

# DESTINASJONSANALYSE TRØNDELAG



## Forord

Menon har utarbeidet ni destinasjonsanalyser for ulike regioner i Norge, hvorav destinasjonsanalysen av Trøndelag 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

Prosjektleder

Menon Economics

Erik Jakobsen

Ansvarlig partner

Menon Economics

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

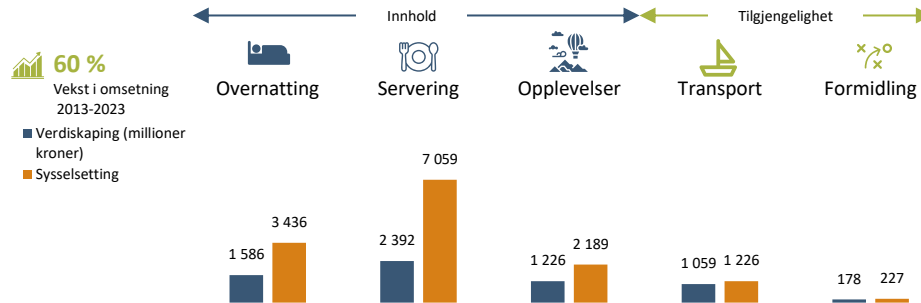
### Markedsperspektivet (2023)

**4,8 mill. gjestedøgn i regionen...** ...som legger grunnlag for



### Næringsperspektivet (2023)

Reiselivsnæringsens fem bransjer og deres økonomiske betydning



### Trøndelags særpreg, muligheter og utfordringer

#### Særpreg

- Trøndelag er en mangfoldig region, med fjord, fjell, daler, skog og skjærgård.
- Det er en høy andel nordmenn og yrkesreisende blant de tilreisende.
- Serveringsbransjen er en stor og betydningsfull bransje og regionen er kjent for måltidsturisme.

#### Muligheter

- Arbeide videre med satsingen på måltidsturisme. Mer måltidsturister bidrar med relativt mye verdiskaping, de er lite sesonghengige og vil spre aktiviteten både i byen og i distriktene.
- Trøndelag kan satse mer på formidling og markedsføring av regionens rike historie.

#### Utfordringer

- Det er behov for å synliggjøre hva Trøndelag har å by på gjennom et koordinert arbeid med markedsføring. Dermed vil Trondheims tiltrekningskraft øke for norske og utenlandske feriereisende.
- Trøndelag har en lav andel utenlandske turister.

# Innhold

Reiselivet i Trøndelag

Markedsperspektivet – tilreisende i Trøndelag

Næringsperspektivet – reiselivsnæringen i Trøndelag

Vedlegg

## Trøndelag er en europeisk matregion og byr på et bredt spekter lokale matopplevelser

Trøndelag<sup>1</sup> fylke ligger plassert midt i landet som en del av Midt-Norge. Den største byen er Trondheim som med sine over 200 000 innbyggere er Norges tredje største by.

Trøndelag har et variert landskap som strekker seg fra fjell til kyst. Regionen har syv nasjonalparksområder i innlandet hvor det er godt tilrettelagt for vandring, jakt, laksefiske i elvene og skiturer. Midt blant vernede naturområder i innlandet finnes også høyfjellssenteret Oppdal som blant annet har et av landets største alpinanlegg.

Omkranset av nasjonalparker finnes den gamle bergstaden Røros som er en av de få gruvebyene i verden som er oppført på UNESCOs liste over verdens kulturarv. Trondheim har også en rik historie og et bredt kulturelt tilbud som Nidarosdomen og en rekke museer. Trøndelag er i tillegg kjent som en europeisk matregion med ulike typer lokalmat og flere restauranter med Michelin-stjerne.

Trøndelag er godt tilgjengelig med hovedveiene E6 og E39 som går gjennom regionen, og jernbanen som forbinder Trondheim med både nord og sør. Videre finner vi Trondheim lufthavn, Værnes, som tilbyr både nasjonale og internasjonale flyvninger. Dette gjør Trøndelag lett tilgjengelig for besøkende fra hele verden.

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



## Særpreget, muligheter og utfordringer for reiselivet i Trøndelag

### Særpreget

- Trøndelag er en mangfoldig region, med fjord, fjell, dal, skog og skjærgård.
- Det er en høy andel nordmenn og yrkesreisende blant de tilreisende.
- Serveringsbransjen er særlig betydningsfull. Den utgjør en relativt stor andel av reiselivets omsetning og regionen er kjent nasjonalt og internasjonalt for mat- og måltidsturisme.

### Muligheter

- Selv om Trøndelag har kommet en god vei med måltidsturismen, er det fortsatt et urealisert potensial. Mer måltidsturister bidrar med relativt mye verdiskaping, de er lite sesongavhengige og vil spre aktiviteten både i byen og i distriktet. Det kan også bidra til å øke andelen utlendinger i regionen.
- Trøndelag kan satse mer på formidling og markedsføring av regionens rike historie.
- VM på ski (nordiske grener) i 2025 er en god anledning til å øke kjennskapet til Trøndelag internasjonalt.

### Utfordringer

- Noen vil mene regionen mangler særpreget når det gjelder naturbasert reiseliv. Det er behov for å synliggjøre hva regionen har å by på gjennom markedsføring. Reiselivet trenger flere bein å stå på enn måltidsturisme. Det er behov for et koordinert arbeid for å formidle dette, både til nasjonale og internasjonale turister.
- Trøndelag har en lav andel utenlandske turister. Turister som kommer langveisfra blir i gjennomsnitt lengre i regionen og legger igjen mer penger.

## Trondheim er en av landets sterkeste matdestinasjoner

Gunstige forhold for jordsmonn, havstrømmer og klima har gitt regionen et naturlig fortrinn for produksjon av råvarer av høy kvalitet. Regionen tilbyr en rekke ulike matopplevelser, fra besøk på Michelin-restauranter til gårdsutsalg av lokale spesialiteter. På grunn av fylkets kulinariske posisjon var Trondheim vertskap for prestisjetunge Bocuse d'Or Europa i 2024, og organiserte Oste-VM i 2023. Videre fikk Trøndelag status som Europas gastronomiregion i 2022. Ingen andre norske byer eller regioner har tidligere fått denne utnevnelsen. Samme år omtalte reisemagasinet Condé Nast Traveler Trøndelag som en av topp tre destinasjoner for matopplevelser, og en av deres 22 beste steder å reise til i 2022.<sup>1</sup>

I Norge arbeides det med en langsiktig satsing på måltidsturisme.<sup>2</sup> Årsaken til det er at denne typen turister er mindre sesongavhengige, samtidig som de bidrar med relativt mye verdiskapning sammenlignet med andre besøkende. I tillegg vil måltidsturisme legger til rette for spredning av turistene utover større deler av landet, også i distriktet. Trøndelag er i front av satsingen på mat og måltidsturisme i Norge – en nisje som har et stort potensial fremover.

*Lokalmat fra Trøndelag. Bilde: Olaf Deharde / Explore Trøndelag*



**SIRH+  
BOCUSE D'OR**  
EUROPE 2024 TRONDHEIM NORWAY

  
Trondheim  
**Oste-VM**  
26.-28. OKTOBER 2023

  
EUROPEAN REGION OF GASTRONOMY  
TRONDHEIM - TRØNDELAG  
AWARDED 2022

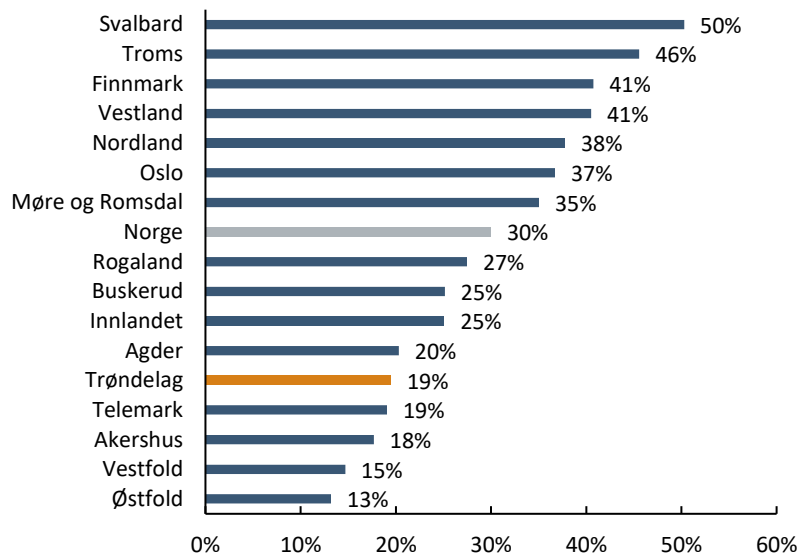
## Trøndelag har en relativt lav utenlandsandel på kommersielle overnattinger

19 prosent av gjestedøgnene på hotell og camping i Trøndelag kommer fra utlendinger. Trøndelag har med det den femte laveste utenlandsandelen og ligger godt under den nasjonale andelen på 30 prosent. Til sammenligning er utenlandsandelen i Vestland 41 prosent og Oslo 37 prosent, det vil si 21 og 18 prosentpoeng høyere. Alle de tre fylkene i nord har også betydelig høyere utenlandsandel enn Trøndelag. Utenlandsandelen er vesentlig høyere innenfor camping enn hotell i Trøndelag, henholdsvis 33 og 13 prosent.

Det går i dag direkteruter til Trondheim lufthavn fra en rekke land i Europa, blant annet Storbritannia, Tyskland og Nederland. Særlig besøkende fra Tyskland og Nederland toppe som regel besøksstatistikken til norske destinasjoner. Per i dag er det en overkommelig tilgjengelighet til disse markedene.

En av grunnene til en lav utenlandsandel kan være at Trondheim og Trøndelag mangler særpreg når det gjelder naturbasert reiseliv. Konkurransen kan dermed bli for sterk med etablerte destinasjoner i Fjord-Norge og Nord-Norge som er velkjente internasjonalt.

Utenlandsandel på hoteller og camping i fylkene i 2023. Kilde: SSB





# Innhold

Reiselivet i Trøndelag

Markedsperspektivet – tilreisende i Trøndelag

Næringsperspektivet – reiselivsnæringen i Trøndelag

Vedlegg

## Metode for beregning av økonomisk aktivitet som følger av tilreisende

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

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

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

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



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

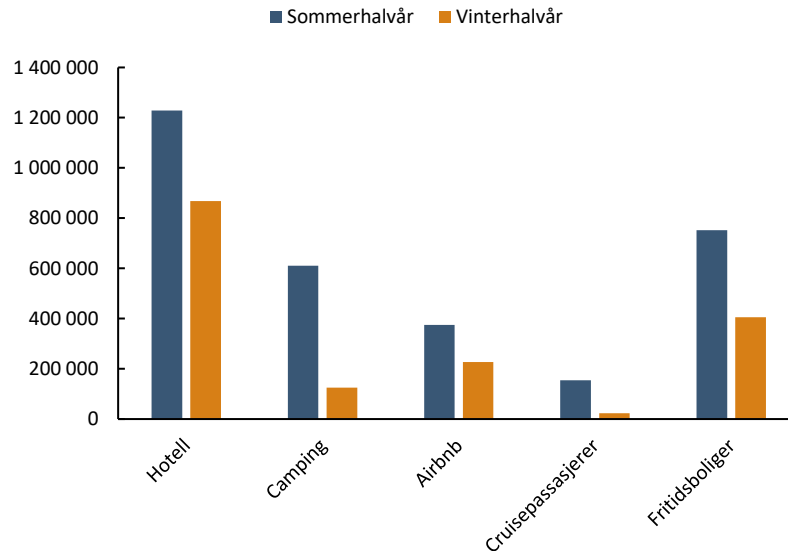
## Det var 4,8 millioner gjestedøgn i Trøndelag i 2023, hvorav nesten halvparten kommer fra hotell

I Trøndelag er det registrert totalt 4,8 millioner gjestedøgn i 2023. Gjestedøgnene fordeler seg på overnattingsformene hotell, camping, Airbnb, cruise og fritidsboliger.

Hotell er den mest populære overnattingsformen i regionen og står for om lag halvparten av gjestedøgnene. Det utgjør totalt 2,1 millioner gjestedøgn i 2023. I tillegg kommer 15 prosent av gjestedøgnene fra camping og 13 prosent fra Airbnb. Cruise er det minste segmentet i regionen med 178 000 cruisepassasjerer som anløp Trøndelag i 2023. Tilreisende til fritidsboliger som er bosatt utenfor regionen står for de resterende 1,2 millionene overnattingene i regionen.

65 prosent av gjestedøgnene foregår i sommerhalvåret, som er fra mai t.o.m. oktober. Cruise og camping er segmentene med størst sesongvariasjon der godt over 80 prosent av gjestedøgnene finner sted i sommerhalvåret. For hotell, Airbnb og fritidsboliger er den samme andelen på omtrent 60 prosent. Fordi disse segmentene er dominerende, kan Trøndelag karakteriseres som en reiselivsregion med en relativt jevn fordeling av gjestedøgn gjennom året sammenlignet med resten av landet der destinasjonene ofte har en tydelig sommervridning.

*Antall gjestedøgn i 2023 i Trøndelag 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

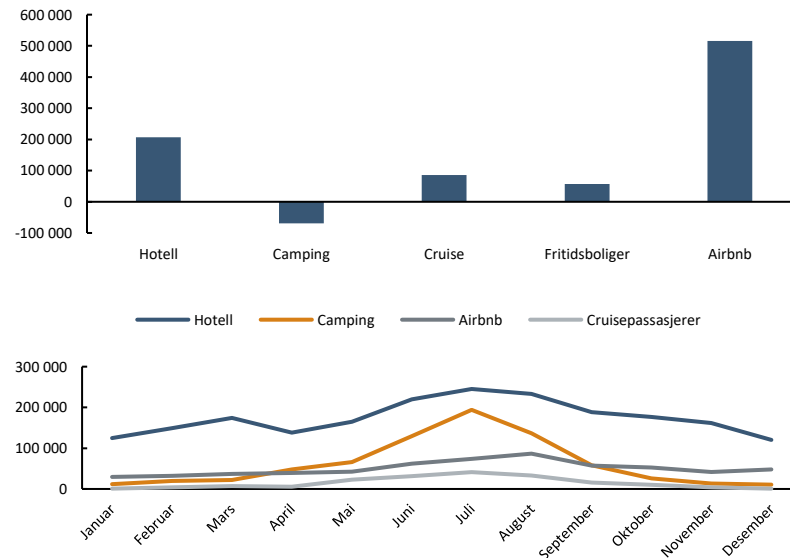
Totalt har antall gjestedøgn i Trøndelag økt med 800 000 fra 2016 til 2023, noe som tilsvarer en årlig gjennomsnittlig vekst på omtrent 3 prosent. Samlet har det altså vært en svak positiv utvikling i reiselivet.

Airbnb har bidratt til over 60 prosent av veksten med en økning på 516 000 gjestedøgn mellom 2016 og 2023. Siden 2016 har overnattinger på Airbnb mer enn seksdoblet seg.

Hotell har hatt en solid vekst på over 200 000 gjestedøgn siden 2016. Antall cruisepassasjerer var på under 100 000 i 2016 og har nesten doblet seg siden den tid. Camping er den eneste overnatningsformen som har hatt en negativ utvikling med en reduksjon på nesten 70 000 gjestedøgn i perioden.

Som sesongprofilen nederst til høyre viser, er gjestedøgnene på hotell og Airbnb relativt spredt utover året. Det er likevel flest besøkende i sommermånedene juni til august. 66 prosent av alle gjestedøgn på camping, hotell, cruise og Airbnb foregår i sommerhalvåret, som er ett prosentpoeng lavere enn landsgjennomsnittet på 67 prosent. Camping og cruise har en tydeligere sesongprofil der omtrent 25 prosent av gjestedøgnene finner sted i juli. Månedene med minst aktivitet totalt er desember til februar der det er under 205 000 gjestedøgn per måned.

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



## Hotell: Halvparten av gjestedøgnene på hotell kommer fra yrkesrettet reiseliv

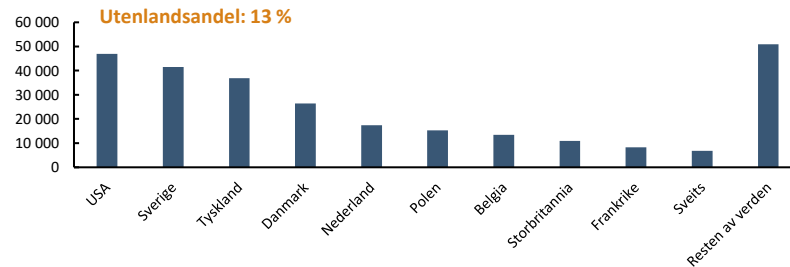
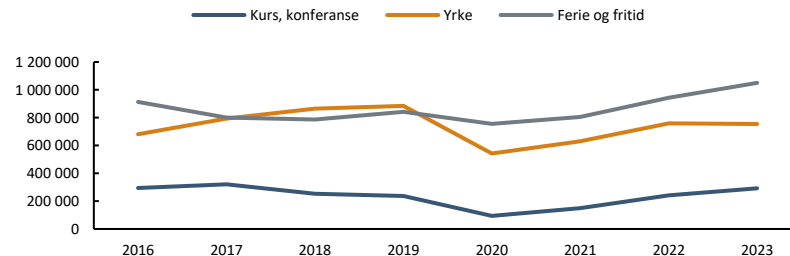
I det følgende beskrives segmentspesifikke utviklingstrekk og observasjoner. Først ut er hotell der gjestene kan ha tre ulike formål; ferie og fritid, yrke og kurs/konferanse.

I 2023 var halvparten av gjestedøgnene på hotell fra yrkesreiser eller besøkende i forbindelse med kurs og konferanse. Trøndelag kan med det karakteriseres som en reiselivsregion som er relativt yrkesrettet. Veksten i hotellovernattinger mellom 2016 og 2023 drives av en økning i både yrkes- og ferie- og fritidsreisende. Overnattinger i forbindelse med kurs og konferanse ligger på omtrent samme nivå i 2023 som i 2016.

Ferie- og fritidsturister hadde en svak negativ utvikling mellom 2016 og 2020 da koronapandemien brøt ut. I etterkant av pandemien har derimot segmentet hatt en solid vekst på 40 prosent mellom 2020 og 2023. Yrkesreisende er det segmentet som ble hardest berørt av pandemien med en reduksjon på 40 prosent i 2020. Antall gjestedøgn har økt noe siden pandemien, men ligger foreløpig på et nivå som er godt under antallet i 2019.

Figuren nederst til høyre viser at det norske markedet er dominerende på hotell med en andel på nesten 90 prosent. Det største utenlandsmarkedet er USA\* med 47 000 gjestedøgn i 2023, etterfulgt av Sverige og Tyskland.

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



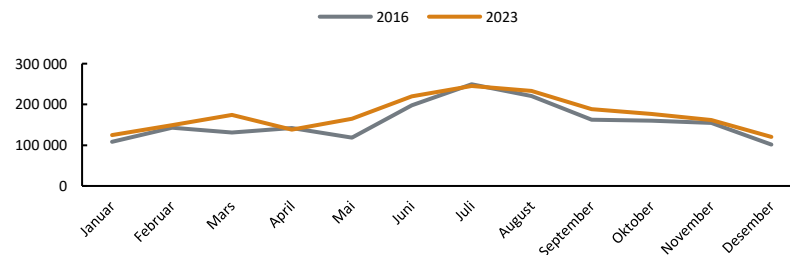
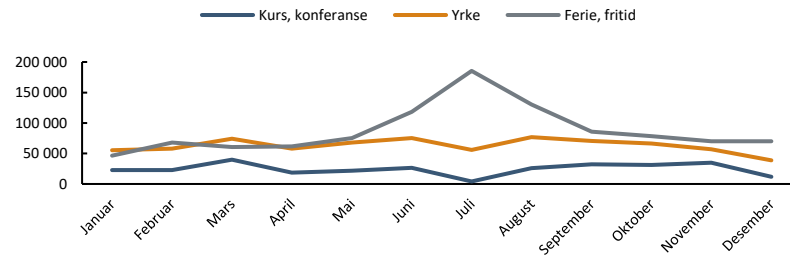
## Hotell: Kurs og konferanse og yrkesreisende har flate sesongprofiler som gir mange positive effekter

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.

Sesongprofilene til kurs og konferanse og yrkesreisende er relativt flate, mens ferie- og fritidsreisende har en tydelig besøkstopp i juli. En balansert fordeling av arbeidsreisende og feriereisende bidrar til å gjøre destinasjonen mer robust, ettersom feriereisende og yrkesreisende påvirkes ulikt av makroøkonomiske faktorer og har ulike sesongprofiler.

Når vi ser på utviklingen i sesongprofilen over tid er det tegn til en utflatning. Den største økningen finner sted i mars og mai som i 2016 var to av de minst aktive månedene.

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



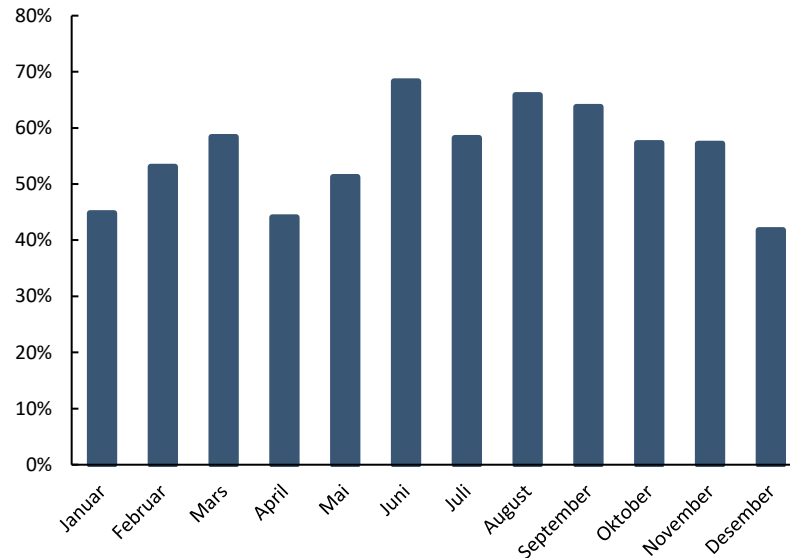
## Hotell: En stor andel yrkesreisende gir en relativt høy kapasitetsutnyttelse på hotellene

Ser man året under ett er kapasitetsutnyttelsen i Trøndelag på 56 prosent. I desember i 2023 var kapasitetsutnyttelsen på det laveste med 42 prosent og på det høyeste i juni med 68 prosent. Kapasitetsutnyttelse er samlet gjennomsnittlig rombelegg på hotell.

Sammenlignet med landet som helhet er kapasitetsutnyttelsen i Trøndelag noe høyere med 56 prosent mot 54 prosent. Det kommer av at kapasitetsutnyttelsen i Trøndelag er jevnere med relativt høyere utnyttelse i januar til mars, samt september til november. Dette er perioder som vanligvis har lav aktivitet i reiselivet i Norge. Det er derimot høyere kapasitetsutnyttelse i Norge i juli sammenlignet med i Trøndelag. Disse forskjellene kan forklares av den relativt høyere andelen yrkesreisende i Trøndelag.

Kapasitetsutnyttelsen i Trøndelag har holdt seg rimelig stabil siden 2016, med unntak av under koronapandemien da kapasiteten falt til om lag 40 prosent.

*Den månedlige kapasitetsutnyttelsen på hotellrom i 2023 i Trøndelag. Kilde: SSB*

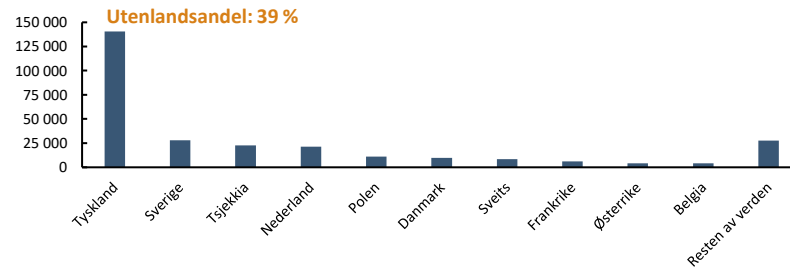
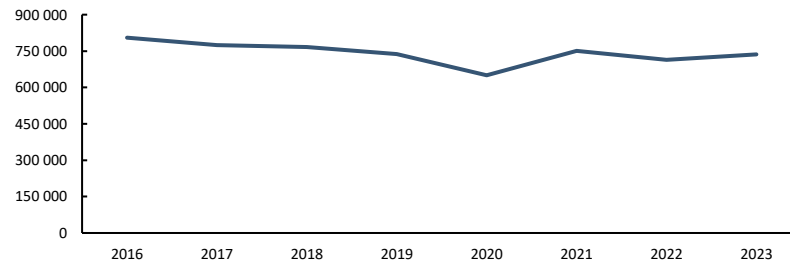


## Camping: Det var 736 000 gjestedøgn i 2023, som er 9 prosent lavere enn i 2016

SSBs campingstatistikk inneholder informasjon om campingplasser, hyttegrender og vandrerhjem.<sup>1</sup> Totalt var det 736 000 gjestedøgn på camping i Trøndelag i 2023. Dette er 69 000 færre gjestedøgn enn i 2016, som tilsvarer en reduksjon på 9 prosent. Mellom 2016 og 2020 var det en jevn reduksjon i antall gjestedøgn. Fra 2020 til 2021 økte antall gjestedøgn med 100 000, før det falt noe i 2022. Fra 2022 til 2023 var det en liten økning på 22 000 gjestedøgn som gjorde at 2023 var på nivå med 2019. Toppunktet i perioden var i 2016 der det ble registrert 805 000 gjestedøgn.

Nordmenn stod for 61 prosent av gjestedøgnene på camping i 2023. Av utenlandske besøkende er det campingturister fra Tyskland den viktigste gruppen, som sto for 140 000 gjestedøgn. Deretter hadde Sverige nest flest utenlandske turister, med 28 000 gjestedøgn i 2023.

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





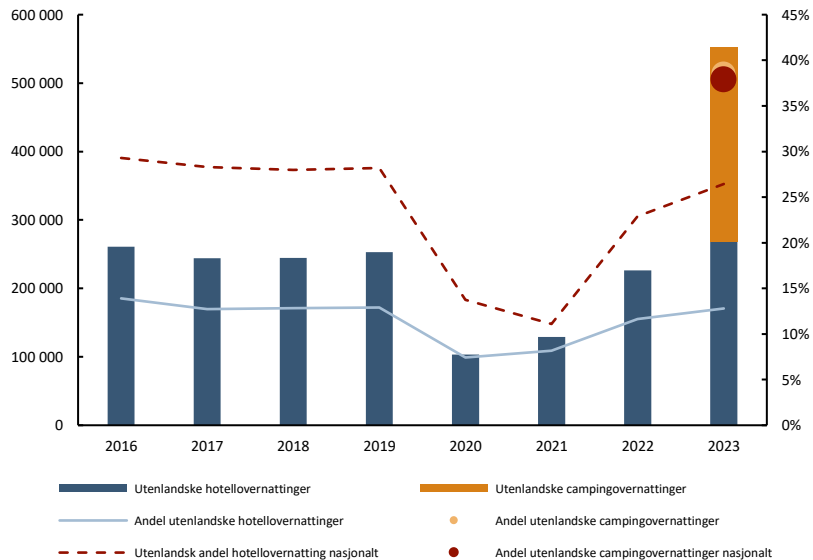
## Andelen utenlandske turister på camping er langt høyere enn på hotell

Basert på tilgjengelig data om utenlandske tilreisende til hoteller og camping kan vi beregne utenlandsandel (eksport) for segmentene. Andelen utenlandske hotellovernattinger i Trøndelag har gjennomgående vært betydelig lavere enn nasjonalt mellom 2016 og 2023. Under pandemien opplevde Trøndelag et noe mildere fall i andelen utenlandske hotellturister enn nasjonalt, fra 13 til 7 prosent, mens den nasjonale andelen totalt falt fra 28 til 11 prosent.

Trøndelag hentet seg inn igjen etter pandemien, og hadde i 2023 den samme andelen av utenlandske hotellturister som i 2019, på 13 prosent. Sammenligner vi 2016 og 2023 har andelen og antallet utenlandske turister vært omtrent like.

Utenlandske turister sto for 39 prosent av alle campingovernattinger i Trøndelag i 2023, som tilsvarer totalt 284 000 overnattinger. Det er dermed en langt høyere andel utenlandske turister på camping enn på hotell i Trøndelag som er på 13 prosent. Til sammenligning utgjør utenlandsandelen av campingovernattinger nasjonalt 38 prosent.

*Antall utenlandske hotellovernattinger (utvikling) og campingovernattinger (2023)<sup>1</sup> (venstre akse) og andel (høyre akse), for Trøndelag og nasjonalt. Kilde: SSB*



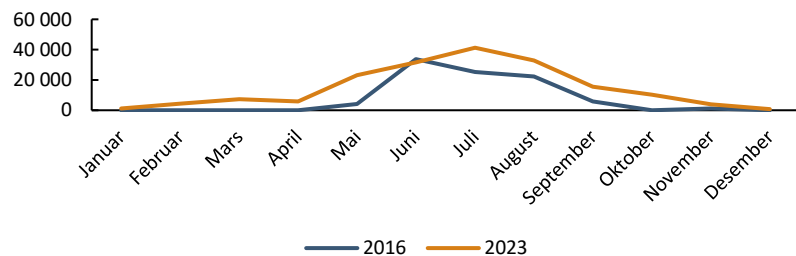
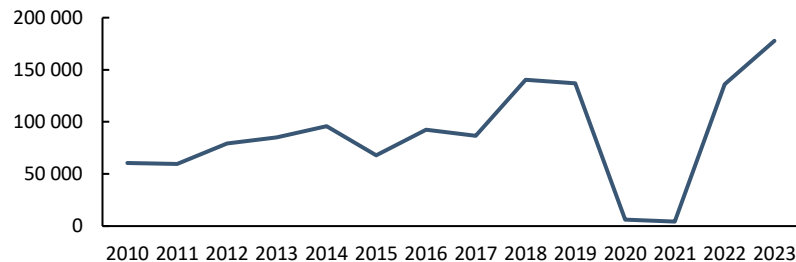
## Cruise: Siden 2010 har det vært en tredobling av passasjeranløp i Trøndelag

I 2023 var det 178 000 passasjerer om bord i cruiseskip som la til havn i Trøndelag. De aller fleste cruiseskipene legger til havn i Trondheim, men det er også noen anløp i Nærøysund. I de resterende havnene er det kun et fåtall anløp. Aktiviteten fra cruiseturismen har hatt en voldsom vekst siden 2010 da antall passasjerer var på 60 000. Mellom 2010 og 2019 var det en vekst på 77 000 passasjerer, som betyr mer enn en dobling av antall passasjeranløp. Pandemien satte en stopper for cruisetrafikken med tilnærmet ingen anløp i løpet av 2020 og 2021. I 2022 tok cruisetrafikken seg opp til nivået før pandemien. De 178 000 passasjerene i 2023 representerer det høyeste antall registrerte passasjeranløp i perioden.

Utviklingen i sesongprofilen mellom 2016 og 2023 viser at noe av veksten har kommet i skuldresesongen, og særlig i mai. At aktiviteten i større grad spres utover året er positivt. Det har likevel også vært vekst i juli og august som er månedene med mest aktivitet. En høy konsentrasjon av cruisepassasjerer på kort tid stiller krav til god besøksforvaltning for å sikre gode opplevelser for alle typer turister i tillegg til lokalbefolkningen.

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 (øverst) og utvikling i sesongprofil for passasjeranløp fra cruise i 2016 og 2023 (nederst) i Trøndelag. Kilde: Kystdatahuset*

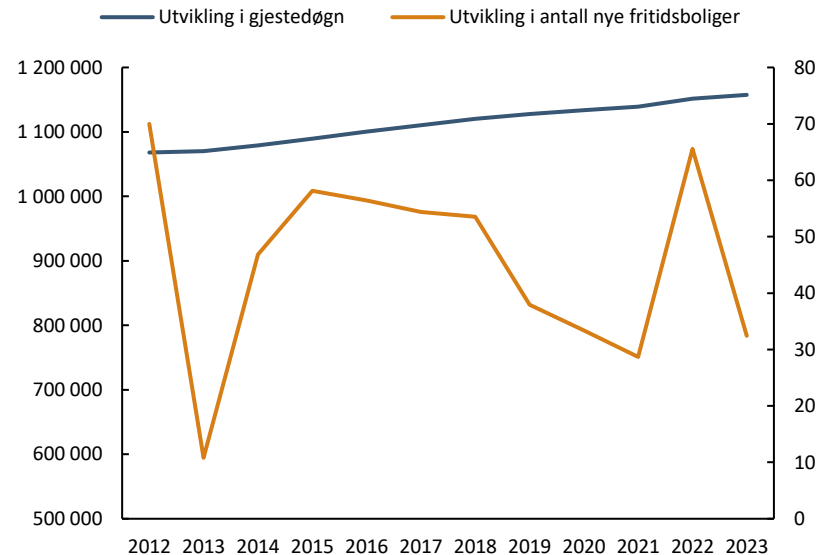


## Fritidsboliger: Tilreisende hadde 1,2 millioner gjestedøgn på fritidsboliger i 2023

Tilreisende hadde nesten 1,2 millioner gjestedøgn på fritidsboliger i 2023. Totalt har det vært en 8 prosent vekst i gjestedøgn siden 2012, med en årlig gjennomsnittlig vekst på 1 prosent. Som figuren til høyre viser har veksten vært jevn og stigende gjennom hele perioden.

Gjestedøgnstallene som legges til grunn i analysen inkluderer kun tilreisende som er bosatt utenfor regionen. De som bor i Trøndelag og som har fritidsbolig der, er med andre ikke regnet med. I 2023 var det 8,5 millioner lokale gjestedøgn på regionens fritidsboliger. Fordi Trøndelag er en såpass stor region vil det naturlig være en høyere andel lokale som eier fritidsboligene sammenlignet med mindre regioner. I analysen legges det til grunn at hver fritidsbolig i gjennomsnitt er forbundet med 187 gjestedøgn. Dette er et nasjonalt estimat basert på en rekke fritidsboligundersøkelser.

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



## Airbnb: Segmentet har hatt en økning på 516 000 gjestedøgn siden 2016

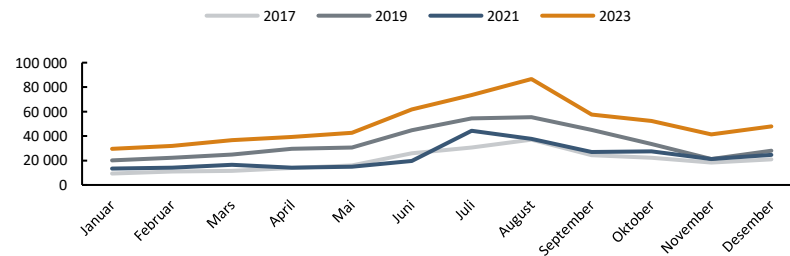
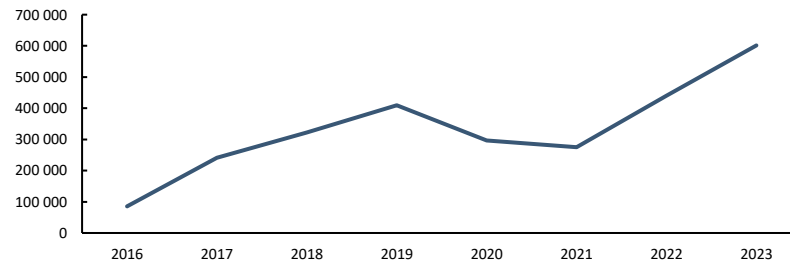
Som tidligere beskrevet er Airbnb den overnattingsformen som har hatt klart størst vekst siden 2016. Gjestedøgnene på Airbnb har hatt sterk vekst i samtlige år siden 2016, med unntak av under pandemien. I 2016 var det kun 85 000 registrerte gjestedøgn, mens det i 2023 var 601 000.

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

Sesongprofilen for Airbnb viser at gjestene besøker Trøndelag hele året, men at det er en noe sommervridd sesongprofil. Sesongprofilen ligner den for ferie- og fritidsreisende på hotell og camping, men er noe høyere i perioden etter sommeren, særlig september og oktober.

I tillegg til å illustrere nivåøkningen for de ulike årene, viser figuren til høyre at sesongprofilen har vært ganske lik siden 2017. I 2023 er det likevel betydelig flere gjestedøgn i november, desember og juli.

*Utvikling i gjestedøgn på Airbnb (øverst) og utvikling i sesongprofil for Airbnb-gjestedøgn for 2017, 2019, 2021 og 2023 (nederst) i Trøndelag. Kilde: AirDNA*



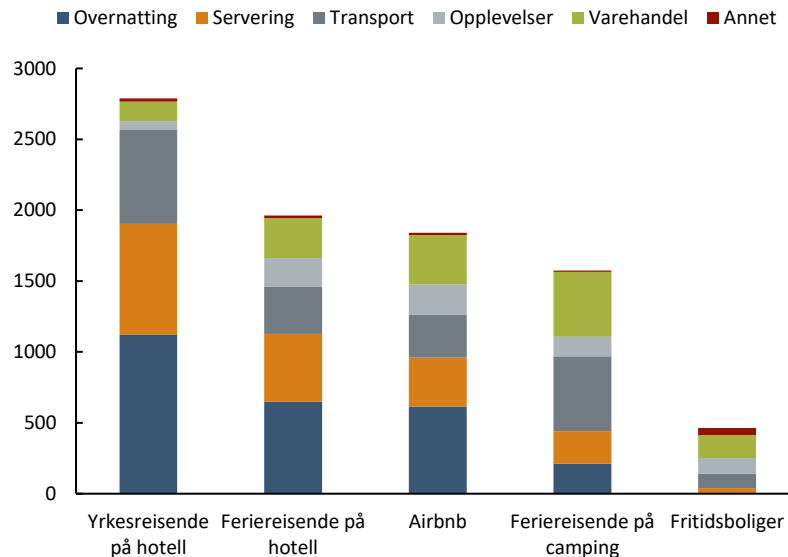
## Yrkesreisende på hotell har det høyeste døgnforbruket, mens fritidsboligturister har det laveste

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, disse bruker 2 800 kroner per døgn i Trøndelag. På den annen side finner vi at fritidsboligturistene har det laveste døgnforbruket med 460 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 turistens reisemønster.<sup>1</sup> 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 Trøndelag. Kilder: Innovasjon Norges Turistundersøkelse og TØI; SSBs overnattingsstatistikk og satellittregnskap; Menons regnskapsdatabase.*



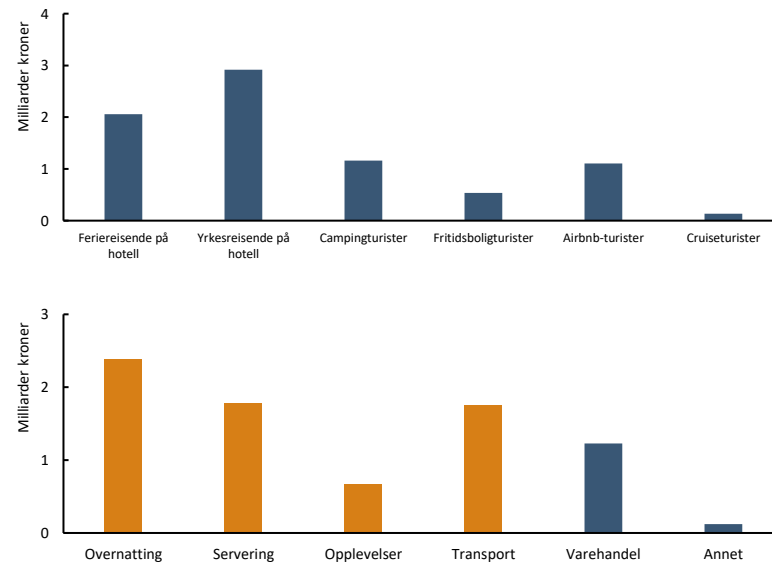
## Tilreisende hadde et samlet forbruk om lag 7,9 milliarder kroner i Trøndelag i 2023

Vi finner at det kommer størst inntekter fra yrkesreisende turister som overnatter på hotell. Denne gruppen utgjør 37 prosent av det samlede forbruket i 2023. Nest størst er forbruket fra feriereisende på hotell, som utgjør 26 prosent. Tilreisende som bor på camping og Airbnb utgjør henholdsvis 15 og 14 prosent. Videre finner vi at forbruket fra fritidsboligturister utgjør 7 prosent og cruiseturister 2 prosent.

Forbruket fordeler seg på en rekke bransjer, både innen reiseliv og andre næringer. Beregningene viser at overnattingsbransjen får den største delen av forbruket med 2,4 milliarder kroner. Videre tilfaller nesten 1,8 milliarder kroner servering. Reiselivsbransjene samlet er mottakere av 83 prosent av det totale forbruket.

Turistene har også forbruk knyttet til varehandel og annet vare- og tjenestekjøp. Her estimerer vi at de tilreisende i 2023 hadde et samlet forbruk på i underkant av 1,4 milliarder, hvorav det meste finner sted i varehandelen.

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



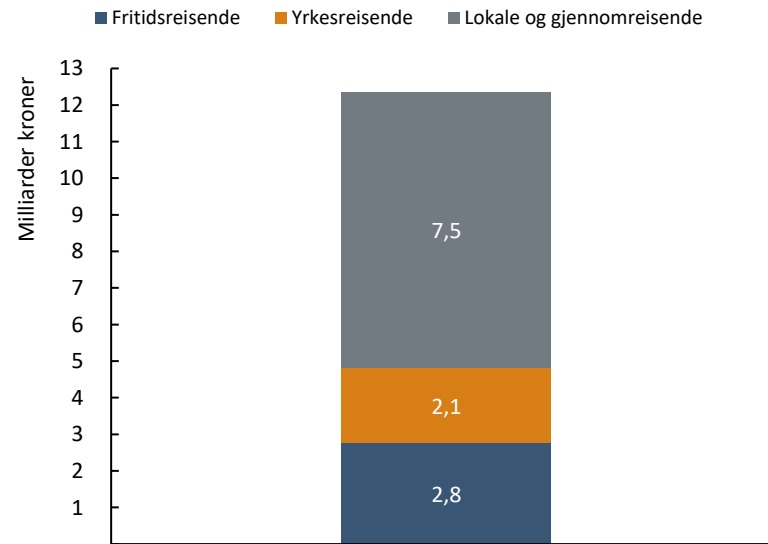
## De tilreisendes forbruk utgjør 39 prosent av omsetningen i innholdsbransjene i Trøndelag

Innholdsbransjene, som omfatter overnatting, servering og opplevelser, hadde en samlet omsetning på 12,3 milliarder kroner i 2023. Vi sammenligner her den beregnede omsetningen fra tilreisende i innholdsbransjene med den totale omsetningen i innholdsbransjene. Dette gjør at vi kan belyse de tilreisendes betydning for reiselivet i regionen.

På forrige side har vi beregnet at de tilreisende la igjen om lag 4,8 milliarder kroner i innholdsbransjene i Trøndelag i 2023. Dette innebærer at tilreisende utgjorde 39 prosent av den totale omsetningen i innholdsbransjene dette året.

Som figuren til høyre illustrerer utgjorde yrkesreisende 17 prosent av omsetningen i innholdsbransjene, mens fritidsreisende utgjorde 22 prosent av omsetningen. Dette gjør at de resterende 61 prosentene kommer fra lokalbefolkningen, dagsbesøkende eller gjester som benytter ikke-kommersielle overnattingsformer. Fellesnevneren for denne gruppen er at de ikke fanges opp av overnattings- og passasjerstatistikken vi bygger analysen på.

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



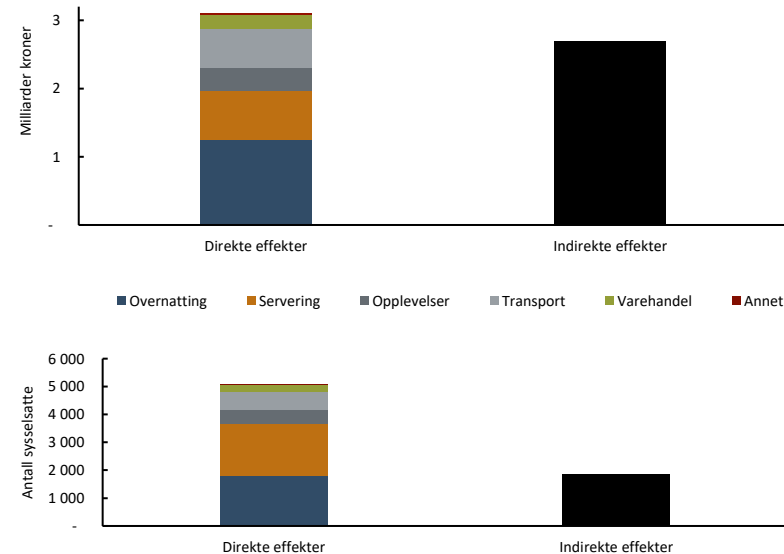
## Tilreisendes forbruk legger grunnlaget for 5,8 milliarder kroner i verdiskaping og 6 900 sysselsatte

Vi beregner at tilreisendes<sup>1</sup> forbruk i 2023 la grunnlaget for 5,8 milliarder kroner i samlet verdiskaping. Dette inkluderer både direkte og indirekte verdiskapingseffekter. Verdiskaping defineres som bedriftenes lønnskostnader og driftsresultat før skatt, avgifter, av- og nedskrivninger.

Av verdiskapingseffektene beregner vi at 3,1 milliarder kroner er direkte verdiskaping i bedriftene i Trøndelag. Dette er altså verdiskaping som tilfaller bedriftene som de tilreisende bruker penger i. I tillegg til den direkte verdiskapingen, beregner vi at det er indirekte verdiskapingseffekter på om lag 2,7 milliarder kroner i 2023. Dette er verdiskaping som finner sted hos underleverandørene til bedriftene der de tilreisende handler. De indirekte effektene er beregnet ut fra lokal reiselivsnærings vare- og tjenestekjøp i Norge, og tilfaller ikke bare lokalt næringsliv i Trøndelag, men aktører i hele Norge.

Vi beregner videre at tilreisendes forbruk i 2023 la grunnlag for 6 900 sysselsatte. Blant disse var nesten 5 100 tilknyttet reiselivsrelaterte bedrifter i Trøndelag (direkte effekter), mens resterende 1 800 var tilknyttet leverandørkjeden (indirekte effekter).

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





# Innhold

Reiselivet i Trøndelag

Markedsperspektivet – tilreisende i Trøndelag

Næringsperspektivet – reiselivsnæringen i Trøndelag

Vedlegg

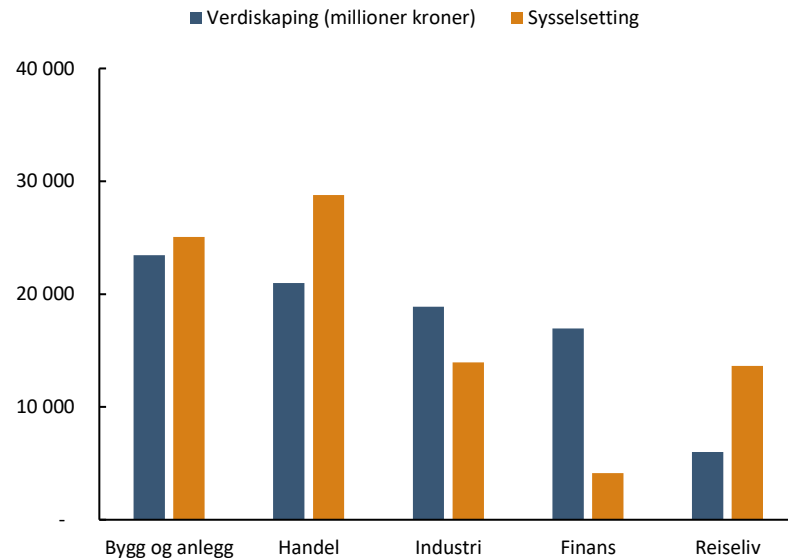
## Reiseliv står for 3 prosent av verdiskapingen og 9 prosent av sysselsettingen i Trøndelag

Reiseliv er en viktig næring i Trøndelag med en verdiskaping på nesten 6 milliarder kroner, som er omtrent 3 prosent av den totale verdiskapingen i næringslivet i Trøndelag.<sup>1</sup> Reiseliv er den niende største bransjen i regionen når det gjelder verdiskaping. Dersom man ser på sysselsetting utgjør reiselivet 9 prosent som tilsvarer nesten 14 000 sysselsatte.

Næringen med høyest verdiskaping i Trøndelag er bygg- og anleggsnæringen med 13 prosent av verdiskapingen. Etter bygg og anleggsnæringen følger handel som står for 12 prosent av verdiskapingen. Industri og finans er også næringer med høy verdiskaping i Trøndelag med henholdsvis 11 og 10 prosent.

*Produktivitet* er et mål på forholdet mellom verdiskaping og sysselsetting. Fra figuren fremgår det at reiseliv er næringen med høyest sysselsetting i forhold til verdiskaping, og dermed også næringen i Trøndelag med lavest produktivitet. Reiselivsnæringen i Norge har generelt en relativt lav arbeidskraftproduktivitet, så dette bildet er ikke unikt for Trøndelag. 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. Finans og industri er på den andre siden kapitalintensive næringer med høy produktivitet.

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



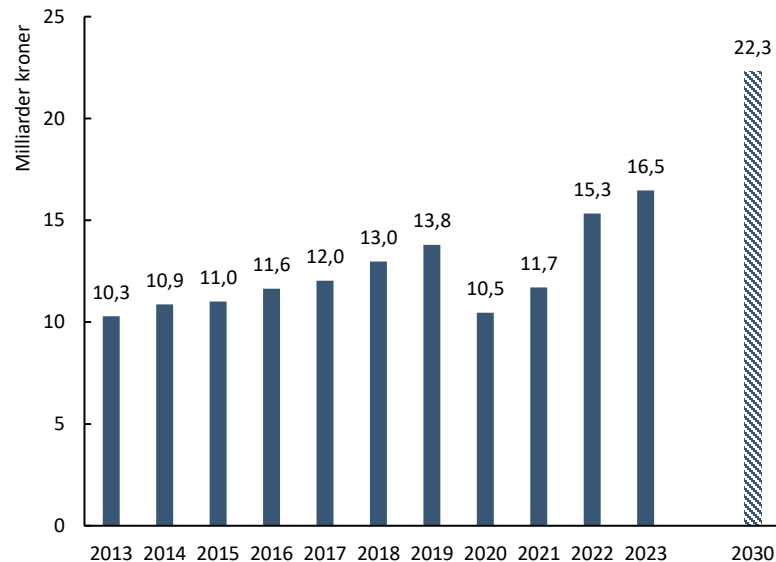
## Stor vekst i omsetningen i etterkant av pandemien – prognosene indikerer en økning på nesten 6 milliarder kroner frem mot 2030

I 2013 var omsetningen i reiselivet i Trøndelag på 10,3 milliarder kroner. Omsetningen økte jevnt frem til 2019 da den var på 13,8 milliarder kroner. I denne perioden var det en gjennomsnittlig årlig vekst på 5 prosent.

Pandemien førte til en lavere omsetningen i 2020 og 2021. Denne nedgangen var midlertidig, og allerede i 2022 var omsetningen på 15,3 milliarder som var betydelig høyere enn før pandemien. I 2023 vokste omsetningen ytterligere til 16,5 milliarder. Mellom 2019 og 2023 har reiselivet vokst med 19 prosent. Veksten er omtrent på nivå med Stor-Oslo (22 prosent), men betydelig lavere enn Bergensregionen (35 prosent).

Prognosen for 2030 er at omsetningen i reiselivet vil være på 22,3 milliarder kroner. Det tilsvarer en gjennomsnittlig årlig vekst på 4 prosent de neste syv årene. Vi forventer altså vekst i omsetningen fremover, samtidig som den høye vekstraten vi har sett i 2022 vil avta de neste årene. Totalt er veksten i omsetning anslått å vokse 36 prosent fra 2023 til 2030, som er omtrent på nivå med landsgjennomsnittet på 34 prosent.

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



## De fem reiselivsbransjene hadde en samlet verdiskaping på 6,4 milliarder kroner og en sysselsetting på 14 140 personer

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 Trøndelag genererte reiselivet totalt en verdiskaping på 6,4 milliarder kroner i 2023 og en sysselsetting på 14 140 personer. Figuren til høyre viser hvordan verdiene fordeles seg utover bransjene. Innholdsbransjene har samlet en verdiskaping på 5,2 milliarder kroner, mens tilgjengelighetsbransjene står de de resterende 1,2 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.

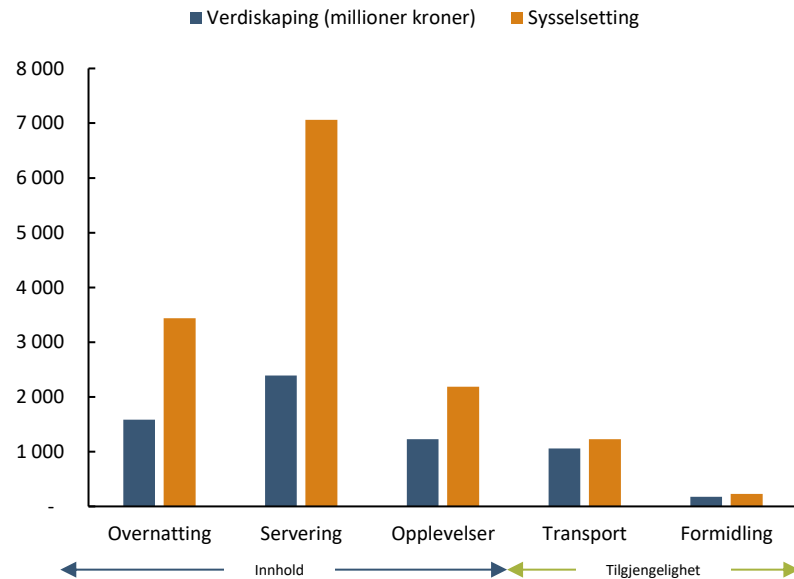
**Opplevelser** - inneholder de fleste aktiviteter som man kan tenke seg en turist kan benytte når denne er på reise. Dette er opplevelsesaktiviteter, fornøyles- og temparker, alle typer museer og historiske bygninger og severdigheter, botaniske og zoologiske hager, taubaner og skiheiser.

**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 Trøndelag.

Kilde: Menon Economics

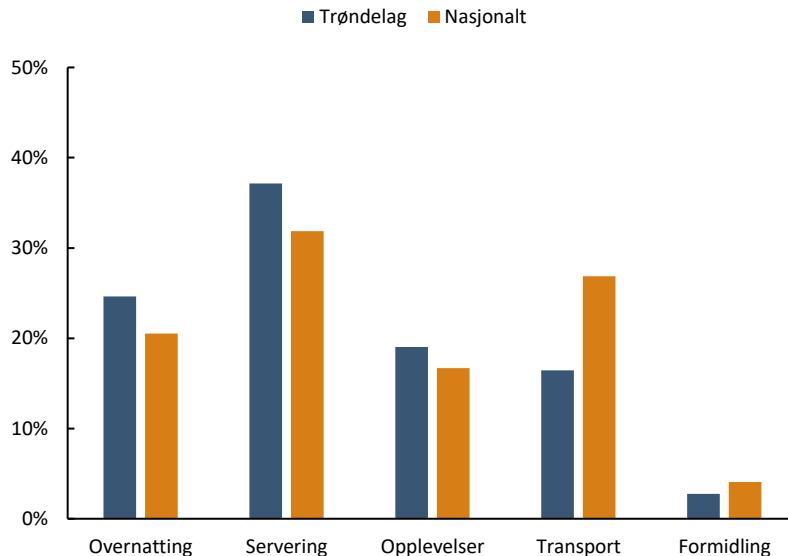


## Servering er den største reiselivsbransjen i Trøndelag med 37 prosent av verdiskapingen

Av de totalt 6,4 milliarder kronene i verdiskaping som reiselivsnæringen genererer i Trøndelag står innholdsbransjene for 81 prosent og tilgjengelighetsbransjene for de resterende 19 prosentene. Av innholdsbransjene er servering den klart største med 37 prosent av den totale verdiskapingen. Videre står overnatting for 25 prosent og opplevelser for 19 prosent. Av tilgjengelighetsbransjene er transport den største med 16 prosent av verdiskapingen, mens formidling står for kun 3 prosent av den totale verdiskapingen.

Sammenlignet med resten av landet er andelen av verdiskapingen større for innholdsbransjene og lavere i tilgjengelighetsbransjene i Trøndelag. Særlig servering peker seg ut ved å utgjøre en relativt større andel på 36 prosent mot 32 prosent. Trondheim er en stor by og hovedtyngden av innholdsbransjene servering, overnatting og opplevelser er lokalisert der. At Trondheim er en stor by med en stor lokalbefolkning, i tillegg til at sesongprofilen på besøkende er relativt jevn, gjør det mulig å opprettholde brede overnattings-, serverings- og kulturtilbud.

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





## Alle innholdsbransjene har nesten doblet verdiskapingen siden 2013

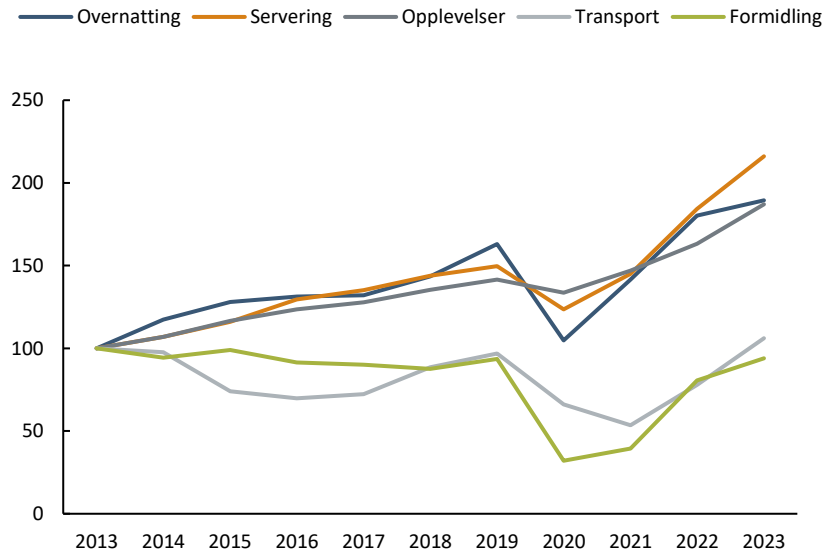
Reiselivsnæringen i Trøndelag hatt en jevn vekst de siste ti årene, og har samlet økt med 52 prosent siden 2013. De tre innholdsbransjene har opplevd størst vekst og har alle omtrent doblet sin verdiskaping siden 2013. Veksten har vært på nivå på Oslo (55 prosent), men betydelig lavere enn Bergensregionen (78 prosent) i samme periode.

Servering er reiselivsbransjen som har vokst mest med en økning på 100 prosent i verdiskaping de siste ti årene. Bedriftene Select Service Partner, Norport (Egon) og Frati er serveringsstedene med høyest verdiskaping. Verdiskapingen og veksten i serveringsbransjen i Trøndelag drives imidlertid ikke av noen få store aktører, slik tilfellet er i enkelte andre næringer. Tvert i mot drives veksten av et stort antall serveringssteder.

Overnattingsbransjen har også nesten doblet verdiskapingen siden 2013 og av enkeltaktører er det Britannia Hotell som er den største aktøren i denne bransjen. Opplevelsesnæringen har vokst med 70 prosent, der det er kulturinstitusjonene Trondheim Symfoniorkester og Trøndelag Teater som har høyest verdiskaping.

Tilgjengelighetsnæringene har ikke hatt samme vekst i verdiskaping som de overnevnte næringene. Begge bransjene har opplevd en reduksjon i verdiskaping i perioden.

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



## Lønnsomheten i innholdsbransjene i Trøndelag er lavere enn øvrig næringsliv i regionen – men høyere enn gjennomsnittet i reiselivsnæringen i resten av landet

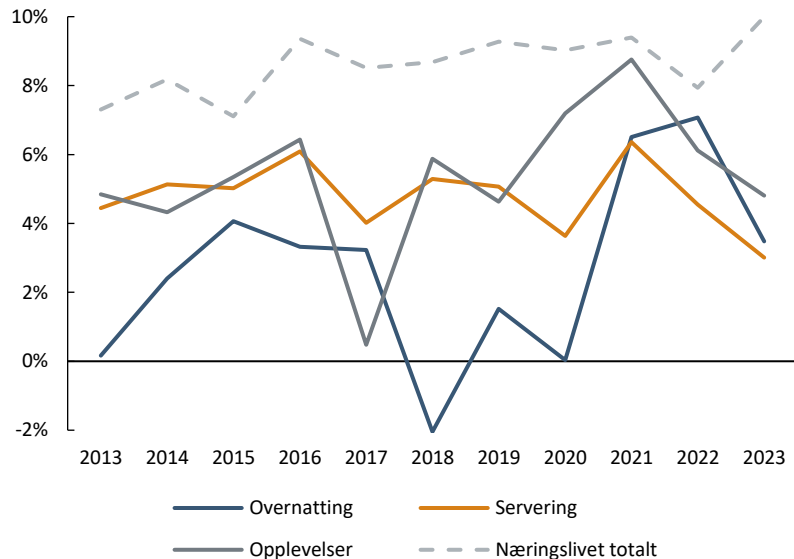
Figuren til høyre presenterer utviklingen i lønnsomheten til innholdsbransjene overnatting, servering og opplevelser sammenlignet med øvrig næringsliv i Trøndelag. Figuren viser at reiselivsnæringen i Trøndelag har en lavere lønnsomhet enn øvrig næringsliv i regionen. Dette er ikke et unikt for Trøndelag for også på landsbasis er reiselivsnæringen en næring med relativt lav lønnsomhet.

Opplevelsesbransjen har hatt relativt høy, men svært variabel, lønnsomhet i perioden. I 2017 hadde opplevelsesbransjen en lønnsomhet på mindre enn 1 prosent, mens den i 2021 var på 9 prosent, og dermed høyest av innholdsbransjene. Serveringsbransjen har hatt en mer stabil lønnsomhet som har variert mellom 3 og 6 prosent.

Overnatting har på landsbasis gjerne lavere lønnsomhet enn de øvrige innholdsbransjene. Det gjelder også i Trøndelag, der den gjennomsnittlige driftsmarginen var 2,7 prosent i hele perioden.

Fra og med 2021 har alle innholdsbransjene hatt en positiv lønnsomhet på minst 5 prosent, men alle tre bransjer opplevde et fall i driftsmarginen i 2023.

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



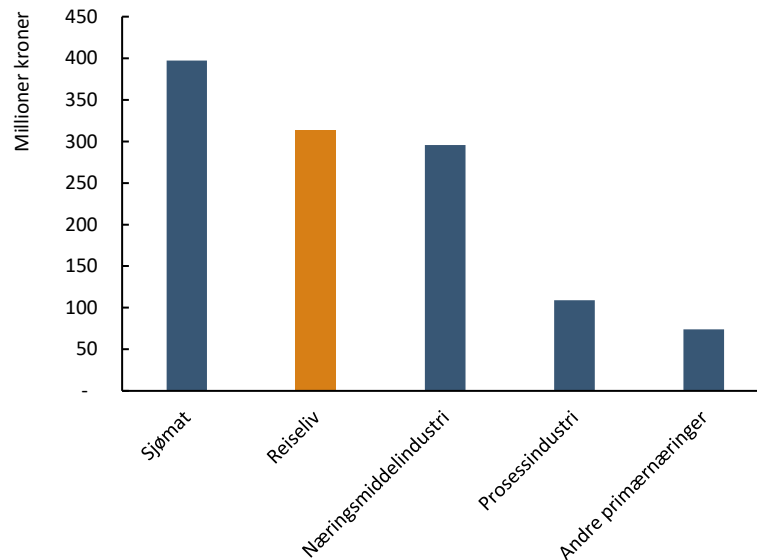


## Reiselivsbedriftene genererer 314 millioner kroner i skatteinntekter til kommunene

Vi har beregnet at kommunale skatteinntekter fra reiselivet var på 314 millioner 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.

Sjømatnæringen generer omtrent 80 millioner mer i skatteinntekter enn reiselivet, tilsvarende 397 millioner kroner. Næringsmiddelindustrien bidrar med 295 millioner kroner. Lavere skatteinntekter kommer fra prosessindustrien og andre primærnæringer på henholdsvis 109 og 74 millioner kroner.

*Beregnete kommunale skatteinntekter som genereres i Trøndelag i 2022 fra reiselivet sammenliknet med skatteinntekter fra fire andre næringer.<sup>1</sup> Kilde: Menon Economics*



# Innhold

Reiselivet i Trøndelag

Markedsperspektivet – tilreisende i Trøndelag

Næringsperspektivet – reiselivsnæringen i Trøndelag

Vedlegg

## Vedlegg: Tabell over sysselsetting og reiselivets verdiskaping i kommunene

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

Kommune	Sysselsatte	Verdiskaping i millioner
Trondheim	8 670	4 296
Stjørdal	840	349
Steinkjer	471	281
Røros	440	157
Verdal	339	155
Levanger	357	134
Orkland	407	120
Oppdal	322	105
Namsos	247	101
Ørland	188	89
Hitra	150	71
Nærøysund	181	67
Malvik	116	53
Frøya	113	52
Årjord	124	42
Melhus	102	38
Heim	116	35
Midtre Gauldal	66	29
Inderøy	98	29

Kommune	Sysselsatte	Verdiskaping i millioner
Grong	129	28
Meråker	104	26
Indre Fosen	85	26
Frosta	54	22
Rennebu	57	18
Leka	25	16
Selbu	42	15
Flatanger	18	12
Snåsa	30	11
Namsskogan	25	11
Holtålen	47	10
Osen	21	9
Lierne	41	9
Skaun	25	8
Tydal	24	7
Rindal	30	5
Høylandet	6	3
Overhalla	16	2
Røyrvik	11	1

## 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 ringvirkningsmodell spesifikt 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.

