

Visit Sognefjord AS

Quality Hotel Sogndal 26. mars 2019



«Ein god stad å bu er ein god stad å besøkje»

&

«Ein god stad å **besøkje** er ein god stad å bu»

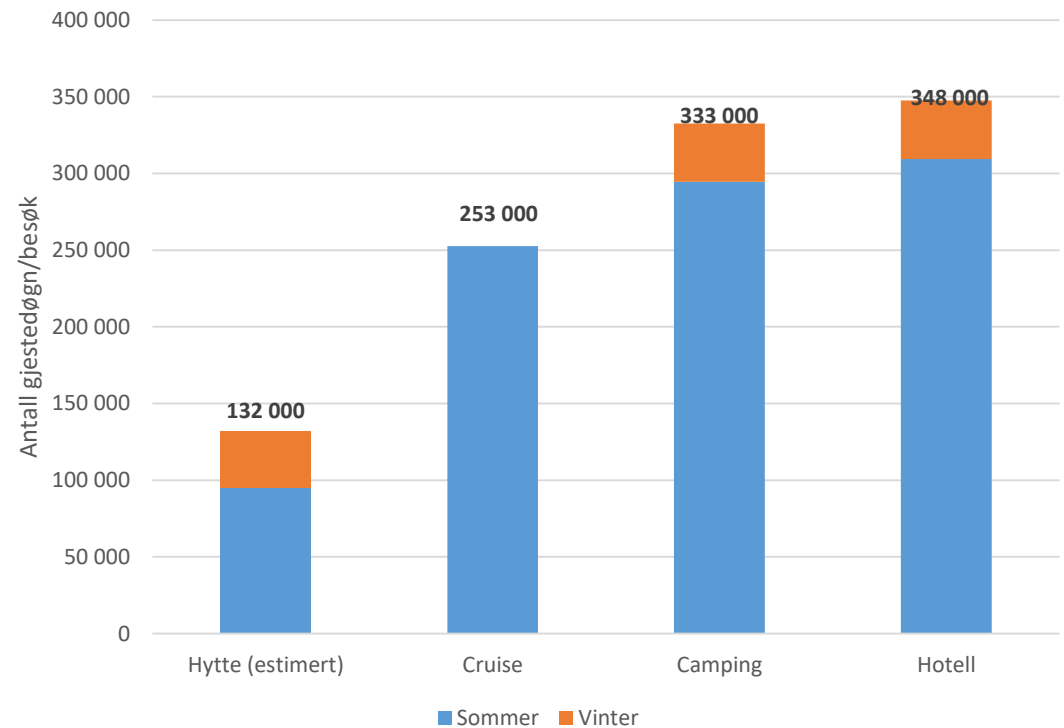
Over 1 million gjestedøgn i Sognefjorden i 2016, der flesteparten er kommersielle

Når vi legger sammen alle de ulike gjestedøgnstallene anslår vi rundt 1,08 millioner gjestedøgn i 2016, som fordeler seg som vist i figuren ved siden av. Her betegner vi hver cruisegjest som 1 gjestedøgn, selv om de ikke nødvendigvis er i regionen over natten.

Vi ser at Sognefjorden er en utpreget sommerdestinasjon. Av camping- og hotellgjestene kommer 90 prosent om sommeren, og all cruiseaktivitet er i sommersesongen.

Sognefjorden er også en langt større kommersiell destinasjon enn mange andre naturbaserte destinasjoner, der hytteaktivitet dominerer. Kommerielle gjester legger som regel igjen mer penger per gjestedøgn enn besøkende ved private hytter.

Totalt antall gjestedøgn i 2016, etter segment og sesong. Kilde: Statistikknett, SSB, Cruise Norway, TØI og Menon (2017)



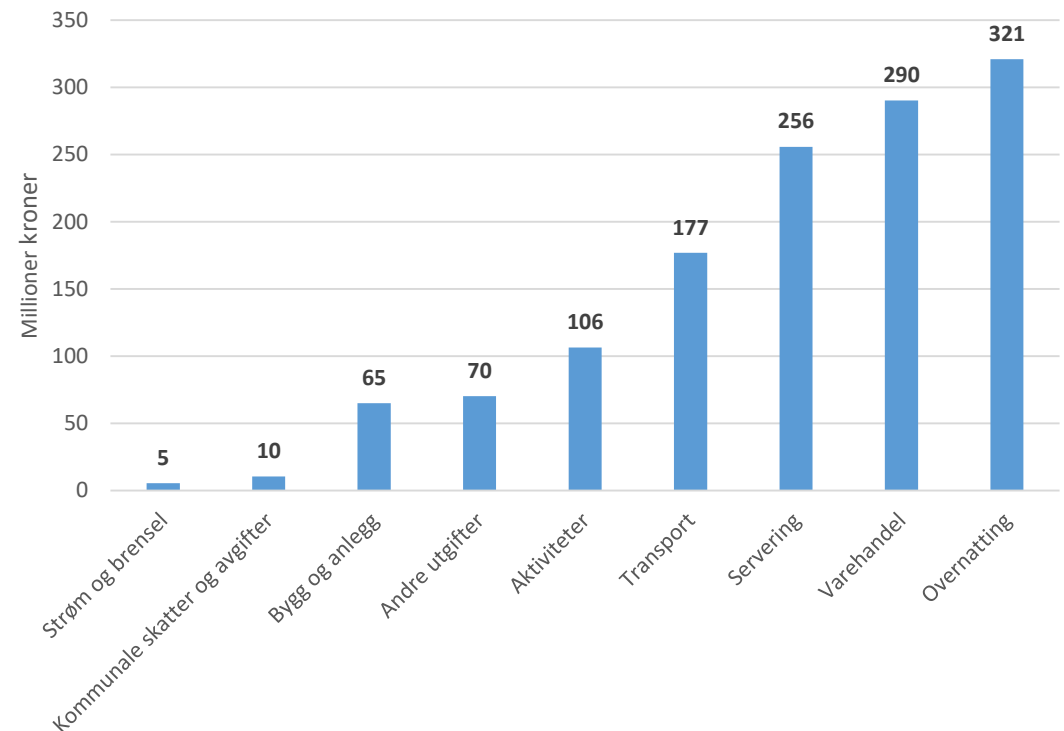
Tilreisende hadde et samlet forbruk i regionen på 1,3 milliarder kroner i 2016

Når vi multipliserer gjestedøgnene fra de ulike gjestedøgnsegmentene med gjennomsnittlig forbruk per gjestedøgn får vi et samlet forbruk på i overkant av 1,2 milliarder kroner i regionen. Når vi legger til forbruket tilknyttet hytteeierskap og hyttebygging får vi et samlet reiselivsrelatert forbruk på 1,3 milliarder kroner i 2016. Forbruket fordeler seg på ulike næringer som vist i figuren ved siden av. De 1,3 milliardene tilfaller direkte som omsetning i bedriftene der de tilreisende handler, derfor omtaler vi det videre som reiselivsrelatert omsetning.

Ettersom Sognefjorden i stor grad er en kommersiell destinasjon og ikke en hyttesteddestinasjon, er det overnattingsbedrifter som får størst omsetning samlet. Varehandel får aktivitet både fra hyttefolk og tilreisende ved hoteller, campingplasser og cruise. Det samme gjelder servering og aktiviteter.

Det er viktig å være klar over at forbrukstallene vi legger til grunn er nasjonale. De kan være noe for høye for Sognefjorden, på grunn av begrenset utvalg av varehandel og aktiviteter ved fjorden sammenlignet med større byer. Samtidig er ikke dagsturister og alternative overnattingsformer med i regnestykket vårt, og samlet tror vi disse effektene utligner hverandre.

Beregnet reiselivsrelatert forbruk (også kalt omsetning) fordelt på næring i 2016.
Kilde: Menon (2017)



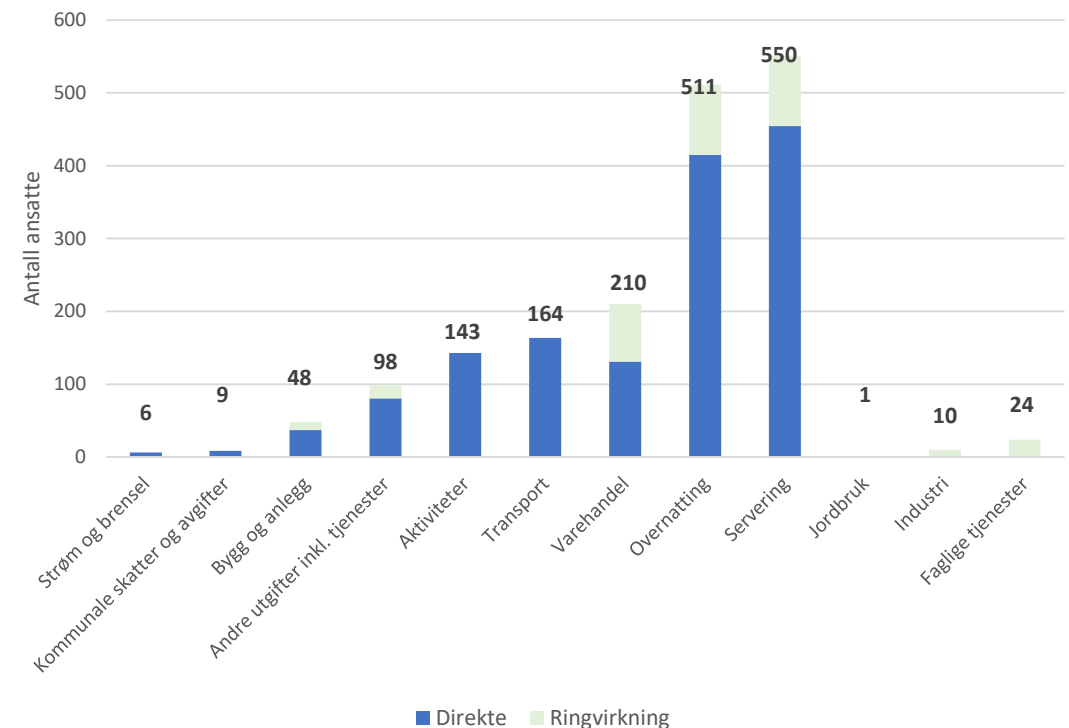
Vi beregner at reiselivsaktiviteten bidrar til å sysselsette 1775 personer i regionen

For å betjene etterspørselen fra tilreisende behøves det arbeidskraft. Basert på regionale forholdstall mellom omsetning og antall ansatte beregner Menon at reiselivsomsetningen på 1,3 milliarder bidrar til å sysselsette til sammen 1775 personer i regionen. De ansatte fordeler seg på ulike næringer som vist i figuren ved siden av.

1438 arbeidsplasser opprettholdes direkte i bedriftene der tilreisende legger igjen penger (som hotellene de bor på og restaurantene de spiser ved) mens de resterende 337 arbeidsplassene er hos underleverandører i regionen (som lokale regnskapsførere for hotellene eller matgrossister som selger til restauranter). 1775 arbeidsplasser tilsvarer hele 16 prosent av ansatte i næringslivet i regionen.

Vi beregner at den direkte aktiviteten og ringvirkningene bidrar til å sysselsette til sammen 1368 personer i reiselivsnæringen (overnatting, servering, transport og aktiviteter). Totalt er det registrert cirka 1400 ansatte i regnskapspliktige reiselivsbedrifter i 2016. Reiselivsaktivitet bidrar dermed til en svært stor andel aktivitet i bedrifter som restauranter og aktivitetstilbud, tjenester som også lokalbefolkningen nyter godt av. Reiselivet er dermed avgjørende for at det er et utvalg av slike lokale fornøyelsestjenester, noe som er viktig for levende lokalsamfunn og attraktive bomiljø.

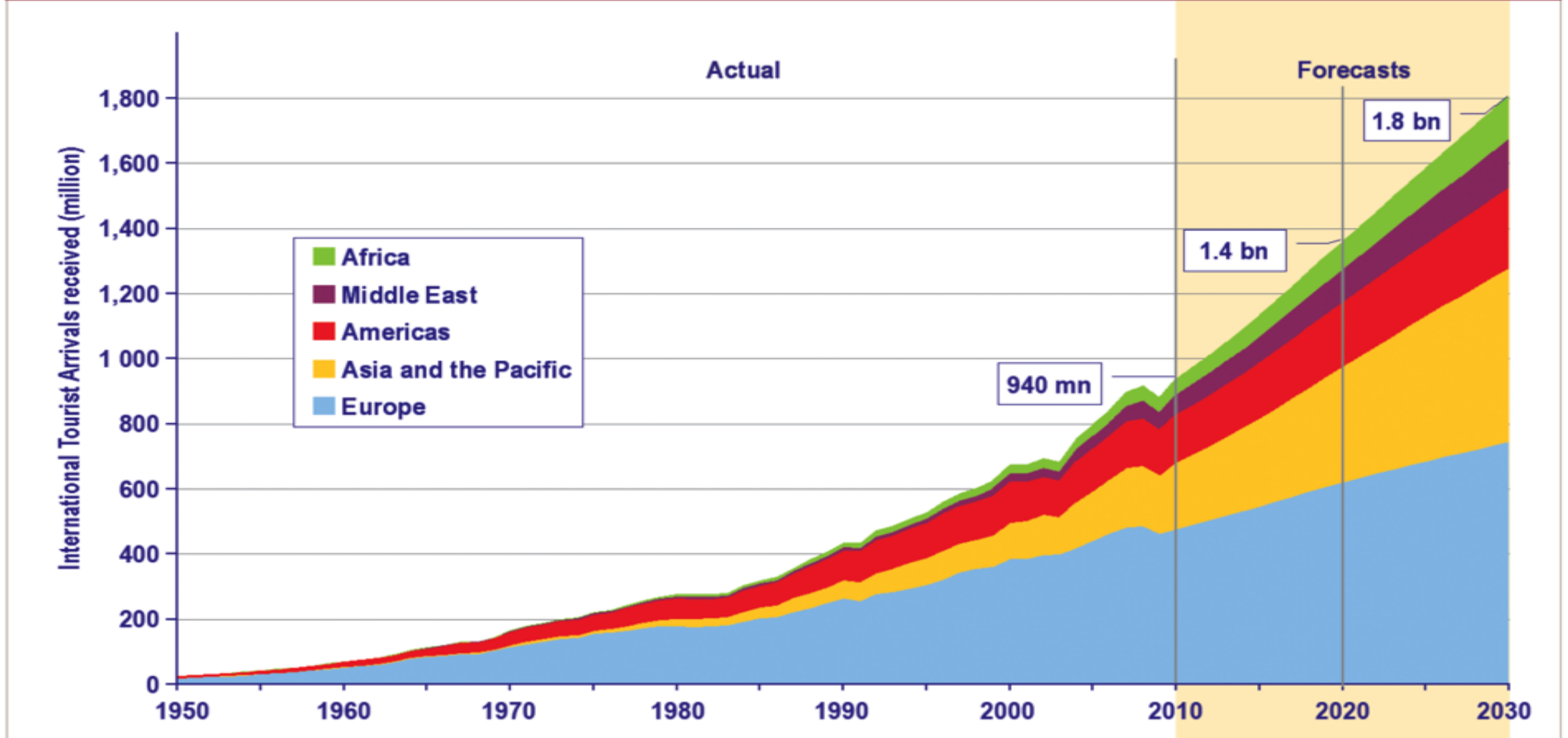
Beregnet antall ansatte i næringene der tilreisende legger igjen penger (grønn del av søylene) og hos underleverandører i regionen (lyse rød del av søylene). Kilde: Menon (2017)



Vekst i reiselivet frem mot 2030

kilde UNTWO 2015

UNWTO Tourism Towards 2030: Actual trend and forecast 1950-2030

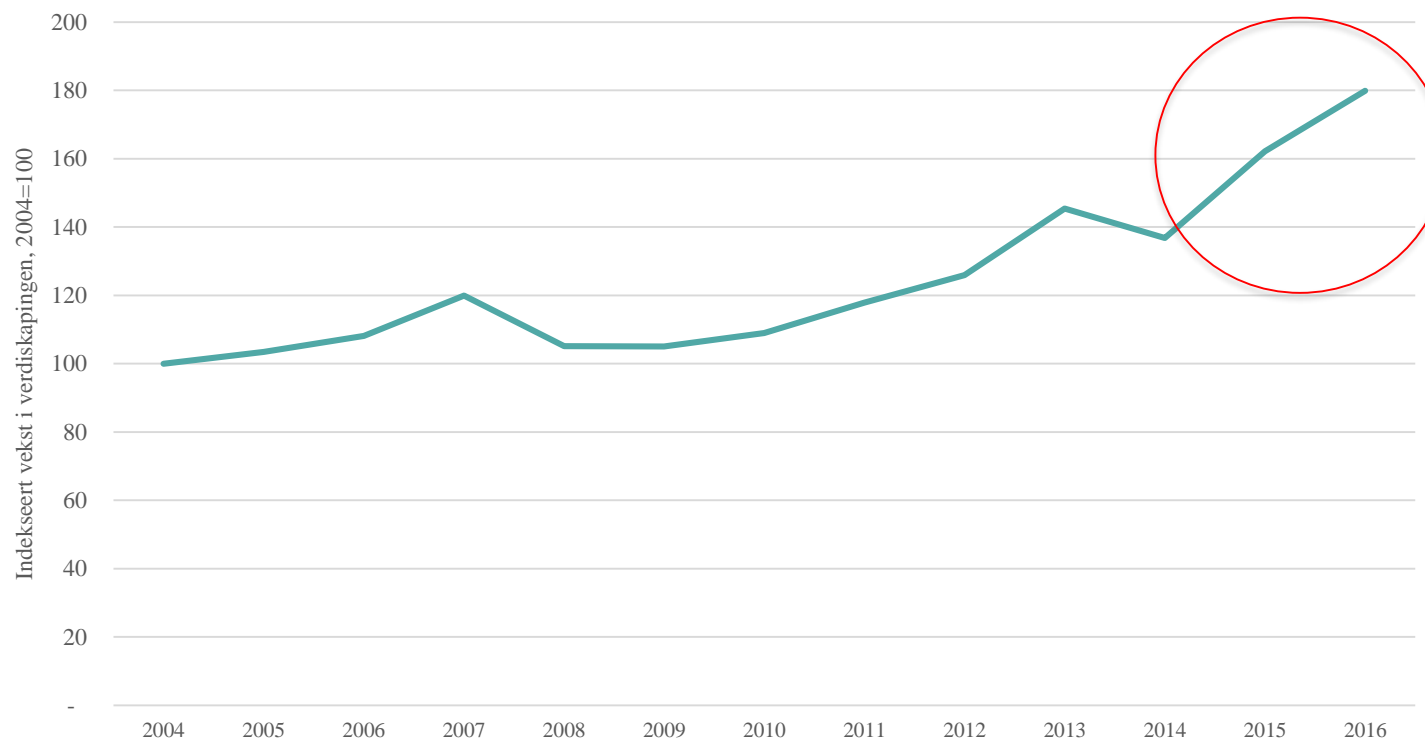


Reiselivsaktiviteten har økt med 80 prosent siden 2004

Figuren til høyre viser utviklingen i verdiskapingen i reiselivsnæringen i Sognefjorden i faste priser. Med faste priser får vi et godt mål på utvikling i volum.

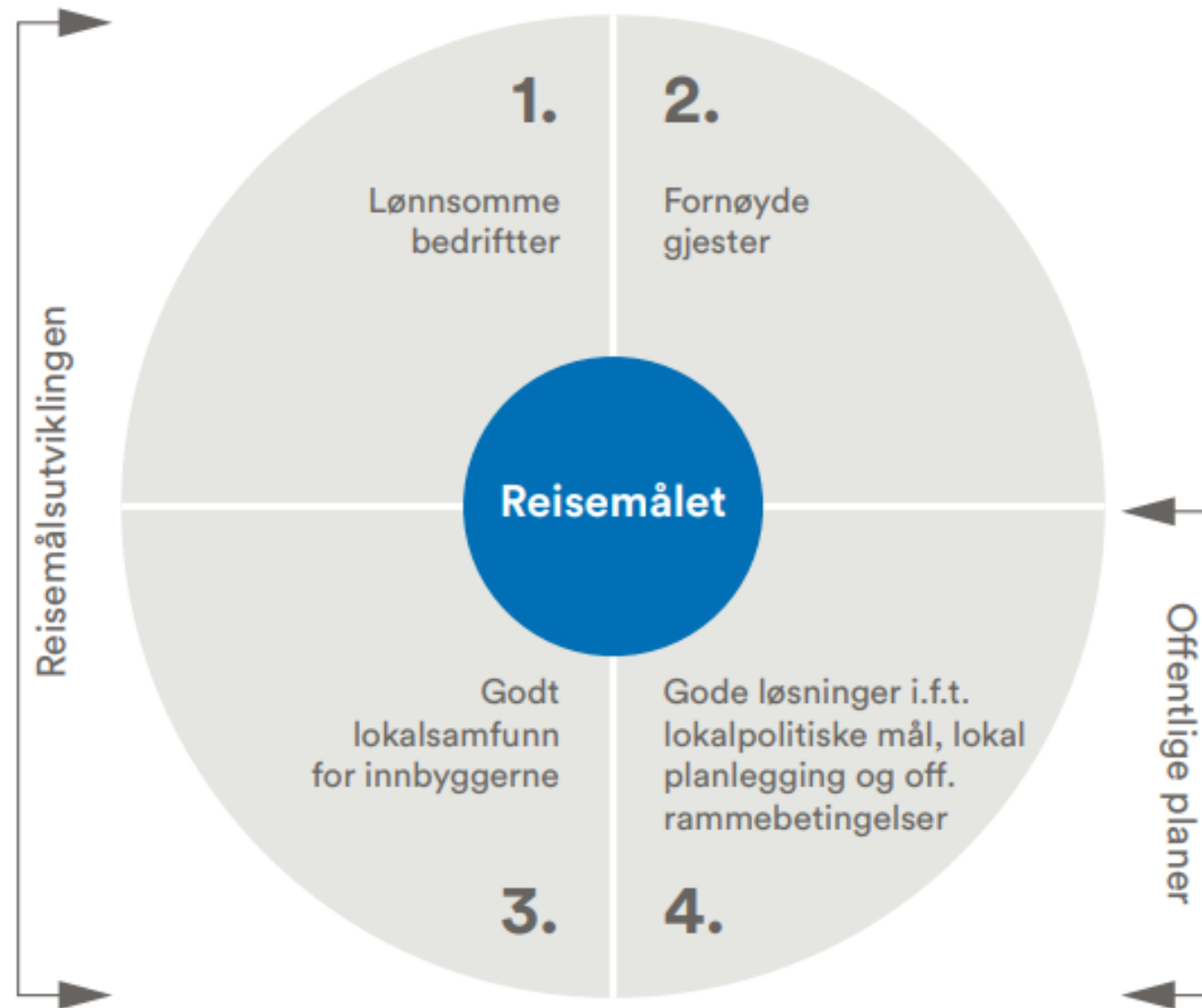
Vi ser at verdiskapingen i 2016 ligger 80 prosent høyere enn i 2004. Den sterkeste veksten har vært i andre halvdel av perioden, og omtrent halvparten av veksten fra 2004 til 2016 har kommet bare siden 2014. Figuren på forrige side antyder at mye av veksten siden 2014 har kommet i Flåm og Aurland.

Indeksert vekst i verdiskapingen i reiselivsbransjene i Sognefjorden 2004-2016, faste priser, 2004=100. Kilde: Menon (2017)





*Korleis får til ei reiselivsutvikling som er berekraftig
både for innbyggjarar og besøkjande?*



Figur 3.1 Helhetlig perspektiv på utvikling av reisemål.



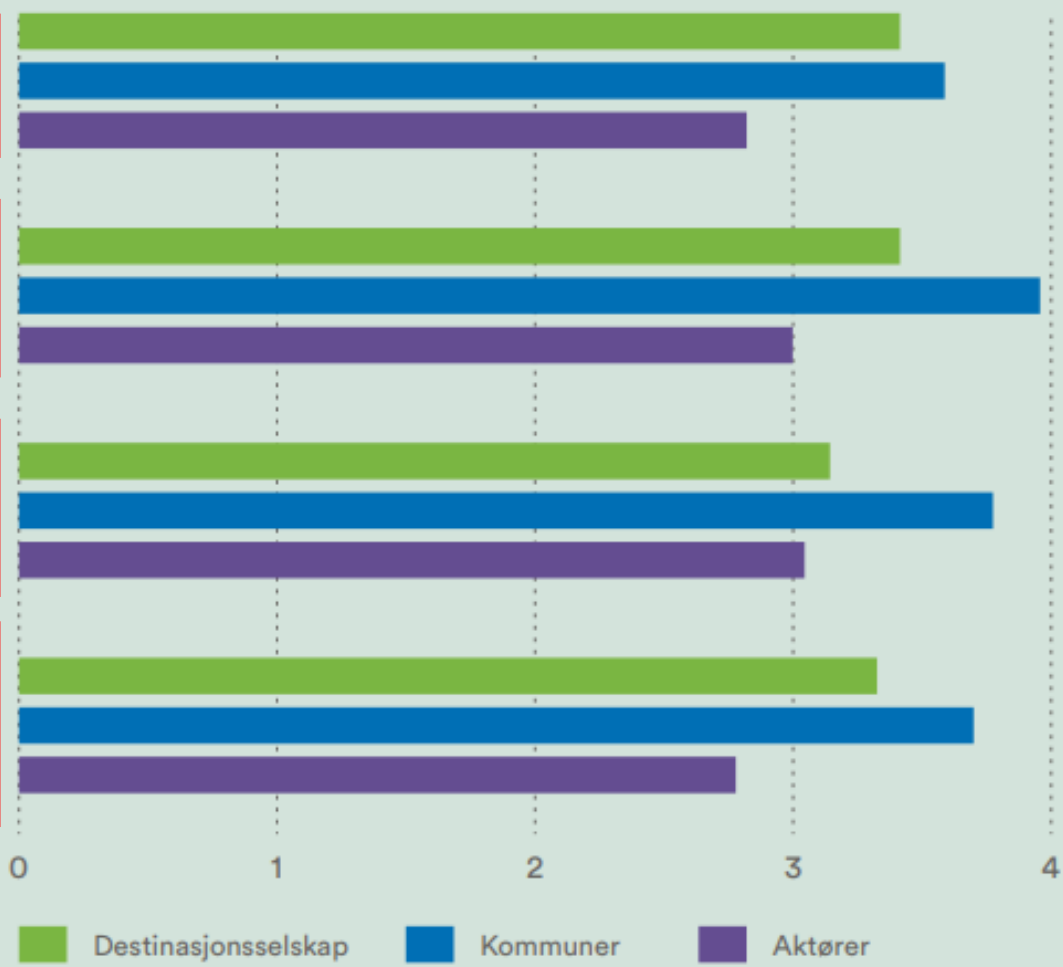
Kommunens rolle og berøringspunkter med reisemålet

Kommunen som vertskap (drift av turistkontor/webbasert informasjon, skilting, offentlige toaletter, forskjønnelses- og trivselstiltak for turister)

Kommunen som utviklingspartner (bruk av nærings sjef, næringsfond, næringsplaner, være medinvestor, stimulerings tiltak, engasjement i lokale destinasjonsselskap, turistkontor og regionale reisemålsselskap, mm.)

Kommunen som rammesetter for næringslivet (offentlig planlegging, regulering av utbyggingsområder, løyver/tillatelser, skjenkebestemmelser, åpningstider, bruks-/vernehensyn)

Kommunen som podukteier (elementer som kommunen eier og som inngår i det stedlige reiselivsproduktet, som stier, løyper, parker, badestrender, gjestehavner, kommunalt eide severdigheter, museer og kulturattraksjoner)

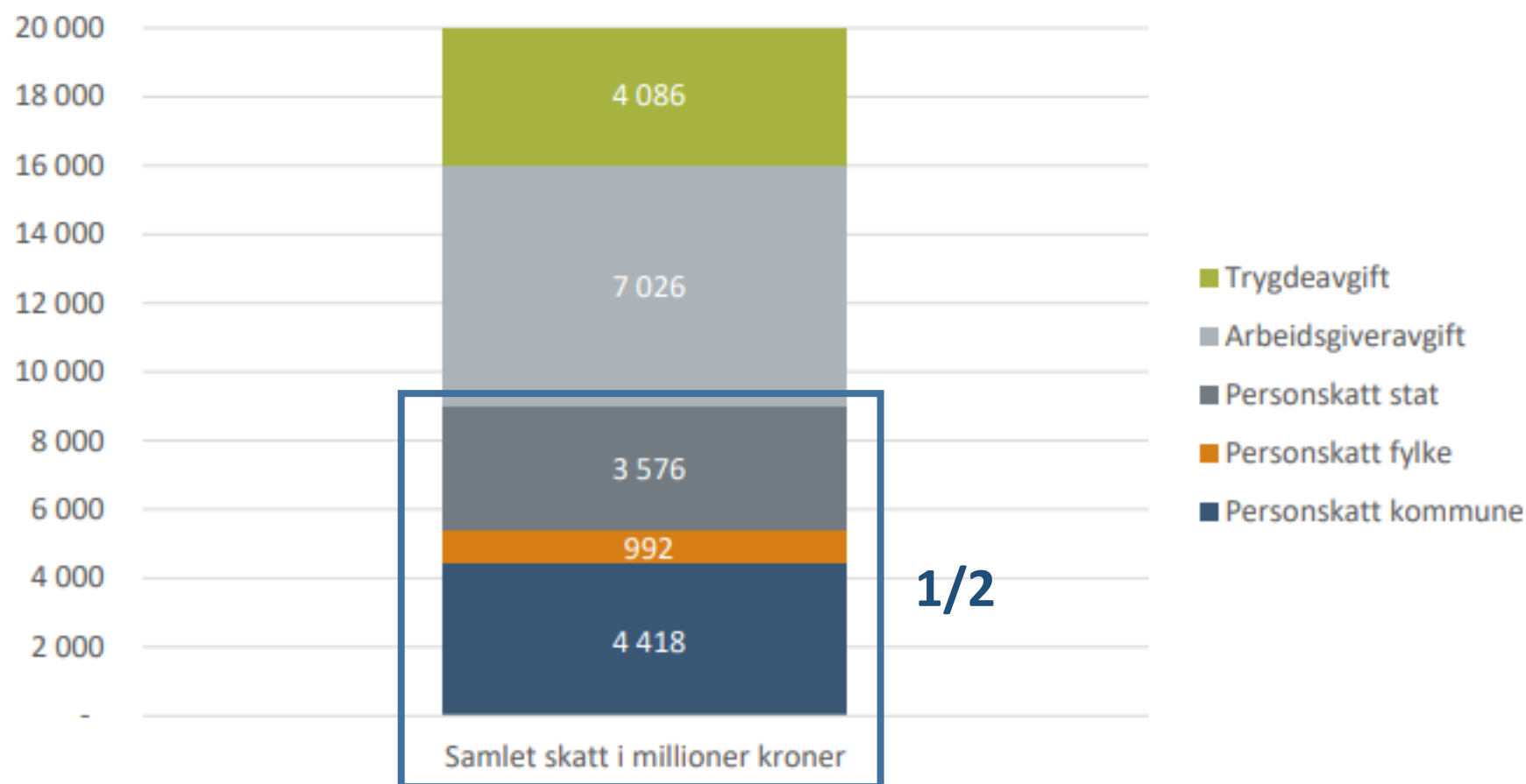


Figur 3.4 Evaluering av viktigheten av kommunens engasjement i utviklingen av reiselivet, svar fra kommunene selv, reisemålsselskap og næringsaktørene. Skala fra 1-5 (1=svært lavt engasjement, 5=svært høyt).

Ny rapport: Reiselivet bidrar med flere milliarder i skatt til kommunene

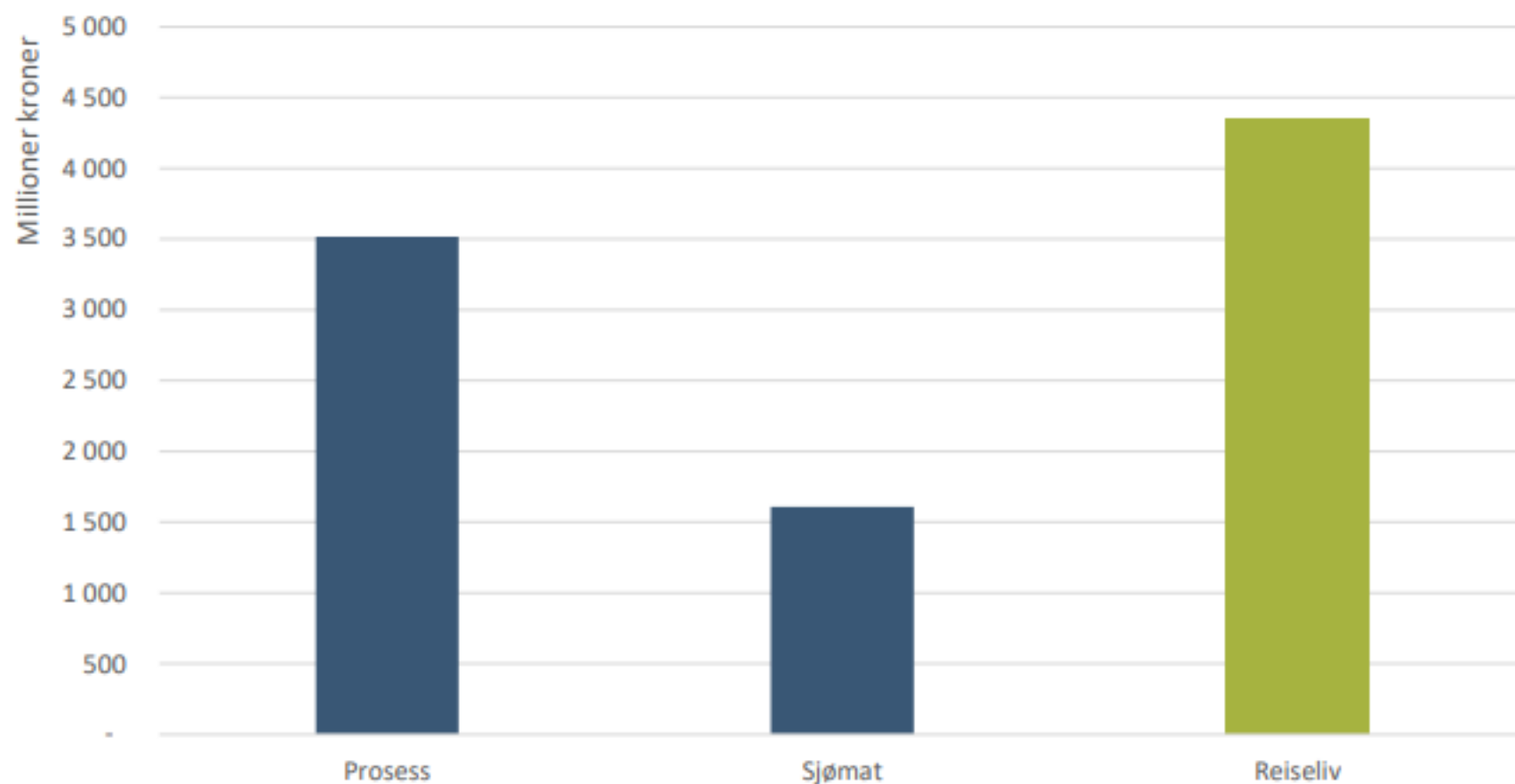
[Nyhet](#), [Destinasjon](#), [Politikk](#), [Tall og fakta](#) Publisert 14.08.2018

20 milliarder kroner i samlet personskatt, arbeidsgiveravgift og trygdeavgift fra reiselivsansatte



Beregnete direkte skatte- og avgiftsinntekter fra reiselivsansattes arbeidsinntekt.
Kilde: Menon Economics/SSB

Høyere kommunale skatteinntekter fra reiselivet enn fra prosess- og sjømatindustrien



Beregnete direkte skatteinntekter til norske kommuner fra ansattes inntektskatt. Kilde: Menon Economics/SSB

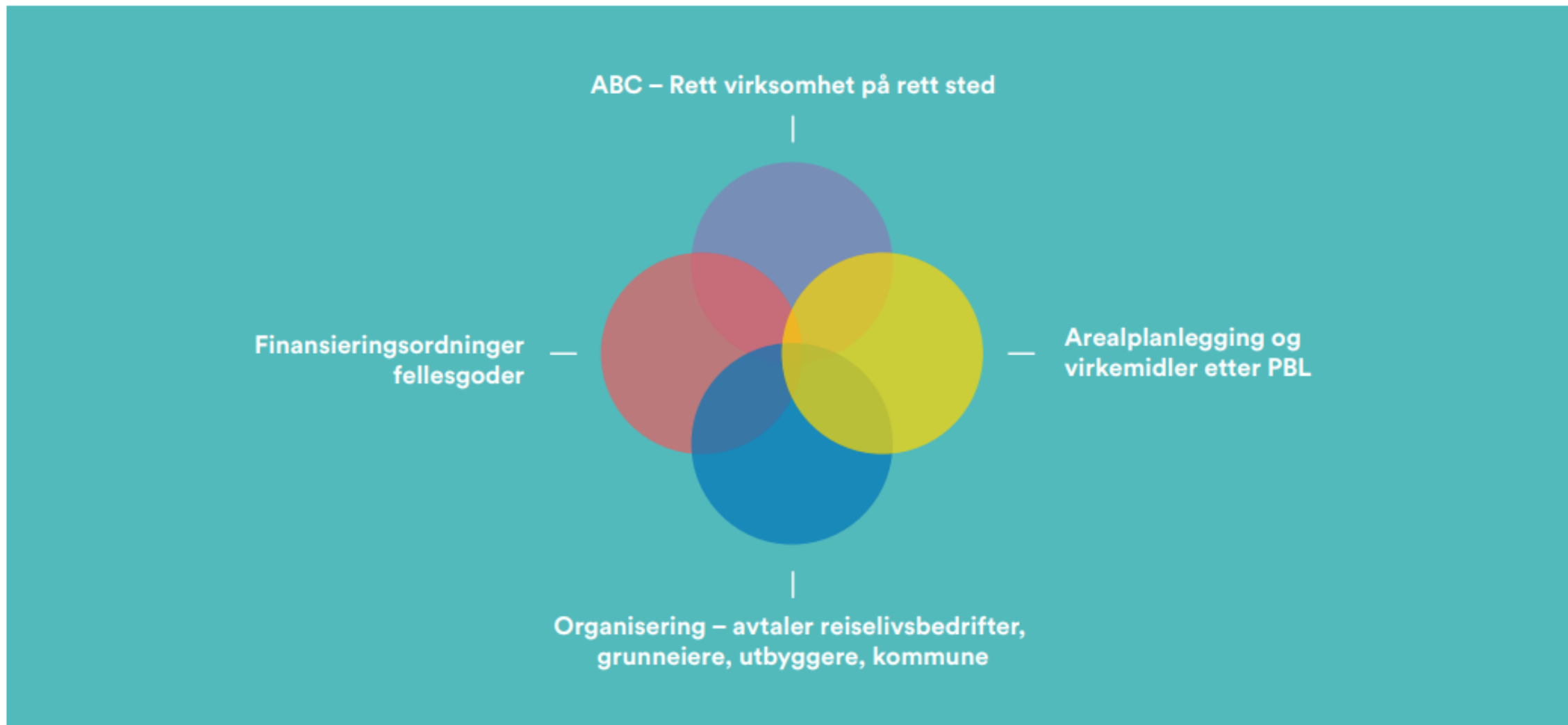
Fellesgodefinansiering

- Investering i fellesgode og infrastruktur for tilreisande som ei offentleg oppgåve, då dei fleste av desse godene også kjem fastbuande til gode og er ein del av vertskaps- og tilretteleggingsrolla til det offentlege i tillegg til at kommunane har stor verdiskaping og sysselsetting frå reiselivsnæringa.
- I tillegg til offentlege investeringar i fellesgode vil det vere ein fordel å etablere ordningar for reisemålsbidrag frå gjestene slik dei fleste andre land og reisemål har hatt i mange år
- Forvaltninga av reisemålsbidraget må styrast av eit felles organ med representantar frå kommunen, regionrådet, Verdsarvparken, Visit Sognefjord og reiselivsnæringa

Masterplan for Sogn 2020 - 2030

| | Kommunal arealplanlegging (Kommuneplannivå) | Masterplan reisemål |
|---|---|---|
| Styring | Formannskap, kommuneplanutvalg eller annet politisk organ | PA og Styringsgruppe der næringsliv og andre aktørmiljøer er representert |
| Varsling av planarbeidet | Ja | Nei |
| Deltagelse allmennhet befolkning | Ja | Nei |
| Samråd med offentlige myndigheter | Ja | Ja |
| Vurderinger av miljø- og ressurs hensyn | Ja | Ja |
| Konsept og markeds vurderinger | I liten grad | Ja |
| Fellesløsninger og f.eks. partnerskap eller grunneiersamarbeid | Varierende | Ja – tungt vektlagt |
| Høring og offentlig ettersyn | Ja | Nei |
| Tidshorisont for planarbeidet | Minimum et til to år | Kan gjennomføres raskt |
| Vedtak | Kommunestyret – rettslig bindende | Underskrives av styringsgruppen – førende |

Figur 6.13 Karakteristika ved kommunal arealplanlegging etter plan- og bygningsloven og masterplan for reisemålsutvikling.



Figur 6.17 Helhetsperspektivet i planmodellen utarbeidet for Innovativ Fjellturisme.



BÆREKRAFTIG REISEMÅL

LOKALT ENGASJEMENT
I ET LANGT PERSPEKTIV

Berekraftig reiseliv

10 prinsipper for et bærekraftig reiseliv (IN og NHO Reiseliv tilpasset UNWTO)

Bevaring av natur, kultur og miljø

- Kulturell rikdom
- Landskapets fysiske og visuelle integritet
- Biologisk mangfold
- Rent miljø og ressurseffektivitet

Styrking av sosiale verdier

- Lokal livskvalitet og sosial verdiskaping
- Lokal kontroll og engasjement
- Jobbkvalitet for reiselivsansatte
- Gjestetilfredshet og trygghet; opplevelseskvalitet

Økonomisk levedyktighet

- Økonomisk levedyktige og konkurransedyktige reiselivsdestinasjoner gjennom lokal verdiskaping
- Økonomisk levedyktige og konkurransedyktige reiselivsbedrifter

Utfordringer miljø/klima

- Økt press på sårbare områder
- **Utslipp transport og aktiviteter**
- Lokale miljø- og avfallsproblemer

Utfordringer samfunnsansvar

- **Reiselivsutvikling på tvers av lokalsamfunnets interesser**
- Lavtlønte deltids- og sesongarbeidsplasser?
- Utarming av kultur og identitet?
- Forbruk av fellesgoder og felles «eiendom»

Utfordringer økonomi;

- **Helårs opplevelser**
- Fellesgoder
- Verdiskaping som skjer lokalt, forblir lokalt

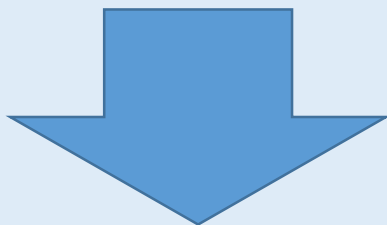
CLIMATE NEUTRAL

MEASURE
REDUCE
OFFSET **NOW**



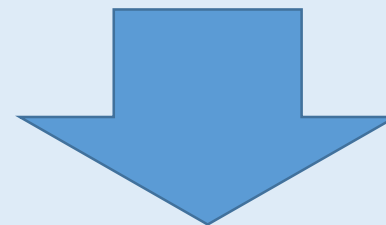
365

**REISELIVSUTVIKLING
=
LOKALSAMFUNNSUTVIKLING**



**REISELIVET = NÆRING,
ARBEIDSPASSAR OG LOKALE
TILBOD/INFRASTRUKTUR**

**REISELIVSUTVIKLING OG
LOKALSAMFUNNSUTVIKLING =
GJENSIDIG NYTTE**



**SUMMEN AV PRIVATE OG
OFFENTLEGE TILBOD =
ATTRAKTIV STAD Å BU & BESØKE**



14 åv. 6 mill.



93 åv. 96 mill.





LÆRDAL - GUDVANGEN

Startar 20. mai 2019



EKSTRA



SOHO

FRØM OG SUITER

KONFERANSE

ARRANGEMENT

KONTAKT

GÅVEKORT







Norge i et nøtteskall®
Vinter tur

Fra NOK **1600,-**

🕒 En dag eller mer (01.10 - 30.04)

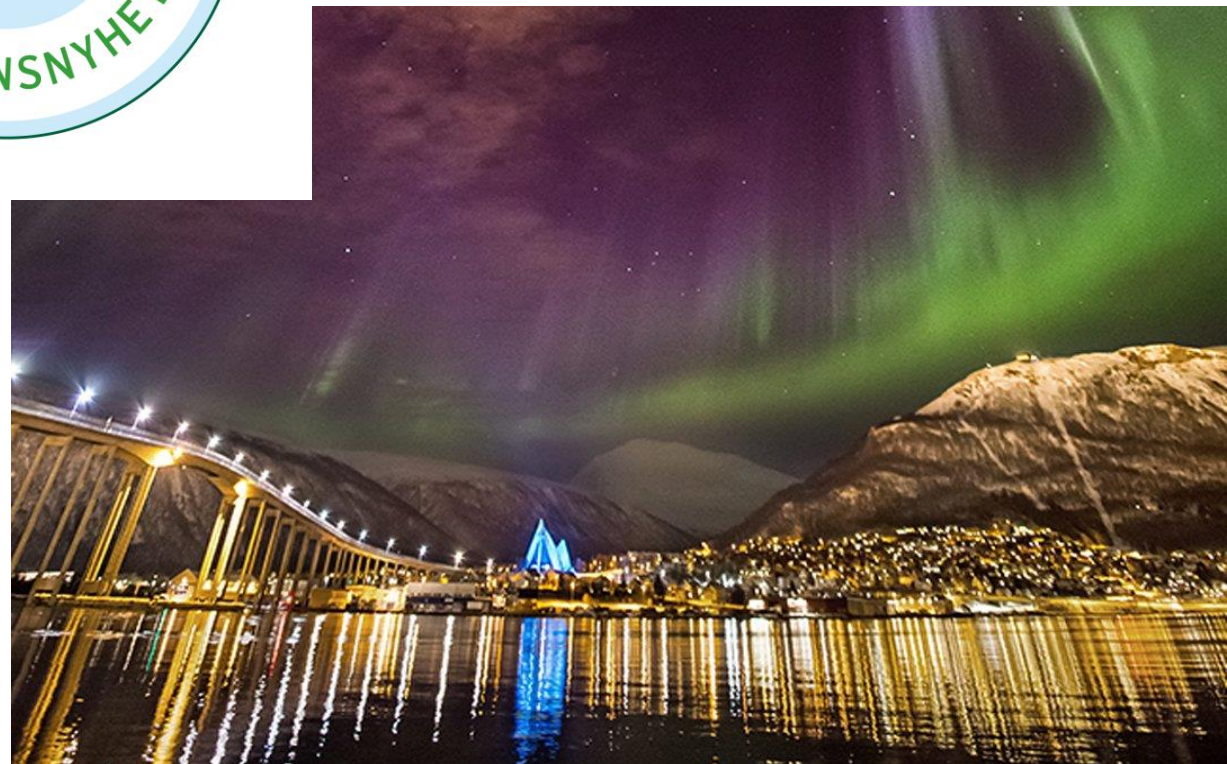


Sognefjorden i et nøtteskall
Vinter tur

Fra NOK **1690,-**

🕒 1 dag eller mer (15.10 - 30.04 Man - Lør)





sense of place

Staden som oppleving er viktig

Atmosfære, særpreg, bygningskultur, møteplasser, arkitektur, trafikk, støy/ stillheit, utsikt, sti- og løypesystem, gangavstander, god skilting, gode møteplassar med lokalsamfunnet mm.

Konsept avslappende fjellferie



49 % av respondentene finner dette konseptet attraktivt (høyeste andelen blant alle konseptene).





Whistler i Canada – Reiselivs- og samfunnsplanlegging

Village design



Resort design

Fokus:

**DESIGN, ØKONOMI, NØGDE
GJESTER, LOKALSAMFUNN
OG MILJØMSYN**



Mountain design

**- Skikjøring slik marknaden
vil ha det og kostnadseffektiv
drift**

5 P-ar til suksess

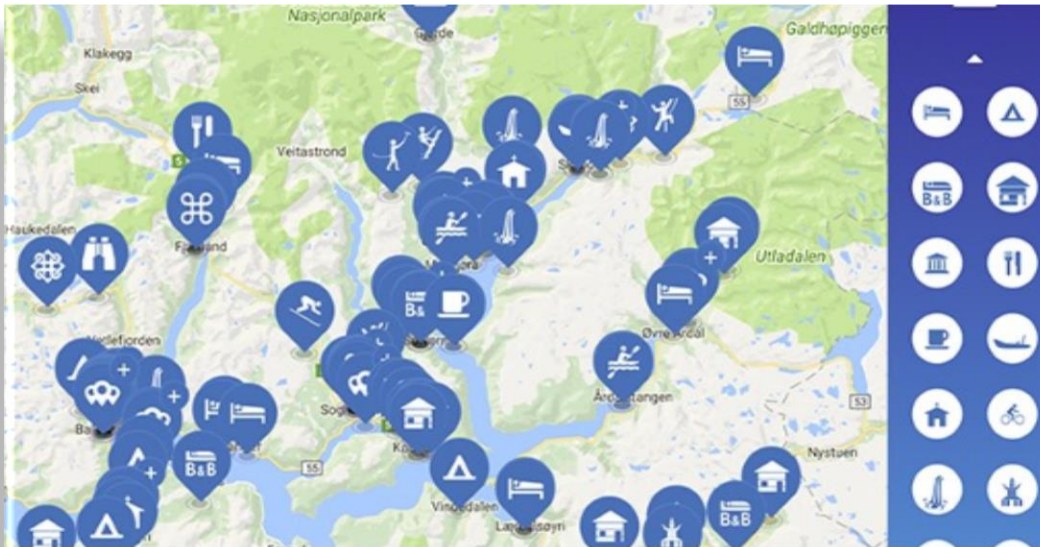
- **Place**
 - Sentrum, arkitektur, tilkomst, trafikkflyt, reinhald, vindskjerming mm.
- **Program**
 - Aktivitetar, arrangementet, festivalar, underhaldning, konferansar mm.
- **Partnership**
 - $1 + 1 = 3$, formelt og uformelt, strategiske alliansar mm.
 - 32 partnarar (reiseliv, kommune, skular, anna næring, reinhaldsverket, biblioteket, kunstforeningar mm.)
- **Package**
 - Pakking av produkta og partnerskapa
 - Tog, golf, opplevingsturisme, mountain bike, teater mm.
- **People**
 - Vertskap, vennlegheit, stoltheit, inkludering, turistinformasjon, service mm.



NEW SEASONS



sognefjord



FJORDMAP

CLICK & EXPLORE!



Brevandring



Sightseeing trips & Fjord Cruise



Aktivitetar



Vandring



Barn & Familie

Annonse



Vinter



Ståle Brandshaug

Reiselivsdirektør/CEO

Visit Sognefjord AS

+47 90961179

stale@sognefjord.no

www.sognefjord.no

www.facebook.com/VisitSognefjord

