



DESTINASJONSANALYSE STOR-OSLO

Forord

Menon har utarbeidet ni destinasjonsanalyser for ulike regioner i Norge, hvorav destinasjonsanalysen av Stor-Oslo 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 Stor-Oslo fra to perspektiver. Vi kartlegger først **markedspektivet**, 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 Stor-Oslo, 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.

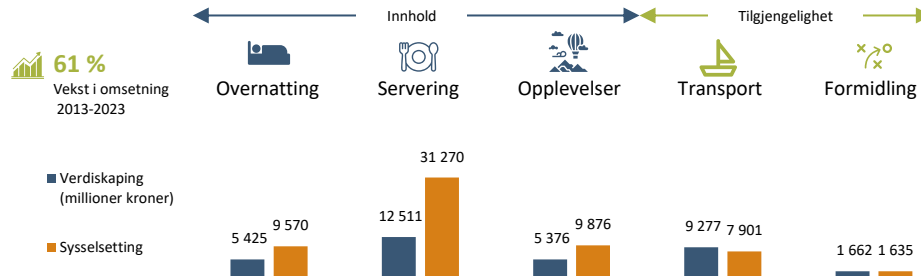
Markedspektivet (2023)

12 mill. gjestedøgn i regionen... ...som legger grunnlag for

	7,8 mill. hotellovernattinger		30,6 mrd. i omsetning
	1,3 mill. campingovernattinger		22,5 mrd. i verdiskaping
	490 000 fritidsboligovernattinger		25 000 sysselsatte
	2,1 mill. Airbnb-overnattinger		
	350 000 cruisepassasjerankomster		

Næringsperspektivet (2023)

Reiselivsnæringens fem bransjer og deres økonomiske betydning



Stor-Oslos særpreg, muligheter og utfordringer

Særpreg

- Landets største by og hovedstad, og Norges mest besøkte reiselivsdestinasjon
- Et sentralt knutepunkt for flyturister
- Marka rundt Oslo byr på en rekke naturopplevelser på tvers av sesongene, tett i nærheten av en urban bykjerne

Muligheter

- Arrangementsturisme, herunder messer og konferanser
- Tettere kobling mellom bykjerner og Stor-Oslo for øvrig til et helhetlig tilbud
- Opplevelsesturisme, herunder kombinasjoner av kultur- og naturopplevelser

Utfordringer

- Sterk konkurranse fra andre storbyer som København og Stockholm.
- Lønns- og kostnadspress i Oslo relativt til andre områder i Norge

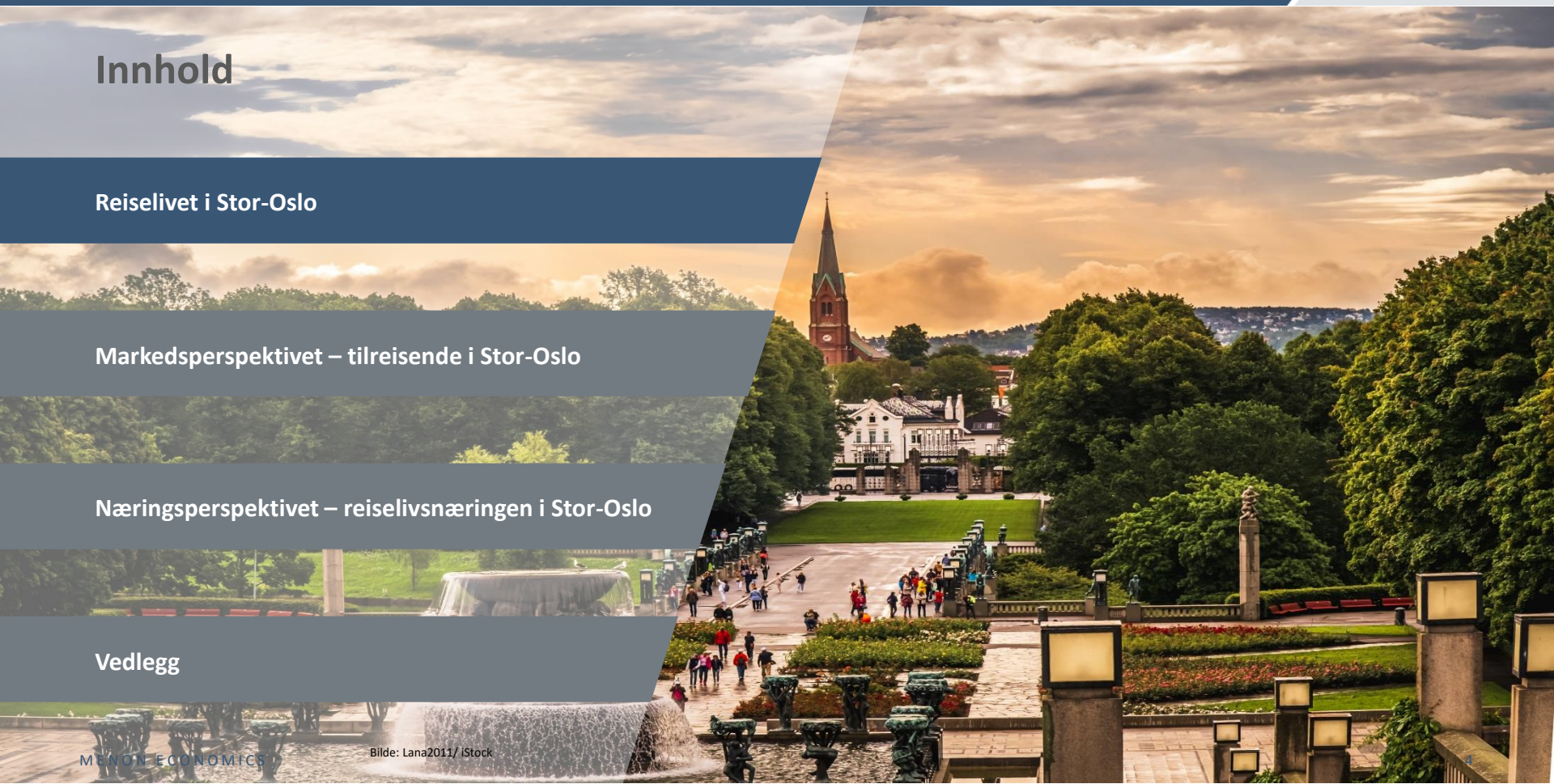
Innhold

Reiselivet i Stor-Oslo

Markedsperspektivet – tilreisende i Stor-Oslo

Næringsperspektivet – reiselivsnæringen i Stor-Oslo

Vedlegg



Stor-Oslo er Norges mest besøkte reiselivsdestinasjon med både et rikt kulturliv og mange turmuligheter

Stor-Oslo¹ er den mest besøkte reiselivsdestinasjonen i Norge, med 12 millioner gjestedøgn i 2023. Oslo er det nærmeste Norge kommer en internasjonal storby, og attraksjoner som Vigelandsparken, Munchmuseet, operaen og Holmenkollen tiltrekker turister fra inn- og utland. Regionens naturområder gir også en rekke rekreasjonsmuligheter. Nordmarka og Østmarka tilbyr hundrevis av kilometer med turstier, sykkelruter og skiløyper. Oslofjorden og innsjøer bidrar i tillegg til vannaktiviteter som båtliv, bading og fiske. Mange utlendinger besøker Oslo enten i begynnelsen eller slutten av en større rundreise i Norge, i forbindelse med at de reiser til eller fra Oslo lufthavn. Kommunikasjonen til og fra Stor-Oslo er effektiv, med Oslo Lufthavn Gardermoen som Norges største flyplass, i tillegg til et velutbyggt nettverk av veier og jernbanelinjer. Den offentlige transporten er høyt utviklet, med t-baner, trikker, busser og tog som sikrer en effektiv mobilitet innenfor regionen. Dette gjør Stor-Oslo lett tilgjengelig for både nasjonale og internasjonale reisende og bidrar til regionens vekst og attraktivitet.

Reiselivsnæringen i Stor-Oslo sysselsetter 58 000 mennesker, og oppfyller et viktig samfunnsoppdrag ved å tilby arbeid til grupper som har utfordringer med å få innpass i arbeidslivet, som personer med lite utdanning og/eller begrensede norskerferdigheter.

Kart som illustrerer kommunene i Stor-Oslo (i mørkeblått). Kilde: Menon Economics



Særpreget, muligheter og utfordringer for reiselivet i Stor-Oslo

Særpreget

- Stor-Oslo er Norges mest besøkte reiselivsdestinasjon, men utgjør også en inngangsport for utenlandsturister til øvrige destinasjoner via Gardermoen
- Reiselivet i destinasjonen er svært konsentrert i Oslo, som har slått rekorder på tvers av innholdsbransjene (overnatting, servering og opplevelser). Reiselivsnæringen utgjør imidlertid viktig økonomisk aktivitet i øvrige kommuner i Stor-Oslo
- Reiselivstilbudet i Oslo har markert seg internasjonalt gjennom en enorm produktutvikling i alle innholdsbransjer, blant annet i bærekraftige produkter, badstuekulturen og luksus-shopping
- Oslo kombinerer arkitektur, kulturopplevelser, restauranter og barer i verdensklasse og naturopplevelser i mark og natur gjennom en sømløs nærhet

Muligheter

- Oslo er en naturlig destinasjon for konferanser og messer på tvers av næringer og formål, spesielt for internasjonale deltakere. Videreutvikling av dette til andre turistformål, og synergier med øvrig arrangementsturisme kan styrke regionen som helhet
- Tettere koblinger mellom Oslo sentrum og Stor-Oslo i helhetlige pakker, støttet av integrert tilgjengelighet via fly, tog, ferge og vei
- Integrerte opplevelser (bundling) som kombinerer det beste Oslo har å tilby på tvers av arkitektur, kultur, restaurant og bar, natur og shopping
- Videre branding av (Stor)-Oslo som et internasjonalt reisemål med høy-kvalitets og bærekraftige produkter og tjenester

Utfordringer

- Sterk konkurranse fra andre storbyer som København og Stockholm
- Lønns- og kostnadspress i Oslo relativt til andre områder i Norge i en næring med relativt lave marginer
- Tilgang på kompetent arbeidskraft i innholdsbransjene
- Klimabevissthet internasjonalt og karbonprising kan gi færre gjester på sikt, siden de fleste er avhengig av fly for å komme hit

Oslo konkurrerer om turistene med andre skandinaviske storbyer, både som destinasjon selv, men også bindeledd for øvrige destinasjoner

Oslo by konkurrerer naturligvis med andre storbyer når det kommer til å tiltrekke seg turister. Særlig unikt for storbyene er tilgjengelighet via flyrute. København og Stockholm er naturlige referansepunkter i denne sammenhengen. Ved å sammenligne flyplassankomster kan man få et bilde av byenes tilgjengelighet fra både inn og utland. Tilgjengelighet er viktig for en reisleivsdestinasjon ettersom det spiller en avgjørende rolle i destinasjonens evne til å tiltrekke seg besøkende. Som figuren til høyre viser har København (Kastrup) noe flere ankomster enn Oslo, mens Stockholm (Arlanda) har noe færre. København er også lettere tilgjengelig med tog dersom man kommer fra kontinentet.

Å øke tilgjengeligheten til Oslo er avgjørende for å styrke byens reiselivsindustri. Bedre fly-, tog- og båtforbindelser vil gjøre det lettere for både nasjonale og internasjonale turister å besøke Oslo, noe som vil øke byens attraktivitet som reisemål. Direkteflyvninger kan for eksempel være avgjørende for mange reisende når de velger en destinasjon for en helgetur. Gardermoen har rundt 150 direkte ruter, der om lag 120 av disse går til utlandet.¹ København hadde til sammenligning rundt 165 direkte ruter sommeren 2024.²

Videre er Norge et langstrakt land med Oslo plassert i den sørlige enden, noe som gjør innenlands flykapasitet avgjørende for å tiltrekke seg turister fra andre deler av landet.

Flypassasjersankomster i 2023 Oslo, København og Stockholm. Kilde: SSB, Danmarks Statistikk, Swedavia



Oslos mange arrangementer tiltrekker turister og skaper opplevelser

Som hovedstad er Oslo vertskap for en rekke store arrangementer, konserter, festivaler og lignende gjennom hele året. Tilreisende fra både inn- og utland kommer til Oslo for å delta, noe som driver besøkstallene opp og bidrar til et rikt reiseliv.

Byen er vertskap for en rekke internasjonalt anerkjente festivaler som Øyafestivalen, en av Norges største musikkfestivaler, Oslo Jazzfestival og Melafestivalen, som tiltrekker seg musikkentusiaster fra hele verden. Store konsertlokaler som Oslo Spektrum, Telenor Arena, Konserthuset, Rockefeller og Sentrum Scene gjør at store artistnavn holder konserter i Oslo, noe som medfører tilreisende fra både inn og utland. Kulturarrangementer som Oslo Operafestival og Oslo Pride står også høyt på listen over arrangementer som trekker til seg turister. Sportsbegivenheter som Holmenkollen Skifestival og Oslo Maraton er også viktige for å tiltrekke tilreisende. Videre holdes det mange yrkesrelaterte konferanser og messer i Oslo, som for eksempel Oslo Innovation Week og Nor-Shipping.

Øyafestivalen



- En av Norges største festivaler med over 85 000 besøkende

Oslo Maraton



- Et av Norges største gateløp med rundt 20.000 deltagere

Nor-Shipping



- Internasjonal næringsmesse med maritimt fokus
- 52 000 besøkende i 2023, fra 84 forskjellige land
- Arrangeres annethvert år

Innhold

Reiselivet i Stor-Oslo

Markedsperspektivet – tilreisende i Stor-Oslo

Næringsperspektivet – reiselivsnæringen i Stor-Oslo

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 satellitregnskap, 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.

Gjestedøgn i Stor-Oslo knytter seg primært til hoteller og Airbnb, som til sammen utgjør 82 prosent av total overnattingsaktivitet

Totalt er det registrert 12 millioner gjestedøgn i Stor-Oslo i 2023 fordelt på hoteller, Airbnb, camping, cruise og fritidsboliger. 61 prosent finner sted i det vi har definert som sommerhalvåret, fra mai t.o.m. oktober.

Stor-Oslo er spesielt preget av hotellturisme, med hele 7,8 millioner gjestedøgn på hoteller i 2023. Dette utgjør 65 prosent av alle gjestedøgnene i regionen. Majoriteten av hotellene ligger svært konsentrert i bykjernen av Oslo.

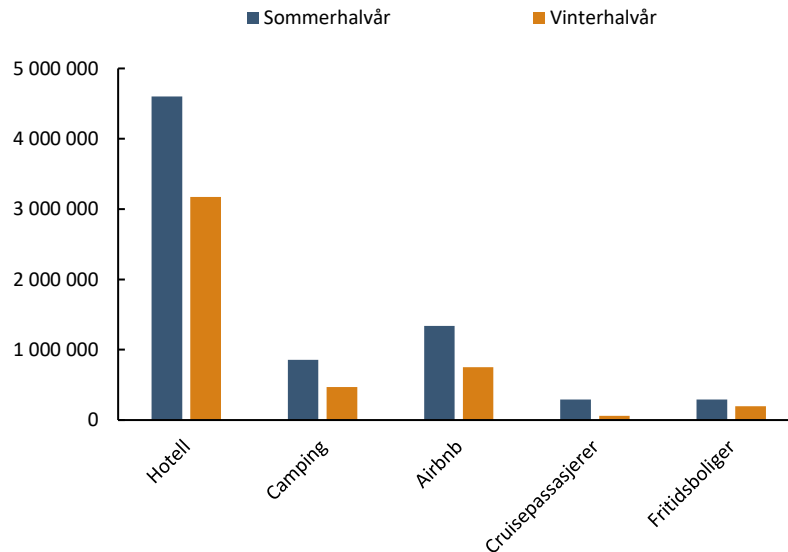
Airbnb-gjester bidro med 2,1 millioner gjestedøgn i 2023. Denne utleieformen, som i størst grad foregår i Oslo sentrum, representerer 17 prosent av de totale gjestedøgnene. Andelen er noe høyere enn det som typisk observeres på andre destinasjoner.

Camping står for 1,3 millioner gjestedøgn, tilsvarende 11 prosent av totalen. I motsetning til hotellturismen, foregår camping utenfor bykjernen, noe vi kommer nærmere tilbake til.

De 490 000 gjestedøgnene fra fritidsboliger utgjør fire prosent av totalen, noe som er vesentlig lavere enn hva man ser på andre destinasjoner.

Stor-Oslo har også 350 000 besøkende dagsturister i forbindelse med cruiseturisme. Skipene legger stort sett til på kaiene i bykjernen ved Akershus festning og Filipstadkaien.

Antall gjestedøgn i 2023 i Stor-Oslo fordelt på segment og sesong. Cruise er dagsbesøkende med overnatting på skip. Sommerhalvår er fra mai t.o.m. oktober, vinterhalvår er fra november t.o.m. april. Kilde: SSB, AirDNA og Kystdatahuset



Airbnb er segmentet som har hatt størst bidrag til veksten i regionen, med en økning på over én million gjestedøgn

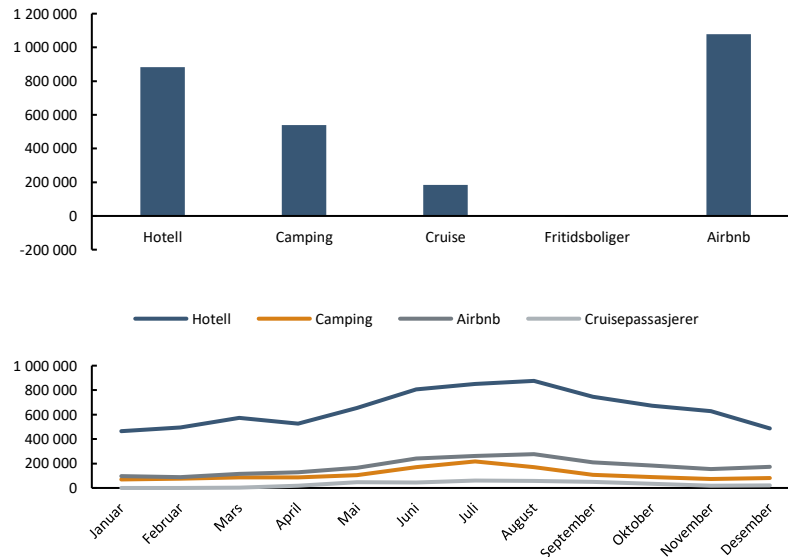
Totalt har antall gjestedøgn i Stor-Oslo økt med 2,7 millioner fra 2016 til 2023, noe som tilsvarer en gjennomsnittlig årlig vekst på 3,7 prosent.

Airbnb har bidratt til mest vekst, med 1,1 millioner nye gjestedøgn siden 2016, noe som utgjør mer enn en dobling. Det har også vært stor økning i overnattinger på hotell, med over 900 000 flere gjestedøgn i 2023 enn i 2016. Også innen camping har økningen vært stor, med hele 540 000 nye gjestedøgn.

Den absolutte økningen i cruise på litt under 200 000 dagsbesøkende turister representerer en dobling siden 2016. Gjestedøgn fra fritidsboliger har vært så å si uendret.

Som figuren nederst til høyre viser, besøker et flertall Oslo om sommeren, spesielt rundt månedene juni, juli og august. Til tross for dette er sesongprofilene for de ulike segmentene vesentlig flatere i Stor-Oslo enn de fleste andre destinasjoner, som ofte har enda større aktivitet konsentrert rundt sommeren. I Stor-Oslo er 61 prosent av gjestedøgnene på hotell, camping, cruise og Airbnb i sommerhalvåret, som er lavere en landsgjennomsnittet på 67 prosent. Det vil si at Oslo i større grad sperrer turistene utover året, noe som ansees som en fordel med tanke på kapasitetsutnyttelse og helårsarbeidsplasser i turistnæringen.

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



Hotell: For hotellene har det vært størst vekst i ferie- og fritidssegmentet, med utenlandske gjester fra blant annet USA, Sverige og Tyskland

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

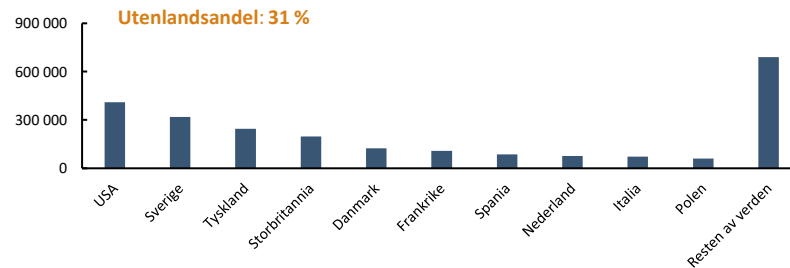
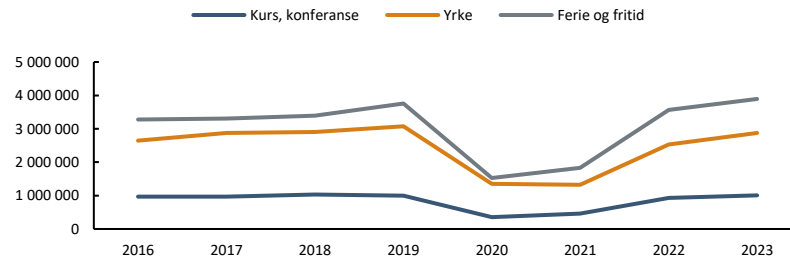
Siden 2016 har ferie- og fritidssegmentet hatt størst vekst, med en økning på 13 prosent. Til tross for stor nedgang under covid, er segmentet nå på ett høyere nivå enn før pandemien.

Yrkesreisende derimot er fortsatt på ett nivå som er seks prosent lavere enn før pandemien, noe som kan sees i sammenheng med at befolkningen ble mer komfortabel med digitale møter under nedstengning, og dermed ikke trenger å reise i like stor grad. Kurs og konferanser er nå på knappe ett prosent høyere enn i 2019.

Over tid har det vært lite endring i de enkelte segmentenes andel av totale gjestedøgn.

Av utenlandske tilreisende er det USA*, Sverige og Tyskland som utgjør de største gruppene. Disse står for henholdsvis fem, fire og tre prosent av totale gjestedøgn. Dette kan sees opp mot nordmenn, som utgjør den største besøksgruppen, med 69 prosent av alle gjestedøgnene.

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



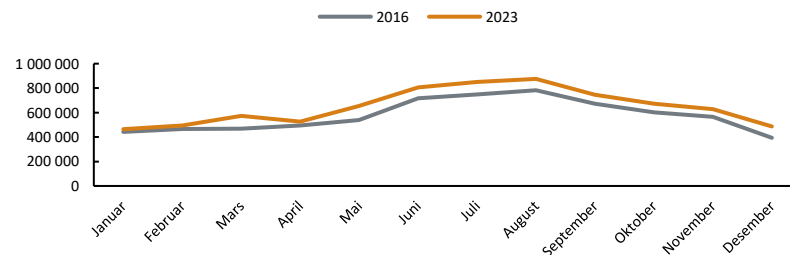
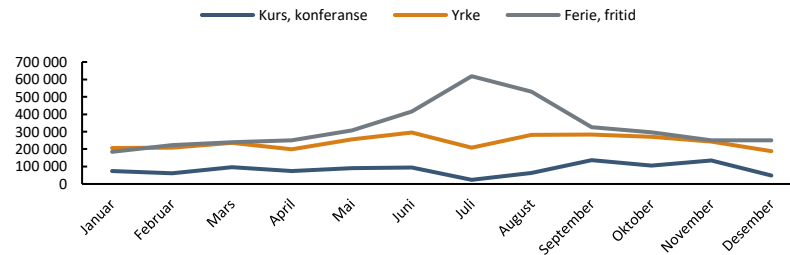
Hotell: Hotellgjestene med ferie og fritid som formål konsentrerer seg om sommermånedene, mens de yrkesreisende fordeler seg jevnt utover året

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 produktet 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 64 prosent av de reisende med ferie og fritid som formål besøker Stor-Oslo i sommersesongen, med aller flest i juli. Yrkesreisende og kurs og konferanse har derimot en jevnere sesongprofil.

Det har vært lite endring i regionens sesongprofilen de siste årene, noe som tyder på at det ikke har vært store endringer i destinasjonens tiltrekningskraft for de ulike sesongene.

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



Hotell: Kapasitetsutnyttelsen på hotellene i Stor-Oslo er seks prosentpoeng høyere enn landsgjennomsnittet

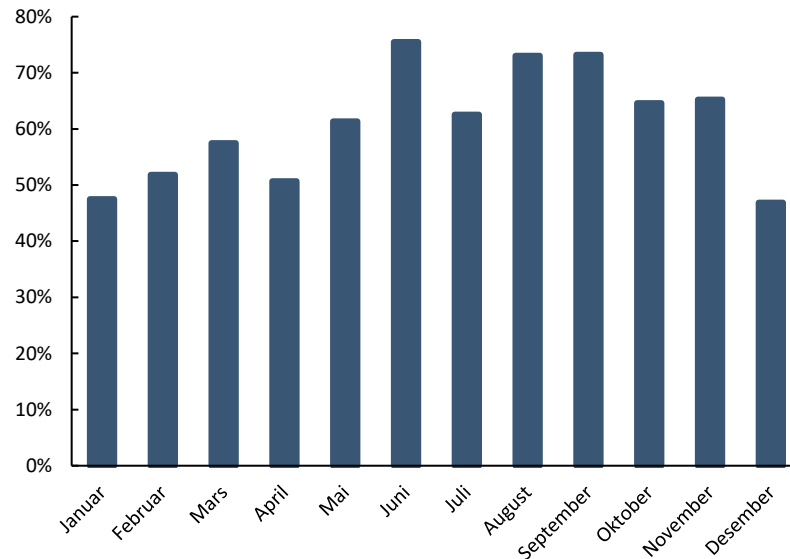
I høysesongen var kapasitetsutnyttelsen på hotellene i Stor-Oslo oppe i 75 prosent på det meste, mens utnyttelsen i desember og januar (månedene med lavest utnyttelsesgrad) var helt nede på 47 prosent. Totalt var den gjennomsnittlige månedlige kapasitetsutnyttelsen på hotellene i Stor-Oslo i 2023 på 61 prosent. Kapasitetsutnyttelse er samlet gjennomsnittlig rombelegg på hotell.

SSBs overnattingsstatistikk viser at den gjennomsnittlige månedlige kapasitetsutnyttelsen på landsbasis i 2023 var 53 prosent. Kapasitetsutnyttelsen i Oslo er med andre ord en del over landsgjennomsnittet. På landsbasis var det juni og august som hadde høyest kapasitetsutnyttelse, med 67 prosent belegg i begge månedene.

Stor-Oslo hadde høyest kapasitetsutnyttelse i juni, august og september, alle med over 73 prosent utnyttelse.

Spesielt i bykjernen i Oslo er tettheten av hoteller høy. De største hotellene, som Clarion Hotel The Hub, Radisson Blu Plaza Hotel og Thon Hotell Opera ligger alle rundt Oslo S, kun noen hundre meter fra hverandre. Dette er store hoteller i norsk sammenheng, der Clarion Hotel The Hub, med 810 rom, er Norges største.

Den månedlige kapasitetsutnyttelsen på hotellrom i 2023 i Stor-Oslo. Kilde: SSB



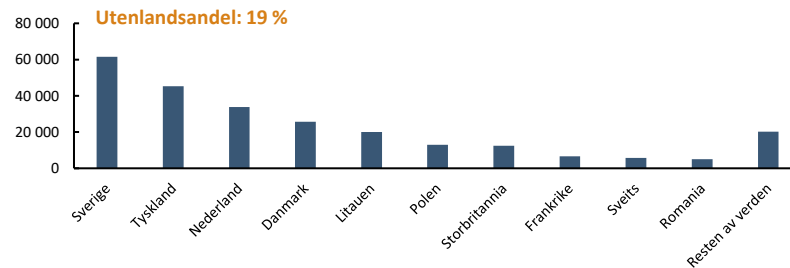
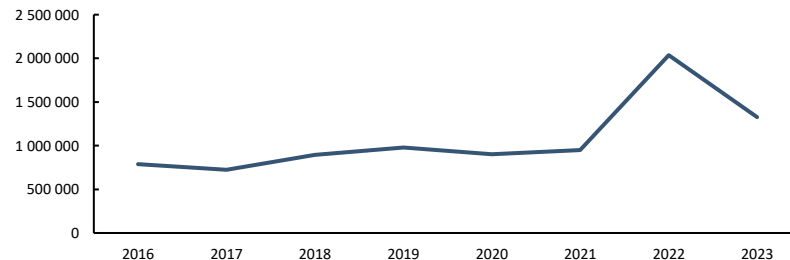
Camping: Stor oppgang i antall gjestedøgn på camping etter pandemien, men et nesten like stort fall fra 2022 til 2023

SSBs campingstatistikk inneholder informasjon om campingplasser, hyttegrender og vandrerhjem.¹ I motsetning til hotellene ligger regionens campingplasser i områdene utenfor byene. I Stor-Oslo er Topcamp Bogstad og Topcamp Ekeberg to store aktører. Disse tilbyr tradisjonelle campingplasser for bobil, campingvogner og telt, og ligger begge i utkanten av Oslo sentrum. I tillegg har man Sjølyst Marina Bobilparkering som ligger mellom Skøyen og Bygdøy og har plass til 250 bobiler. Utenom disse større aktørene, finnes det et fåtall mindre aktører, spredt rundt i områdene lenger vekk fra Oslo.

Campingturismen i Stor-Oslo fikk en markant og tydelig oppgang etter pandemien. Dette har også vært tilfellet på flere andre destinasjoner, men effekten har vært enda tydeligere i Stor-Oslo. Det er også verdt å merke seg at camping i Stor-Oslo kun hadde en åtte prosent nedgang da pandemien brøt ut, noe som er vesentlig mindre enn for øvrige segmenter som hotell, cruise og Airbnb.

Campingturistene i Stor-Oslo kommer så å si utelukkende fra Europa. Syv prosent kommer fra andre land i Norden, mens 12 prosent kommer fra øvrige land i Europa. Sverige, Tyskland og Nederland står for henholdsvis fem, tre og tre prosent av gjestedøgnene, og er de viktigste målgruppene utenom nordmenn, som til sammenligning stod for 81 prosent.

Utvikling i gjestedøgn på camping (øverst) og gjestedøgn på camping i 2023 fordelt på topp 10 utenlandske land (nederst) i Stor-Oslo. Kilde SSB



Stor-Oslo har en høyere andel utenlandske hotellovernattinger enn nasjonalt

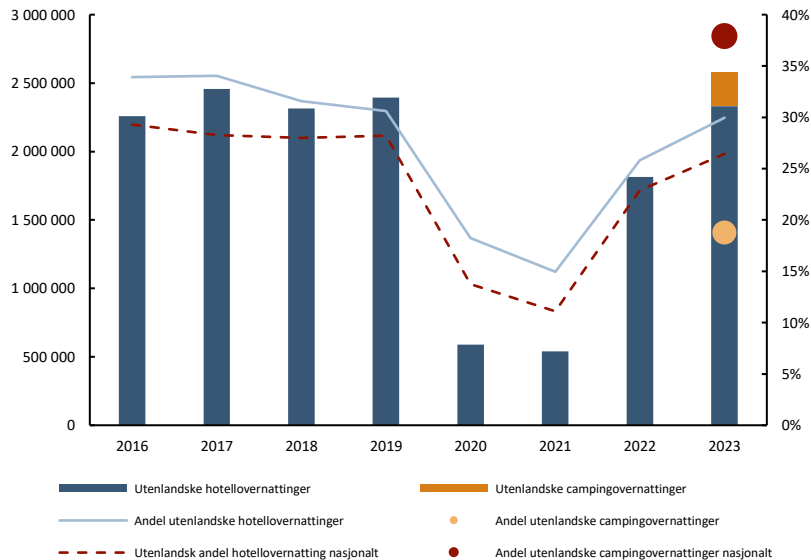
Basert på tilgjengelig data om utenlandske tilreisende til hoteller og camping kan vi beregne utenlandsandel (eksport) for segmentene. Andelen utenlandske hotellovernattinger i Stor-Oslo var høyere enn nasjonalt mellom 2016 og 2023. Under pandemien opplevde Stor-Oslo et fall i andelen utenlandske hotellturister fra 31 til 15 prosent, mens den nasjonale andelen totalt falt fra 28 til 11 prosent.

Stor-Oslo har nesten hentet seg helt inn igjen etter pandemien. Antallet utenlandske hotellovernattinger var på 2,33 millioner i 2023, som er 60 000 lavere enn i 2019.

Fra 2016 til 2023 har andelen utenlandske hotellovernattinger falt fra 34 til 30 prosent. 2017 var rekordåret i perioden, med 2,46 millioner utenlandske hotellovernattinger. Fra 2016 til 2023 har det totalt vært en økning på 70 000 utenlandske hotellovernattinger, som er en relativt liten endring.

Utenlandske turister sto for 19 prosent av alle campingovernattinger i Stor-Oslo i 2023, som tilsvarer totalt 249 000 overnattinger. Til sammenligning utgjør utenlandsandelen av campingovernattinger nasjonalt 38 prosent.

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



Cruise: Etter pandemien har det vært sterk vekst i cruiseturismen, med et rekordnivå i 2023 med 350 000 dagsbesøk

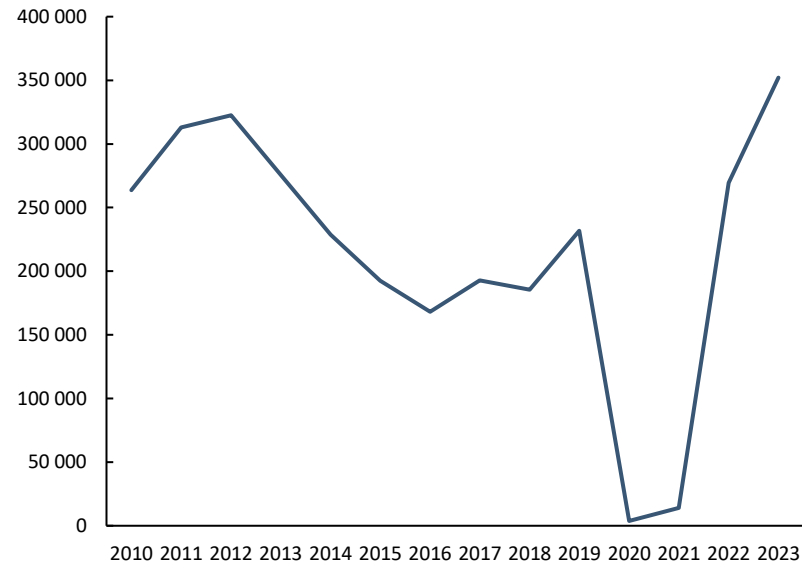
Cruiseturismen har hentet seg inn igjen etter pandemien, og nådde ett rekordnivå i Oslo i 2023, med 350 000 dagsbesøk. Som tidligere nevnt legger skipene seg stort sett til på kaiene ved Akershus festning eller Filipstadkaien, slik at turismen konsentrerer seg om bykjernen.

Cruise gjestene har generelt lavere forbruk enn mange andre turister. Det skyldes i hovedsak at de ikke bruker penger på overnatting, men også at de er kjent for å bruke mindre på mat og drikke. I 2019 beregnet Menon at passasjerene som ankom Oslo havn i snitt brukte mellom 732 og 980 kroner per passasjer.¹

Trenden i Oslo mellom 2010 og 2019 skiller seg fra landsbasis. Totalt i Norge har antallet passasjerer nesten doblet seg i denne perioden, mens Oslo har opplevd en reduksjon på 12 prosent. Med oppgang siden 2016 i Oslo kan det imidlertid se ut som den nedadgående trenden er snudd, selv om det er vanskelig å si hva som vil skje i årene fremover. Den kraftige veksten etter pandemien er ikke særegen for Oslo, tilsvarende utvikling har vært observert både nasjonalt og internasjonalt.

Statistikken inkluderer andre fartøy enn konvensjonelle cruiseskip, for eksempel private minicruise. Det betyr at de presenterte tallene kan være noe høyere enn andre kilder. Omfanget av minicruise har økt de siste årene, og denne trenden er forventet å fortsette fremover.

Utvikling i passasjeranløp fra cruise i Stor-Oslo. Kilde: Kystdatahuset

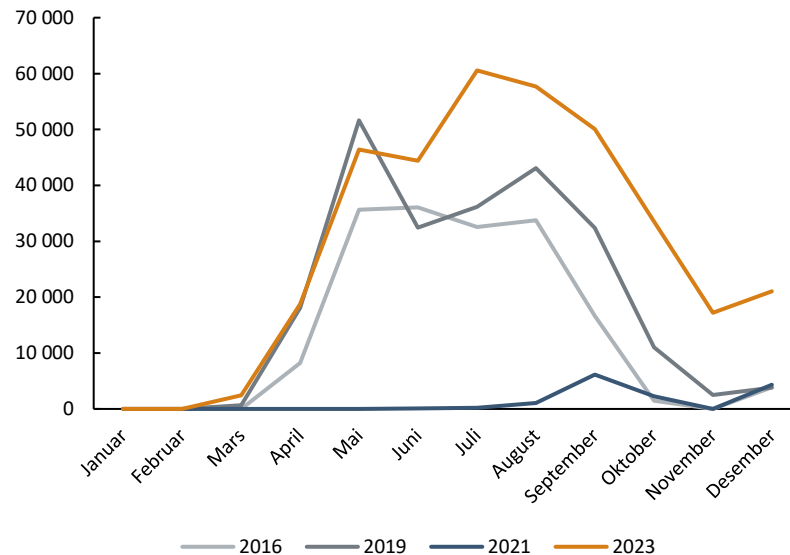


Cruise: Cruisesesongen i Stor-Oslo har blitt forlenget og det er spesielt flere tilreisende fra juli til desember

Sesongprofilen for cruise viser først og fremst at det er mest aktivitet fra mai og til oktober. 83 prosent av alle passasjeranløpene i 2023 fant sted i disse månedene, mens det i januar, februar og mars var tilnærmet null aktivitet fra cruiseturister.

Figuren til høyre illustrerer også at veksten i antall passasjeranløp har skjedd i månedene juli til desember. Spesielt i årets siste måneder har økningen vært betydelig. En utvidet sesong bidrar til en jevnere spredning av turiststrømmen gjennom året, hvilket kan redusere belastningen på lokale ressurser og infrastruktur i høysesongen, samtidig som det legger til rette for helårsarbeidsplasser i reiselivsnæringen og en jevnere inntektsstrøm.

Utvikling i sesongprofil for passasjeranløp fra cruise for ulike år i Stor-Oslo. Kilde: Kystdatahuset



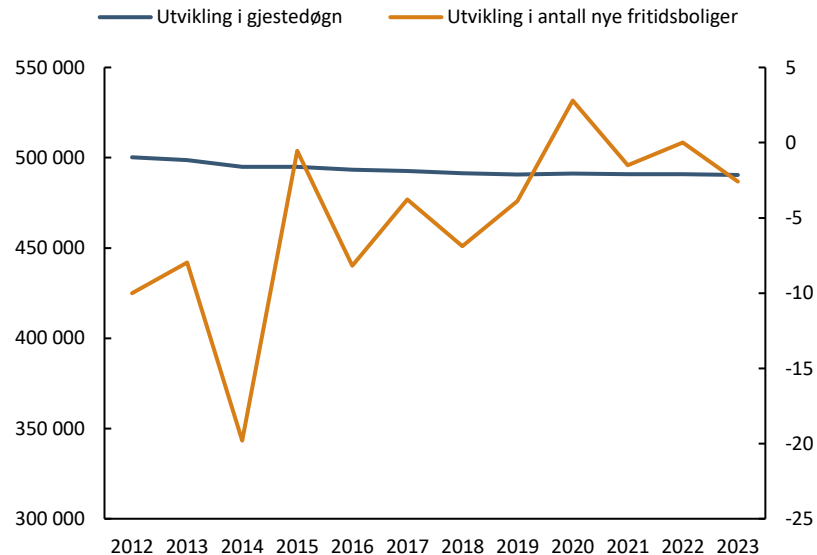
Fritidsboliger: Fritidsboliger utgjør en liten andel av totale gjestedøgn i Stor-Oslo, og utviklingen er svak negativ

Det finnes 2 600 fritidsboliger eid av ikke-lokale i Stor-Oslo. Vi legger til grunn at hver av disse medfører 187 gjestedøgn per år, som er et nasjonalt estimat basert på en rekke fritidsboligundersøkelser. Dette impliserer 490 000 gjestedøgn, og utgjør kun 4 prosent av totale gjestedøgn i regionen, som er vesentlig lavere enn hva man ser på andre destinasjoner. Stor-Oslo er med andre ord ikke en utpreget hyttedestinasjon. Her er det imidlertid viktig å merke seg at vi i denne analysen kun ser på gjestedøgnstallene som kommer fra tilreisende som er bosatt utenfor regionen. De som bor i Stor-Oslo og som har fritidsbolig der, er med andre ikke regnet med. Grunnen er at en betydelig del av forbruket til lokale fritidsboligeiere uansett ville ha funnet sted i regionen, uavhengig av om de oppholdt seg på fritidsboligen eller ikke. I 2023 var det 4 millioner lokale gjestedøgn på regionens fritidsboliger. Det vil si at kun elleve prosent av regionens fritidsboliger eies av ikke-lokale.

Den største hyttekommunen i Stor-Oslo er Asker, hvor blant annet deler av Vestmarka ligger. Etterfulgt har Frogn og deretter Oslo flest hytter. Mange fritidsboliger er også plassert på øyene i Oslofjorden, som Hovedøya, Gressholmen og Malmøya.

Siden 2012 har antall gjestedøgn i fritidsboliger vist en svak negativ utvikling, med en nedgang på 2 prosent over perioden.

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



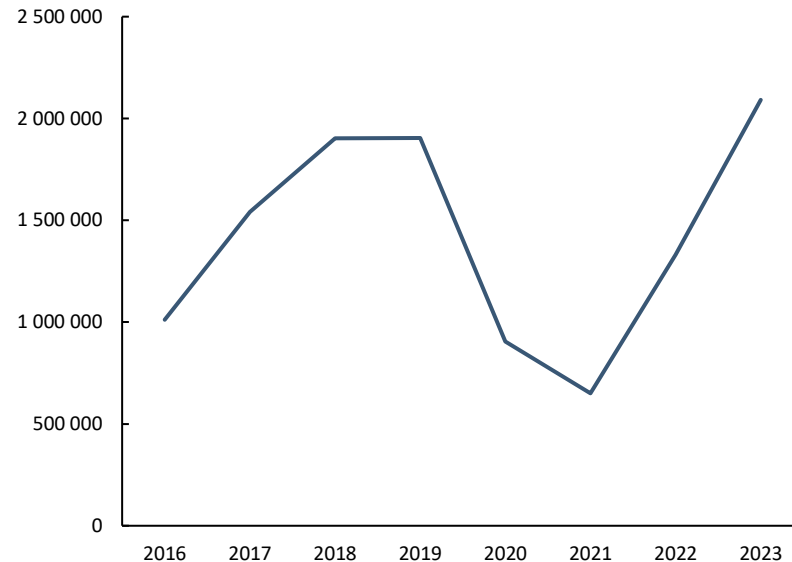
Airbnb: Det har vært sterk vekst i antall Airbnb-gjestedøgn både før og etter pandemien

Overnatting på Airbnb har blitt stadig mer populært på landsbasis, samtidig som flere og flere stiller boligene sine til disposisjon. Noe av veksten kan også forklares med at Airbnb-utleie helt fra starten har hatt skattefordeler sammenliknet med kommersiell utleie, som har gjort det attraktivt å stille boligen sin til 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.

I 2023 var det hele 2,1 millioner gjestedøgn på Airbnb i Stor-Oslo, noe som er en dobling fra 2016, og gjør regionen til den med mest Airbnb utleie. Under pandemien ble gjestedøgnene halvert, men det har vært sterk vekst både før og etter.

Den relative veksten i Airbnb-gjestedøgn siden 2016 er lavere i Stor-Oslo enn vi har sett andre steder. En grunn til dette kan være at Airbnb ble populært i Norge rundt 2014, og at tjenesten tok fotfeste i de store byene først. Dette gjør at den relative veksten i de store byene etter 2016 er mindre enn andre steder, ettersom utgangspunktet er større.

Utvikling i gjestedøgn på Airbnb i Stor-Oslo. Kilde: AirDNA

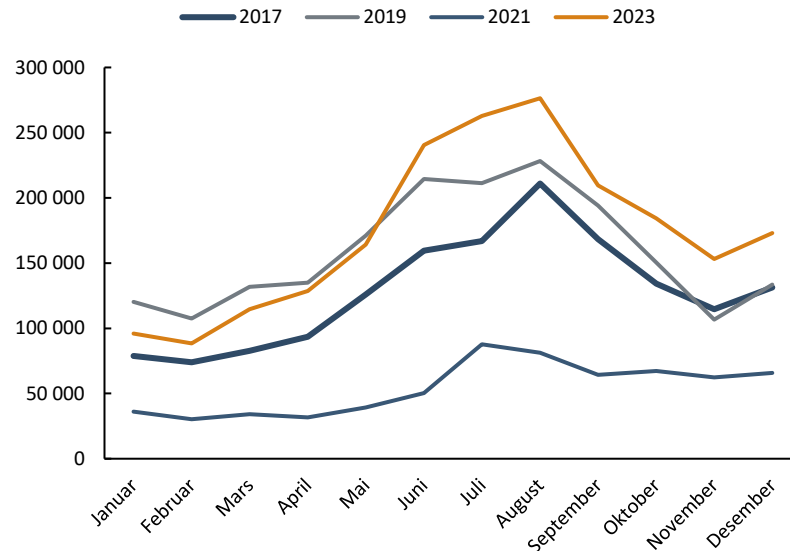


Airbnb: Det kommer flest Airbnb-gjester i juni, juli og august, og det har vært lite endring i sesongprofil over tid

Det har vært lite endring i når på året Airbnb-gjester kommer til Stor-Oslo. Flest kommer i sommerhalvåret, spesielt i juni, juli og august.

Figuren til høyre viser at det i større grad er snakk om en nivåforskyvning enn en strukturell endring i sesongprofil over tid. Andelen Airbnb gjestedøgn i sommerhalvåret fra mai til oktober var 63 prosent i 2017, og 64 prosent i 2023. Juli er måneden som har økt mest fra 2017.

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



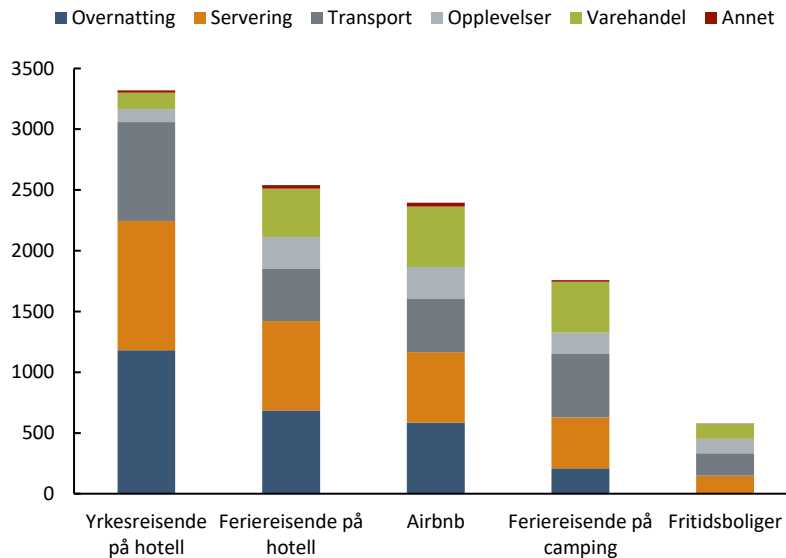
Yrkesreisende på hotell har det høyeste døgnforbruket, mens tilreisende fritidsboligturister har det laveste

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 det er yrkesreisende på hotell som har det høyeste forbruket, med et forbruk på 3 300 kroner per døgn i Stor-Oslo. På den annen side finner vi at fritidsboligturistene har det laveste døgnforbruket, med 570 kroner. 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 turisters 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 Stor-Oslo. Kilder: Innovasjon Norges Turistundersøkelse og TØI; SSBs overnattingsstatistikk og satellittregnskap; Menons regnskapsdatabase.



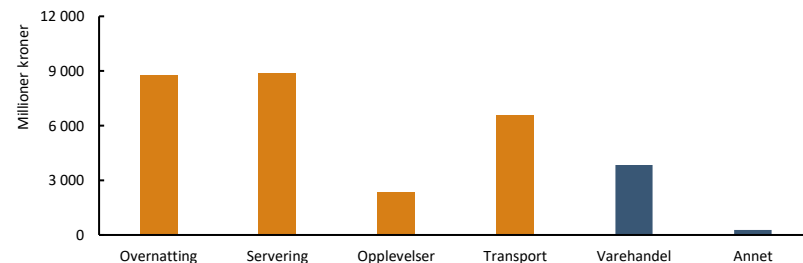
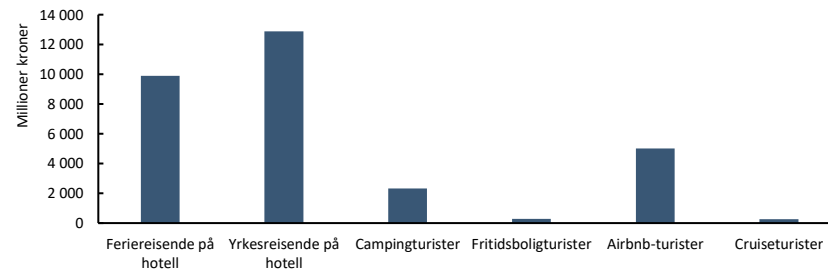
12 prosent av forbruket fra de tilreisende legges igjen i varehandel

Totalt står tilreisende for 31 milliarder kroner i forbruk. Yrkesreisende på hotell står for mest forbruk, med 12,9 milliarder kroner i 2023. Feriereisende på hotell, Airbnb-turister og campingturister står for henholdsvis 9,9, 5, og 2,3 milliarder. Fritidsbolig- og cruiseturister stod for de laveste andelene av det totale forbruket, begge med kun ett prosent.

Den nederste figuren viser i hvilke bransjer forbruket finner sted. Reiselivsbransjene mottar 87 prosent av forbruket, mens resten tilfaller andre næringer. Overnatting og servering mottok mest, med henholdsvis 8,8 og 8,9 milliarder, mens opplevelser i den andre enden mottok 2,3 milliarder.

Tilreisende til Stor-Oslo brukte 4,1 milliarder kroner i andre deler av regionens næringsliv. Det meste av forbruket går til varehandelen som har en beregnet omsetning på 3,8 milliarder fra de tilreisende. Særlig tilreisende som bor på Airbnb og norske feriereisende har et relativt høyt forbruk på 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 Stor-Oslo. Kilde: Menon Economics



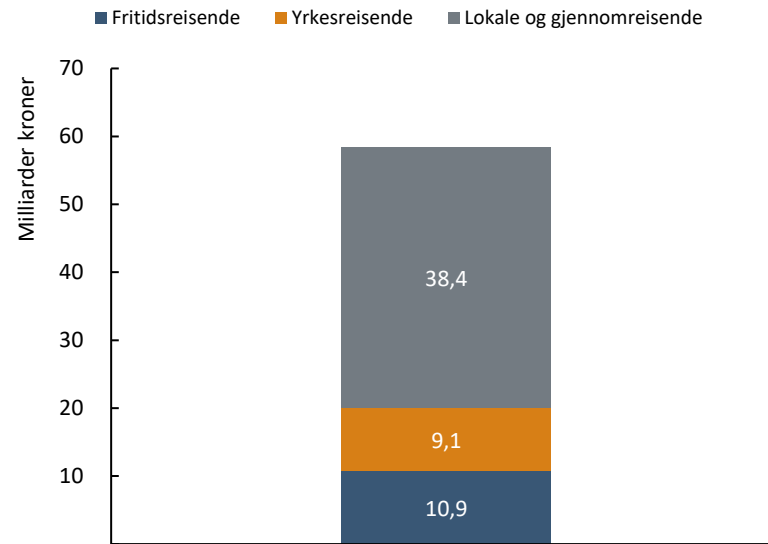
Tilreisende står for 34 prosent av omsetningen i innholdsbransjene i Stor-Oslo, denne andelen er lavere enn på flere andre destinasjoner

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 20 milliarder kroner i innholdsbransjene i Stor-Oslo i 2023. Totalt sett omsatte innholdsbransjene for 58 milliarder kroner samme år.

Slik figuren til høyre illustrerer utgjorde fritidsreisende og yrkesreisende henholdsvis 19 og 16 prosent av omsetningen i innholdsbransjene. De resterende 66 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. Andelen som kommer fra lokale og gjennomreisende er høyere i Stor-Oslo enn mange andre steder. Dette er naturlig med tanke på det enormt store befolkningsgrunnlaget i Stor-Oslo, som medfører at lokalbefolkningen i større grad benytter seg av restauranter, barer, kultur- og aktivitetstilbud i Oslo.

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



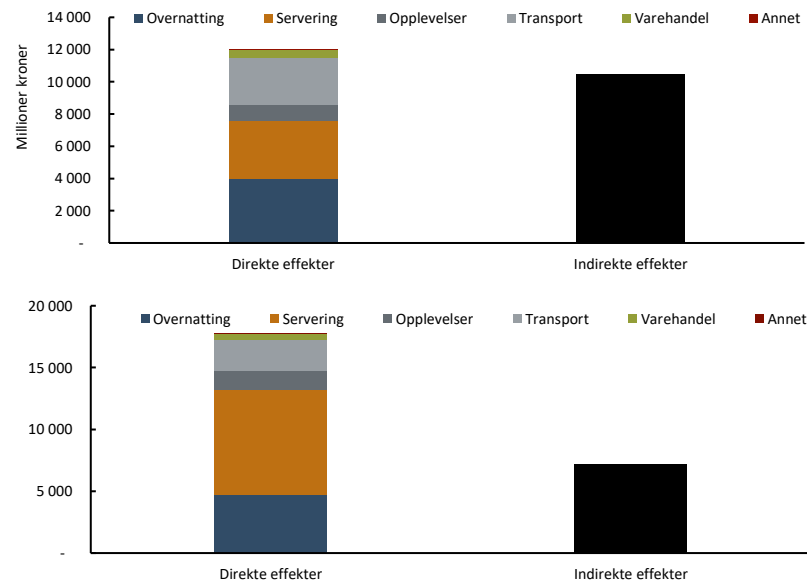
Forbruket fra de tilreisende la grunnlaget for 12 milliarder kroner i direkte verdiskaping og 18 000 i direkte sysselsetting i regionen

Basert på det estimerte forbruket fra de tilreisende¹ beregnes ringvirkningseffekter. Beregningene viser at forbruket la grunnlaget for 12 milliarder kroner i direkte verdiskaping og 18 000 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 Stor-Oslo.

Videre er det beregnet omtrent 10,4 milliarder kroner i indirekte verdiskaping og 7 200 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.

De tilreisendes forbruk legger grunnlaget for 1 prosent av verdiskapingen og 3 prosent av sysselsettingen i hele næringslivet i Stor-Oslo.

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



Innhold

Reiselivet i Stor-Oslo

Markedsperspektivet – tilreisende i Stor-Oslo

Næringsperspektivet – reiselivsnæringen i Stor-Oslo

Vedlegg

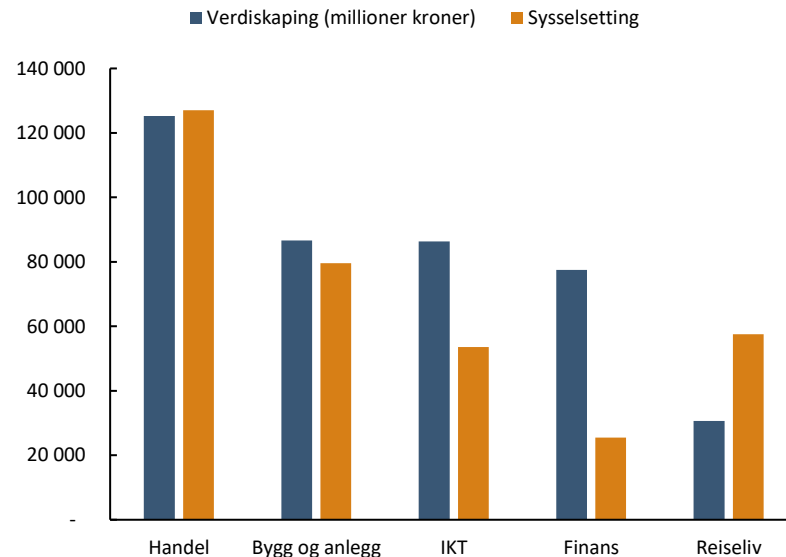
I Stor-Oslo står reiseliv for fire prosent av verdiskapingen og sysselsetter åtte prosent av arbeidsstyrken

Reiselivsnæringen i Stor-Oslo hadde en verdiskaping på 31 milliarder kroner i 2022.¹ Dette tilsvarer fire prosent av total verdiskaping, og gjør reiselivet til den fjortende største næringen i regionen. Til sammenligning genererte de største næringene handel, bygg og anlegg og IKT verdiskaping for henholdsvis 125, 87 og 86 milliarder. Når det kommer til sysselsetting utgjør reiselivsnæringen imidlertid en større andel. Næringen sysselsatte 58 000 personer, som tilsvarer åtte prosent av alle sysselsatte i Stor-Oslo.

At reiselivet i Stor-Oslo sysselsetter en såpass stor del av arbeidsstyrken i forhold til verdiskapingen som genereres, forteller oss at næringen er arbeidskraftintensiv og har lav produktivitet. 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 Stor-Oslo i 2022.

Kilde: Menon Economics



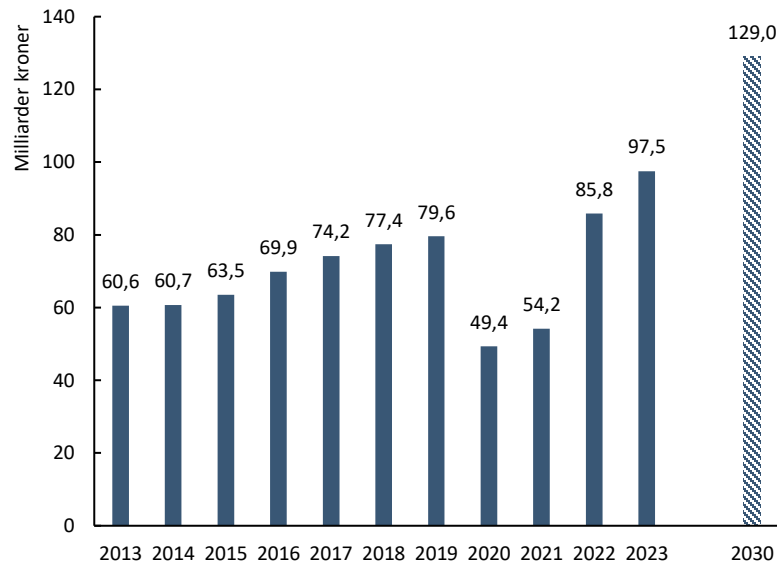
Med unntak av under pandemien har reiselivsnæringens omsetning vært stigende siden 2014, og prognosene for 2030 indikerer ytterligere vekst

I 2023 var omsetningen i Stor-Oslos reiseliv 97,5 milliarder kroner. Dette utgjør en økning på 61 prosent sammenlignet med 2013, som tilsvarer en gjennomsnittlig årlig vekst på 5 prosent.¹ Veksten i Stor-Oslo har imidlertid vært lavere enn hva man har observert på andre reiselivsdestinasjoner. Omsetningen i Bergensregionen, som har mange likhetstrekk med Stor-Oslo, har til sammenligning vokst med 82 prosent i samme periode.

Våre prognoser indikerer at veksten vil fortsette, og at reiselivet vil omsette for nesten 130 milliarder kroner i 2030. Mellom 2023 og 2030 er det dermed spådd en gjennomsnittlig årlig vekst på 4 prosent, noe som er 1 prosentpoeng lavere enn de siste ti årene.

Under pandemiens først år falt omsetningen med 38 prosent, men hentet seg imidlertid raskt inn igjen i 2022 når restriksjonene ble opphevet. Våre prognoser tilsier at omsetningen totalt vil vokse med 32 prosent mellom 2023 og 2030.

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



De fem reiselivsbransjene hadde en samlet verdiskaping på 34 milliarder kroner og en sysselsetting på 60 000 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 Stor-Oslo genererte reiselivet i 2023 totalt en verdiskaping på 34 milliarder kroner, med en sysselsetting på 60 300 personer. Figuren til høyre viser hvordan verdiene fordeles seg utover bransjene. Innholdsbransjene har samlet en verdiskaping på 23 milliarder kroner, mens tilgjengelighetsbransjene står for de resterende 11 milliarder kronene.

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

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

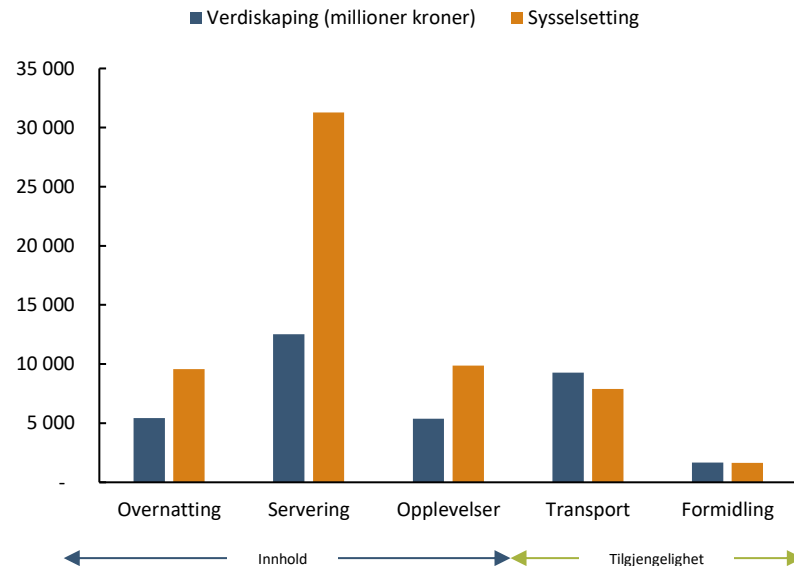
Opplevelser - inneholder de fleste aktiviteter som man kan tenke seg en turist kan benytte når denne er på reise. Dette er opplevelsesaktiviteter, fornøynelses- og temparker, alle typer museer og historiske bygninger og severdigheter, botaniske og zoologiske hager, taubaner og skiheiser.

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

Transport - omfatter bedrifter som frakter passasjerer med jernbane, kysttrafikk med passasjerer, innenlandske kyststruter med passasjerer og turbiltransport.

Reiselivsbransjenes verdiskaping (i millioner kroner) og sysselsetting i 2023 i Stor-Oslo.

Kilde: Menon Economics



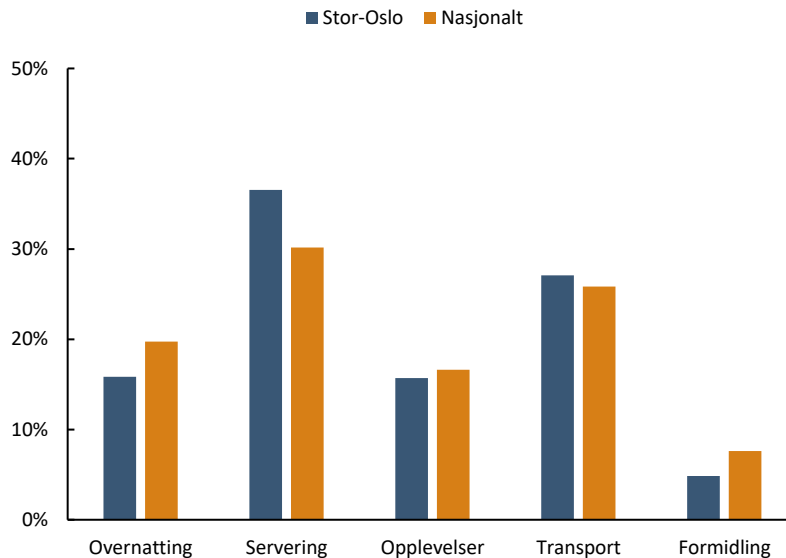
Servering er den klart største reiselivsbransjen i Stor-Oslo

Samlet generer innholdsbransjene 68 prosent av verdiskapingen i regionen. Servering utgjør 37 prosent av verdiskapingen og er med det regionens største reiselivsbransje. Deretter følger opplevelser og overnatting som hver står 16 prosent av verdiskapingen. Tilgjengelighetsbransjene transport og formidling står for henholdsvis 27 og 5 prosent av næringens verdiskaping.

I forhold til Norge som helhet er det serveringsbransjen i Stor-Oslo som skiller seg mest ut, ved å være seks prosentpoeng høyere enn nasjonalt. Reiselivet i Stor-Oslo domineres derfor av mat- og drikkekonsepter på restauranter, barer og andre serveringstilbud.

Videre er overnatting 4 prosentpoeng lavere enn nasjonalt, mens formidling er 3 prosentpoeng lavere. I Stor-Oslo er det generelt mindre variasjon i de ulike bransjenes andel av total verdiskaping sammenlignet med det nasjonale nivået, enn det man har observert andre steder.

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



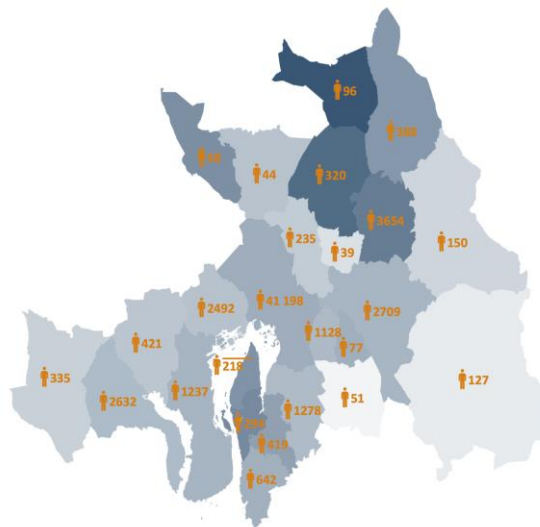
Oslo kommune utgjør nesten 70 prosent av sysselsettingen i reiselivet i Stor-Oslo

Oslo er kommunen som har mest aktivitet fra reiselivsnæringen med omtrent 41 000 sysselsatte i 2023. Kommunen utgjør med det 68 prosent av sysselsettingen. Etter Oslo følger Ullensaker og Lillestrøm som de største reiselivskommunene i regionen. Kommunene sysselsetter henholdsvis 3 600 og 2 700 personer i reiselivet. Til sammen står disse tre kommunene for 79 prosent av sysselsettingen i Stor-Oslos reiseliv.

Hurdal og Nannestad er kommunene i Stor-Oslo med høyest andel verdiskaping i reiselivsnæringen, med 11 prosent av total verdiskaping. 6 kommuner har en relativt lav andel verdiskaping i reiselivet, på 1 prosent. Kommunene Gjerdrum, Enebakk, Lunner og Rælingen er blant de med lavest sysselsetting i reiselivsnæringen.

I snitt for kommunene i Stor-Oslo står reiseliv for 4 prosent av kommunenes totale verdiskaping.

Sysselsetting og verdiskaping for reiselivsnæringen i de ulike kommunene i Stor-Oslo i 2023.¹ Mørkere blåfarge indikerer høyere verdiskaping fra reiselivsnæringen, relativt til kommunens totale verdiskaping i 2023. Tallene i oransje viser antall sysselsatte. Kilde: Menon Economics



Verdiskapingen i samtlige innholdsbransjer har økt med mer enn 65 prosent de siste ti årene, mens veksten i tilgjengelighetsbransjene har vært vesentlig lavere

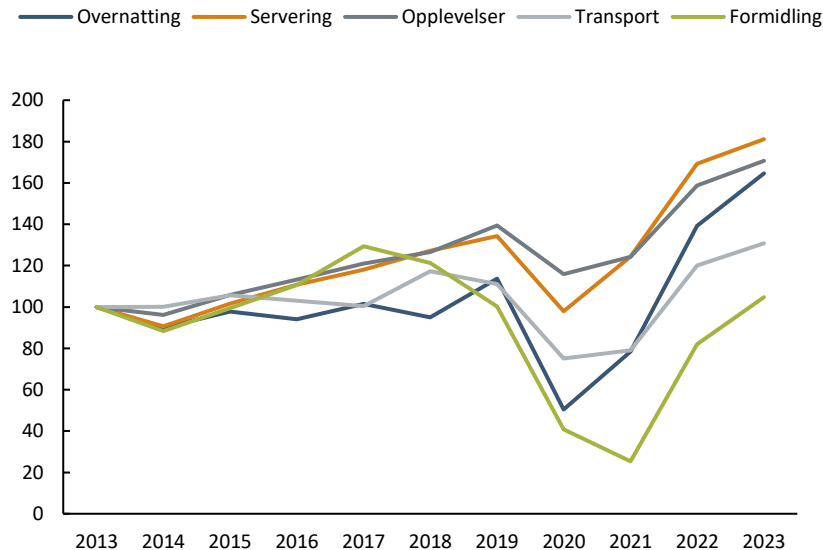
Sett bort fra pandemien, har reiselivsnæringen hatt en jevn og forholdsvis stor økning i verdiskapingen de siste ti årene. Opplevelser, servering og overnatting er bransjene som har hatt størst økning i verdiskaping med økninger på over 65 prosent siden 2013. Transport har økt med 31 prosent, mens formidling kun har økt med fem prosent. Innholdsbransjene har med andre ord økt vesentlig mer enn tilgjengelighetsbransjene.

Innen opplevelser er det Den Norske Opera og Ballett AS som har hatt høyest verdiskaping i samtlige år siden 2013. Deres verdiskaping har økt med 300 millioner i perioden, og er med på å prege veksten. I tillegg er Nasjonalmuseet for kunst og Nationaltheatret store aktører som har hatt høy vekst i perioden.

Innen servering er det Max Burger, Burger King og McDonalds som er de mest verdiskapende selskapene, mens det innen overnatting er Oslo Plaza Hotell og Clarion Hotel The Hub.

Vy Gruppen og Color Line er de soleklart største aktørene i transportsektoren, mens det innen formidling er Berg-Hansen Reisebureau og Egencia Norway. Generelt driver formidlingsredskapene med aktiviteter som reiseplanlegging, møter og events, samt markedsføring og booking.

Indeksert utvikling i verdiskaping per reiselivsbransje i Stor-Oslo. Referanseåret 2013=100. Kilde: Menon Economics

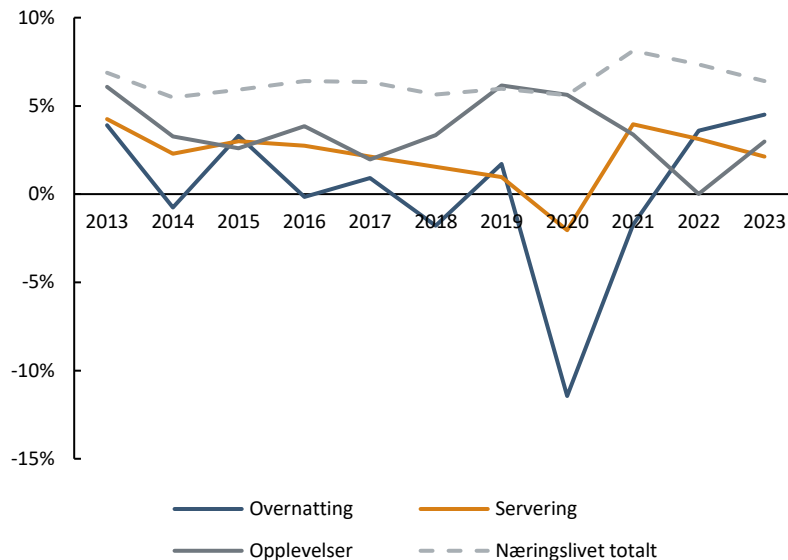


Reiselivsnæringen i Stor-Oslo har lavere driftsmargin enn næringslivet for øvrig

Figuren til høyre presenterer utviklingen i lønnsomheten til innholdsbransjene, det vil si overnatting, servering og opplevelser, samt for næringslivet for øvrig. Samtlige av bransjene har lavere lønnsomhet enn næringslivet for øvrig. Dette er ikke særegent for Stor-Oslo, ettersom det kjennetegner de aller fleste reiseleivsdestinasjonene. Generelt er reiselivsbransjene kjent for å ha lav driftsmargin. En av utfordringene er den ujevne sesongstrukturen. Store deler av næringen har høy aktivitet i noen hektiske sommermånedene, mens det er betydelig mindre besøk resten av året. For mange bedrifter resulterer dette i drift med tap i perioder av året. Den gjennomsnittlige driftsmarginen de siste ti årene var henholdsvis to og fire prosent for servering og opplevelser, mens den for overnatting i snitt har gått i null. Til sammenligning var den gjennomsnittlige lønnsomheten i hele næringslivet ni prosent. Lønnsomheten i overnattingsbransjen ble hardere rammet av pandemien enn de to andre reiselivsbransjene.

I serveringsbransjen er det svært stor dynamikk med etableringer og nedleggelser. Den positive resultatutviklingen på overordnet nivå kan blant annet sees i lys av denne dynamikken og forskjeller på tvers av selskaper. Vi finner at bedriftene som styrket lønnsomheten fra 2021 til 2023 har økt lønnsomheten mer enn de som har opplevd en nedgang i lønnsomheten i samme periode.

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

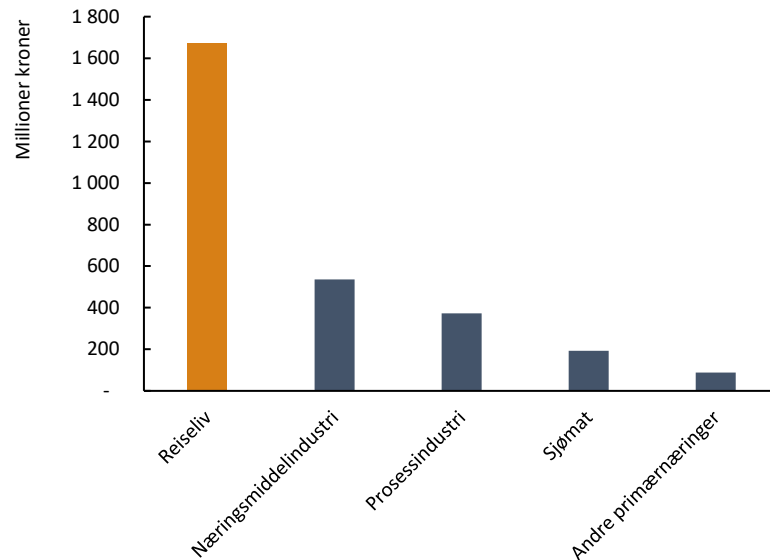


Reiselivsbedriftene genererer 1,7 milliarder kroner i skatteinntekter til kommunene

Vi har beregnet at kommunale skatteinntekter fra reiselivet var på 1,7 milliarder kroner i 2022. Dette er altså skatteinntekter som genereres i reiselivsbedriftene som er registrert i regionen. Mye av skatteinntektene tilfaller regionen, men kan også betales til andre kommuner utenfor regionen. Årsaken til det er at skattene går til kommunene hvor arbeidstakerne er bosatt.

Skatteinntektene fra reiselivet er langt høyere enn skatteinntektene fra næringsmiddelindustrien, prosessindustrien, sjømatnæringen og andre primærnæringer til sammen. Næringsmiddelindustrien og prosessindustrien bidrar med henholdsvis 537 og 373 millioner kroner. Sjømatindustrien og andre primærnæringer generer relativt mindre i skatteinntekter, henholdsvis med 193 og 88 millioner kroner.

Beregnete kommunale skatteinntekter som genereres i Stor-Oslo i 2022 fra reiselivet sammenlignet med skatteinntekter fra fire andre næringer.¹ Kilde: Menon Economics



Innhold

Reiselivet i Stor-Oslo

Markedsperspektivet – tilreisende i Stor-Oslo

Næringsperspektivet – reiselivsnæringen i Stor-Oslo

Vedlegg

Vedlegg: Tabell over sysselsetting og reiselivets verdiskaping i kommunene

Sysselsetting og verdiskaping for reiselivsnæringen i de ulike kommunene i Stor-Oslo i 2023. Kilde: Menon Economics

Kommune	Sysselsatte	Verdiskaping i millioner
Oslo	41 198	25 393
Bærum	2 492	1 776
Ullensaker	3 654	1 672
Drammen	2 632	1 304
Lillestrøm	2 709	1 131
Nordre follo	1 278	562
Asker	1 237	498
Lørenskog	1 128	284
Vestby	642	238
Ås	419	236
Lier	421	217
Nannestad	320	203
Eidsvoll	388	145

Kommune	Sysselsatte	Verdiskaping i millioner
Frogn	294	110
Nesodden	218	88
Øvre eiker	335	86
Nittedal	235	70
Jevnaker	68	65
Nes	150	44
Hurdal	96	44
Aurskog-høland	127	28
Rælingen	77	26
Lunner	44	13
Enebakk	51	12
Gjerdrum	39	7

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.

