

RAPPORT

# UTENDØRS OPPLEVELSER I NORGE: EN VERDISKAPINGS- OG RINGVIRKNINGSANALYSE



**MENON-PUBLIKASJON NR. 12/2024**

Av Mathie Rødal, Henrik Motrøen Foseid, Live Nerdrum og Erik Jakobsen



## Forord

På oppdrag for NHO Reiseliv har Menon Economics gjennomført en verdiskapings- og ringvirkningsanalyse av den utendørs opplevelsesbransjen i Norge. Den første delen av analysen ser på utviklingen i økonomiske nøkkeltall for bransjen, mens den andre beregner ringvirkninger av bransjens aktivitet.

Analysen har vært ledet av Live Nerdrum, med Mathie Rødal og Henrik Motrøen Foseid som prosjektmedarbeidere. Erik Jakobsen har vært kvalitetssikrer.

Menon Economics er et forskningsbasert analyse- og rådgivningsselskap i skjæringspunktet mellom foretaksøkonomi, samfunnsøkonomi og næringspolitikk. 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 NHO Reiseliv for et spennende oppdrag. Forfatterne står ansvarlig for alt innhold i rapporten.

---

Mai 2024

Erik Jakobsen  
Ansvarlig partner  
Menon Economics

# Innhold

<b>SAMMENDRAG</b>	<b>3</b>
<b>1 INNLEDNING</b>	<b>6</b>
1.1 Reiselivets fem bransjer	6
1.2 Utendørs opplevelser – definisjon og avgrensning av bransjen	8
<b>2 ØKONOMISKE NØKKELTALL FOR UTENDØRS OPPLEVELSER</b>	<b>11</b>
2.1 Utvikling i økonomiske nøkkeltall for utendørs opplevelser	11
2.2 Segmentering av utendørs opplevelser	15
2.3 Utendørs opplevelser i fylkene	18
<b>3 RINGVIRKNINGER AV UTENDØRS OPPLEVELSER</b>	<b>20</b>
3.1 Totale ringvirkningseffekter	20
3.2 Geografiske ringvirkningseffekter	21
3.3 Ringvirkningseffekter av segmentene	22
3.4 Effekter av utendørs opplevelser på reiselivsnæringen	24
<b>VEDLEGG</b>	<b>27</b>
A. Økonomiske nøkkeltall fordelt på fylker	27
B. Om Menons ringvirkningsmodell	30
C. Geografiske ringvirkningsresultater på segmentnivå	32

## Sammendrag

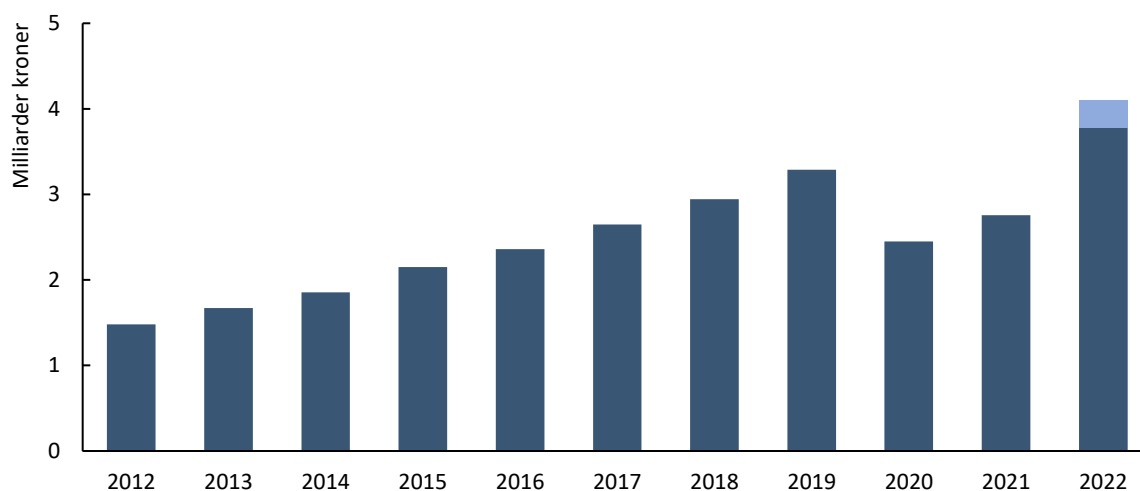
Menon Economics har på oppdrag for NHO Reiseliv analysert økonomiske nøkkeltall og utført en ringvirkingsanalyse av aktiviteten fra utendørs opplevelsesbedrifter i Norge.

Rapporten begynner med et bakgrunnskapittel som beskriver utviklingen i opplevelsesbransjen og som forklarer hvordan vi har definert og avgrenset utendørs opplevelser som videre analyser er bygget på. I kapittel 2 presenterer vi utviklingen i økonomiske nøkkeltall for utendørs opplevelser, både for bransjen som helhet og fire segmenter. Til slutt beregner vi i kapittel 3 ringvirkninger av utendørs opplevelser, både direkte effekter og indirekte effekter videre i verdikjeden. I tillegg undersøker vi horisontale effekter, det vil si verdiene som skapes i andre deler av reiselivsnæringen som følge av utendørs opplevelsesbedrifter. Vi oppsummerer nå hovedfunnene fra rapporten.

### Økonomiske nøkkeltall for utendørs opplevelser

Analysen tar utgangspunkt i bedrifter som leverer utendørs opplevelser i Norge. Vi ser altså på et utvalg opplevelsesbedrifter som har til felles at aktivitetene foregår ute. I 2022 sto utendørs opplevelser for en omsetning på 9,6 milliarder kroner, Analysen viser at verdiskapingen<sup>1</sup> i bransjen har økt fra 1,5 milliarder i 2012 til 3,8 milliarder i 2022, se Figur A.<sup>2</sup> Denne utviklingen tilsvarer en gjennomsnittlig årlig vekst på nærmere 11 prosent. Når det gjelder sysselsetting har antallet økt fra 4 600 i 2015 til 7 100 i 2022, tilsvarende en gjennomsnittlig økning på rundt 350 sysselsatte per år.

**Figur A: Verdiskaping for utendørs opplevelser i perioden 2012 til 2022, og verdiskaping for enkeltpersonsforetak i 2022 (lyseblå søyle). Kilde: Menon Economics**



<sup>1</sup> Verdiskaping i en bedrift er definert som summen av lønnskostnader og bedriftens driftsresultat, korrigert for kapitalslit og nedskrivninger. Med andre ord kan verdiskapingen forstås som summen av bedriftens avkastning som går til henholdsvis arbeidstakere (lønn), kapitaleiere (overskudd), kreditorer (renter) og stat og kommune (skatt).

<sup>2</sup> Dette er ekskludert verdiskaping i enkeltmannsforetak innen havfiske som i 2022 stod for ytterligere 321 millioner kroner (i lyseblått i figuren).

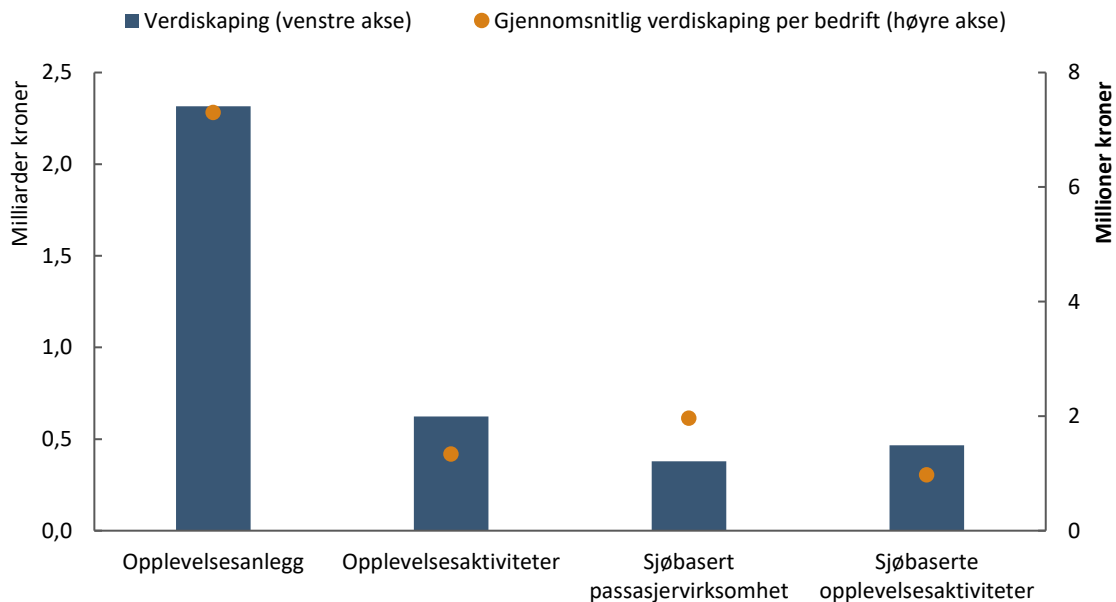
For å få en bedre forståelse av sammensetningen av utendørs opplevelser har vi kategorisert bransjen i fire segmenter:

1. Opplevelsesanlegg (landbasert)
2. Opplevelsesaktiviteter (landbasert)
3. Sjøbasert passasjervirksomhet
4. Sjøbaserte opplevelsesaktiviteter

Fellesnevneren for bedriftene i segmentet opplevelsesanlegg er at de er landbasert og avhengig av betydelig infrastruktur/utstyr. Segmentet består hovedsakelig av alpin- og golfanlegg, samt fornøylesparker. Det andre segmentet, opplevelsesaktiviteter, inkluderer bedrifter som opererer på land, men der det er mindre grad av infrastruktur/utstyr. Det består hovedsakelig av naturbaserte opplevelser, nordlyssafari, ski- og sykkelturner og turer med hundspann. Segmentet sjøbasert passasjervirksomhet består av bedrifter som leverer aktiviteter til sjøs og der deltakerne er passasjerer, for eksempel RIB, hvalsafari og båtsightseeing. Det fjerde og siste segmentet, sjøbaserte opplevelsesaktiviteter, foregår også til sjøs, men der er deltakerne mer aktivt involvert i ulike aktiviteter. Eksempler på sjøbaserte opplevelsesaktiviteter er havfiske, kajakk og dykking.

Som vist i Figur B er det klart høyest verdiskaping blant bedriftene i segmentet opplevelsesanlegg, med en verdiskaping på over 2,3 milliarder kroner (60 prosent). De resterende tre segmentene innenfor opplevelser utendørs utgjør mellom 10 og 16 prosent av verdiskapingen hver for seg.

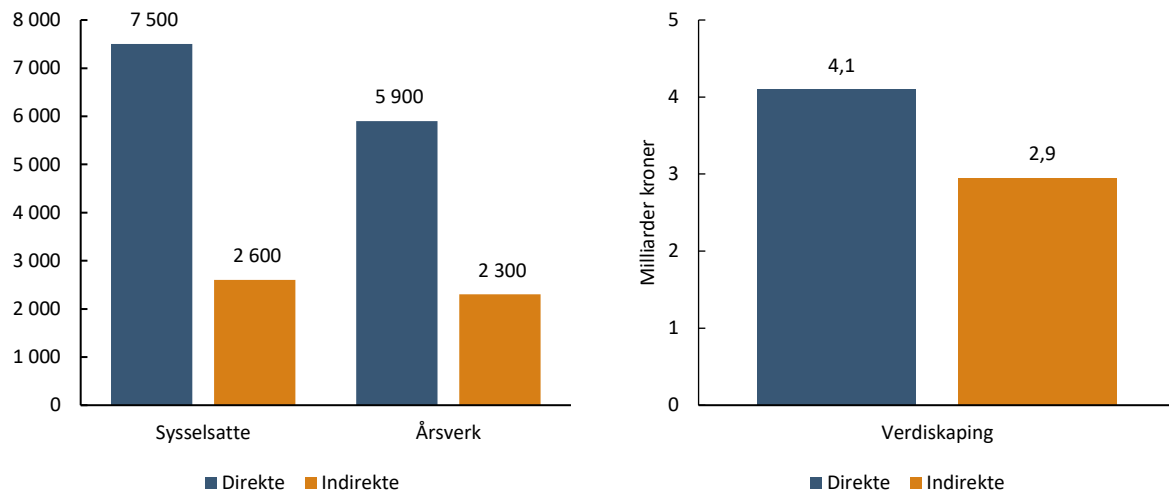
**Figur B: Samlet verdiskaping (i milliarder kroner) og gjennomsnittlig verdiskaping per bedrift (i millioner kroner) i 2022 fordelt på de fire segmentene. Kilde: Menon Economics**



## Ringvirkninger av utendørs opplevelser

Ringvirkningsanalysen viser at bransjen i 2022 la grunnlag for rundt 10 100 hel- og deltidsansatte og genererte en total verdiskaping på 7,1 milliarder kroner. Mens 4,1 milliarder kroner i verdiskaping var direkte tilknyttet utendørs opplevelser, finner vi at i overkant av 2,9 milliarder kroner knyttet til verdiskaping hos leverandørene. Når det gjelder sysselsettingseffektene var 7 500 hel- og deltidsansatte direkte ansatt i bedriftene innen utendørs opplevelser, mens aktiviteten la grunnlaget for 2 600 hel- og deltidsansatte hos leverandørene, som vist i Figur C.

Figur C: Direkte og indirekte sysselsettingseffekter (venstre) og verdiskapingseffekter (høyre) av utendørs opplevelser i 2022. Kilde: Menon Economics



De totale verdiskapings- og sysselsettingseffektene fra utendørs opplevelser varierer på tvers av de fire segmentene. Vi finner at det var opplevelsesanlegg-segmentet som hadde høyest samlet verdiskapings- og sysselsettingseffekter i 2022, på 3,9 milliarder kroner i verdiskaping og 5 100 hel- og deltidsansatte.

Reiselivsnæringen består av bransjene overnatting, servering, transport, formidling og opplevelser. Til sammen danner disse et helhetlig tilbud for de besøkende. Verdien av en flyreise til Lofoten er avhengig av hva slags tilbud som finnes på stedet, og kundenes betalingsvillighet for en hotellseng avhenger av om det finnes gode restauranter, opplevelsestilbud og gode turstier på stedet. Det betyr at opplevelser utendørs bidrar til verdiskaping i de andre bransjene (overnatting, servering, transport og formidling). Hvor stor effekt utendørs opplevelser har på de andre bransjene i næringen avhenger av hva som er gjestenes «reason to go», med andre ord hva som har størst attraksjonskraft på gjestene.

I en eksempelberegning har vi lagt til grunn at opplevelser utendørs som et minimum vil legge grunnlaget for tilsvarende verdiskaping i de øvrige bransjene, på totalt 4,1 milliarder kroner i 2022. Gitt denne forutsetningen finner vi at aktiviteten la grunnlaget for 7,7 milliarder i samlede verdiskapingseffekter i 2022 og totalt 12 700 hel- og deltidsansatte i de andre reiselivsbransjene. Blant verdiskapingseffektene var 3,6 milliarder verdiskapingskroner og 3 200 hel- og deltidsansatte tilknyttet leverandørkjeden til disse aktørene.

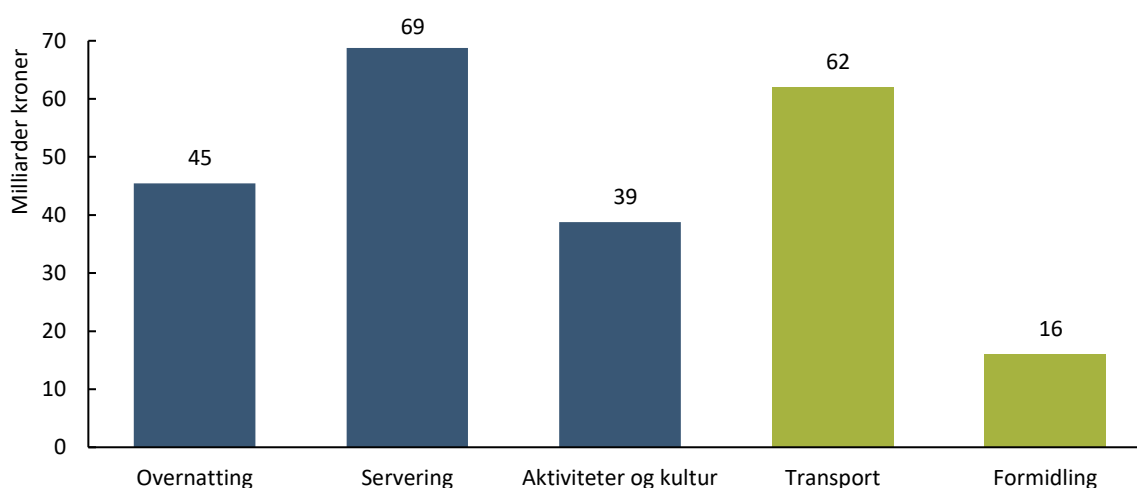
# 1 Innledning

## 1.1 Reiselivets fem bransjer

Norsk reiselivsnæring består av opplevelses-, overnattings-, serverings-, transport- og formidlingsbedrifter som selger sine tjenester til et bredt spekter av kunder. Natur- og kulturbaserte goder er kjernen i norske reiselivsprodukter, hvor tilgangen på uberørt natur, fossefall, dype fjorder, fugleliv, midnattsol, nordlys, fruktblomstring, stavkirker og byliv er næringens ressursgrunnlag. Dette påpekes også i NOU 2023:10 «Leve og oppleve – Reisemål for en bærekraftig fremtid» hvor det også fremgår at «Ønsket om naturopplevelser var den viktigste årsaken til at utenlandske besøkende vurderte å reise til Norge sommeren 2022».

Vi har de siste årene vært vitne til en sterk vekst i etterspørselen etter aktiviteter, spesielt for opplevelser utendørs<sup>3</sup>. For eksempel har det vært sterk vekst i nordlysturismen til Nord-Norge det siste tiåret. Omsetningen i hele opplevelsesbransjen (aktiviteter og kultur) var på 39 milliarder kroner i 2022, som utgjorde 17 prosent av hele reiselivet, se Figur 1.1.

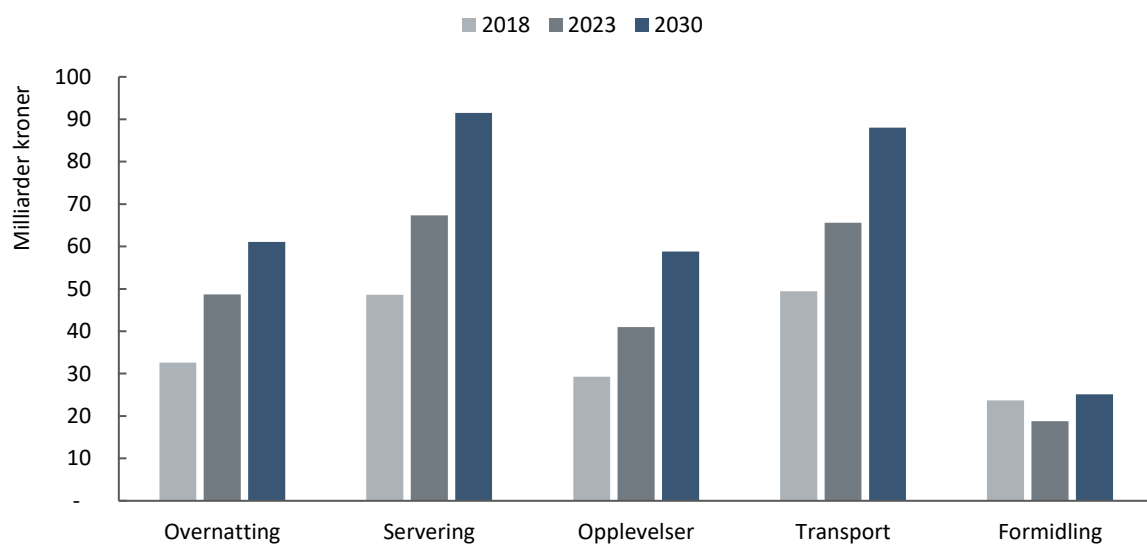
**Figur 1.1: Omsetning i reiselivets fem bransjer i 2022. Innholdsbransjer er presentert i blått og formidlingsbransjer i grønt.**  
Kilde: Menon Economics



<sup>3</sup> Elmahdy, Haukeland og Fredman (2017): *Tourism megatrends, a literature review focused on nature-based tourism*. NMBU.

Etterspørselen etter opplevelser utendørs forventes å fortsette å vokse. Menon har tidligere utarbeidet prognoser for reiselivet frem til 2030. Prognosene, som ble oppdatert våren 2024, er bygget på en modell hvor en lang rekke vekst drivere er inkludert for ulike kundetyper innenfor hver av de fem reiselivsbransjene. Det innebærer at prognosene følger ulike bransjespesifikke vekstbaner til 2030. I prognosene legger vi til grunn at en sterk vekst i etterspørselen etter unike naturopplevelser vil fortsette, og med regjeringens varslede satsning på kultur, antas det at opplevelser og kultur vil oppleve en høyere årlig vekst enn reiselivsnæringen som helhet. Prognosene tilsier at veksten vil være høyest for serveringsbransjen og aktivitet- og kulturbransjen. Som Figur 1.2 viser er aktivitet- og kulturbransjen forventet å øke fra 41 milliarder i 2023 til 59 milliarder i 2030, tilsvarende en vekst på 44 prosent.

**Figur 1.2: Forventet omsetning i reiselivsnæringen fordelt på segmenter i 2019, 2022 og 2030. Tallene er oppgitt i flytende kroner for 2018 og 2023, og 2023-kroner i 2030. Kilde: Menon Economics**





## 1.2 Utendørs opplevelser – definisjon og avgrensning av bransjen

Ovenfor presenterte vi tall fra hele opplevelsibransjen, altså aktiviteter og kultur, som definert i Menons reiselivspopulasjon. Denne rapporten omhandler deler av denne bransjen – *utendørs* opplevelser. Det innebærer at blant annet bedrifter innen kultur og innendørs opplevelser ikke er inkludert. Vi har derfor først måttet avgrense bransjen for utendørs opplevelser. Deretter har vi delt bransjen i fire ulike segmenter.

Vi har tatt utgangspunkt i en liste med næringsgrupperinger (SN-koder) som vi mener er mest relevante, presentert i tabellen under. Noen av SN-kodene treffer godt på det vi oppfatter som utendørs opplevelser, og vi har derfor valgt å inkludere alle bedriftene som er registrert under disse kodene. Andre SN-koder omfatter en blanding av relevante og irrelevante bedrifter. Vi har derfor valgt å manuelt gå gjennom bedriftene i disse SN-kodene for å plukke ut bedriftene vi mener skal inkluderes. Disse SN-kodene står som «Delvis inkludert» i Tabell 1.1 under. I tillegg har vi tatt en gjennomgang av NHO Reiseliv sine medlemslister og supplert med relevante bedrifter.

Tabell 1.1: Oversikt over SN-kodene som bransjen er basert på og hvordan de er håndtert

SN-kode navn	SN-kode nummer	Håndtering
Transport med taubaner, kabelbaner og skiheiser	49.393	Inkludert
Kysttrafikk ellers med passasjerer	50.109	Delvis inkludert
Passasjertransport på elver og innsjøer	50.300	Inkludert
Utleie og leasing av sports- og fritidsutstyr	77.210	Inkludert
Guider og reiseledere	79.902	Inkludert
Opplevelses-, arrangements- og aktivitetsvirksomhet	79.903	Delvis inkludert
Drift av botaniske og zoologiske hager og naturreservater	91.040	Inkludert
Drift av idrettsanlegg	93.110	Delvis inkludert
Andre sportsaktiviteter	93.190	Delvis inkludert
Drift av fornøyles- og temparker	93.210	Delvis inkludert
Opplevelsesaktiviteter	93.291	Inkludert
Fritidsetablisement	93.292	Delvis inkludert
Fritidsvirksomhet ellers	93.299	Delvis inkludert

Videre er analysen basert kun på regnskapspliktige foretak som tilhører Menons reiselivspopulasjon. Innen utendørs opplevelser finnes det også en del enkeltpersonforetak som dermed ikke fanges opp. I tillegg har kun bedrifter som har opplevelser som primæraktivitet blitt inkludert i bransjen. Det betyr at det finnes en del bedrifter som tilbyr opplevelser, men uten av det er primæraktivitet, som ikke fanges opp. Disse to forholdene trekker i retning av at analysen *underestimerer* verdien av opplevelser utendørs.

Alle bedriftene som inngår i analysen er valgt fordi de driver med utendørs opplevelser. Mange av dem gjør samtidig dette i tillegg til annen type virksomhet, i hovedsak innen andre deler av reiselivet som servering, overnatting og transport, men også med aktiviteter som ikke er tilknyttet reiselivet. For eksempel kan opplevelsesaktiviteter ha andre typer inntektskilder, og en bedrift som driver med utendørs opplevelser kan også drive et tilknyttet spisested. Vi har kun tilgang på totale regnskapstall per bedrift og vet ikke hvor stor andel av dette som faktisk kommer fra utendørs opplevelser og hvor mye som er relatert til andre aktiviteter. Fordi vi presenterer totaltall i kapittel 2 trekker det isolert sett i retning av at analysen *overestimerer* verdien av utendørs aktivitetsbedrifter.

Det er vanskelig å vurdere hvilke av disse faktorene som trekker sterkest, og det er derfor både mulighet for at resultatene vi presenterer overestimerer eller underestimerer det økonomiske bidraget til utendørs opplevelsesaktiviteter.

Det er ingen entydig definisjon på hva en bedrift som driver med utendørs opplevelser er. I vurderingen av hvorvidt en bedrift hører hjemme under utendørs opplevelser har vi gjort følgende avveininger:

- En nøkkeldimensjon er i hvilken grad aktiviteten er **utendørs**. Vi vurderer at innendørs opplevelser generelt ikke hører til i bransjen. Det gjelder blant annet innendørs padeltennis, bowling, svømmebasseng, lekeparker og trampolineparker. Innendørs golf-simulatorer, klatresentre og idrettshaller er heller ikke inkludert. Dersom aktiviteten foregår utendørs er den som regel inkludert. Det gjelder blant annet utendørs klatring, golfbaner, skianlegg og familieparker.
- Som en hovedregel er **undervisning** ikke inkludert, selv om det foregår utendørs. Det gjelder blant annet rideleirer og yogakurs.
- Det er mange eksempler på bedrifter som er **bransjeglidende**, og der spørsmålet er hvorvidt opplevelser er en sentral nok del av virksomheten til å inngå i bransjen. Vi har blant annet valgt å ekskludere Kystruten fordi en relativt stor del av passasjerene bruker dem som en ren transporttjeneste. Videre er det mange virksomheter som tilbyr både overnatting og opplevelser i kombinasjon. Vi har inkludert de bedriftene der den utendørs opplevelsesdelen av virksomheten fremstår som sentral og at bedriften leverer disse tjeneste selv (ikke bruker underleverandører). Det betyr at omsetningen fra utendørs opplevelser bør utgjøre bropparten av totalen eller at de utendørs opplevelsene bør være en hovedmotivasjon for å kjøpe reiselivsproduktet.

Når vi i det videre omtaler utendørs opplevelser referer vi til utvalget bedrifter som vi har beskrevet i dette kapittelet. Dette utvalget består av 1 450 regnskapspliktige bedrifter. Disse varierer betydelig i størrelse – fra små bedrifter med mindre enn fem ansatte til store konsern med mange hundre ansatte. Tabell 1.2 under presenterer de største bedriftene i bransjen målt i omsetning i 2022.

Tabell 1.2: De ti største bedriftene i stigende rekkefølge målt i omsetning i 2022. Kilde: Menon Economics

Bedrift	Omsetning i 2022 (i millioner kroner)
Skistar Norge	1 131
Kristiansand Dyrepark	427
Rogaland Fritidspark	277
Tusenfryd	238
Hafjell Alpinsenter	171
Den Norske Turistforening Oslo og Omegn	160
European Cruise Service	136
The Fjords	121
Tryvannwyller	110
Ski Geilo	110

### 1.2.1 Segmentering

Bransjen for utendørs opplevelser er bred. Det er derfor stor variasjon i bedriftene når det gjelder økonomi og hvordan de opererer. I den ene enden er det for eksempel en bedrift med noen få ansatte som leverer skreddersydde opplevelser til relativt få besøkende, mens det i den andre kan være et stort skisenter som tar imot mange tusen besøkende i året. For å bedre forstå sammensetningen av bransjen har vi delt bransjen inn i fire segmenter. Formålet med segmenteringen er å samle bedriftene som har sentrale fellestrekk i hver sine kategorier. Segmentene tar utgangspunkt i to viktige dimensjoner. Den ene dimensjonen er om aktiviteten foregår på *land eller til sjøs*. Den andre handler om hvorvidt aktiviteten er avhengig av *betydelig infrastruktur og/eller utstyr eller ikke*.

På samme måte som da vi utformet opplevelsesbransjen, har vi begynt med å identifisere NACE-koder som vi mener i sin helhet kan kategoriseres i et segment. Bedriftene i resten av NACE-kodene har blitt manuelt gjennomgått for å tildeles til riktig segment. En del bedrifter driver med en rekke ulike opplevelser som kan inngå i flere av segmentene. I disse tilfellene har vi gjort en helhetsvurdering på hvilke segmenter de hører mest hjemme hos. De fire segmentene er beskrevet i Tabell 1.3 under.

Tabell 1.3: Oversikt over segmentene av utendørs opplevelser

Segment	NACE-koder (i sin helhet)	Inkluderer blant annet
<b>Opplevelsesanlegg</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Drift av idrettsanlegg</li><li>• Drift av botaniske og zoologiske hager og naturreservater</li><li>• Transport med taubaner, kabelbaner og skiheiser</li><li>• Drift av fornøyles- og temaparker</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Skianlegg og skiutleie</li><li>• Golfbaner</li><li>• Familieparker</li></ul>
<b>Opplevelsesaktiviteter</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Guider og reiseledere</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nordlyssafari</li><li>• Hundespann</li><li>• Tilrettelagte turer</li><li>• Snøscooterbedrifter</li><li>• Via Ferrata</li><li>• Andre opplevelsesaktiviteter</li></ul>
<b>Sjøbasert passasjervirksomhet</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kysttrafikk ellers med passasjerer</li><li>• Passasjertransport på elver og innsjøer</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• RIB</li><li>• Hvalsafari</li><li>• Båtsightseeing</li></ul>
<b>Sjøbaserte opplevelsesaktiviteter</b>		<ul style="list-style-type: none"><li>• Havfiske</li><li>• Kajakk</li><li>• Dykking</li><li>• Badstue</li><li>• Ulike former for vannsport</li></ul>

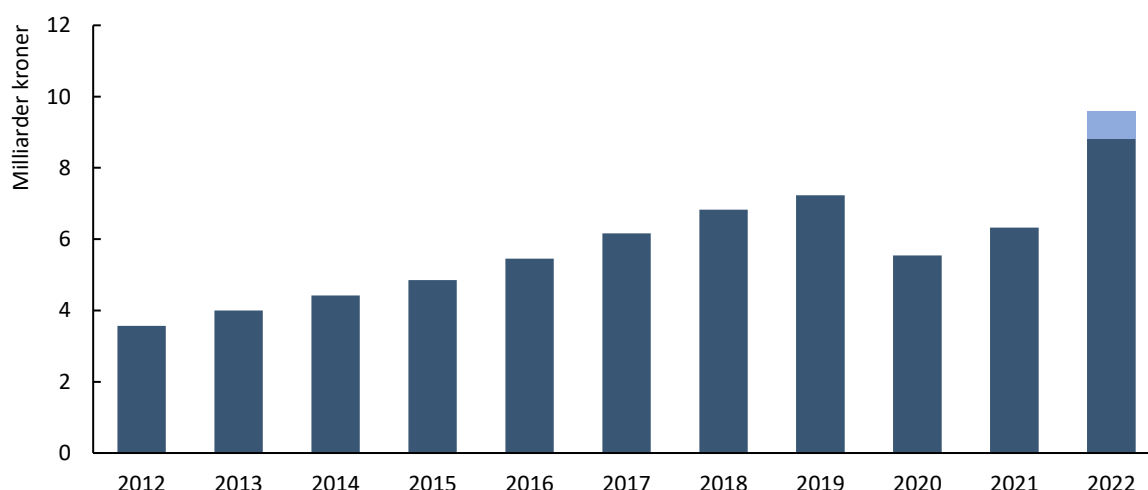
## 2 Økonomiske nøkkeltall for utendørs opplevelser

I dette kapitlet beskriver vi utviklingen i de økonomiske nøkkeltallene for utendørs opplevelser det siste tiåret. Vi analyserer verdiskaping, omsetning, sysselsetting, produktivitet og driftsmargin. I tillegg undersøker vi verdiskaping, sysselsetting og produktivitet for de fire segmentene opplevelsesanlegg, opplevelsesaktiviteter, sjøbasert passasjervirksomhet og sjøbaserte opplevelsesaktiviteter. Til slutt ser vi på hvordan aktiviteten fra utendørs opplevelser fordeler seg på fylker.

### 2.1 Utvikling i økonomiske nøkkeltall for utendørs opplevelser

Figur 2.1 viser utviklingen i omsetningen for utendørs opplevelser. Dersom vi ser på regnskapspliktige bedrifter har omsetningen innen utendørs opplevelser hatt en vekst på nærmere 150 prosent i tiårsperioden 2012 til 2022, fra 3,5 milliarder til 8,8 milliarder. Denne utviklingen tilsvarer en gjennomsnittlig årlig vekst på nærmere 11 prosent. De resterende 0,8 milliarder omsetningskronene i 2022 (i lyseblått i figuren) er forbundet med omsetning fra enkeltpersonforetak. Vi har i denne rapporten inkludert aktivitet fra enkeltpersonsforetak innen havfisketurisme.<sup>4</sup> Ettersom enkeltpersonsforetakene ikke er rapporteringspliktige, har vi estimert omsetningen fra deres aktiviteter for året 2022. I analysen inkluderer vi rett i overkant av 680 enkeltpersonsforetak.<sup>5</sup>

Figur 2.1: Omsetning for utendørs opplevelser i perioden 2012 til 2022, og omsetning for enkeltpersonsforetak innen havfiske i 2022 (lyseblå søyle). Kilde: Menon Economics



<sup>4</sup> Årsaken til at enkeltmannsforetak inkluderes for havfiske er fordi vi har benyttet samme metodikk som i rapporten Ringvirkninger av havfisketurisme i Norge (2022) – tilgjengelig [her](#). Dette er gjort for å sikre konsistens på tvers av analyser.

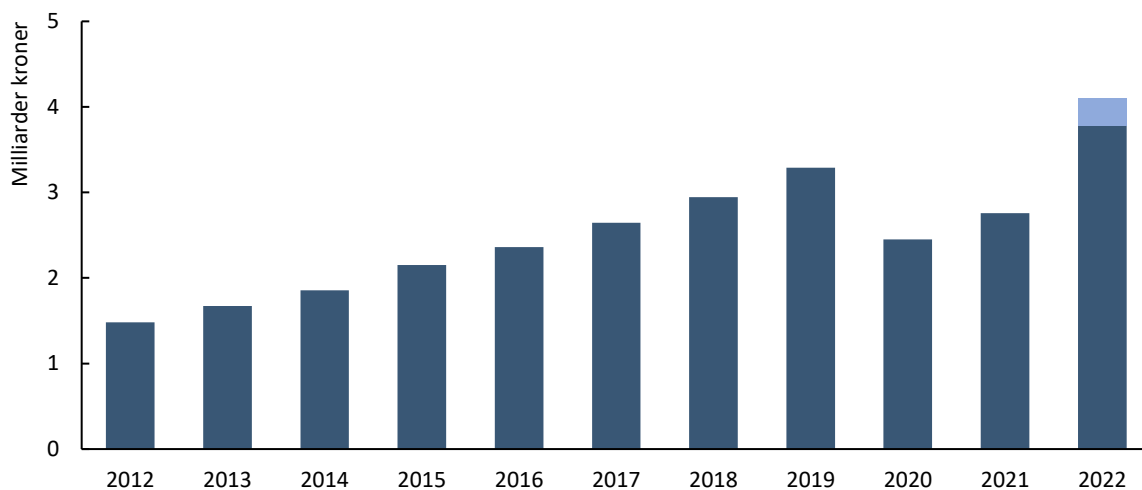
<sup>5</sup> Omsetningen fra enkeltpersonsforetakene er kun inkludert i totalen for 2022. Dette gjør at totalen på 9,6 milliarder kroner ikke blir direkte sammenlignbar med årene før. Enkeltpersonsforetakene er derfor skilt ut i lyseblå søyle i figurene.

Når man undersøker økonomiske virkninger av en bransje, er det også viktig å se på verdiskaping.

**Verdiskapingen i en bedrift er definert som summen av lønnskostnader og bedriftens driftsresultat, korrigert for kapitalslit og nedskrivninger.** Med andre ord kan verdiskapingen forstås som summen av bedriftens avkastning som går til henholdsvis arbeidstakere (lønn), kapitaleiere (overskudd), kreditorer (renter) og stat og kommune (skatt). Dette er også kjent som bruttoprodukt eller BNP. Verdiskaping er en av de mest sentrale samfunnsøkonomiske størrelser, fordi det er den som legger grunnlag for velferd gjennom forbruk og skatter.

Verdiskapingen for utendørs opplevelser har økt fra 1,5 milliarder i 2012 til 3,8 milliarder i 2022 når vi kun ser på regnskapspliktige bedrifter, se Figur 2.2. Veksten i verdiskapingen har vært like stor som omsetningsveksten, det vil si en gjennomsnittlig årlig vekst på 11 prosent. De resterende 0,3 milliarder kronene for 2022 i lyseblått i figuren kommer fra enkeltpersonsforetak innen havfiske.

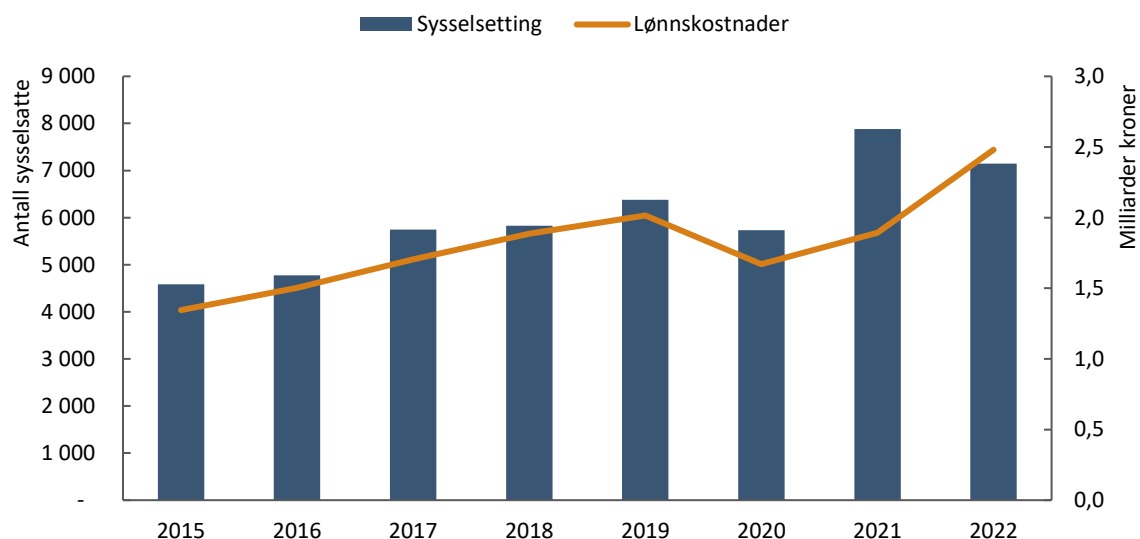
**Figur 2.2: Verdiskaping for utendørs opplevelser i perioden 2012 til 2022, og verdiskaping for enkeltpersonsforetak innen havfiske i 2022 (lyseblå søyle). Kilde: Menon Economics**



Figur 2.3 viser videre at sysselsettingen har økt fra 4 600 i 2015, til 7 100 i 2022 når vi kun ser på regnskapspliktige bedrifter. Dette er en gjennomsnittlig økning på rundt 350 sysselsatte per år. I 2022 var det i tillegg omtrent 300 sysselsatte i enkeltpersonsforetak. Det var en spesielt sterk vekst i antall sysselsatte i 2021, men også en solid vekst i 2017. En god del av veksten i sysselsettingen mellom 2019 og 2021 skyldes en økning hos Skistar Norge. Det har samtidig vært en økning hos et relativt stort antall bedrifter, blant annet Lilleputthammer Lekeland og Tusenfryd. Når vi ser på utviklingen i lønnskostnader i 2021 var økningen betydelig lavere enn for sysselsetting. Det tyder derfor på at fulltidsansatte ble erstattet av flere deltidsansatte i pandemiens siste år, og ikke at det var en reell vekst i antall årsverk.

Merk at det i denne analysen er snakk om utviklingen i antall sysselsatte. Antall **sysselsatte** skiller seg fra antall **årsverk**, da årsverk er en betegnelse på det arbeidet en arbeidstaker kan utføre i løpet av et helt år. Antallet sysselsatte inkluderer derimot både heltids-, deltids- og sesongarbeidere. Antall sysselsatte vil derfor være høyere enn antallet årsverk.

Figur 2.3: Sysselsetting og lønnskostnader for utendørs opplevelser i perioden 2015 til 2022.<sup>6</sup> Kilde: Menon Economics



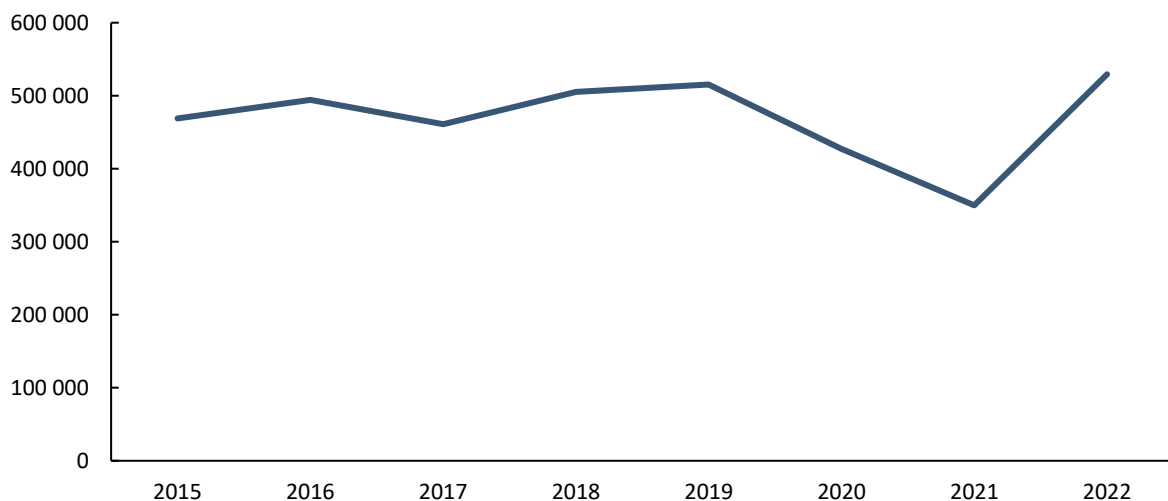
<sup>6</sup> Fra 2014 til 2015 ble det gjort en endring i kravene og terskelen for hvem som skal rapporteres inn som ansatte i en bedrift. Konsekvensen er at flere deltidsansatte ble inkludert i statistikken fra 2015. En tidsserie lengre tilbake i tid vil da inkludere et «hopp» i antall sysselsatte i 2015 og dette «hoppet» er større i næringer med mer utstrakt bruk av deltidsansatte, noe som kjennetegner flere av bransjene i reiselivsnæringen. Vi presenterer derfor kun tidsserier fra om 2015 for sysselsetting og produktivitet.

Videre ser vi på utviklingen i produktivitet. Dette er viktig i et næringsutviklingsperspektiv ettersom arbeidsledigheten i Norge er relativt lav, og arbeidskraften i reiselivet spesifikt er begrenset. Produktivitet er spesielt viktig i områder der alternative arbeidsplasser er tilgjengelig. Det er riktignok ikke tilfellet i alle deler av landet, særlig i distriktet.

**Produktivitet** defineres som verdiskaping per sysselsatt. Utvikling i produktivitet er relevant fordi det sier noe om bransjens evne til å skape mer verdier per sysselsatt.

For at bransjen skal vokse på en sunn måte er den i alle fall avhengig av at produktiviteten økes. Produktiviteten innen utendørs opplevelser var på omtrent 530 000 kroner i 2022. Det betyr at hver sysselsatt i gjennomsnitt er forbundet med en verdiskaping på 530 000 kroner. Produktiviteten er 13 prosent høyere i 2022 sammenlignet med 2015. Som vist i Figur 2.4 var produktiviteten relativt stabil mellom 2015 og 2019, før den falt i begge koronaårene. Selv om produktiviteten var den høyeste målte i 2022 siden 2015, er det vanskelig å si om dette er et resultat av begynnelsen på en positiv trend, eller hvorvidt det er tilfeldige variasjoner. Det bør også påpekes at produktiviteten er målt i løpende priser. Justerer vi for inflasjon, forsvinner produktivitsveksten mellom 2015 og 2022.

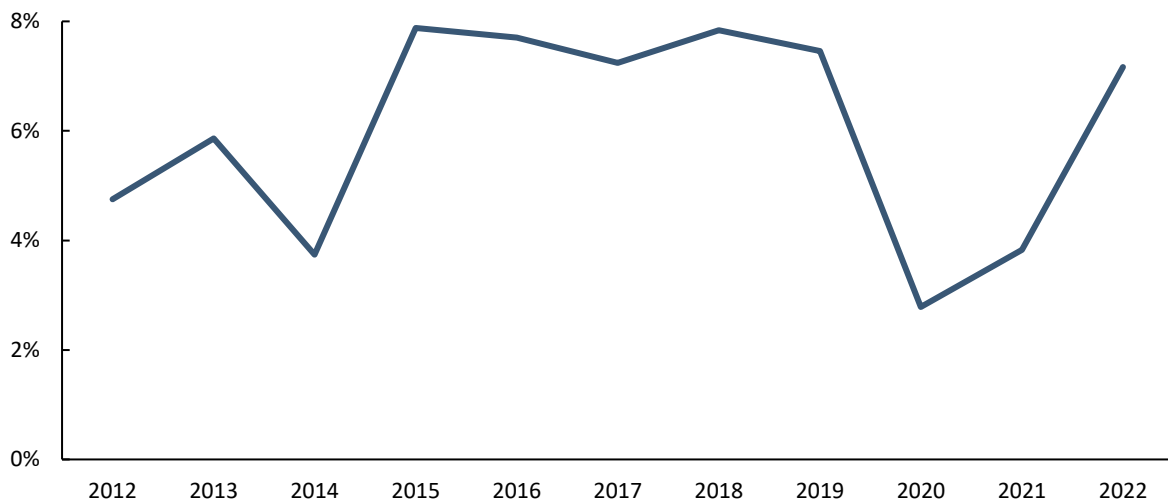
**Figur 2.4: Produktivitsutvikling for utendørs opplevelser i perioden 2015 til 2022, ekskludert enkeltpersonforetak. Kilde: Menon Economics**



Det siste økonomiske målet vi undersøker er bedriftenes driftsmargin. Som Figur 2.5 viser har utendørs opplevelser hatt positiv driftsmargin alle årene i perioden 2012-2022. Driftsmarginen har stort sett vært over 5 prosent, med unntak av årene 2014, samt pandemiårene 2020 og 2021. I 2022 var driftsmarginen på 7 prosent, noe som er høyt sammenlignet med overnattings- og serveringsbransjene.

**Driftsmarginen** er et nøkkeltall som brukes for å beskrive lønnsomhet ved å vise driftsresultatet som prosentandel av driftsinntektene. Dette tallet sier altså hvor stor del av driftsinntektene som er overskudd.

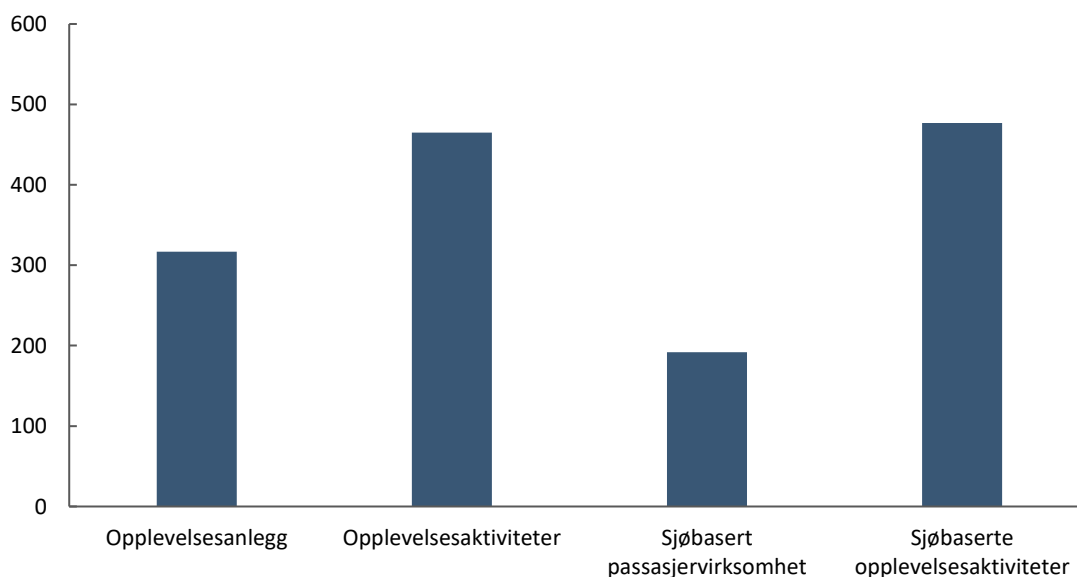
**Figur 2.5: Driftsmargin for utendørs opplevelser i perioden 2012 til 2022, ekskludert enkeltpersonforetak. Kilde: Menon Economics**



## 2.2 Segmentering av utendørs opplevelser

Blant de fire segmentene av utendørs opplevelser er det flest bedrifter innen sjøbaserte opplevelsesaktiviteter og opplevelsesaktiviteter. Det er klart færrest bedrifter som driver innen segmentet sjøbasert passasjervirksomhet, som vist i Figur 2.6.

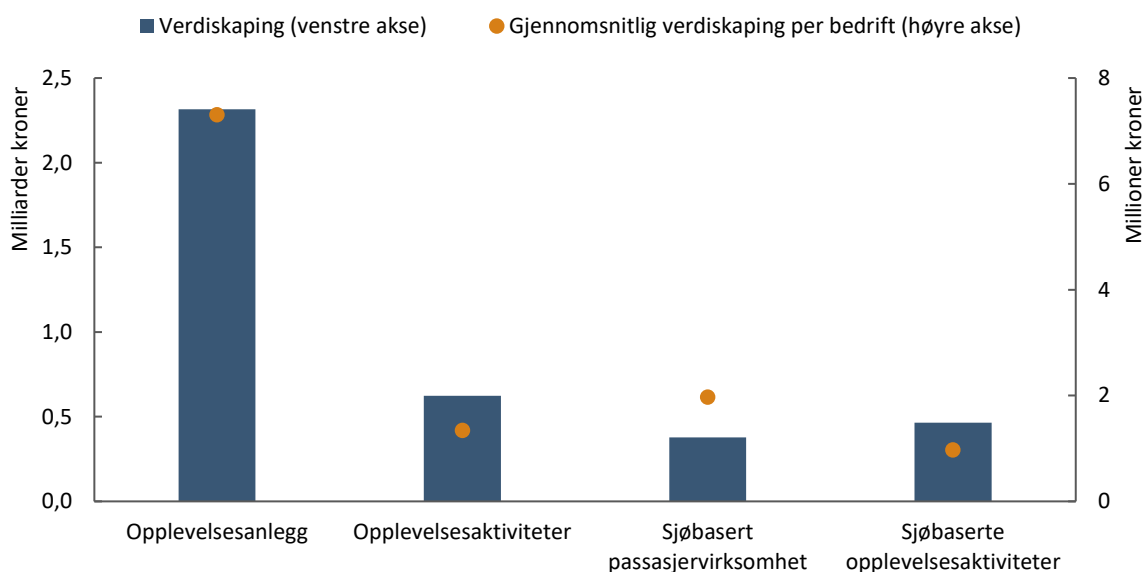
**Figur 2.6: Antall bedrifter i 2022 fordelt på de fire segmentene innen utendørs opplevelser. Kilde: Menon Economics**





Som presentert i Figur 2.7 er det derimot klart høyest verdiskaping blant bedriftene i segmentet opplevelsesanlegg, med en verdiskaping på over 2,3 milliarder. Opplevelsesanlegg utgjør 60 prosent av verdiskapingen blant bedriftene innenfor utendørs opplevelser. De resterende tre segmentene innenfor utendørs opplevelser utgjør mellom 10 og 16 prosent av verdiskapingen hver for seg. Det er lavest verdiskaping innen segmentet sjøbasert passasjervirksomhet, noe som er i tråd med at dette også er segmentet med færrest bedrifter.

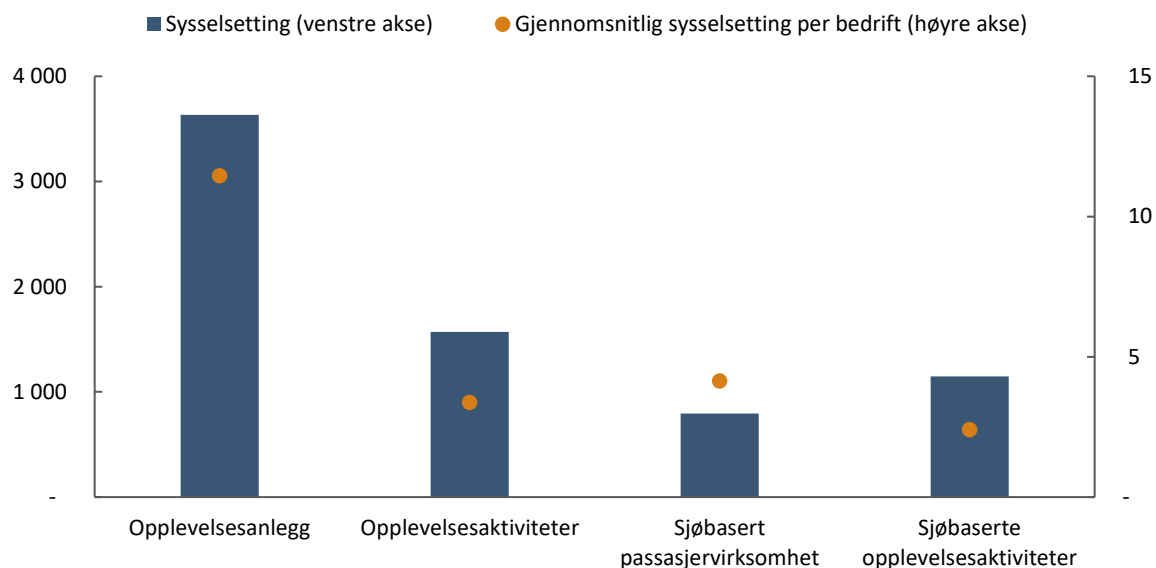
**Figur 2.7: Samlet verdiskaping (i milliarder kroner) og gjennomsnittlig verdiskaping per bedrift (i millioner kroner) i 2022 fordelt på de fire segmentene innenfor utendørs opplevelser. Venstre akse viser verdiskaping og høyre akse viser verdiskaping per bedrift. Kilde: Menon Economics**



Ved å se på gjennomsnittlig verdiskaping per segment har sjøbasert passasjervirksomhet likevel den nest høyeste verdiskapingen, med en gjennomsnittsverdi på nærmere 2 millioner kroner per bedrift. Segmentet opplevelsesanlegg har klart høyest gjennomsnittlig verdiskaping, med en verdi på 7,3 millioner kroner per bedrift. En årsak til at bedrifter innen opplevelsesanlegg skiller seg ut gjennom sin høye verdiskaping, er at mange av disse bedriftene kan ta imot et stort volum av besøkende sammenlignet med andre bedrifter som driver med aktiviteter der det er mer begrenset kapasitet. Blant bedrifter med infrastruktur utgjør investeringskostnader og andre faste kostnader typisk en stor del av totale kostnader. Slike bedrifter kan dra nytte av skalaøkonomi da et økt antall besøkende gjør at de faste kostnadene, slik som investeringskostnader, fordeles på flere besøkende. Bedrifter som drar nytte av skalaøkonomi og som har et stort volum besøkende har gjerne høyere verdiskaping.

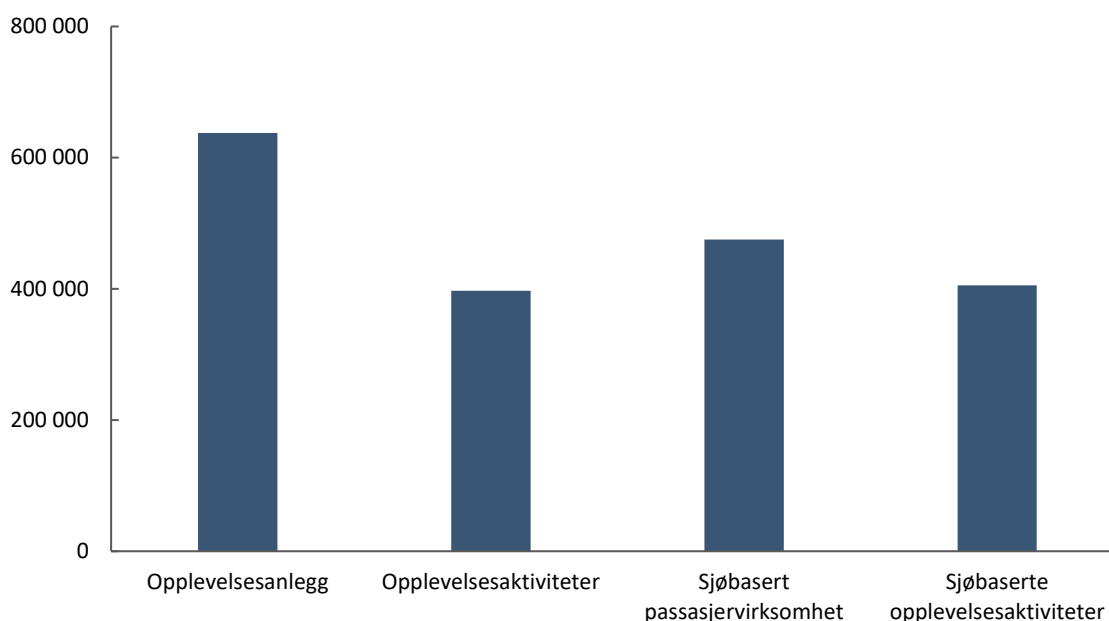
Som vist i Figur 2.8 har opplevelsesanlegg også klart høyest sysselsetting blant de fire segmentene innen utendørs opplevelser, med 3 600 sysselsatte i 2022. Sysselsettingen innen opplevelsesanlegg utgjør med det halvparten av sysselsettingen. For resterende segmenter varierer sysselsettingen fra rundt 800 sysselsatte i sjøbasert passasjervirksomhet til 1 600 sysselsatte blant bedrifter innen opplevelsesaktiviteter.

**Figur 2.8: Sysselsetting i 2022 fordelt på de fire segmentene innen utendørs opplevelser. Venstre akse viser sysselsetting og høyre akse viser sysselsetting per bedrift. Kilde: Menon Economics**



Når det gjelder produktivitet viser Figur 2.9 at opplevelsesanlegg skiller seg ut ved å ha en høyere produktivitet enn de andre segmentene. Hver sysselsatte innen opplevelsesanlegg er i gjennomsnitt forbundet med en verdiskaping på nesten 640 000 kroner. De resterende tre segmentene ligger omtrent på samme nivå, på mellom 400 000 og 480 000 kroner. Både opplevelsesaktiviteter og sjøbasert passasjervirksomhet viste tegn til en positiv vekst i produktivitet mellom 2015 og 2019 på omtrent 160 000 hver. Opplevelsesanlegg og sjøbaserte opplevelsesaktiviteter har derimot hatt en flatere utvikling i samme periode. Under pandemien gikk produktiviteten til samtlige segmenter ned, men den har tatt seg opp igjen i 2021 til omtrent samme nivå som i 2019.

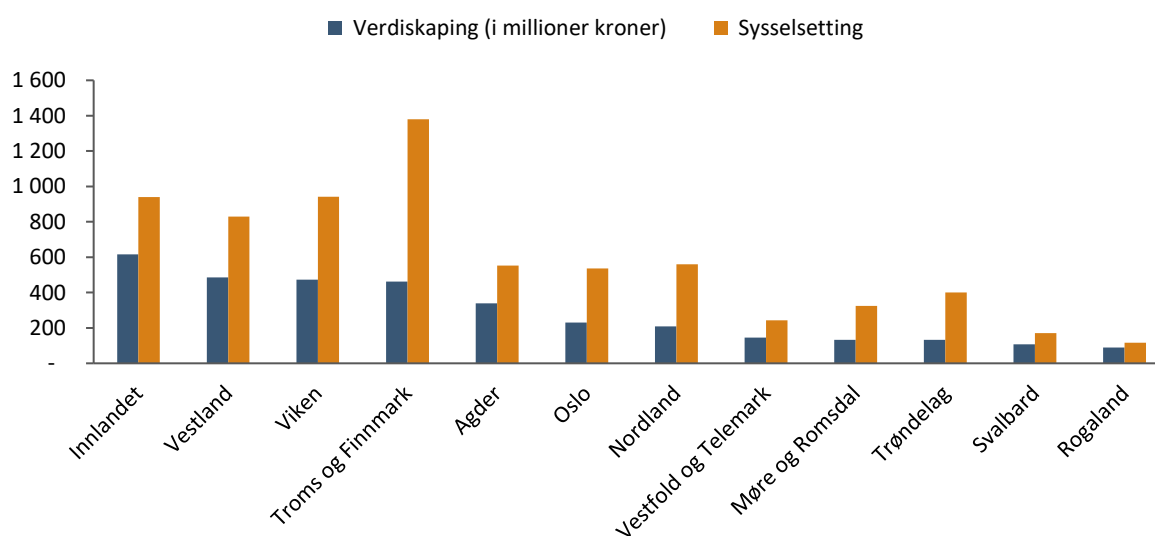
Figur 2.9: Produktivitet fordelt på segmentene innen utendørs opplevelser. Kilde: Menon Economics



### 2.3 Utendørs opplevelser i fylkene

I den siste delen av dette kapittelet ser vi nærmere på hvordan verdiskapingen til de utendørs opplevelsesbedriftene fordeler seg på de ulike fylkene. Se også vedlegg A for andre økonomiske nøkkeltall fordelt på fylker både i figur og tabellformat. Som Figur 2.10 under viser er Innlandet det fylket med mest verdiskaping (i blått) pålydende 616 millioner kroner. Utendørs opplevelser i Innlandet domineres av store aktører innen skisport. Etter Innlandet følger Vestland og Viken som fylkene med mest verdiskaping. Bedriftene med mest verdiskaping i Vestland opererer hovedsakelig innen taubaner/kabelbaner og båtsightseeing.

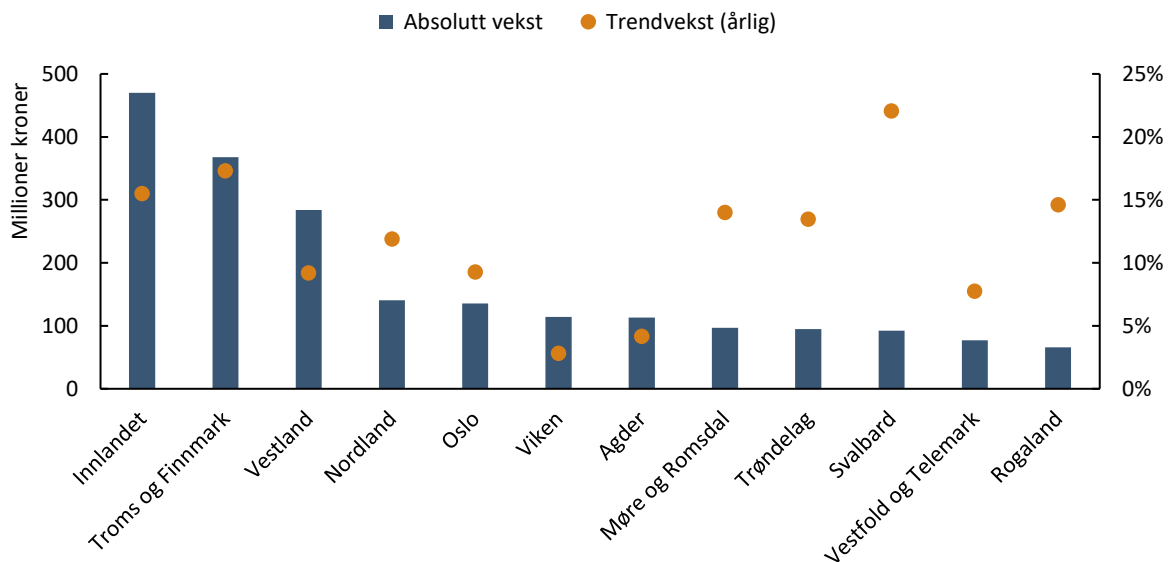
Figur 2.10: Verdiskaping og sysselsetting i 2022 per fylke, ekskludert enkeltpersonsforetak. Verdiskaping i millioner kroner. Kilde: Menon Economics



Når det gjelder sysselsetting er det Troms og Finnmark som er det klart største fylket med 1 380 sysselsatte. Utendørs opplevelser i Finnmark preges ikke av så store aktører som i Innlandet, Vestland og Viken, men det er til gjengjeld flere opplevelsesbedrifter. I tillegg har Troms og Finnmark relativt mange bedrifter med mer enn 20 ansatte sammenlignet med de andre store fylkene.

Videre viser Figur 2.11 under veksten i utendørs opplevelser i fylkene mellom 2012-2022. Den viser at Innlandet, Troms og Finnmark og Vestland er fylkene med størst absolutt vekst i perioden. Innlandet har vokst med 470 millioner kroner, tilsvarende en årlig vekst på 16 prosent. I Innlandet er det de store skiaktørene som Skistar Trysil, Hafjell Alpinsenter og Kvitfjell Alpinanlegg som driver det meste av veksten. I løpet av perioden flyttet Skistar Hemsedal mange av sine ansatte over til avdelingen i Trysil. Dette er en del av forklaringen på hvorfor Innlandet har hatt stor vekst, mens Viken har hatt relativt svakere vekst. Siden 2012 har Viken vokst med 114 millioner kroner, noe som betyr 3 prosent årlig vekst.

**Figur 2.11: Vekst i verdiskapingen innen utendørs opplevelser i perioden 2012 til 2022, ekskludert enkeltpersonforetak.**  
Kilde: Menon Economics



### 3 Ringvirkninger av utendørs opplevelser

I dette kapittelet beskriver vi de samlede sysselsettings- og verdiskapingseffektene som følger av utendørs opplevelser i 2022. Kapittelet beskriver resultatene i form av direkte og indirekte effekter, og fordeler disse på fylker og kommuner. I tillegg til dette beskriver vi hvordan ringvirkningseffektene fordeler seg mellom de fire segmentene innen utendørs opplevelser. Til slutt undersøker vi de potensielle effektene utendørs opplevelser kan ha på de andre reiselivsbransjene.

#### 3.1 Totale ringvirkningseffekter

Vi beregner at de samlede sysselsettingseffektene av utendørs opplevelser i 2022 var på om lag 10 100 sysselsatte, eller om lag 8 200 årsverk. Sysselsettingseffektene viser den samlede summen av alle stillinger, altså inkludert deltidsstillinger. Se tekstboksen under for en definisjon av direkte og indirekte ringvirkninger.

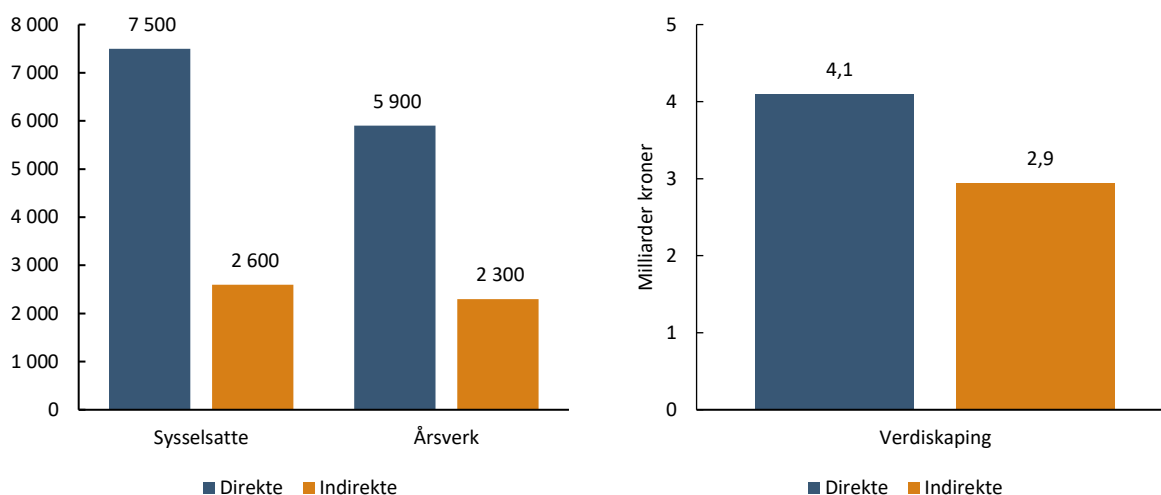
Ulike bedrifter og regioner i økonomien er tett sammenknyttet. Når bedrifter etterspør varer og tjenester, bidrar det positivt til sysselsetting, BNP og skatteinntekter i andre næringer og regioner. Disse effektene kvantifiserer vi ved hjelp av Menon Economics ringvirkningsmodell. Vi beregner her direkte og indirekte ringvirkningseffekter hos aktørene innen utendørs opplevelser, og som skapes hos leverandørbedriftene.

**Direkte ringvirkninger** defineres som den økonomiske aktiviteten som avledes av bedriftene i bransjen vi analyserer, altså opplevelser utendørs. **Indirekte ringvirkninger** defineres som den totale økonomiske aktiviteten som skapes hos leverandørene til aktørene innen utendørs opplevelser.

Se *Vedlegg B* for mer informasjon om ringvirkningsmodellen som analysen bygger på.

Som presentert i Figur 3.1 under finner vi at aktiviteten fra utendørs opplevelser i 2022 la grunnlaget for om lag 7 500 sysselsatte direkte i bedriftene. I tillegg til disse la aktiviteten grunnlaget for en rekke sysselsatte bakover i verdikjeden (indirekte sysselsetting), på nærmere 2 600 sysselsatte i 2022.

Figur 3.1: Direkte og indirekte sysselsettingseffekter (venstre) og verdiskapingseffekter (høyre) av utendørs opplevelser i 2022. Kilde: Menon Economics

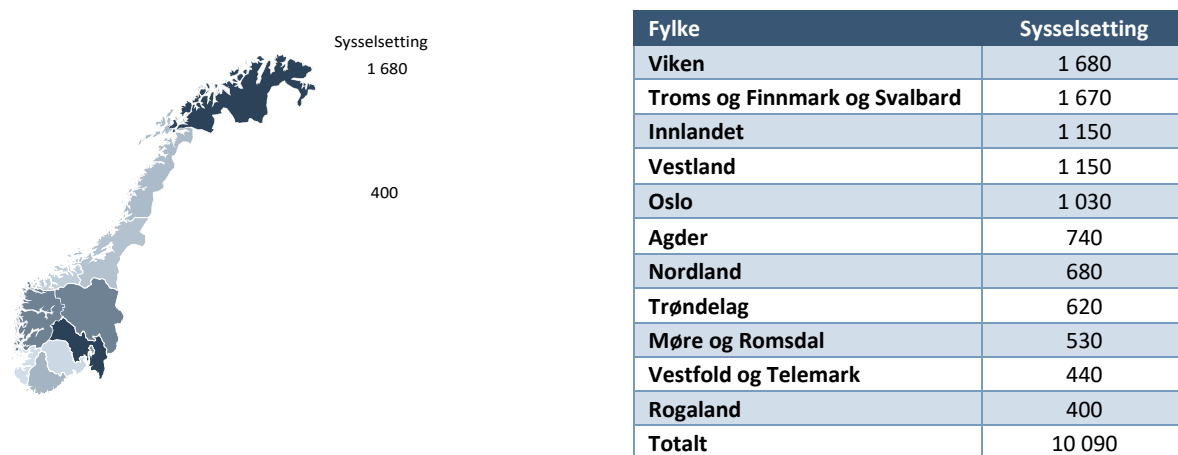


Figur 3.1 viser at utendørs opplevelser i 2022 la grunnlaget for totalt 7 milliarder kroner i samlet verdiskaping. Blant disse verdiskapingseffektene var 4,1 milliarder kroner direkte knyttet til aktørene innen utendørs opplevelser. De resterende 2,9 milliardene i verdiskaping er knyttet til aktiviteter i bakover i verdikjeden.

## 3.2 Geografiske ringvirkningseffekter

Ettersom utendørs opplevelser i stor grad er betinget av naturen vil det være geografiske forskjeller i hvor verdiene og sysselsettingen finner sted. Slik Figur 3.2 viser finner vi at sysselsettingen i bransjen skapes på tvers av landes fylkesgrenser. Likevel varierer nivået, hvor det er Viken<sup>7</sup> og Troms og Finnmark (inkl. Svalbard)<sup>8</sup> som sysselsetter flest personer i bransjen. Disse to fylkene utgjør nesten 35 prosent av samlede sysselsettingseffektene (direkte og indirekte). Innlandet, Vestland og Oslo er også relativt store der hvert fylke har i overkant av 1 000 sysselsatte.

Figur 3.2: Direkte og indirekte sysselsettingseffekter av utendørs opplevelser, fordelt på fylker i 2022. Kilde: Menon Economics



Figur 3.3 viser de samlede verdiskapingseffektene fordelt på fylkesnivå, hvor vi finner at Viken hadde klart høyest verdiskapingseffekt i 2022, med om lag 1,3 milliarder kroner i totale effekter. Vikens verdiskaping utgjør med det nesten 20 prosent av all verdiskapingen. Like etter finner vi Vestland, Innlandet og Oslo, med henholdsvis 881 og 841 og 834 millioner i totale verdiskapingseffekter.

Figur 3.3 Samlede verdiskapingseffekter (i millioner kroner) av utendørs opplevelser, fordelt på fylker i 2022. Kilde: Menon Economics



<sup>7</sup> Viken er et stort fylke, med et betydelig næringsliv. I 2022 utgjorde det totale næringslivet i Viken fylke 18 prosent av samlet verdiskaping i Norge. En rekke aktørers innkjøp i ulike bransjer vil derfor stamme fra aktører lokalisert i Viken, som også fører til store indirekte sysselsettings- og verdiskapingseffekter i dette fylket. For bransjen med utendørs opplevelser er dette intet unntak.

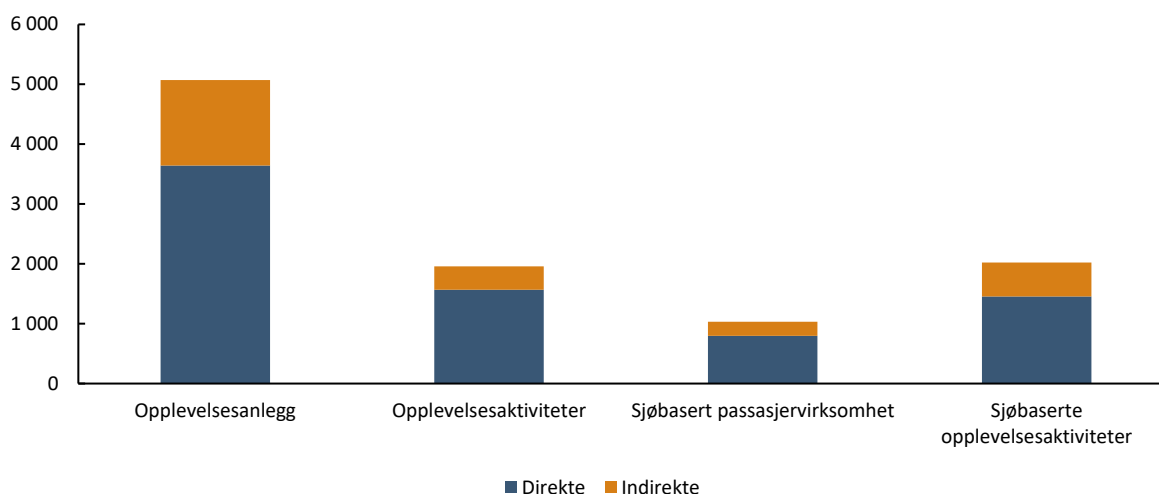
<sup>8</sup> Sysselsettings- og verdiskapingseffekter avledet av opplevelsesaktiviteter på Svalbard er inkludert under tall for Troms og Finnmark. Årsaken til det er at det ikke finnes data på handelsflyten (kryssløp) mellom Svalbard og fastlands-Norge som analysen bygger på. Alle de økonomiske effektene er likevel fanget opp i analysen.

### 3.3 Ringvirkningseffekter av segmentene

På lik linje med den geografiske fordelingen av ringvirkningseffektene, finner vi at sysselsettings- og verdiskapingseffektene også varierer på tvers av segmentene innen utendørs opplevelser.

Slik Figur 3.4 under illustrerer, finner vi at segmentet for opplevelsesanlegg var det største segmentet innen utendørs opplevelser i 2022, både når det gjelder sysselsetting fra aktørene i bransjen (direkte), men også når det gjelder indirekte sysselsetting i leverandørkjeden. Totalt sett hadde opplevelsesanlegg-segmentet nærmere 5 100 sysselsatte i 2022. Dette tilsvarer 50 prosent av de samlede sysselsettingseffektene av utendørs opplevelser. Videre finner vi at opplevelsesaktiviteter hadde totale sysselsettingseffekter på nærmere 2 000 sysselsatte i 2022. Sjøbasert passasjervirksomhet og sjøbaserte opplevelsesaktiviteter hadde samlede sysselsettingseffekter på henholdsvis 1 050 og 2 000 i 2022. Våre beregninger tilsier at aktørene innen opplevelsesanlegg og sjøbaserte opplevelsesaktiviteter hadde flere sysselsatte i leverandørkjeden per direkte sysselsatt i gjennomsnitt, enn aktørene innen opplevelsesaktiviteter og sjøbasert passasjervirksomhet. Dette innebærer større varekjøp i verdikjeden hos disse aktørene, enn de resterende.

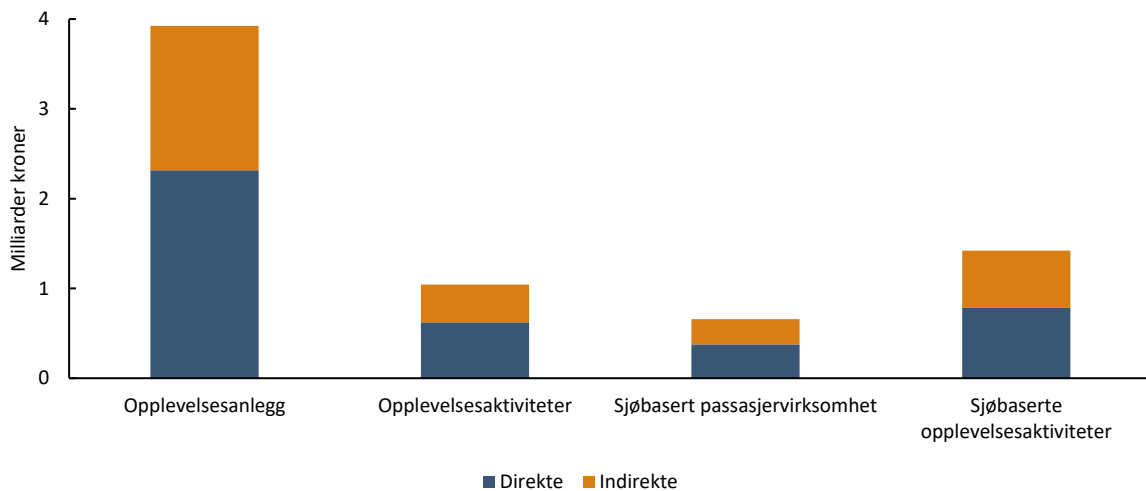
**Figur 3.4: Samlede sysselsettingseffekter som følge av utendørs opplevelsesvirksomhet i 2022, fordelt på segment. Kilde: Menon Economics**



På lik linje med sysselsettingseffektene finner vi at det var aktørene innen segmentet for opplevelsesanlegg som totalt sett hadde de største samlede verdiskapingseffektene i 2022, som illustrert av Figur 3.5 under.

Verdiskapingseffektene fra aktørene innen opplevelsesanlegg beregner vi at utgjorde om lag 4 milliarder kroner i 2022, som tilsvarer 56 prosent av bransjens samlede verdiskapingseffekter dette året. Blant disse 4 milliarder kronene i samlede verdiskapingseffekter var 2,3 milliarder kroner direkte verdiskaping. De direkte verdiskapingseffektene fra de resterende segmentene var i 2022 på 1,8 milliarder kroner. Totalt sett utløste dette indirekte verdiskaping i verdikjeden på om lag 1,3 milliarder kroner i 2022.

**Figur 3.5: Samlede verdiskapingseffekter (i milliarder kroner) som følge av utendørs opplevelsesvirksomhet i 2022, fordelt på opplevelsessegment. Kilde: Menon Economics**



Ikke unaturlig vil sysselsettings- og verdiskapingseffektene på tvers av segmentene variere på tvers av landets fylkesgrenser. Tabellen under oppsummerer geografiske forskjeller i sysselsettings- og verdiskapingseffekter mellom de ulike segmentene. For aktørene innen segmentet for opplevelsesanlegg utgjør østlandsfylkene Viken, Innlandet og Oslo 54 prosent av sysselsettings- og verdiskapingseffektene fra dette segmentet. Viken og Oslo er ofte gjengangere blant de største fylkene, både når det gjelder sysselsetting og verdiskaping.

**Tabell 3.1: De tre største fylkene sortert etter samlet verdiskapingseffekt for hvert segment, og disse tre fylkenes sysselsettings- og verdiskapingsandel av samlede effekter innen hvert segment. Kilde: Menon Economics<sup>9</sup>**

Segment	Tre største fylker (verdiskapingseffekter)	Sysselsettingsandel	Verdiskapingsandel
Opplevelsesanlegg	Viken, Innlandet, Oslo	54 %	54 %
Opplevelsesaktiviteter	Troms og Finnmark, Oslo, Viken	55 %	58 %
Sjøbasert passasjervirksomhet	Vestland, Oslo, Viken	38 %	50 %
Sjøbaserte opplevelsesaktiviteter	Vestland, Troms og Finnmark og Svalbard, Trøndelag	36 %	40 %

<sup>9</sup> Se Geografiske ringvirkingsresultater på segmentnivå i vedlegg C for mer informasjon om geografiske verdiskapings- og sysselsettingseffekter fordelt på de fire segmentene.



### 3.4 Effekter av utendørs opplevelser på reiselivsnæringen

Reiselivsnæringen består av mange små bedrifter fra flere virksomhetstyper; hoteller, restauranter, transportbedrifter, formidling, skiheiser, opplevelsesanlegg og butikker. Verdikjeden i de ulike virksomhetene er til dels svært forskjellige. Det som binder bedrifter fra disse virksomhetstypene sammen og gjør dem til reiselivsbedrifter, er det faktum at de lever av mennesker på reise - turister, forretningsreisende, kurs- og konferansegjester, arrangementsgjester o.l. Markedet etterspør helhetlige produkter, hvor ofte overnatting, servering, transport og opplevelser inngår. Det innebærer at bedriftene leverer komplementære produkter. Verdien av en flyreise til Lofoten er avhengig av hva slags tilbud som finnes på stedet, og kundenes betalingsvillighet for en hotellseng avhenger av om det finnes blant annet gode restauranter, opplevelsestilbud og gode turstier på stedet. I enda større grad er verdien av de enkelte reiselivsproduktene avhengig av ikke-kommersielle natur- og kulturgoder i området.

Hvor stor effekt utendørs opplevelser har på andre deler av reiselivsnæringen avhenger av hva som er gjestenes «reason to go», med andre ord hva som har størst attraksjonskraft på gjestene. Her er spennvidden stor: Den ene ytterligheten er at utendørs opplevelser er den primære «reason to go» for alle gjester. I så fall vil økningen i verdiskapingen være proporsjonal med utendørs opplevelsesbedrifter sin andel av næringens samlede verdiskaping. Den andre ytterligheten er at de utendørs opplevelsene ikke har noen attraksjonskraft overhodet. I så fall vil ikke de utendørs opplevelsene legge noe grunnlag for verdiskaping i resten av reiselivsnæringen. Begge ytterligheter er like urealistiske. Vi vet at utendørs opplevelser har en sterk attraksjonskraft, noe Innovasjon Norges Turistundersøkelse dokumenterer.<sup>10</sup> Hvor sterk kraften er, og dermed hvor stor verdiskaping som genereres i resten av næringen som følge av dette, finnes det ingen systematiske målinger av. Vi legger derfor en *forsiktig* antakelse til grunn om at verdiskapingen som følge av utendørs opplevelser vil generere *like stor verdiskaping* i de øvrige delene av reiselivsnæringen. Med andre ord legger vi til grunn at reiselivsbransjene transport, formidling, servering og overnatting samlet vil generere 4,1 milliarder kroner i verdiskaping som følge av utendørs opplevelser. Vår vurdering er at dette nivået er konservativt, både fordi det er godt dokumentert at de utendørs opplevelsene er en sentral motivasjonsfaktor for å reise i og til Norge, og fordi disse opplevelsene kun utgjør en liten andel av gjestenes samlede forbruk.<sup>11</sup> Regneøvelsen som følger bør tolkes med varsomhet som en eksempelberegning og ikke en dokumentert effekt.<sup>12</sup>

---

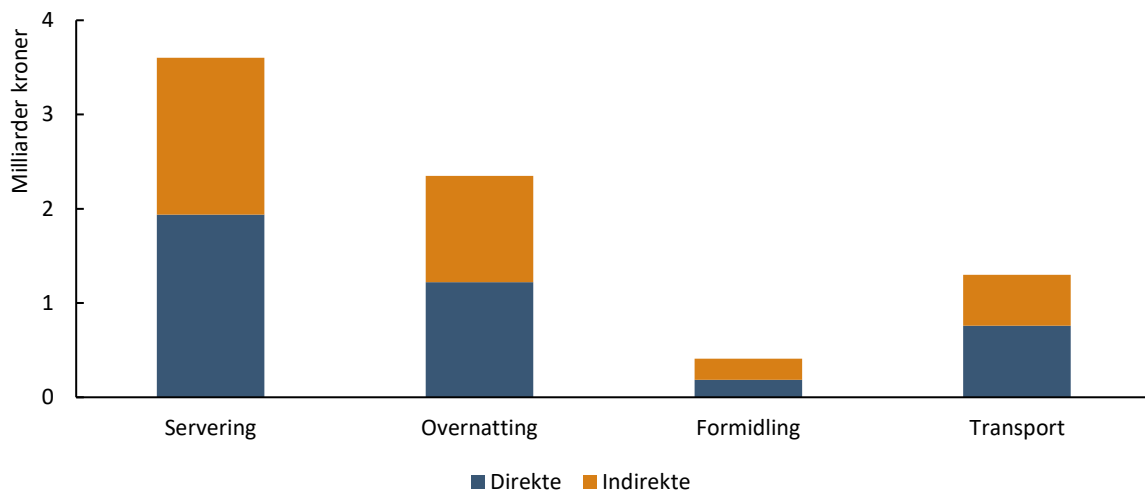
<sup>10</sup> Visit Norway (2023). Tilgjengelig [her](#).

<sup>11</sup> Det betyr at små endringer i forbruket av utendørs opplevelser vil følges av store endringer i totalt forbruk.

<sup>12</sup> For å beregne verdiskapings- og sysselsettingseffektene avledet av utendørs opplevelser tar vi utgangspunkt i Menons regnskapsdatabase. Vi benytter verdiskapingsfordelingen på tvers av bransjene servering, overnatting, formidling og transport som utgangspunkt for beregningene. Videre beregner vi hvor mange sysselsatte dette i snitt tilsvarer i de ulike bransjene. Dette brukes videre som utgangspunkt for beregning av ringvirkningseffekter.

Dersom de øvrige bransjene i reiselivsnæringen til sammen skaper tilsvarende verdier som utendørs opplevelser, finner vi at disse bransjene til sammen vil generere 7,7 milliarder kroner i samlede verdiskapingseffekter. Denne addisjonale verdiskapingen som følger av utendørs opplevelser antar vi at fordeler seg i henhold til bransjenes relative størrelse nasjonalt.<sup>13</sup> Både de direkte og indirekte verdiskapingseffektene illustreres i Figur 3.6 under.

**Figur 3.6: Samlede verdiskapingseffekter i andre reiselivsbransjer som følge av aktiviteter innen utendørs opplevelser.**  
Kilde: Menon Economics



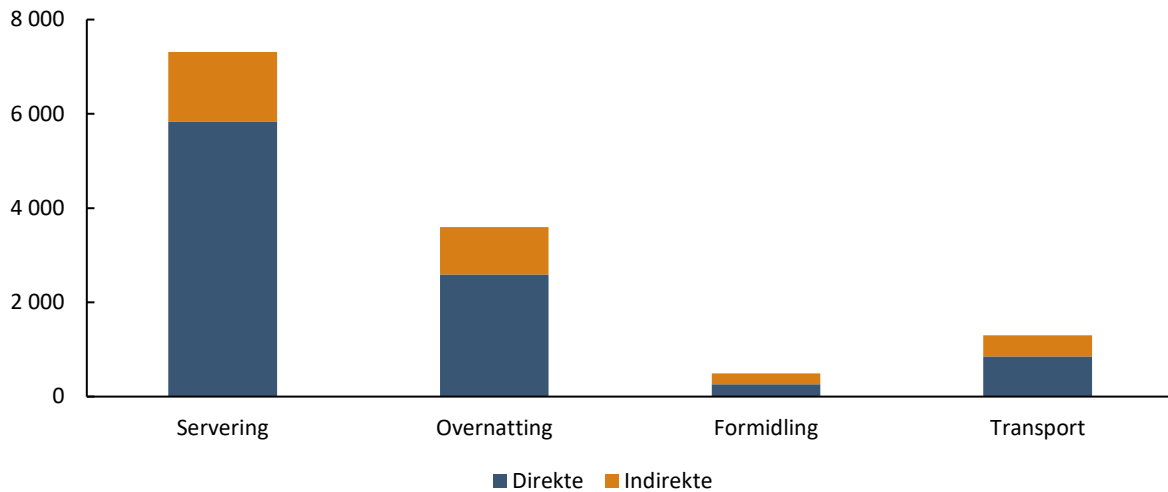
Av figuren over finner vi at serverings- og overnattingsbransjen i 2022 hadde henholdsvis 1,9 og 1,2 milliarder kroner i direkte verdiskaping som følge av utendørs opplevelser. Formidlingsbransjen er den minste reiselivsbransjen og utgjorde i 2022 kun 4 prosent av samlet verdiskaping i reiselivsnæringen. På bakgrunn av dette beregner vi at den direkte verdiskapingen i formidlingsbransjen som følge av utendørs opplevelser utgjorde 185 millioner kroner i 2022. Tilsvarende finner vi at de direkte verdiskapingseffektene i transportbransjen utgjorde 758 millioner kroner.

Vi finner at de indirekte verdiskapingseffektene avledet av utendørs opplevelser i de øvrige reiselivsbransjene utgjorde 3,6 milliarder kroner i 2022. Også de indirekte effektene varierer betraktelig på tvers av reiselivets fire øvrige bransjer. Serverings- og overnattingsbransjen er bransjene hvor de indirekte effektene er størst, på henholdsvis 1,7 og 1,1 milliarder kroner i 2022. Videre finner vi at formidlings- og transportbransjen hver har indirekte verdiskaping på henholdsvis 225 millioner kroner og 540 millioner kroner.

<sup>13</sup> Med andre ord har vi for eksempel lagt til grunn at 47 prosent av verdiskapingen finner sted i serveringsbransjen fordi serveringsbransjen utgjør 47 prosent av verdiskapingen i reiselivet (ekskludert opplevelsesbransjen) i 2022.

Når vi ser på sysselsetting, finner vi også store forskjeller i samlede effekter på tvers av reiselivets fire øvrige bransjer, som vist i Figur 3.7. Totalt sett beregner vi at aktivitetene i reiselivets fire øvrige bransjer la grunnlaget for 12 700 hel- og deltidsansatte, som følge av aktiviteten innen utendørs opplevelser.

**Figur 3.7: Samlede sysselsettingseffekter i andre reiselivsbransjer som følge av aktiviteter innen utendørs opplevelser.**  
Kilde: Menon Economics



Blant de totalt 12 700 hel- og deltidsansatte, beregner vi for 2022 at 9 540 av disse er direkte tilknyttet reiselivsbransjene servering, overnatting, formidling og transport. Den indirekte sysselsettingseffekten som følge av denne aktiviteten beregner vi til å utgjøre totalt 3 170 hel- og deltidsansatte i 2022. Av figuren over finner vi at det også her er serverings- og overnattingsbransjen som har de største samlede sysselsettingseffektene som kan tilskrives utendørs opplevelser, med henholdsvis 7 320 og 3 600 hel- og deltidsansatte. Transport- og formidlingsbransjen beregner vi til å være de to minste bransjene, med henholdsvis 1 300 og 500 hel- og deltidsansatte.

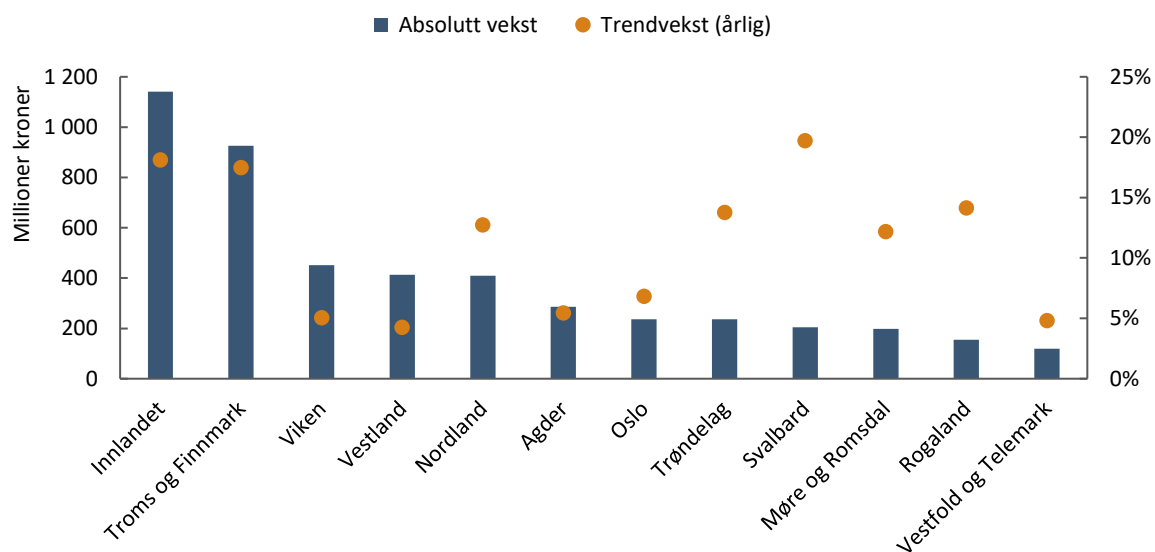
# Vedlegg

## A. Økonomiske nøkkeltall fordelt på fylker

Tabell A.1: Utvikling i verdiskaping for opplevelser utendørs, fordelt på fylke. Tallene er oppgitt i tusen kroner. Kilde: Menon Economics

Fylke	2012	2022	Absolutt vekst 2012-2022	Trendvekst 2012-2022
Innlandet	145 688	615 595	469 907	16 %
Vestland	201 867	485 835	283 968	9 %
Viken	359 524	473 830	114 306	3 %
Troms og Finnmark	93 648	461 276	367 628	17 %
Agder	225 347	338 522	113 175	4 %
Oslo	95 286	230 946	135 660	9 %
Nordland	67 786	208 178	140 392	12 %
Vestfold og Telemark	69 301	146 113	76 812	8 %
Møre og Romsdal	35 767	132 582	96 815	14 %
Trøndelag	37 429	132 341	94 912	13 %
Svalbard	14 530	106 568	92 038	22 %
Rogaland	22 677	88 634	65 957	15 %

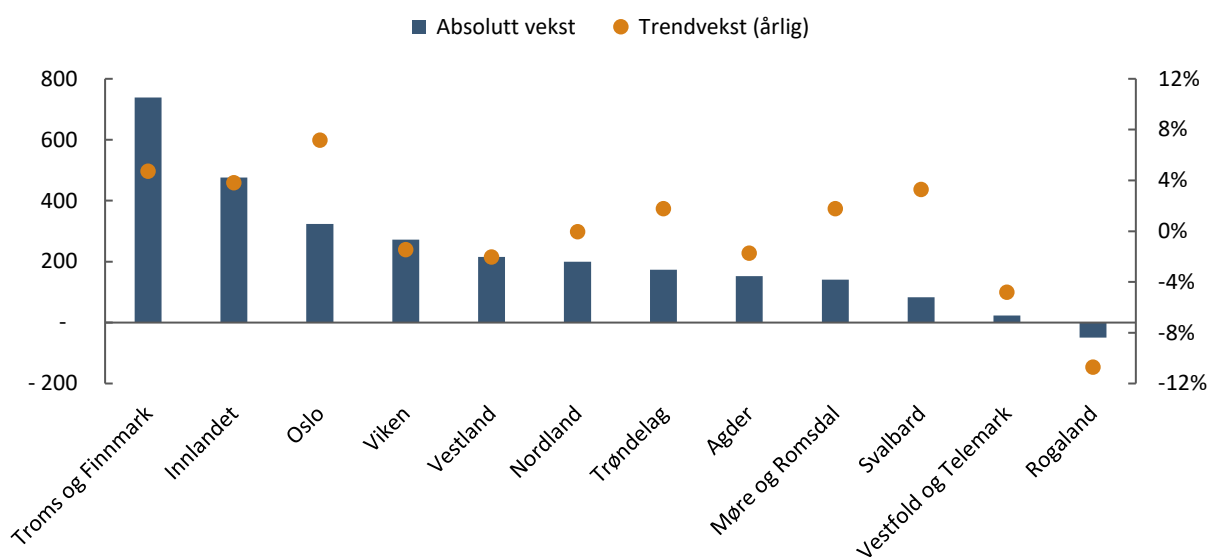
Figur A.1: Vekst i omsetning innen utendørs opplevelser i perioden 2012 til 2022, ekskludert enkeltpersonforetak. Kilde: Menon Economics



Tabell A.2: Utvikling i omsetning for opplevelser utendørs, fordelt på fylke. Tallene er oppgitt i tusen kroner. Kilde: Menon Economics

Fylke	2012	2022	Absolutt vekst 2012-2022	Trendvekst 2012-2022
Innlandet	265 888	1 406 512	1 140 624	18 %
Vestland	801 487	1 214 880	413 393	4 %
Viken	707 317	1 159 064	451 747	5 %
Troms og Finnmark	230 890	1 156 567	925 677	17 %
Agder	409 546	695 567	286 021	5 %
Nordland	176 895	586 592	409 697	13 %
Oslo	252 925	489 411	236 486	7 %
Trøndelag	89 538	325 218	235 680	14 %
Vestfold og Telemark	198 749	318 307	119 558	5 %
Møre og Romsdal	91 527	289 143	197 616	12 %
Svalbard	40 515	244 724	204 209	20 %
Rogaland	56 444	211 791	155 348	14 %

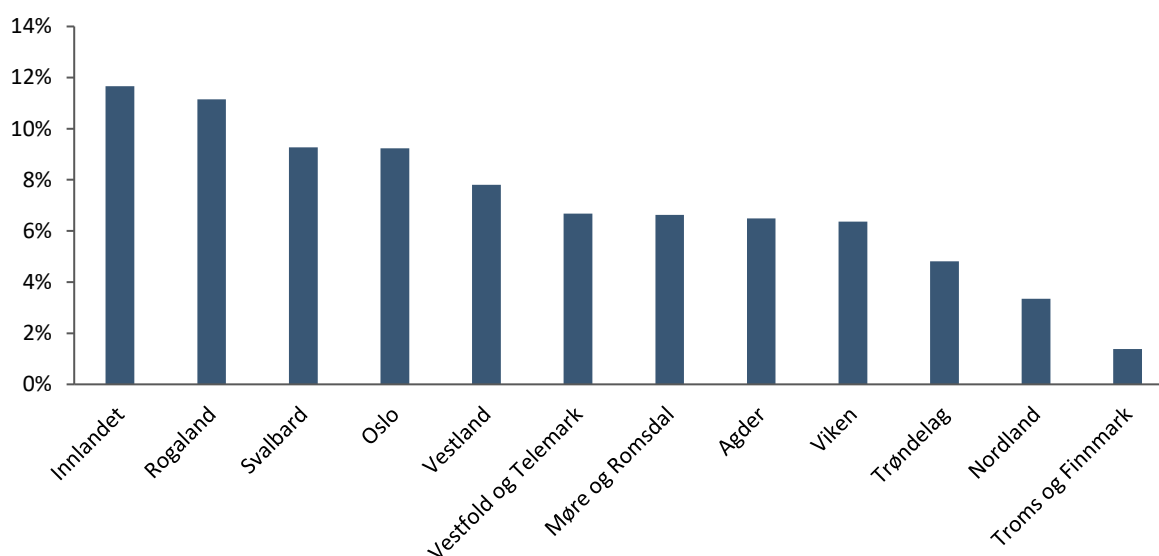
Figur A.2: Vekst i sysselsetting innen utendørs opplevelser i perioden 2012 til 2022, ekskludert enkeltpersonforetak. Kilde: Menon Economics



Tabell A.3: Utvikling i sysselsetting for opplevelser utendørs, fordelt på fylke. Kilde: Menon Economics

Fylke	2015	2022	Absolutt vekst 2015-2022	Trendvekst 2015-2022
Troms og Finnmark	641	1 380	739	5 %
Viken	670	942	272	-1 %
Innlandet	464	940	476	4 %
Vestland	614	829	215	-2 %
Nordland	361	561	200	0 %
Agder	401	553	152	-2 %
Oslo	212	536	324	7 %
Trøndelag	227	400	173	2 %
Møre og Romsdal	184	325	141	2 %
Vestfold og Telemark	221	244	23	-5 %
Svalbard	87	170	83	3 %
Rogaland	166	117	- 49	-11 %

Figur A.3: Driftsmargin for opplevelser utendørs i 2022, fordelt på fylker. Kilde: Menon Economics



Tabell A.4: Driftsmargin fordelt på fylke

Fylke	2012	2022
Innlandet	7 %	12 %
Rogaland	5 %	11 %
Svalbard	-8 %	9 %
Oslo	-4 %	9 %
Vestland	4 %	8 %
Vestfold og Telemark	3 %	7 %
Møre og Romsdal	-1 %	7 %
Agder	10 %	6 %
Viken	8 %	6 %
Trøndelag	0 %	5 %
Nordland	3 %	3 %
Troms og Finnmark	3 %	1 %

## B. Om Menons ringvirkningsmodell

Aktiviteten i ulike næringer i økonomien er tett bundet sammen. Det betyr at en endring i etterspørselen fra en næring vil påvirke aktiviteten i andre næringer, og dermed påvirke norsk sysselsetting, verdiskaping og skatteinnang. Sagt på en annen måte vil den økonomiske aktiviteten hos en aktør føre til økt produksjon og etterspørsel hos hovedleverandører og underleverandører der igjen. Dette støtte opp under både verdiskaping og sysselsetting hos disse aktørene.

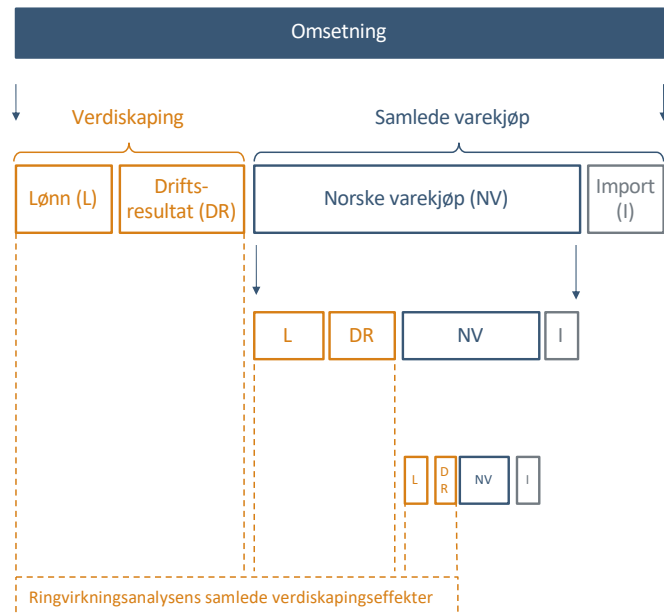
For hver bedrift i verdikjeden kan vi dele opp omsetningen i fire hovedkategorier – norske varekjøp, utenlandske varekjøp, driftsresultat og lønnskostnader. Summen av driftsresultatet og lønnskostnadene defineres som verdiskaping, og reflekterer avkastning på henholdsvis kapital og arbeidskraft. Figuren under illustrerer hvordan

økonomisk aktivitet hos en aktør har effekter i verdikjeden. Summen av de oransje boksene i alle ledd utgjør de samlede verdiskapingseffektene.

Modellen vi benytter i denne rapporten tar utgangspunkt i de enkelte bedriftene i opplevelsesbransjen. Vi besitter regnskapsinformasjon på alle selskapene som omfattes av opplevelsesbransjen. Direkte verdiskaping og sysselsetting blir dermed målt svært presist. For å beregne verdiskapings- og sysselsettingseffekter av opplevelsesbransjens aktivitet benytter vi SSB sin kryssløpsmatrise.

SSB sin kryssløpsmatrise viser omfanget av leveranser, sysselsetting, skatter og avgifter, samt import og eksport i 64 NACE-næringer. Det er dette som danner grunnlaget for vår modell. Beregningene starter ved at vi plasserer opplevelsesbransjens samlede økonomiske fotavtrykk, i form av omsetning og verdiskaping, i næringskategoriene de hører hjemme. Vi kan dermed beregne verdiskapings- og sysselsettingseffektene basert på dette.

**Figur B.1: Verdiskapingseffekter fra ledd bakover i verdikjeden.**  
Kilde: Menon Economics



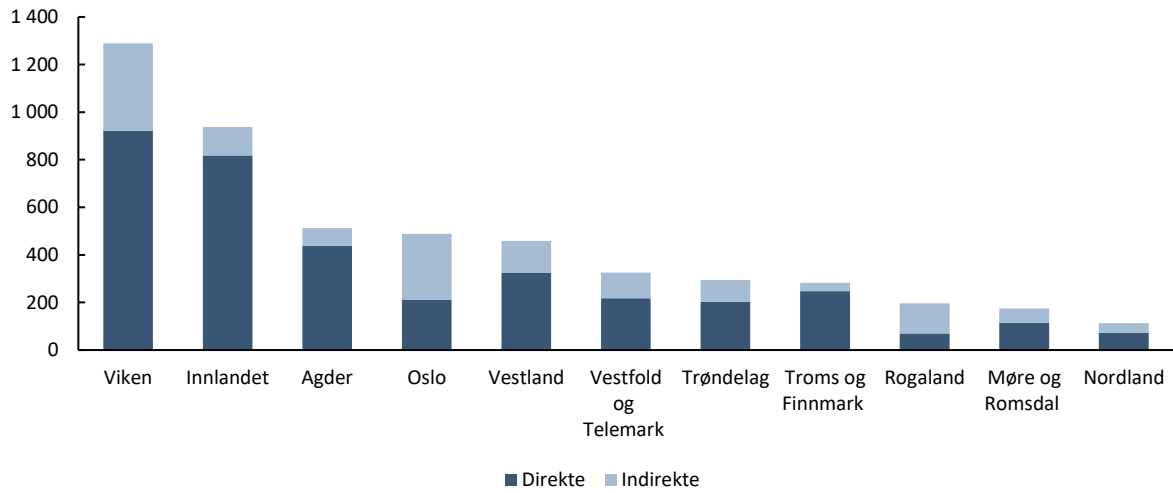
For å fremstille de varene og tjenestene som bedriftene produserer, må de kjøpe varer og tjenester fra andre bedrifter i Norge, samt importere. SSB sin kryssløpsmatrise viser gjennomsnittlig import fra hver næring, samt en oversikt over leveranser mellom de 64 ulike næringene i statistikken. Med bakgrunn i dette kan vi beregne sysselsettingsimpulsen bakover i verdikjeden. For hvert ledd i verdikjeden blir sysselsettingsimpulsen stadig mindre. Vi beregner sysselsettingsimpulsen i uendelige ledd bakover, samtidig som betydningen av de bakerste leddene er tilnærmet null.

Det er viktig å være klar over at en ringvirkningsanalyse er en såkalt bruttoanalyse. Brutto verdiskaping er høyere enn netto verdiskaping. Bruttoverdiskaping inkluderer verdiskaping som kommer som følger av aktiviteten i opplevelsesbransjen, men sier ikke noe om den alternative anvendelsen av verken arbeidskraft eller kapital. Dersom det er mangel på arbeidskraft vil en del av sysselsettingseffektene man kommer fram til i en ringvirkningsanalyse bli hentet fra andre næringer, og fører dermed ikke til en økning i samlet norsk sysselsetting.

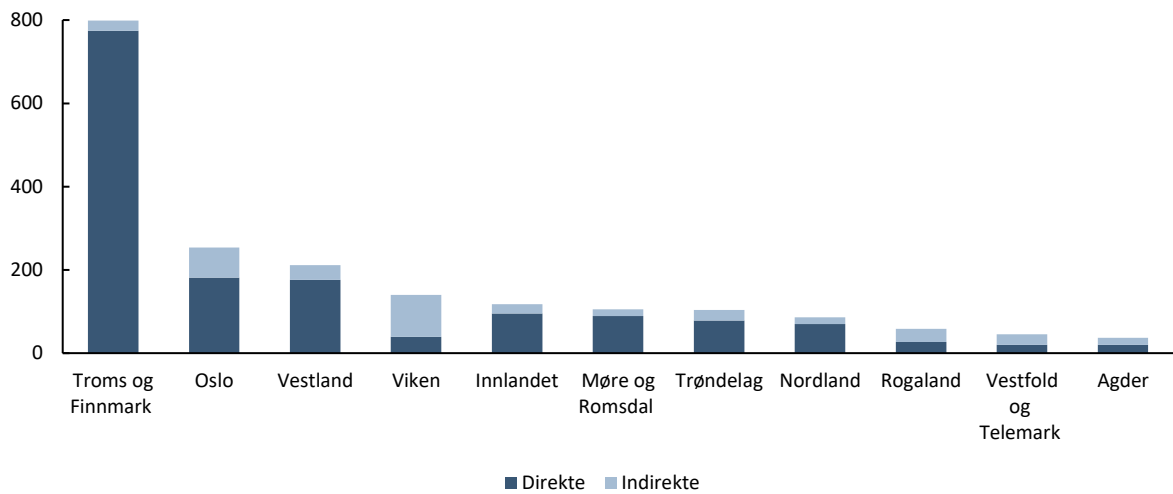


## C. Geografiske ringvirkningsresultater på segmentnivå

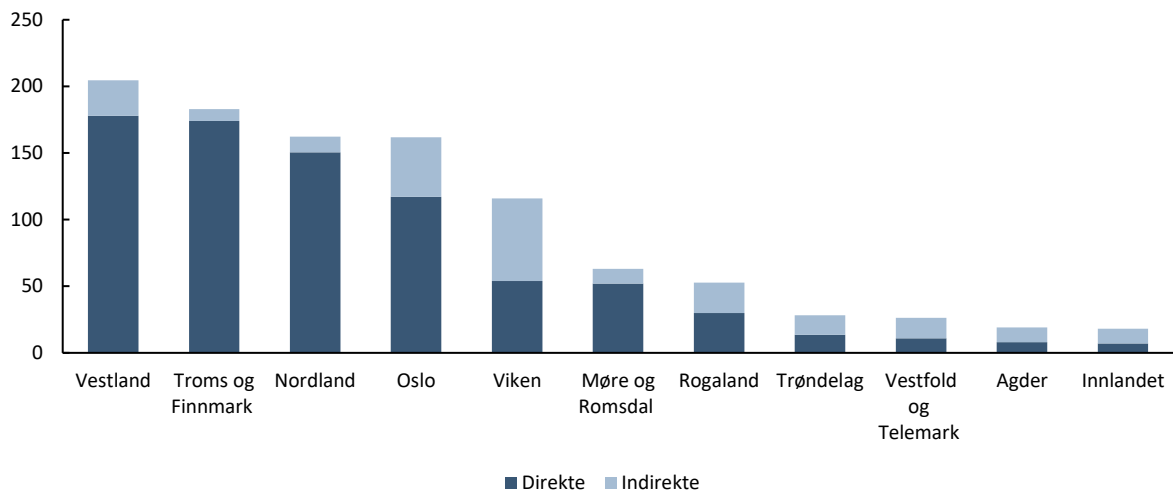
Figur C.1: Samlede sysselsettingseffekter fra opplevelsesanlegg, fordelt på fylke i 2022. Kilde: Menon Economics



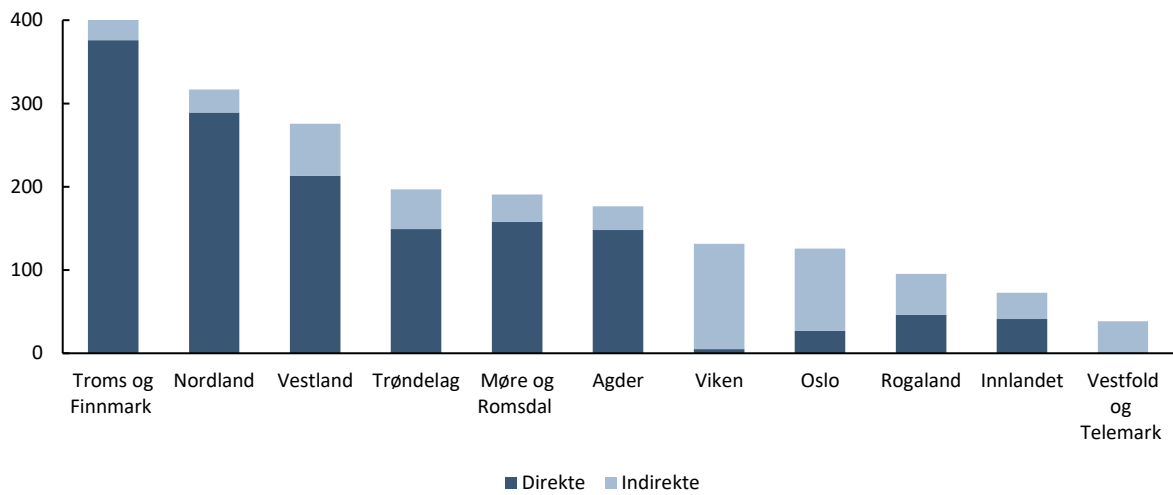
Figur C.2: Samlede sysselsettingseffekter fra opplevelsesaktiviteter, fordelt på fylke i 2022. Kilde: Menon Economics



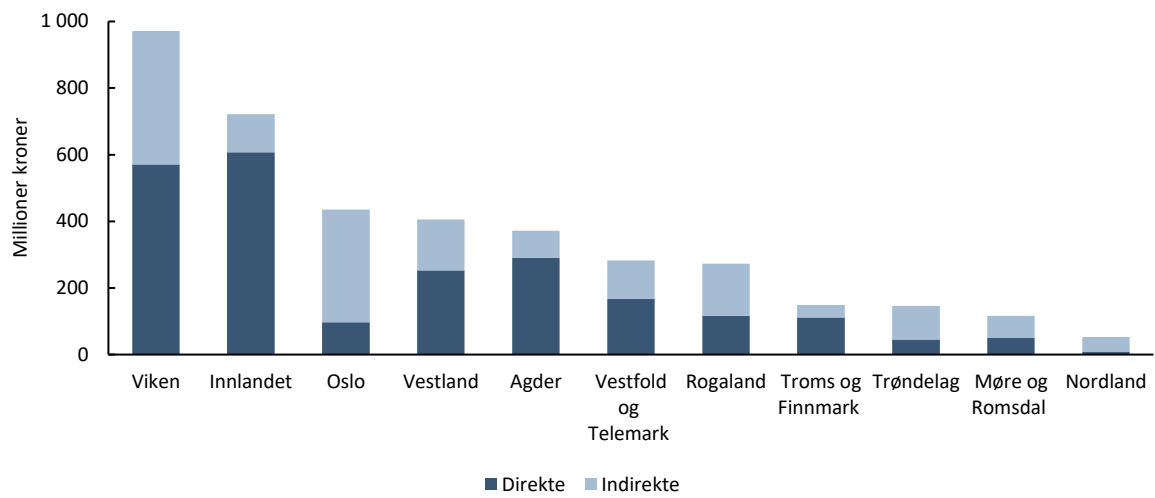
Figur C.3: Samlede sysselsettingseffekter fra sjøbasert passasjervirksomhet, fordelt på fylke i 2022. Kilde: Menon Economics



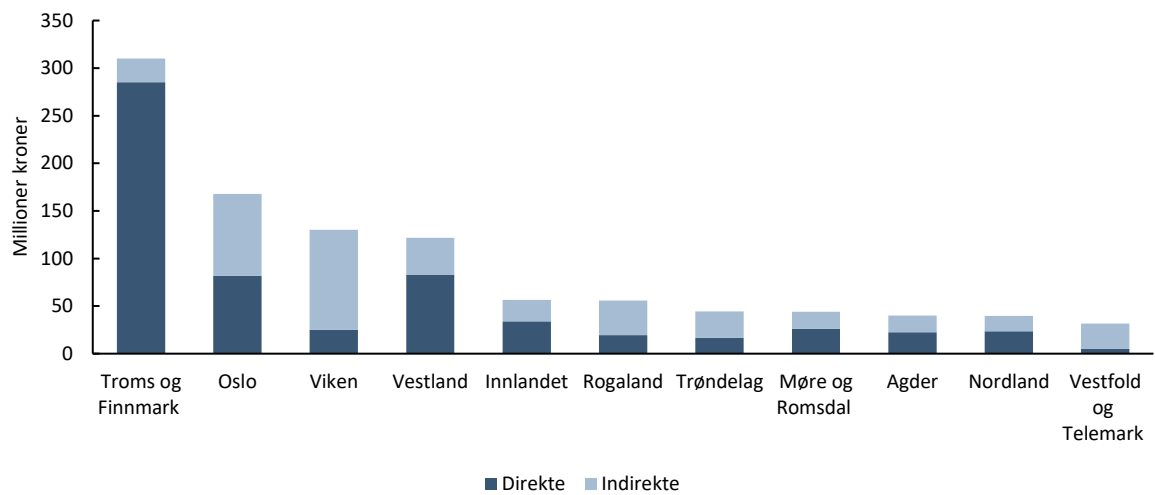
Figur C.4: Samlede sysselsettingseffekter fra sjøbaserte opplevelsesaktiviteter, fordelt på fylke i 2022. Kilde: Menon Economics



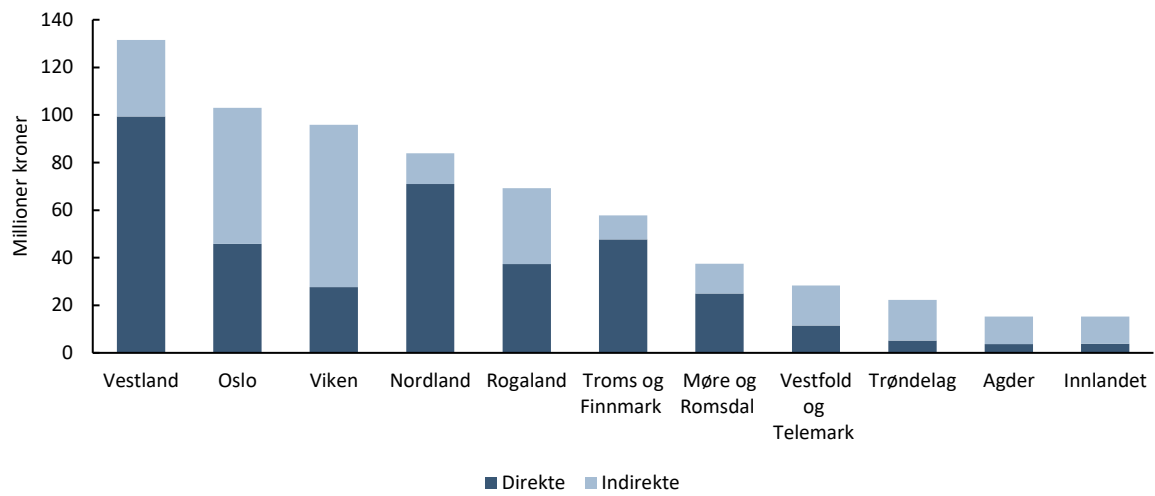
Figur C.5: Samlede verdiskapingseffekter fra opplevelsesanlegg, fordelt på fylke i 2022. Kilde: Menon Economics



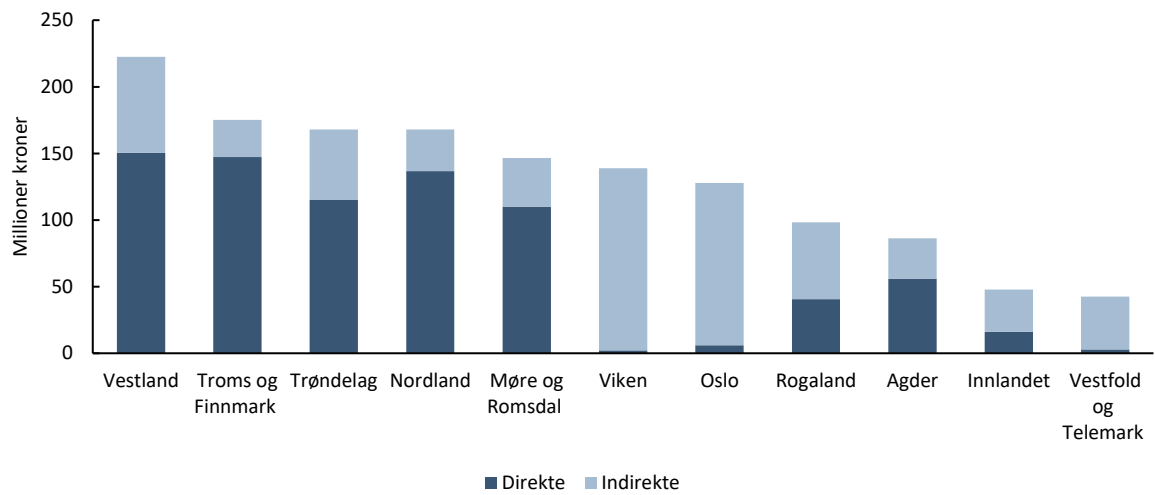
Figur C.6: Samlede verdiskapingseffekter fra opplevelsesaktiviteter, fordelt på fylke i 2022. Kilde: Menon Economics



Figur C.7: Samlede verdiskapingseffekter fra sjøbasert passasjervirksomhet, fordelt på fylke i 2022. Kilde: Menon Economics



Figur C.8: Samlede verdiskapingseffekter fra sjøbaserte opplevelsesaktiviteter, fordelt på fylke i 2022. Kilde: Menon Economics





Menon Economics analyserer økonomiske problemstillinger og gir råd til bedrifter, organisasjoner og myndigheter. Vi er et medarbeidereiet konsultentselskap som opererer i grenseflatene mellom økonomi, politikk og marked. Menon kombinerer samfunns- og bedriftsøkonomisk kompetanse innenfor fagfelt som samfunnsøkonomisk lønnsomhet, verdsetting, nærings- og konkurranseøkonomi, strategi, finans og organisasjonsdesign. Vi benytter forskningsbaserte metoder i våre analyser og jobber tett med ledende akademiske miljøer innenfor de fleste fagfelt. Alle offentlige rapporter fra Menon er tilgjengelige på vår hjemmeside [www.menon.no](http://www.menon.no).

+47 909 90 102 | [post@menon.no](mailto:post@menon.no) | Sørkedalsveien 10 B, 0369 Oslo | [menon.no](http://menon.no)