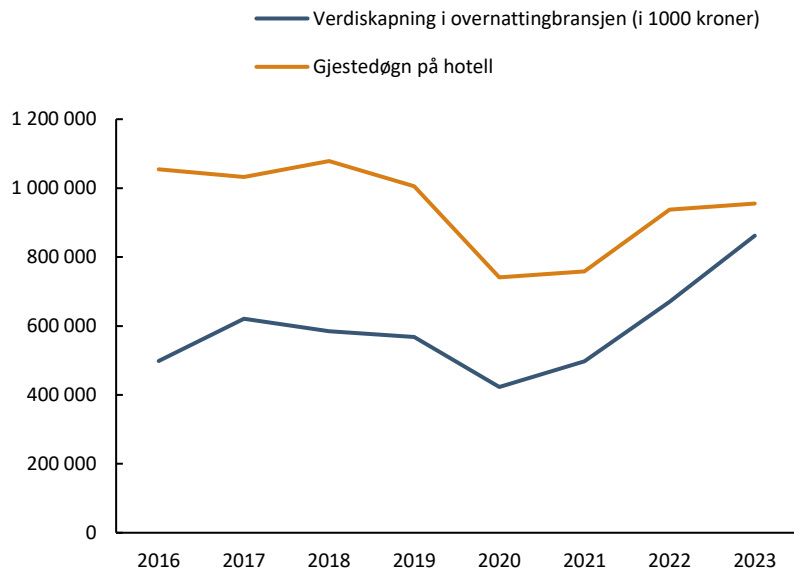
Overnattingsnæringen har hatt en positiv utvikling i verdiskaping på tross av at antallet gjestedøgn på hotell har gått ned

På forrige side viste figuren at overnatting er den bransjen med nest høyest vekst i verdiskaping de siste ti årene. Dette er et litt overraskende resultat fordi antallet overnattingsdøgn på hotell har hatt en negativ utvikling siden 2016, som vist figuren til høyre. Gjestedøgnene på hotell i 2023 var ni prosent lavere enn i 2016, mens overnattingsbransjen, som er dominert av hotellene, var 73 prosent høyere i 2023 sammenlignet med 2019.

Det er hovedsakelig to grunner til at overnattingsnæringen har økt sin verdiskaping fra 2016 til 2023, til tross for at antallet gjestedøgn på hotell har gått ned. Den første grunnen er økte priser og lønnskostnader, som gir direkte utslag i økt verdiskaping. Prisøkningen per rom har ligget jevnt rundt fire prosent årlig i perioden, men økte til rundt åtte prosent fra 2022 til 2023¹. Effekten av prisøkningen er imidlertid ikke stor nok til å forklare økningen i verdiskaping alene.

Den andre grunnen er at det har vært en økning i antallet tilreisende til Gudbrandsdalen totalt. Økningen i antallet tilreisende gir økte inntekter til serverings- og opplevelsesnæringen. Flere av hotellene har også egne serverings- og opplevelsestilbud. Hotellenes inntekter fra andre aktiviteter enn overnatting tilfaller overnattingsnæringen i vår regnskapsdatabase, og kan også forklare deler av veksten i verdiskaping.

Utvikling i verdiskaping i overnattingsnæringen (tusen kroner) og utviklingen i gjestedøgn i Gudbrandsdalen. Kilde: Menon Economics



Lønnsomheten varierer mye mellom de ulike innholdsbransjene, men etter pandemien har lønnsomheten økt for samtlige bransjer

Figuren til høyre presenterer utviklingen i lønnsomheten til innholdsbransjene, det vil si overnatting, servering og opplevelser.

Serverings- og opplevelsesbransjen har i perioden hatt en gjennomgående positiv lønnsomhet. Opplevelsesbransjen har de fleste årene hatt den høyeste lønnsomheten. I toppårene har bransjens lønnsomhet vært på 8 prosent.

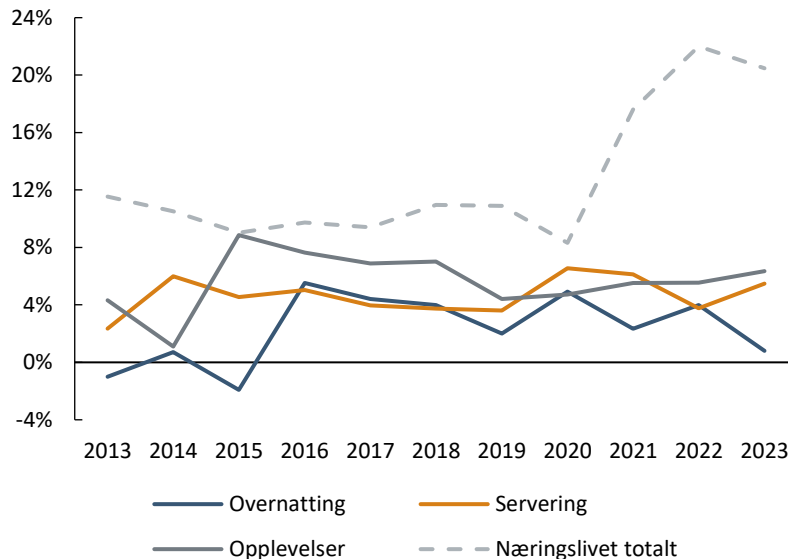
Serveringsbransjen har hatt en relativt høy og stabil lønnsomhet som har ligget på rundt 4-5 prosent. Verken serverings- eller opplevelsesbransjen ble negativt rammet under koronaårene med tanke på lønnsomhet.

Overnattingsbransjen har i perioden hatt lønnsomhet som har fluktuert mellom 0 og 4 prosent, og gjennomsnittet i hele tiårsperioden er 2,3 prosent. Siden 2016 har lønnsomheten vært på den positive siden, med unntak av i 2020 under koronapandemien.

Etter pandemien viser reiselivsbransjene generelt positiv lønnsomhet, men overnattingsbedriftene mistet nesten hele lønnsomheten i 2023.

Figuren viser at lønnsomheten i næringslivet i Gudbrandsdalen har ligget på 8-12 prosent frem til pandemien, og har vært spesielt høy i etterkant. De tre siste årene har lønnsomheten vært svært høy, noe som primært skyldes store overskudd i kraftselskaper i regionen.

Utvikling i lønnsomhet per innholdsbransje og næringslivet som helhet (oljeselskaper og finans holdt utenom) i Gudbrandsdalen, målt som driftsmargin. Kilde: Menon Economics

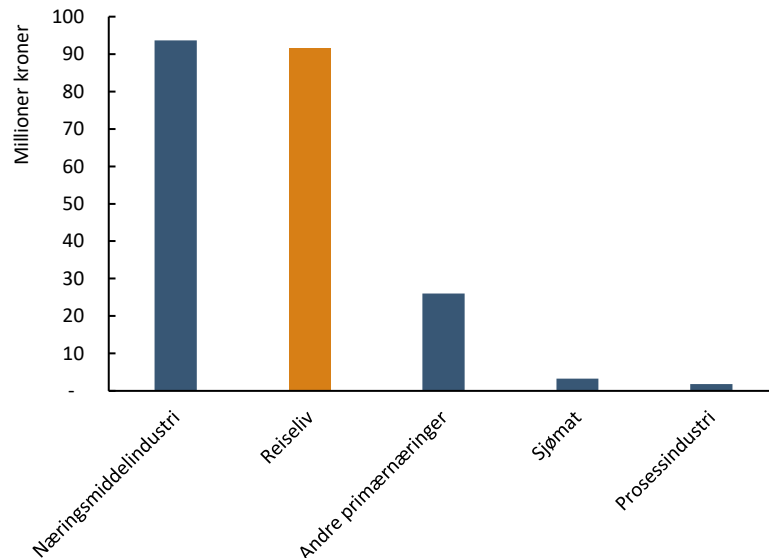


Reiselivsbedriftene genererer 91 millioner kroner i skatteinntekter til kommunene

Vi har beregnet at kommunale skatteinntekter fra reiselivet var på 91 millioner kroner i 2022. Dette er altså skatteinntekter som genereres i reiselivsbedriftene som er registrert i regionen. Mye av skatteinntektene tilfaller kommunene i regionen, men regionen kan i realiteten få skatteinntekter som er både større og mindre enn det som genereres i reiselivsbedriftene. Årsaken til det er at skattene går til kommunene hvor arbeidstakerne er bosatt. Dersom det er stor innpendling til kommunen vil skatteinntektene være lavere enn estimatet, og motsatt hvis det er stor utpendling. Om det for eksempel er mange sesongarbeidere som jobber ved alpinanlegg i kun i vinterhalvåret, men har registrert bosted et annet sted, taler det isolert sett for stor innpendling.

Reiselivet genererer omtrent like mye skatteinntekter som næringsmiddelindustrien i Gudbrandsdalen. Andre primærnæringer, sjømat og prosessindustri bidrar derimot med betydelig lavere skatteinntekter på henholdsvis 26, 3 og 2 millioner kroner.

Beregnete kommunale skatteinntekter som genereres i Gudbrandsdalen i 2022 fra reiselivet sammenliknet med skatteinntekter fra fire andre næringer.¹ Kilde: Menon Economics



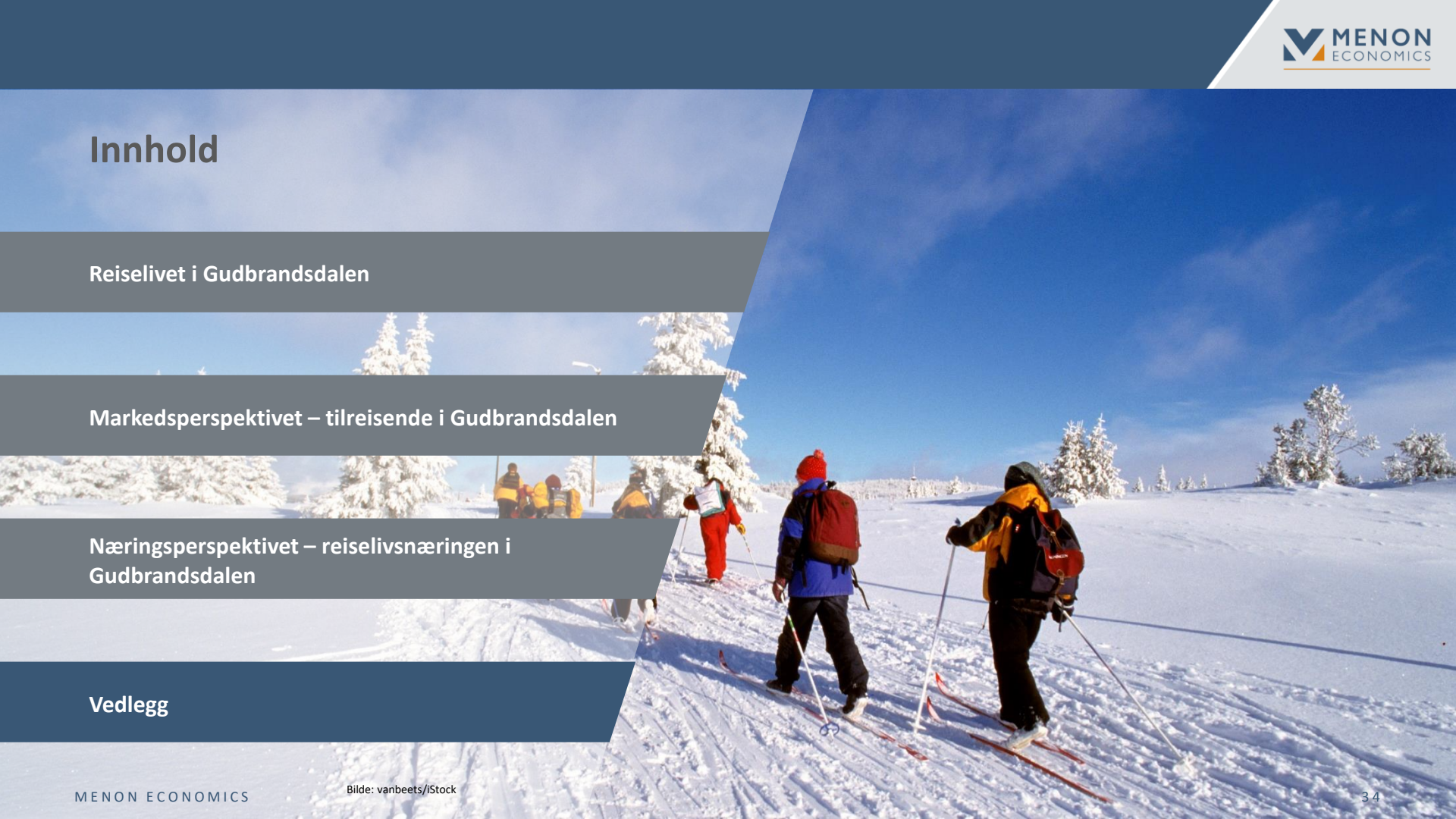
Innhold

Reiselivet i Gudbrandsdalen

Markedsperspektivet – tilreisende i Gudbrandsdalen

Næringsperspektivet – reiselivsnæringen i Gudbrandsdalen

Vedlegg



Vedlegg: Tabell over sysselsetting og reiselivets verdiskaping i kommunene

Sysselsetting og verdiskaping for reiselivsnæringen i de ulike kommunene i Gudbrandsdalen i 2023. Kilde: Menon Economics

Kommune	Sysselsatte	Verdiskaping i millioner
Lillehammer	1 167	709
Dovre	143	78
Ringsaker	560	213
Sør-Fron	166	63
Lom	266	169
Øyer	516	313
Ringebu	303	173
Sel	227	74
Nord-Fron	155	62
Nordre Land	69	21
Lesja	85	28
Skjåk	152	46
Vågå	270	178
Gausdal	65	19

Definisjon av sentrale begreper og beskrivelse av ringvirkningsmodellen

- **Verdiskapingen** i en bedrift er definert som summen av lønnskostnader og bedriftens driftsresultat, korrigert for kapitalslit og nedskrivninger. Dette er også kjent som bruttoprodukt/BNP og er en av de mest sentrale samfunnsøkonomiske størrelsene, fordi det er den som legger grunnlag for velferd gjennom forbruk og skatter.
- **Sysselsetting** viser til antallet heltids- og deltidsansatte. Det må ikke forveksles med antall årsverk som viser til antall heltidsstillinger. Antallet sysselsatte er derfor større enn (eller lik) antall årsverk.
- **Driftsmargin** er forholdet mellom driftsresultatet og omsetningen til en bedrift. Den gir en indikasjon på en bedrifts lønnsomhet. Driftsmarginen kan ses på som hvor mange kroner en bedrift sitter igjen med for hver 100-lapp som omsettes, og forteller hvor mye bedriften sitter igjen med til å dekke kapitalkostnader (før renter og skatt).

Om ringvirkningsmodellen

Aktiviteten i ulike næringer er tett bundet sammen. Når etterspørselen øker i en næring, vil det forplante seg til andre deler av økonomien, gjennom næringenes vare- og tjenestekjøp hos sine leverandører. Dette er også tilfellet i reiselivsnæringen. Når turistene kjøper opplevelsespakker eller varer og tjenester vil det føre til økt sysselsetting hos bedriftene, i tillegg til sysselsetting hos deres leverandører igjen. Dette utgjør det vi kaller *ringvirkningseffekter*.

Menon har utviklet en økonomisk beregningsmodell for reiseliv for å kunne estimere ringvirkninger av tilreisendes lokale forbruk. Vi legger de estimerte gjestedøgnene etter overnattingsform og segment til grunn for beregningene av økonomiske effekter. Estimaten på gjestedøgn er basert på data fra SSB, AirDNA og Kystdatahuset Deretter benyttes informasjon om gjennomsnittlig døgnforbruk fra undersøkelser gjennomført av Innovasjon Norge og TØI. Det gir totalt forbruk (omsetning) i ulike vare- og tjenestekategorier, både innen bransjene i reiselivsnæringen og relaterte næringer som handel og bygg og anlegg. Forbruket omregnes deretter til direkte og indirekte ringvirkninger i form av verdiskaping og sysselsetting.

