



Økonomisk analyse av reiselivet i Senjaregionen

Forord

Rapporten er en verdiskapings- og ringvirkningsanalyse som Menon gjennomfører på vegne av Visit Senja Region høsten 2021. Formålet med rapporten er å kartlegge og analysere tilreisendes forbruk, lokalmarkedets betydning og reiselivets produksjon. Vi sammenstiller en rekke kilder og metoder for å gi en best mulig oversikt over reiselivets betydning for lokal verdiskaping og sysselsetting i Senjaregionen.

Rapporten består av to hoveddeler:

- **Del 1: Kartlegging av tilreisende (markedsperspektivet)**
 - Vi identifiserer tilreisende og måler deres forbruk fordelt på ulike vare- og tjenestetyper.
- **Del 2: Kartlegging av næringen (bedriftsperspektivet)**
 - Vi avgrensner reiselivsnæringen og kartlegger utviklingen over tid.

Rapporten analyserer forutsetningene for reiselivet, utviklingen over tid, samt barrierer og utviklingsmuligheter i tiden som kommer.

Arbeidet har vært ledet av Bettina Engebretsen med Live Nerdrum og Mathie Rødal som medarbeidere og Endre Kildal Iversen som kvalitetssikrer. Vi takker Visit Senja Region for et spennende oppdrag. Forfatterne står ansvarlig for innhold i rapporten.

Bettina Engebretsen, oktober 2021

Stor variasjon: Fra heftige kystlandskap til frodig og grønn natur i flaterreng

Senjaregionen, bestående av kommunene Senja, Målselv, Dyrøy og Sørreisa, har 26 000 innbyggere. Senjaregionen er omtrent 1 500 km fra Oslo, og ligger en times kjøretur med bil eller flybuss fra Bardufoss lufthavn, hvortil en flyreise fra Gardermoen tar i underkant av 2 timer. Man kan også reise til Senjaregionen ved å fly til Harstad eller Tromsø etterfulgt av hurtig- og lokalbåter som går i skipsleia mellom Tromsø og Harstad. I tillegg befinner en av landets 18 Nasjonale turistveger seg på ytre Senja fra Gryllefjord i vest til Botnhamn i nord. Det går også sommerferge mellom Andenes(Vesterålen) – Gryllefjord (Senja) og fra 2021 kan tilreisende benytte helårsferge mellom Brensholmen (Tromsø) – Botnhamn (Senja).

Senjaregionen er mest kjent for sin vakre natur, med en kombinasjon av voldsomme kystlandskap og frodig natur på flaterreng. Du kan oppsøke både dramatik og sjelsro med kort avstand fra sju-åtte hundre meter høye fjelltopper, grønt landskap, hvite strender, lune havner med fiskevær og nasjonalparker med kystsikt, villaks og bjørn. Senjaregionen ligger 300 km nord for Polarsirkelen, hvilket gjør at tilreisende kan oppleve midnattsol to måneder på sommeren. På vinterstid er det svært gode muligheter for å se nordlys grunnet plasseringen av den ovale sonen rundt den magnetiske Nordpolen, som passerer 100 km rett over Senja. Det er faktisk ingen steder i verden hvor man har større sjanse for å oppleve nordlys enn i denne regionen.

Videre kan destinasjonen by på aktiviteter for enhver smak. Det er et flust av stier for turgåere og syklist, med mulighet for å oppleve både fjell, vidde og skog, samt hundrevis av øyer en kan utforske. Det tilbys hundekjøring både i Senja, Målselv og Dyrøy, nordlysekspedisjon på Senja, guidet kajakkture i Dyrøy og det er gode muligheter for å fiske i Sørreisa. Om vinteren kan man spenne på seg skiene, enten det er langrenn eller alpint. På slutten av vinterhalvåret er det optimale forhold for frikjøring på ski og store muligheter for å finne urørt snø, da fjelltoppene i Senjaregionen er langt fra like kjente som andre steder i Nord-Norge.

Det tilbys enkle spisesteder som kombinerer lokal mat som røye, skrev og geitost, men også internasjonal mat.



**Forutsetninger
for reiseliv**



**Reiselivets
utvikling**



**Barrierer og
utvikling**

Dobling i antall utenlandske turister siden 2013 – kommer hovedsakelig om sommeren

Siden 2013 har det vært en samlet vekst i antall kommersielle gjestedøgn på 35 prosent. Veksten skyldes i stor grad økningen i antall campingturister. Utenlandske turister har blitt langt viktigere, med en dobling siden 2013. I samme periode har det største segmentet innen kommersiell overnatting gått fra å være yrkesreisende til å være ferie- og fritidsreisende. Tilreisende stod for over 200 000 gjestedøgn på hotell, camping eller Airbnb i Senjaregionen i 2019. Utleie står for nesten 30 prosent av alle gjestedøgn (ekskludert hytteturister) etter en tjuedobling fra 2016 til 2019. Senjaregionen kan først og fremst beskrives som en sommerdestinasjon, med flest gjestedøgn og høyest kapasitetsutnyttelse på denne tiden av året. Det største markedsegmentet blant tilreisende til Senjaregionen er derimot hytteturistene som stod for nesten like mange gjestedøgn i 2019 som de kommersielle gjestedøgnene og Airbnb samlet. Det er 3 400 fritidsboliger- og leiligheter i Senjaregionen, over halvparten er eid av lokale og er lokalisert i Senja kommune. De siste 20 årene har det vært en økning på 50 prosent i antall gjestedøgn på private hytter eid av tilreisende.

De tilreisende la til sammen igjen nesten 350 millioner kroner i de reiselivsrelaterte bedriftene i 2019. Tilreisendes forbruk (ekskludert hytteturistene) la grunnlag for 115 millioner kroner i verdiskaping og 345 sysselsatte i næringslivet i Senjaregionen, inkludert varehandel og servicetilbud, og videre 105 millioner kroner i verdiskaping og 90 sysselsatte i verdikjeden. I tillegg genererer hytteturistene verdiskaping på til sammen 145 millioner kroner og 170 sysselsatte. Overnattende gjester stod for under halvparten av inntektene til aktørene i innholdsbransjene, som viser at regionen har en betydelig andel gjennomfartsturister knyttet til Nasjonal turistveg Senja. Senjaregionen tiltrekker seg særlig mange fisketurister. Disse har lavere døgnforbruk enn andre ferie- og yrkesreisende, men er likevel en attraktiv gruppe tilreisende fordi de vender tilbake til destinasjonen år etter år.

Regnskapene til bedriftene i reiselivsnæringen viser at omsetningen har økt med 80 prosent på 10 år. Omsetningsveksten har vært på 10 prosent årlig etter et taktskifte i 2014. Verdiskapingen i reiselivet har økt fra 100 millioner kroner i 2009 til 200 millioner kroner i 2019. Sysselsettingen i reiselivsbedriftene har også doblet seg i samme periode, fra 340 til 670 deltids- og sesongansatte. De tilreisendes forbruk og investeringer står samlet sett for 6 prosent av arbeidsplassene og 3 prosent av verdiskapingen i næringslivet i Senjaregionen.



Forutsetninger
for reiseliv



Reiselivets
utvikling



Barrierer og
utvikling

Aktører planlegger store investeringer for å videreutvikle destinasjonens reiselivstilbud

Senjaregionen er lokalisert i et område mellom de to «motorene» Tromsø og Lofoten og Vesterålen, som kjennetegnes ved sterk vekst og store strømmer av turister året rundt. Dette skaper et stort mulighetsrom, som Senjaregionen enn så lenge ikke har klart å utnytte. Nærmere 75 prosent av de kommersielle overnattingene i regionen finner sted i sommerhalvåret. Det er mye ubenyttet kapasitet året rundt, men særlig i lavsesong om vinteren. Turismen i Senjaregionen er i en tidlig fase. Det betyr at en foreløpig ikke har en kritisk masse av robuste bedrifter som kan jobbe med å skape sin egen trafikk. Dermed har en heller ikke den infrastrukturen som finnes for eksempel i Lofoten, der det også i lavsesong er tilbud av åpne bedrifter, serveringssteder, aktiviteter etc. Den offentlige kommunikasjonen til og innad i området er også begrenset. I Senjaregionen er det særlig aktører som leverer helhetlige reiselivstilbud som tar ansvar for den besøkende gjennom hele oppholdet, slik som Hamn i Senja og Mefjord Brygge, som har lyktes i størst grad med å generere helårstrafikk. Markedets interesse for Senjaregionen har imidlertid ført til at flere nye aktører har planer om å videreutvikle reiselivstilbudet i regionen gjennom store investeringer. Våre beregninger i «best-case-scenario» viser at inntektene fra tilreisende kan øke med 135 prosent de neste fem årene gitt at planene blir realisert.

Nasjonal turistveg Senja er sannsynligvis den viktigste enkeltattraksjonen og "reason to go" til området i dag. Veksten til bedriftene i innholdsbransjene lokalisert langs strekningen har vært dobbelt så høy som veksten til aktørene i hele Senjaregionen. Det viser at turistveien er sentral for å trekke besøkende til regionen, men det er også en utfordring knyttet til gjennomfartsreisende. Gjennomfartsreisende legger igjen langt mindre penger i kassaapparatene enn de overnattende gjestene. Gjesteundersøkelsen gjennomført av Visit Senja Region gir viktige signaler om at de besøkende setter pris på roen og det "ikke turistifiserte" i Senjaregionen. Indirekte betyr dette at for mye turister vil oppfattes negativt. Gjennom å utvikle nye attraktive tilbud og ikoner i andre deler av regionen vil en både kunne spre trafikken rundt i området, øke attraksjonskraften i lavsesong og avlaste områder med stort besøkstrykk.

Et annet interessant funn i gjesteundersøkelsene er at de besøkende ønsker mer innsikt i det lokale livet før og nå. Dette er i tråd med sterke trender som handler om autentisitet og samhandling med vertsamfunnet. En av suksesskriteriene ved Lofoten som reise mål er det visuelle inntrykket av fiskeværerne og historien om Lofotfiske som utfyller naturopplevelsen. Sett utenfra er det kanskje slik at Senjaregionen har flere ulike fortellinger: fra kyst- og fiskerikultur, via den samiske og til tradisjonsrik jordbrukskultur med jakt, fiske og fangst og militært knutepunkt rundt Målselv. Det er viktig å identifisere hvilke historier som kan fortelles om Senjaregionen.



Forutsetninger
for reiseliv



Reiselivets
utvikling



Barrierer og
utvikling

Innhold: Vi kartlegger reiselivet fra to perspektiver

Del 1 - Markedsperspektivet:

Tilreisende til Senjaregionen



Markedsperspektivet krever at man identifiserer kundene og måler deres forbruk fordelt på ulike vare- og tjenestetyper. Vi kartlegger antall tilreisende mennesker fordelt etter sesong, formål med reise, overnattingsmåte og nasjonalitet. Deretter multipliseres gjestedøgn med døgnforbruk på varer og tjenester:

- Reiselivstjenester: Overnatting, servering, opplevelser og transport
- Andre utgifter: Handel, håndverkstjenester, tomtekjøp og materiell

Del 2 - Bedriftsperspektivet:

Reiselivsnæringen i Senjaregionen



Reiselivsnæringen består av bransjer som primært selger til mennesker på reiser. Næringen består av:

- Overnatting, servering, opplevelser, transport og formidling.

Avgrensning innebærer at næringen ikke bare er en reiselivsnæring, men næringen selger til flere markeder:

- Tilreisende mennesker
- Lokalbefolkning
- Lokalt næringsliv

Del 1 og del 2 - Økonomisk analyse av reiselivet i Senjaregionen



Markedsperspektivet: Vi kartlegger først tilreisendes totale forbruk og deres betydning for verdiskaping og sysselsetting i del 1.

Bedriftsperspektivet: Deretter kartlegger vi status og utvikling i total verdiskaping og sysselsetting i reiselivsnæringen i del 2.

Til slutt vurderer vi tilreisendes og reiselivsnæringens betydning for total verdiskaping og sysselsetting i regionen.

Definisjon av Senjaregionen

Senjaregionen ligger i Midt-Troms, mellom Tromsø og Harstad, representert ved det grønne området i kartet.

Senjaregionen inkluderer følgende kommuner:

- Senja kommune, med nesten 15 000 innbyggere. Bestod frem til 2020 av Torsken, Lenvik, Tranøy og Berg
- Målselv med over 6 500 innbyggere
- Dyrøy med over 1 000 innbyggere
- Sørreisa med nesten 3 500 innbyggere

Kart over Midt-Troms med illustrasjon av de ulike områdene.

Kilde: Masterplan for Senjaregionen



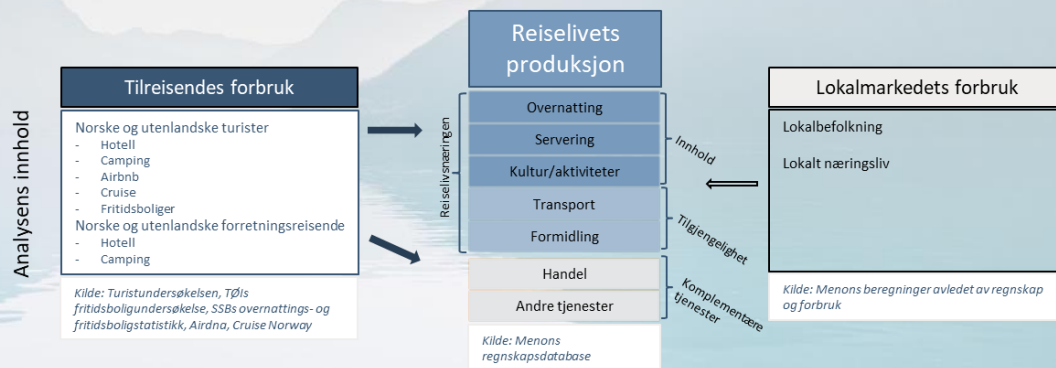
Våre metoder og kilder

Menon har utviklet en **økonomisk beregningsmodell for reiseliv** for å kunne estimere ringvirkninger av **tilreisendes lokale forbruk**. Modellen henter inn informasjon fra overnattingsstatistikk, Innovasjon Norges Turistundersøkelse, Menons regnskapsdatabase (regnskapsregistrene i Brønnøysund), samt nasjonalregnskapstall og næringskryssløp fra SSB.

Vi legger beregningene av antall gjestedøgn etter overnattingsform og segment til grunn for beregningene av økonomiske effekter. Deretter benyttes informasjon om gjennomsnittlig døgnforbruk fra Turistundersøkelsen. Vi omregner totalt forbruk (omsetning) i ulike vare- og tjenestekategorier til verdiskapings- og sysselsettingstall ved hjelp av **Menons regnskapsdatabase**. Databaseen inneholder regnskapsinformasjon for alle foretak i Norge med plikt til å levere regnskap til Brønnøysundregistrene, og har blitt utviklet gjennom flere år. Herfra trekker vi ut informasjon om samtlige reiselivsbedrifter i Norge, basert på de ulike bransjene som til sammen utgjør **reiselivsnæringen** (overnatting, servering, transport, formidling og opplevelser).

Vi opererer med fire segmenter av norske og utenlandske turister og feriereisende, vi kartlegger verdiskaping i innholdsbransjene, transport og formidling, samt andre næringer og underleverandører, og vi viser utviklingen i både turismen og næringslivet over tid.

Vi viser også utviklingen i reiselivsnæringen. Her bruker vi regnskapstall fra de lokale bedriftene i reiselivsnæringen.



Del 1: Markedsperspektivet – de tilreisende til Senjaregionen



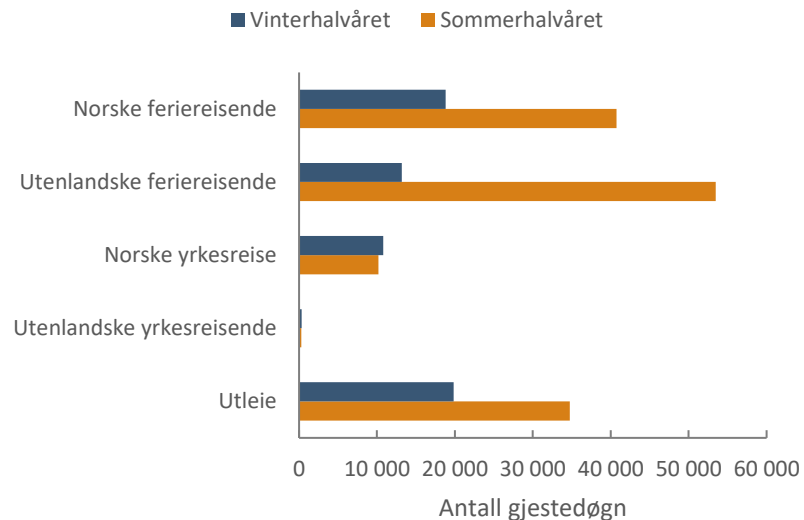
Tilreisende stod for over 200 000 kommersielle gjestedøgn i Senjaregionen i 2019 – 75 prosent av de kommersielle gjestedøgnene tilbringes på sommeren

Reiselivet er en viktig næringsvei i Senjaregionen og området tiltrekker seg mange turister årlig. Vi har sammenstilt kommersielle gjestedøgn på hotell, camping og hyttegrend med data fra Airdna i regionen. Samlet finner vi at de tilreisende stod for over 200 000 gjestedøgn i Senjaregionen i 2019. Til sammenlikning hadde Tromsø 1,3 millioner gjestedøgn i 2018 fra disse segmentene, mens Lofoten og Vesterålen hadde om lag 900 000 gjestedøgn samme år. Tromsø og Lofoten og Vesterålen hadde i tillegg gjestedøgn fra cruiseturister på henholdsvis 142 000 og 78 000.

Det er mange aktører som tilbyr overnatting i Senjaregionen. Hamn i Senja, Mefjord brygge, Senja fjordhotell og Målselv Fjellandsby er eksempler på store aktører som tilbyr overnatting, i tillegg til servering og aktiviteter. Det er også flere campingplasser og fiskecamps. Når det gjelder kommersielle overnattinger er feriereisende det største segmentet, med omtrent lik fordeling mellom nordmenn og utlendinger. 75 prosent av de kommersielle gjestene besøker destinasjonen om sommeren.

Videre ble omtrent 55 000 gjestedøgn tilbrakt ved utleie av private boliger og fritidsboliger gjennom Airbnb eller Vrbo. Dette utgjør i underkant av 30 prosent av gjestedøgnene i Senjaregionen (ekskludert hytteturistene). Til sammenlikning er andelen utleie i Tromsø og Lofoten og Vesterålen på omtrent samme nivå som Senjaregionen – begge med 27 prosent i 2018.

Antall gjestedøgn per segment og sesong i 2019 (ekskludert hytteturister). Sommersesongen strekker seg fra mai til oktober, mens vintersesongen strekker seg fra november til april. Kilde: Menon, Statistikknett og Airdna



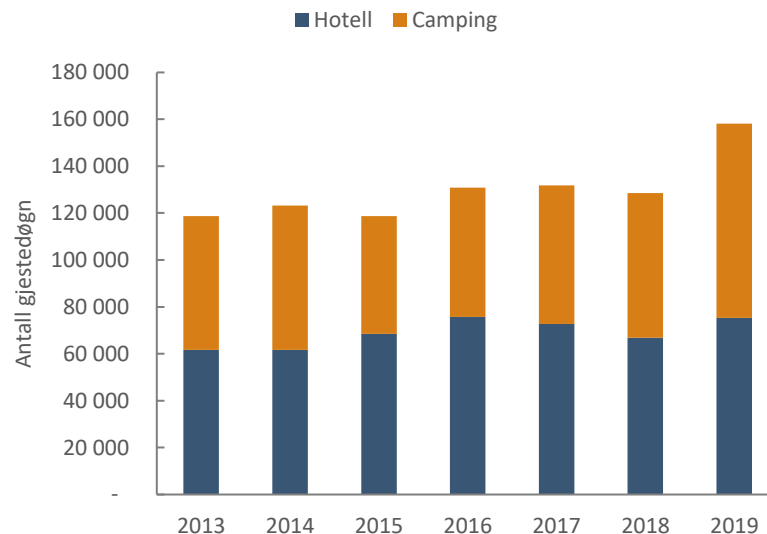
35 prosent vekst i antall kommersielle gjestedøgn – nesten 70 prosent skyldes økning i antall campingturister

I 2019 stod kommersielt overnattende for nesten 150 000 gjestedøgn i Senjaregionen. Tallene er hentet fra Statistikknett, hvor Senjaregionen omfattes av områdene Indre-Troms og Senja. Utfordringen er imidlertid at Bardu kommune, som ikke er inkludert i Senjaregionen, er med i datagrunnlaget til Indre-Troms. Av den grunn har vi benyttet omsetningen til de rapporteringspliktige bedriftene i Indre-Troms og funnet andelen som tilhører Bardu, og videre nedjustert de kommersielle gjestedøgnene per år med tilsvarende andel.

Siden 2013 har flere kommersielt overnattende funnet veien til Senjaregionen. Over perioden har antall gjestedøgn på hotell og camping vokst med 35 prosent totalt. Historisk har hotell vært det største overnattingssegmentet, men regionen har tiltrukket seg stadig flere campingturister. Med en dobbelt så høy samlet vekst på camping fra 2013 til 2019 som på hotell, hadde Senjaregionen for første gang flere campinggjester enn hotellgjester i 2019. Det er særlig høy vekst i camping fra 2018 til 2019 som har bidratt til dette.

Halvparten av campingturistene bor i egen campingvogn/bil eller telt, mens den resterende halvparten fordeles relativt likt mellom sesongcamping og turister som leier hytter hos campingaktørene.

Antall kommersielle overnattinger fordelt på hotell og camping/hyttegjeng fra 2013 til 2019. Kilde: Statistikknett



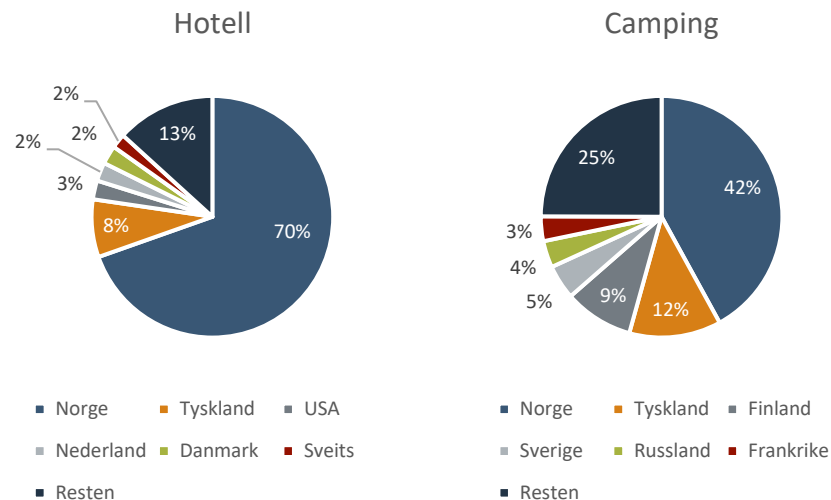
Utenlandske gjester blir stadig viktigere – dobling i utenlandsandelen siden 2013

Overnattingsaktørene i Senjaregionen tiltrekker seg både norske og utenlandske gjester. I 2013 stod norske tilreisende for 75 prosent av de kommersielle overnattingene. Antall norske overnattinger har imidlertid holdt seg stabilt gjennom perioden frem til 2019, mens det utenlandske markedet stadig har blitt større. Over perioden fra 2013 til 2019 har utenlandsmarkedet vokst med 160 prosent. Det har resultert i at de kommersielle aktørene gjestet omtrent like mange nordmenn som utlendinger i 2019.

Selv om utenlandsandelen i det kommersielle overnattingsmarkedet har doblet seg fra 2013, er det stor forskjell på fordelingen mellom nordmenn og utlendinger på hotell og camping. Hotellene i regionen domineres fremdeles av norske gjester, da rundt 70 prosent av de overnattende kommer fra Norge. Blant utlendingene som bor på hotell finner vi flest tyskere, men også amerikanere, nederlendere og dansker for å nevne noen. Gjestene på campingplassene har klar overvekt av utlendinger. Det er særlig tyskere, finner, svensker og russere som benytter seg av denne overnattingsformen.

Tilsvarende mønster er å finne på andre destinasjoner slik som Tromsø, samt Lofoten og Vesterålen der hoteller domineres av norske gjester, som står for rundt 60 prosent i begge områdene. Samtidig er det en overvekt av utlendinger på campingplassene, der litt over halvparten av gjestene er utlendinger i Tromsø, mens nesten 70 prosent av gjestene i Lofoten og Vesterålen er fra utlandet.

Fordeling mellom norske og utenlandske turister ved hotell og camping i 2019.
Kilde: Statistikknett



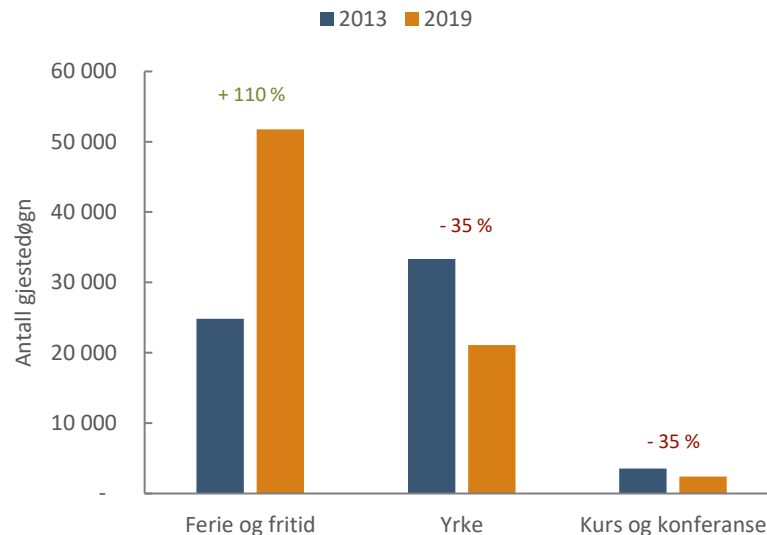
Mer enn en dobling i antall ferie- og fritidsreisende på hotell → har blitt det største segmentet

Campingplassene og hyttegrendene gjester i all hovedsak ferie- og fritidsreisende. Hotellgjestene har derimot ulike formål med sin reise. Videre har vi derfor sett nærmere på hvilke kunder, i form av de tilreisendes formål, som gjester hotellene.

Som figuren viser var yrkesreisende det største segmentet som gjestet hotellene i Senjaregionen i 2013, tett etterfulgt av ferie- og fritidsreisende. I 2019 ser bildet derimot helt annerledes ut. Hotellene i regionen har tiltrukket seg langt flere ferie- og fritidsreisende. Siden 2013 har det vært mer enn en dobling i antall gjestedøgn innen dette segmentet. Antall yrkesreisende og kurs- og konferansegjester har derimot utviklet seg i motsatt retning. I perioden fra 2013 til 2019 har de sistnevnte segmentene hatt en nedgang på 35 prosent. Dette har resultert i at ferie- og fritidssegmentet har blitt det klart største.

Hotellene gjester dermed en god kombinasjon av yrkesreisende og ferie- og fritidsreisende. Fordelen med en slik kombinasjon er at ferie- og fritidssegmentet hovedsakelig besøker destinasjonen på samme tid, mens de jobbrelaterte reisene ofte spres utover året ettersom de kun avhenger av arbeidstakeres behov for gjennomføring av slike reiser. Vi vil derfor se nærmere på destinasjonens sesongprofil og kapasitetsutnyttelse i det videre.

Antall kommersielle gjestedøgn på hotell i 2013 og 2019 per segment. Kilde: Statistikknett

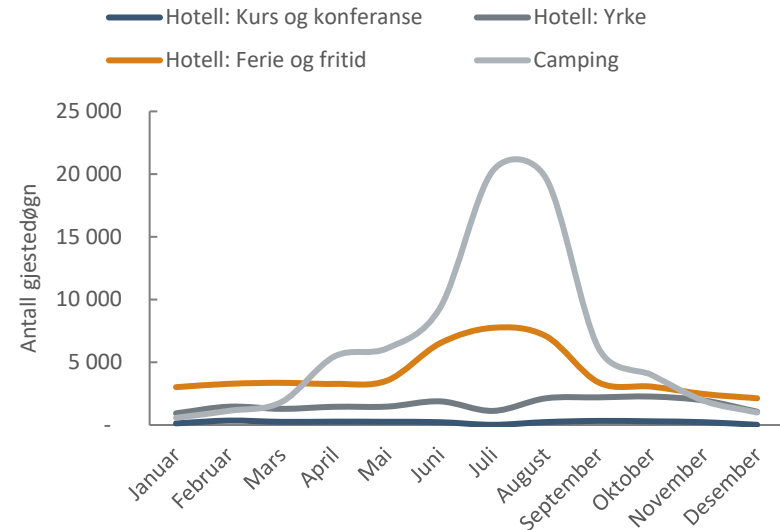


For campingturister og feriereisende er Senjaregionen stort sett en sommerdestinasjon – med mye ubenyttet kapasitet på vinteren

Særlig feriereisende og campinggjester besøker destinasjonen på sommeren, mens yrkesreisende besøker destinasjonen mer spredt utover året. Vi ser av figuren at campinggjestene har en smalere sommerprofil. De sesongpregede overnattingene innebærer lav kapasitetsutnyttelse på vinteren. I 2019 var kapasitetsutnyttelsen på rundt 40 prosent i vinterhalvåret og 60 prosent i sommerhalvåret. Den årlige kapasitetsutnyttelsen i Senjaregionen har stort sett ligget rundt 50 prosent siden 2013. Dette er noe høyere enn i Lofoten og Vesterålen, men det er mye lavere enn i Tromsø som i snitt har hatt 70 prosent kapasitetsutnyttelse. I perioden 2013 - 2019 har det vært noe økning i kapasitetsutnyttelsen. Økningen har vært ujevn fra år til år i Senjaregionen, med en gjennomsnittlig økning i kapasitetsutnyttelse på 3 prosent. Denne utviklingen er lik de andre destinasjonene Tromsø, samt Lofoten og Vesterålen hvor økningen har vært på henholdsvis 1 prosent og 4 prosent.

RevPAR, inntekt per disponibelt rom, er en nyttig indikator for å belyse hotellenes inntekter i forhold til den disponible kapasiteten, og bestemmes av pris per solgte rom og kapasitetsutnyttelsen. RevPAR fremkommer ved å dividere hotellenes losjiinntekt på antall disponible romdøgn. Utviklingen i RevPAR har vært stabil i Senjaregionen og har i snitt vært på 454 kroner siden 2013, hvilket er 57 kroner lavere enn snittet i Lofoten og Vesterålen, og 207 kroner lavere enn snittet i Tromsø. Forskjellen i RevPAR indikerer at hotellene i Senjaregionen i snitt er mindre lønnsomme enn både de sammenliknbare destinasjonene og det nasjonale snittet på 555 kroner.

Antall kommersielle overnattinger per måned i 2019 fordelt på segment.
Kilde: SSB



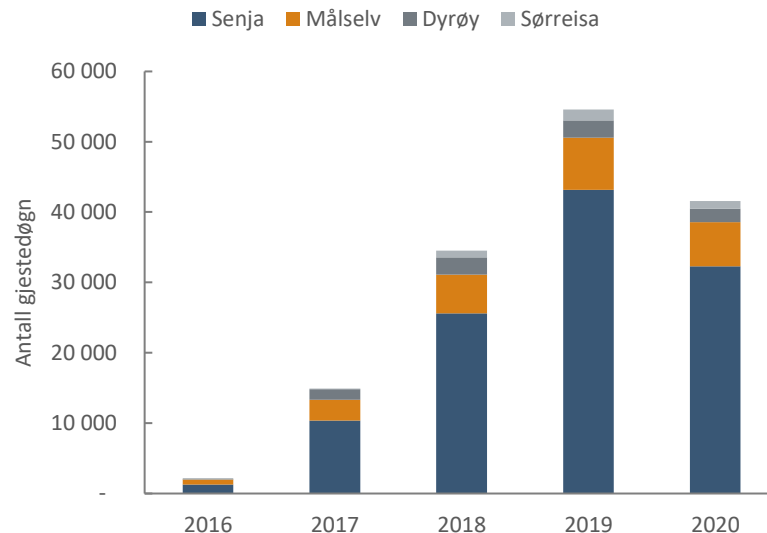
Utleie: Økning fra 2 000 til 55 000 gjestedøgn i perioden 2016-2019

Veksten i utleie via den nettbaserte markedsplassen, Airbnb, hvor brukere kan tilby, søke og bestille overnattingssteder har vært svært høy i Norge de siste årene, og Senjaregionen er intet unntak. I 2016 var det svært lite utleie i regionen med 2 000 overnattinger. Mellom 2016 og 2019 har antall gjestedøgn mer enn tjuedoblet seg, noe som resulterte i 55 000 gjestedøgn i 2019. Utleie stod dermed for 14 prosent av alle gjestedøgnene i Senjaregionen og nærmere 30 prosent av de kommersielle gjestedøgnene. I 2020 gikk utleie noe ned som følge av de strenge reiserestriksjonene knyttet til koronapandemien.

Som figuren viser er det store forskjeller i antall overnattinger ved utleieenheter mellom kommunene i Senjaregionen. Siden 2013 har Senja vært den største kommunen innen utleie og hatt høyere vekst enn de andre kommunene. Av den grunn har andelen utleie på Senja økt relativt til utleie i hele Senjaregionen. I 2019 fant omtrent 80 prosent av gjestedøgn ved utleie sted i Senja kommune. Målselv er den nest største kommunen i utleiemarkedet og står for nesten 15 prosent av overnattingene.

Det knytter seg flere utfordringer til denne typen delingsplattformer, særlig i forbindelse med at utleiere unndrar inntekter til beskatning. Fra første januar 2020 må imidlertid alle som formidler utleie av fast eiendom samle inn utleiedataene sine og rapportere inn til Skatteetaten.

Beregnet antall gjestedøgn ved utleie per kommune i Senjaregionen fra 2016 til 2020. Kilde: Airdna

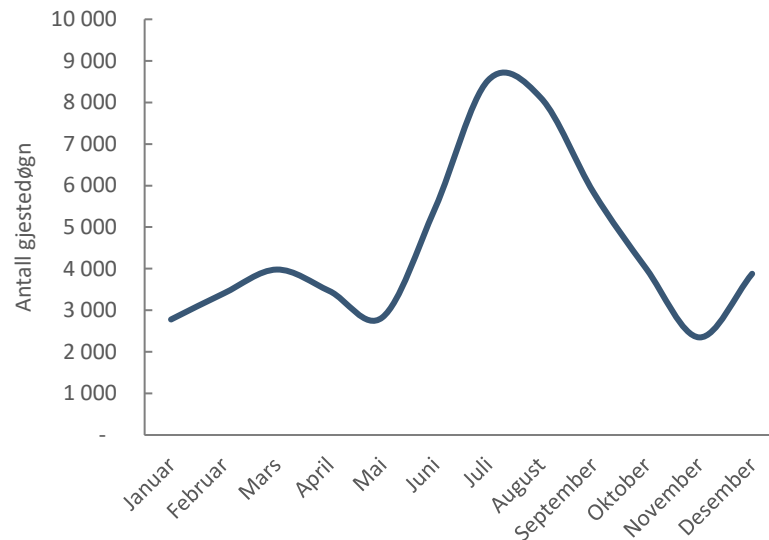


70 prosent av overnattingene ved utleie finner sted om sommeren

Videre har vi sett nærmere på når på året overnattende ved utleie i Senjaregionen besøker destinasjonen. Som figuren viser har også utleie en tydelig sommervridd sesongprofil, da omtrent 70 prosent av overnattingene finner sted mellom mai og november. Overnattingene er jevnt økende fra mai og frem til toppunktet nås i juli, med ca. 8 500 overnattinger, før aktiviteten gradvis avtar frem mot november.

Det er særlig Målselv kommune som står for høyest andel av overnattingene om vinteren. Dette skyldes naturlig nok at Målselv, i motsetning til resten av regionen, er å anse som en vinterdestinasjon med både skitrekk og langrennsløyper.

Beregnet antall gjestedøgn ved utleie per måned i Senjaregionen, 2019. Kilde: Airdna



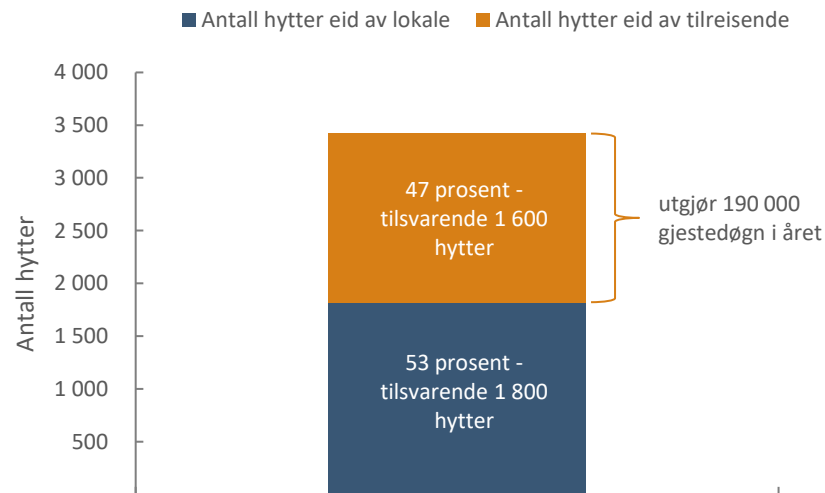
3 400 hytter er lokalisert i Senjaregionen – over halvparten er eid av lokale

Tilreisende i Senjaregionen overnatter både på hotell, camping og hyttegrender, andre leier seg bolig via nettbaserte markedsplasser som Airbnb. Det er også en stor andel tilreisende som eier fritidsbolig i regionen. De 3 400 hyttene i Senjaregionen ligger spredt, med unntak av enkelte hyttefelt som Målselv Fjellandsby. De fleste av hyttene er enkeltstående, hvor noen ligger på fjellet mens andre er nær vann og fjord. Fordelingen i antall hytter mellom kommunene i regionen har vært stabil de siste 20 årene. Over halvparten av hyttene er lokalisert i Senja kommune og over 25 prosent er lokalisert i Målselv kommune. De resterende hyttene ligger i Sørreisa og Dyrøy kommune, med en overvekt av antall hytter i Sørreisa.

I Senjaregionen er det mange som foretrekker kort reisevei til sin hytte. Litt over halvparten av hytteeierne bor i regionen, noe som er en relativt høy andel. I det videre vil vi kun fokusere på de resterende hytteeierne som ikke bor i samme region som de har hytte i, altså de tilreisende.

Vi beregner at de tilreisende hytteeierne tilbragte 190 000 gjestedøgn i fritidsboliger i 2019, noe som utgjør nesten like mye som de kommersielle overnattingene og utleie samlet. Til sammenligning hadde Lofoten og Vesterålen 121 000 gjestedøgn i fritidsboliger i 2018, altså en del færre enn Senjaregionen.

Antall hytter i Senjaregionen eid av lokale (bosatt i regionen) og antall hytter eid av tilreisende (bosatt utenfor kommunen). Kilde: SSB



Antall gjestedøgn på private hytter har økt med nesten 50 prosent de siste 20 årene

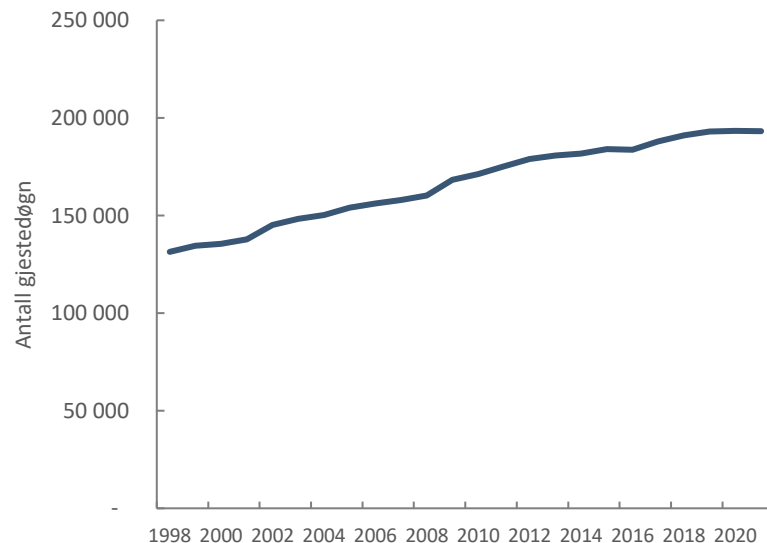
Antall hytter i regionen har økt fra rundt 2 300 i 1998 til 3 400 i 2020. For de som ikke er bosatt i regionen har antallet økt fra 1 100 til 1 600, dette innebærer en økning på i snitt 2 prosent årlig for den gitte perioden.

Antall overnattinger på de tilreisendes egne hytter varierer fra destinasjon til destinasjon. Mange destinasjoner gjennomfører hytteundersøkelser som gir innsikt i hvor mye hyttene i området faktisk blir benyttet. For Senjaregionen har vi ikke en slik undersøkelse tilgjengelig, men ved å basere oss på analysearbeidet vi har utført under prosjektet og hytteundersøkelser fra andre destinasjoner, legger vi til grunn at hver hytte står for 120 gjestedøgn per år.

Dette innebærer at hytteturistene står for drøye 190 000 gjestedøgn i 2020. For å sammenlikne er antall gjestedøgn per år langt høyere på typiske hyttestedstinasjoner slik som Oppdal, Kragerø og Norefjellsregionen.

Gitt at hyttene brukes like mye nå som før har antall gjestedøgn økt fra 130 000 til 190 000 siden 1998. Veksten skyldes tilveksten av hytter i regionen. Gjennom denne perioden har antall hytter vokst med nesten 50 prosent. De siste årene har det i snitt blitt bygget 32 nye hytter. Særlig har veksten vært stor i Målselv grunnet den store satsningen i Fjellandsbyen av både hytter og leiligheter til fritidsbruk. I denne delen av regionen brukes hyttene særlig mye om vinteren, mens sommeren er høysesong i resten av regionen.

Antall gjestedøgn på private hytter i Senjaregionen (kun tilreisende) fra 1998 til 2020. Kilde: SSB og Menon



Nasjonal Turistveg Senja: har bidratt til svært høy vekst for reiselivsbedriftene langs strekningen, men byr også på flere utfordringer

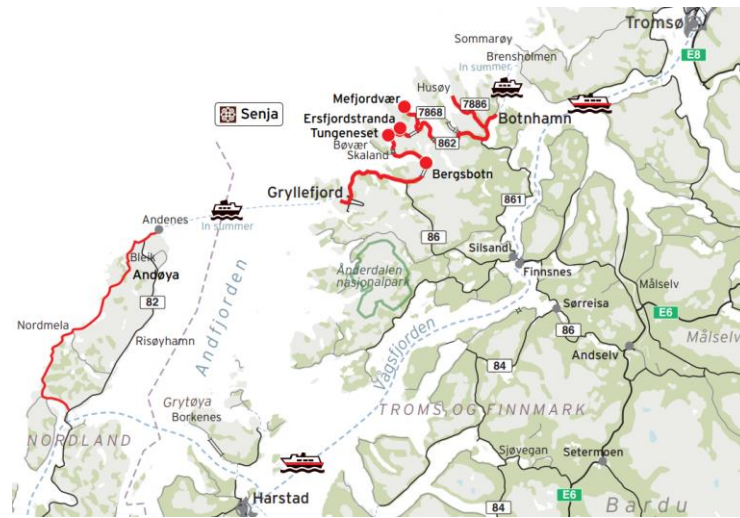
Strekningen mellom Gryllefjord og Botnham på Senja er en av 18 utvalgte veistrekninger som inngår i satsningen Nasjonale turistveger. De Nasjonale turistveiene går gjennom landskap med unike naturkvaliteter og formålet med satsingen er å forsterke naturopplevelsen gjennom finansiering av oppsiktsvekkende prosjekter. Et eksempel på et slikt prosjekt er Guldassen i Ersfjord.

Nasjonal turistveg Senja er sannsynligvis den viktigste enkeltattraksjonen og "reason to go" til regionen i dag. I 2019 tok nesten 44 000 passasjerer sommerfergene fra og til Gryllefjord og Botnhamn, noe som viser at mange tilreisende tar turen til yttersiden av Senja. Turistvegen har tilsynelatende blitt stadig mer populær de senere årene.

En effektmåling av turistvegen gjennomført av Menon viser at reiselivsbedriftene langs strekningen har hatt en verdiskapingsvekst på hele 400 prosent fra 2010 til 2017. Selv om turistvegen trolig har bidratt til svært høy verdiskapingsvekst for bedriftene langs strekningen, er den ytre delen av Senja også preget av mange gjennomfartsturister og andre besøkende med kort oppholdstid og lite bruk av kommersielle anlegg. Utfordringen for Senja er derfor å få de besøkende til å bli og legge igjen mer penger hos både serverings- og opplevelsesaktørene.

Verdiskapingen til reiselivsbedriftene langs turistvegen har fra 2010 vært dobbelt så høy som i hele Senjaregionen. Dette indikerer at turistvegen har en stor attraksjonsverdi i seg selv, men at tilstrømmningen av turister til yttersiden av Senja i mindre grad spres til andre områder i regionen. Nasjonal turistveg Senja kan derfor brukes som et «utstillingsvindu» for å tiltrekke turister til regionen, men for å spre de besøkende til andre områder er en avhengig av å skape attraksjonskraft også i andre deler av regionen.

Kart over Nasjonal turistveg Senja. Kilde: Nasjonale turistveger



Fisketuristene i Senjaregionen vender tilbake til destinasjonen år etter år, men har et lavere forbruk enn andre kommersielt overnattende gjester

Nasjonal turistveg Senja er en viktig attraksjon for å tiltrekke folk til regionen. Senjas storslåtte naturomgivelser er et annet aspekt som tiltrekker seg folk, slik som fisketurister. De rike havområdene som omringer Senja er hjem til en rekke fiskearter, inkludert torsk, sei, uer, hyse, steinbit og kveite. De gode mulighetene for fiske, samt muligheten for å oppleve arktisk dyreliv på havet som havørn, niser og sel har bidratt til å gjøre Senjaregionen et yndet sted for fisketurister.

Norske og utenlandske aktører har etablert spesialtilpassede pakketilbud for å møte fisketurismen, som inkluderer egen bolig og tilgang til båt. Majoriteten av fisketuristene er utenlandske, hovedsakelig fra Europa. De fleste fisketurister er stamkunder og returnerer til samme sted flere ganger, mange returnerer så ofte som på årlig basis. Fisketurisme er positivt for reiselivet da forutsigbarheten gjør tilbydere mindre utsatt for konjunkturer og andre ytre faktorer, samtidig som fisketurister i større grad besøker regionen i skuldersesongene enn andre tilreisende. En nedside med fisketurister er at de ofte legger igjen mindre penger enn andre turister, da de gjerne lager egen mat og hovedsakelig bruker tiden sin på fiske istedenfor på kommersielle aktiviteter som tilbys. Samtaler med sentrale aktører indikerer at forbruket til fisketurister er under halvparten av andre kommersielt overnattende gjester. Dette betyr at fisketurister i mindre grad bidrar til lokal verdiskaping sammenlignet med de kommersielle gjestene.

Fisketuristaktørene når ut til potensielle kunder på ulike måter. Aktører baserer seg på egen hjemmeside med tilhørende booking, i kombinasjon med at de benytter seg av formidlere for å generere kunder. Det er i hovedsak to formidlingsselskaper, Din Tur og Kingfisher, som har en sterk posisjon i Senjaregionen. Dette bidrar til å gjøre fisketurismen mer sårbart.



Foto: Steinfjord.com

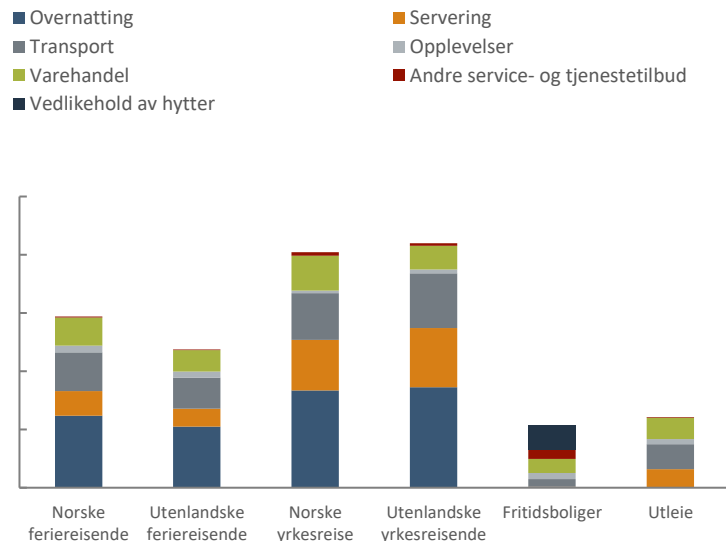
Yrkesreisende har det høyeste døgnforbruket, mens tilreisende på hytter og i utleieenheter har det laveste

I det videre ser vi nærmere på de tilreisendes forbruk i Senjaregionen og tilhørende ringvirkninger for kommunene i regionen. Beregningene baserer seg på Innovasjons Norges Turistundersøkelse, hvor et stort antall reisende på forskjellige destinasjoner blant annet svarer på hvor mye penger de har brukt. Det er usikkerhet forbundet med tallene. En mulige feilkilde er at forbrukstillene er selvrapporterte, men det knyttes også usikkerhet til hvorvidt intervjuobjektene utgjør et representativt utvalg. Intervjuene til Turistundersøkelsen blir i stor grad foretatt ved kommersielle overnattingssteder og treffer trolig best på hotellgjester. Av den grunn baserer vi forbruket ved private hytter på en undersøkelse fra TØI.

Det beregnede døgnforbruket for ulike segmenter viser at norske og utenlandske yrkesreisende bruker klart mest, med i snitt 2 060 kroner. Forbruket er høyere innen alle bransjer, men særlig legger de igjen mer penger innen overnatting og servering. Norske feriereisende har et gjennomsnittlig døgnforbruk på 1 500 kroner og har et noe høyere forbruk enn utenlandske feriereisende som bruker 1 200 kroner hver seg.

Hytteturistene bruker langt mindre på reiselivsrelaterte produkter og tjenester enn de kommersielt overnattende. Per døgn ligger deres forbruk på 310 kroner. Inkluderer vi også vedlikehold og oppgradering av hyttene i døgnforbruket øker derimot tallet med 150 kroner. Hytteturistenes døgnforbruk ender da opp på 460 kroner totalt. Tilreisende som leier overnatting gjennom Airbnb legger igjen omtrent 600 kroner per gjestedøgn.

Gjennomsnittlig døgnforbruk fordelt på forbrukskategorier. Kilde: Innovasjon Norges Turistundersøkelsen 2013-2016 og TØI (2008)



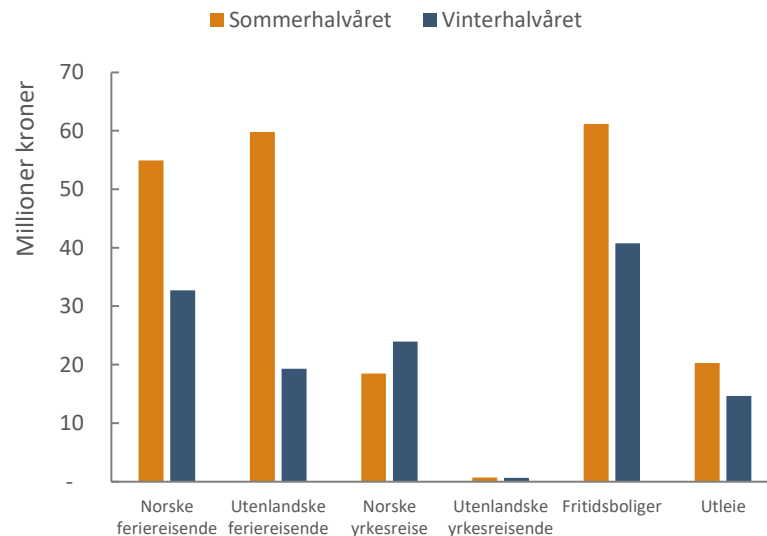
Tilreisende la igjen nesten 350 millioner kroner i 2019

Vi beregner at tilreisende i Senjaregionen la igjen nærmere 350 millioner kroner i kommunene i 2019, hvorav kommersielt overnattende stod for 60 prosent av omsetningen, tilsvarende 210 millioner kroner. Feriereisende legger igjen klart mest penger av de kommersielt overnattende. Rundt 60 prosent av inntektene fra kommersielt overnattende genereres om sommeren, hvorav norske og utenlandske turister legger igjen omtrent like mye.

Totalt genererer hytteturismen i overkant av 100 millioner i omsetning i næringslivet i Senjaregionen. I beregningene har vi både inkludert hytteturistenes forbruk innen de reiselivsrelaterte næringene, men også deres forbruk til oppgradering og vedlikehold av hytter innen handel og bygg- og anlegg. Vi har inkludert forbruk knyttet til oppgradering og vedlikehold av hyttene fordi hytteturismen genererer inntekter til andre deler av næringslivet i Senjaregionen enn det en tradisjonell kommersielt overnattende gjest gjør.

De tilreisende som overnatter på private hytter har 80 prosent lavere gjennomsnittlig døgnforbruk innen reiselivsprodukter- og tjenester enn de som benytter kommersielle overnattingssteder. Selv om hytteturistene står for halvparten av gjestedøgnene i regionen, utgjør deres forbruk hos reiselivsaktørene kun 25 prosent av samlet reiselivsrelatert forbruk i regionen.

Beregnet omsetning fra tilreisendes forbruk i 2019 fordelt på sesong, marked og formål. Sommersesongen defineres som mai-oktober, og vintersesongen som november-april. Kilde: Menon



Omtrent 80 prosent av inntektene fra de tilreisende tilfaller reiselivet, mens de resterende inntektene tilfaller andre næringer

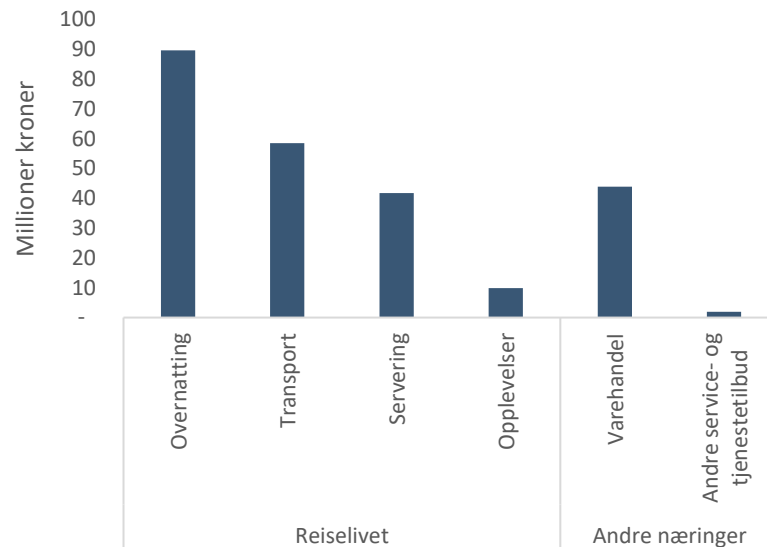
Videre har vi beregnet lokal omsetning generert av tilreisendes forbruk (ekskludert hytteturistene) på tvers av ulike næringer og mottakere. Dette for å vise at ikke bare de klassiske reiselivsbedriftene profiterer på de tilreisende.

Overnatting er den bransjen i reiselivet som får mest omsetning generert fra de tilreisende, pålydende 90 millioner kroner. Transport og servering har beregnet omsetning på henholdsvis 60 og 40 millioner kroner, mens 10 millioner tilfaller opplevelsesbransjen.

20 prosent av omsetningen fra de tilreisende tilfaller andre næringer enn reiselivet, tilsvarende omtrent 45 millioner kroner. Figuren viser at det er varehandel som har tilnærmet all omsetning fra de tilreisende, mens resten av omsetningen går til andre service- og tjenestetilbud.

Ser man på alle tilreisende, altså kommersielt overnattende, Airbnb-gjester og hytteturister, tilfaller halvparten av omsetningen fra de tilreisende andre næringer enn reiselivet, tilsvarende over 200 millioner kroner. Dette inkluderer forbruk, men også investeringer fra hytteturistene. Blant de andre næringene har varehandel og bygg og anlegg høyest omsetning, hver med en omsetning på i underkant av 90 millioner kroner i 2019.

Beregnet totalt forbruk fra de tilreisende (ekskludert hytteturister) per forbrukskategori i 2019. Millioner kroner. Kilde: Menon



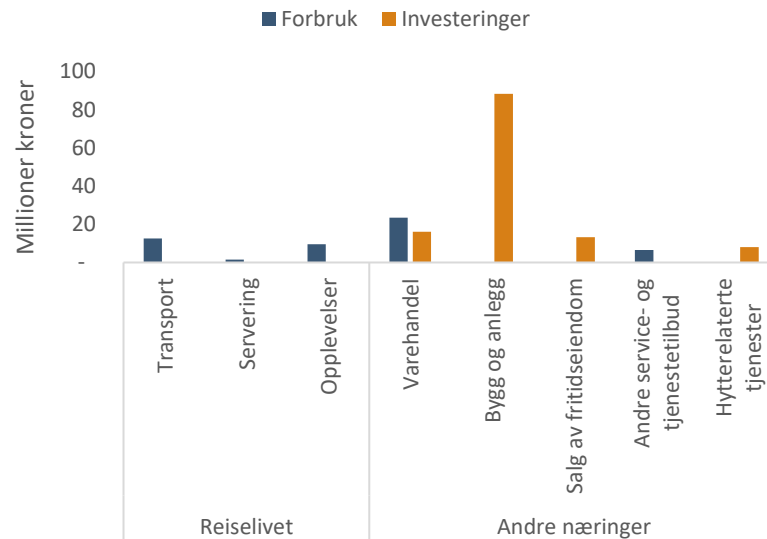
Nesten alle inntektene fra hytteturistene tilfaller andre næringer

Videre har vi beregnet lokal omsetning generert av hytteturistenes forbruk og investeringer på tvers av ulike næringer og mottakere. Legg merke til at vi her både har inkludert forbruket til de besøkende i Senjaregionen og hytteturistenes investeringer i nye fritidsboliger.

Ser en på forbruk og investeringer samlet, tilfaller nesten 90 prosent av omsetningen fra de tilreisende andre næringer enn reiselivet, tilsvarende over 155 millioner kroner. Figuren viser at det er bygg og anlegg som har klart høyest omsetning fra de tilreisende, på nesten 90 millioner kroner. Denne omsetningen handler i hovedsak om investeringer i utbygging, oppgradering og vedlikehold av hytter.

I beregningene har vi lagt til grunn en utbygging av 33 hytter per år, som er en videreføring av utviklingen de siste årene. Vi har tatt høyde for at hyttene i Målselv i gjennomsnitt har noe høyere standard enn i de andre kommunene, først og fremst på grunn av fjellandsbyen. Basert på samtaler med lokale aktører i bygg- og anleggsbransjen antas en gjennomsnittlig utbyggingskostnad på 3,25 millioner kroner per hytte i Senja, Dyrøy og Sørreisa kommune. Av denne kostnaden er 400 000 kroner antatt å gå til tomt, 350 000 til anleggsarbeid og 2,5 millioner til bygging. For Målselv er det lagt til grunn en tomtepris på 450 000 kroner, samme anleggskostnad som de øvrige kommunene og en byggekostnad på 3 millioner kroner. Videre fremkommer det at om lag 60 prosent av omsetningen knyttet til byggingsarbeidet tilfaller lokalt næringsliv, mens det for anleggsarbeidet ligger på 90 prosent.

Beregnet total omsetning (forbruk og investeringer) fra hytteturistene per forbrukskategori i 2019. Millioner kroner. Kilde: Menon

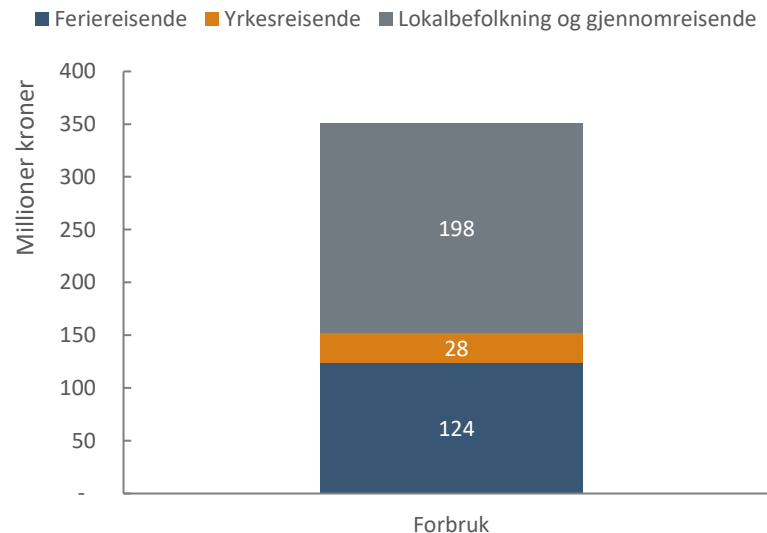


Overnatting, servering og opplevelser: Tilreisende står for under halvparten av inntektene til aktørene

Etter å ha kartlagt omsetningen fra tilreisende etter næring ser vi nærmere på reiselivets innholdsbransjer overnatting, servering og opplevelser. Figuren til høyre viser at feriereisende står for om lag 35 prosent av selskapenes totale omsetning, mens yrkesreisende står for 8 prosent.

Det er tydelig at den viktigste inntektskilden, som utgjør over halvparten av omsetningen til reiselivet i Senjaregionen, kommer fra mennesker som ikke fanges opp i overnattingsstatistikken. Sett opp mot størrelsen på lokalbefolkningen er det derimot tydelig at dette ikke kun kan tilskrives denne gruppen, men at det er et betydelig innslag av gjennomfartsturister. Det er ikke overraskende med tanke på gjennomkjøringstrafikken på Nasjonal turistveg Senja. Dette viser at gjennomfartsturistene i dag har stor betydning for reiselivet i Senjaregionen på tross av utfordringer med å få dem til å bli.

Beregnet omsetning fra tilreisende i 2019 sammenliknet med total omsetning i reiselivets innholdsbransjer. Kilde: Menon



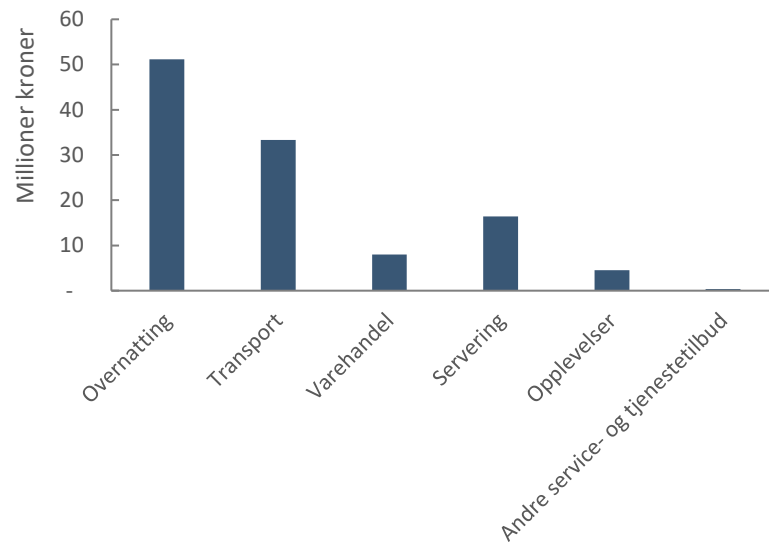
Tilreisendes forbruk bidrar til 115 millioner kroner i verdiskaping i næringslivet i Senjaregionen

Verdiskaping er definert som bedriftenes lønnskostnader og driftsresultat før skatt, avgifter, nedskrivninger og avskrivninger. Verdiskaping er dermed den omsetningen som «blir igjen» i bedriftene etter vare- og tjenestekjøp er foretatt for å avlønnne innsatsfaktorene arbeidskraft og kapital.

Over 90 prosent av verdiskapingen som tilreisendes forbruk legger grunnlag for fant sted i reiselivsbedriftene, hvilket er noe høyere enn tilsvarende andel innen omsetning. Årsaken til at reiselivsnæringen har en relativt høyere verdiskaping sett i forhold til omsetningen er at næringen er svært arbeidsintensiv sammenlignet med varehandelen. Dermed går en større andel av reiselivsbedriftenes inntekter til å lønne arbeidskraften. For varehandel går derimot en større andel av inntektene til å kjøpe varer og tjenester fra underleverandører.

Reiselivet samlet har en verdiskaping på 105 millioner kroner generert av kommersielt overnattende og Airbnb-gjester. På lik linje med omsetning er overnatting størst med en verdiskaping på 51 millioner kroner. Dernest følger transport foran servering og til sist opplevelser.

Verdiskaping avledet av de tilreisendes beregnede forbruk i 2019 (ekskludert hytteturister). Millioner kroner. Kilde: Menon

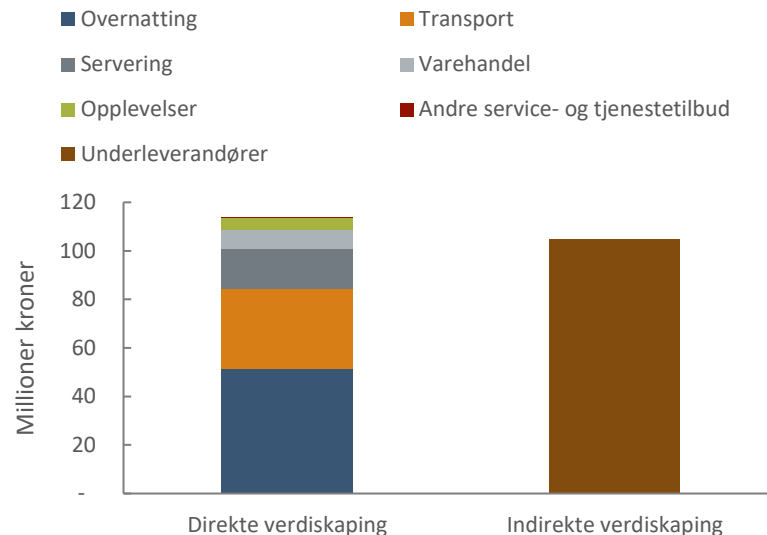


Og 105 millioner kroner i verdiskaping i verdikjeden

I tillegg til at 115 millioner kroner av verdiskapingen i næringslivet i Senjaregionen kan knyttes direkte til de tilreisendes forbruk, vil reiselivsnæringen, handelsbransjen og bygg- og anleggsbransjen gjøre innkjøp hos sine underleverandører på rundt 105 millioner kroner. Verdiskapingen hos norske underleverandører er således nesten på nivå med den direkte verdiskapingen fra de tilreisendes forbruk. Den indirekte verdiskapingen er beregnet ut i fra lokal reiselivsnærings vare- og tjenestekjøp i Norge, og tilfaller dermed ikke bare lokalt næringsliv. Indirekte verdiskaping er produksjonen til underleverandører gjennom hele verdikjeden. Direkte og indirekte verdiskaping summerer seg til reiselivets omsetning minus import til Norge for hele verdikjeden samlet.

Eiendom og forretningsmessig tjenesteyting er eksempler på viktige underleverandørnæringer. Eiendomsselskaper har en særlig viktig rolle som leverandør til overnattingsbransjen. Mange hotell, både kjedehotell og selvstendige, har leieutgifter som varierer med omsetning, slik at økte inntekter gir stabile resultater i driftsselskap, mens eiendomsselskapet opplever økte inntekter. Sett på denne måten er status og utvikling for verdiskaping og lønnsomhet undervurdert for overnattingsbransjen sammenlignet med andre bransjer.

Verdiskaping avledet av de tilreisendes beregnede forbruk i 2019 (ekskludert hytteturister), samt beregnede ringvirkninger hos innenlandske underleverandører. Millioner kroner. Kilde: Menon



Forbruket legger grunnlag for 345 arbeidsplasser i regionen

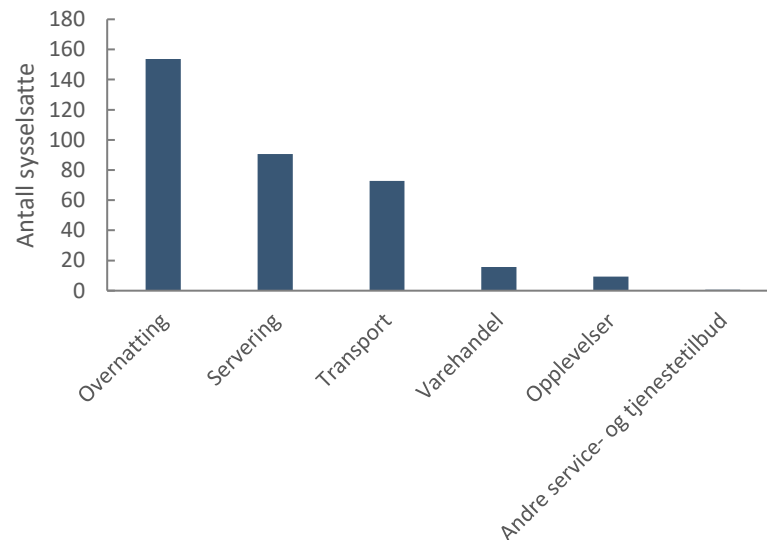
Reiselivet og de relaterte næringene er viktig for å opprettholde sysselsettingen i Senjaregionen. I 2019 la forbruket grunnlag for 345 arbeidsplasser i det reiselivsrettede næringslivet, inkludert varehandel og andre service- og tjenestetilbud.

Det aller meste av sysselsettingen, 95 prosent, genereres i reiselivsnæringen. Aller høyest er sysselsettingen i overnattingsbransjen med 155 sysselsatte, etterfulgt av servering og transport med henholdsvis 90 og 70 sysselsatte hver. Reiselivsnæringen er som nevnt langt mer arbeidsintensiv enn andre næringer. Selv om tilreisendes forbruk og investeringer legger grunnlag for høy omsetning innen varehandel tilsvarer det derfor kun en sysselsetting på 15 sysselsatte.

Siden mesteparten av reiselivsaktiviteten foregår i sommermånedene, gjøres en betydelig del av arbeidsinnsatsen av deltids- og sesongarbeidere. For mange av aktørene er det vanskelig å oppdrive lokal arbeidskraft og dermed er det vanlig praksis å bringe inn sesongarbeidere fra andre steder, fortrinnsvis fra utlandet. Av den grunn bor ikke alle arbeiderne nødvendigvis i kommunen.

Det er flere ulemper ved at aktørene i stor grad benytter seg av deltids- og sesongarbeidere. For det første blir arbeidsplassene i kommunen mindre attraktive ettersom de ansatte må finne seg alternative jobber utenom sesong. For det andre innebærer deltids- og sesongarbeid at nye ansatte blir benyttet hver sesong. Det blir dermed vanskelig å bygge opp et godt internt kunnskapsmiljø i bedriftene, samt at kostnadene til opplæring øker. For kundene kan dette slå ut i en opplevelse av at personalet er mindre profesjonelle og kunnskapsrike.

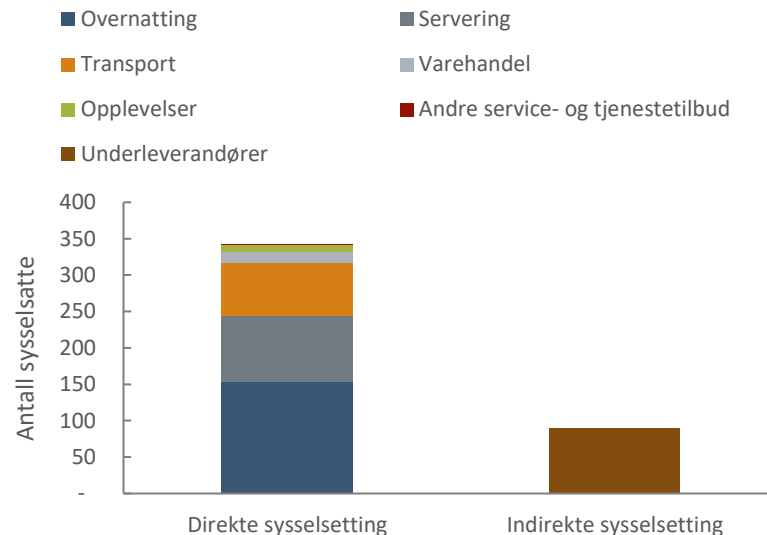
Sysselsetting avledet av de tilreisendes beregnede forbruk i 2019 (ekskludert hytteturister). Kilde: Menon



Og nærmere 90 arbeidsplasser i verdikjeden

Vi har videre beregnet at vare- og tjenestekjøp fra reiselivsnæringen, varehandel, og andre tjenester tilsvarer om lag 90 arbeidsplasser utover i den nasjonale verdikjeden. Forbruk legger grunnlag for betydelig flere arbeidsplasser i bedriftene som selger direkte til tilreisende enn hos underleverandørbedriftene. Dette skyldes at reiselivsbedriftene er mer arbeidsintensive enn underleverandørene; det skapes flere arbeidsplasser per omsetningskrone innen overnatting og servering enn hos for eksempel eiendomsselskap eller andre vare- og tjenesteleverandører. Mange av de indirekte sysselsatte i den nasjonale verdikjeden jobber og bor i andre deler av landet.

Sysselsetting avledet av de tilreisendes beregnede forbruk i 2019 (ekskludert hytteturister), samt beregnede ringvirkninger hos innenlandske underleverandører. Millioner kroner. Kilde: Menon



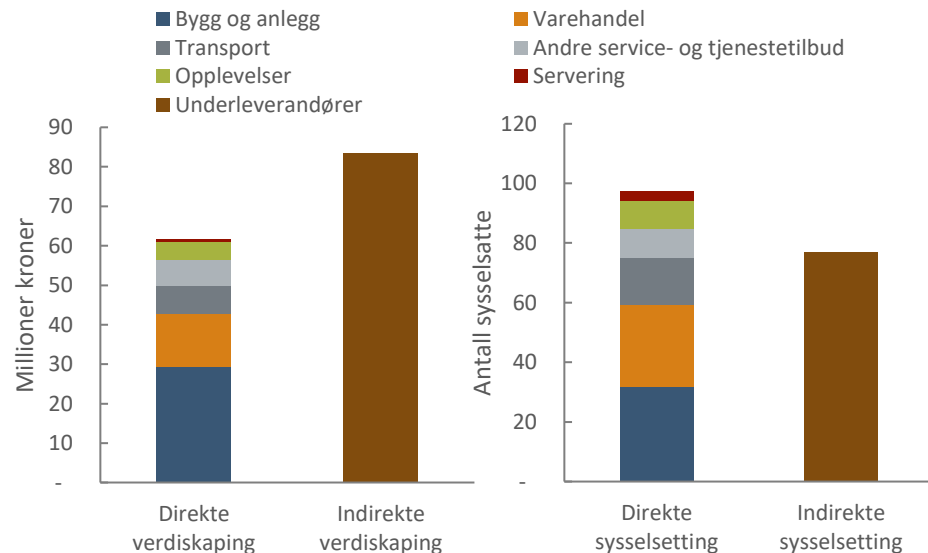
Hytteturistene legger grunnlag for 80 millioner kroner i verdiskaping og nesten 80 ansatte i verdikjeden

Halvparten av verdiskapingen knyttet til hytteturistenes forbruk og investeringer tilfaller bygg og anleggsbransjen, mens varehandelen står for 20 prosent.

Transport, opplevelser og servering er til sammen mottaker av 20 prosent av den direkte verdiskapingen. Verdiskapingen i verdikjeden på 80 millioner kroner er større enn verdiskapingen knyttet til forbruket og investeringene. Dette står i kontrast til resultatene for de kommersielt overnattende og Airbnb-gjestene. Til sammen utgjør de direkte og indirekte effektene en verdiskaping knyttet til hytteturistenes forbruk og investeringer på 145 millioner kroner.

Syssetningen i verdikjeden på omtrent 80 er derimot noe lavere enn syssetningen knyttet til forbruket og investeringene. Den direkte og indirekte syssetningseffekten er i 2019 beregnet til 170.

Syssetning og verdiskaping avledet av hytteturistenes beregnede forbruk og investeringer i 2019, samt beregnede ringvirkninger hos innenlandske underleverandører. Kilde: Menon



Koronapandemien har hatt betydelig innvirkning på reiselivet – halvering i antall gjestedøgn for flere aktører i Senjaregionen i 2020 og 2021

De strenge reiserestriksjonene forårsaket av koronapandemien har hatt alvorlige konsekvenser for det norske reiselivet, og Senjaregionen er intet unntak.

Det finnes ikke sammenlignbar overnattingsstatistikk for Senjaregionen fra og med 2020 grunnet endringer i regioninndelingen til Statistikknett. Det finnes derimot statistikk for Senja kommune som er sammenlignbar over tid og som kan gi en indikasjon på utviklingen i regionen. Den viser at antallet kommersielle overnattinger i 2020 var på nesten 76 000, noe som tilsvarer 2018-nivå. Dette utgjør en nedgang på 12 prosent siden 2019. Vi ser samtidig at andelen norske turister har vokst kraftig, fra 44 prosent i 2019 til 66 prosent i 2020.

For å få et bedre inntrykk av den økonomiske situasjonen under koronapandemien har vi videre hentet ut regnskapstall for reiselivsbedriftene i Senjaregionen som hittil har levert regnskap for 2020. De viser at det har vært en omsetningsnedgang på 20 prosent fra 2019, som er i tråd med reduksjonen i kommersielle overnattinger. Vi finner i tillegg en sysselsettingsnedgang på 15 prosent.

På grunn av usikkerheten i overnattingsstatistikken og regnskapstallene for 2020 har vi i tillegg snakket med en rekke av aktørene i regionen. De gir uttrykk for at situasjonen kan være mer alvorlig enn det som fremkommer i statistikken. Flere av overnattingsaktørene sier at antall gjestedøgn er blitt halvert i 2020 og 2021, sammenlignet med et normalår som 2019. En av aktørene nevner i tillegg at det har vært utfordrende å få tak i arbeidskraft grunnet karanteneregler ved innreise. Flere av aktørene har derfor leid inn mer lokal arbeidskraft enn tidligere.



Fremtidsutsikter: tre scenarier for samlet vekst de neste fem årene per segment – gjestedøgn og forbruk

Reiselivsatsningen i Senjaregionen er i en tidlig fase. Regionen er imidlertid lokalisert midt i et område som var preget av sterk reiselivsmessig vekst frem til koronapandemien brøt ut. Selv om pandemien har hatt alvorlig konsekvenser for næringen, har destinasjonen et klart mål om betydelig vekst i årene fremover. Vi har derfor laget tre ulike fremtidsscenarier for vekst i antall gjestedøgn og tilreisendes forbruk over de neste fem årene for Senjaregionen. Tabellen på neste side viser en oversikt over antakelsene lagt til grunn i de forskjellige scenarioene. I det videre forklarer vi bakgrunnen for de ulike antakelsene.

- I lav-scenariet har vi lagt til grunn et pessimistisk syn på fremtiden, der koronapandemien medfører endringer i folks reiseopplevelser hvor særlig tilveksten av utenlandske turister stopper opp. Økningen i antall gjestedøgn per segment er satt til kun på 10 prosent de neste fem år, uten noen endring i tilreisendes forbruk. 10 prosent vekst i antall gjestedøgn på private hytter er nådd med dagens utbyggingstakt og legges til grunn i alle scenarier.
- I middel-scenariet har vi lagt til grunn at den historiske veksten før pandemien i antall gjestedøgn, på 5 prosent årlig, hos eksisterende overnattingsaktører vil fortsette. I september 2020 meldte Folkebladet om planer for et nytt høystandard-anlegg i Rostadalen, "Rosta Wilderness Lodge". Planen er at lodgen skal ha et omfattende aktivitetstilbud med guidede turer, fiske, nordlyssafari, hundekjøring, kløvturer med lyngshest og båt- og skuterutleie m.m. som eventuelt kan leveres av lokale aktører. Rett før pandemien ble det også kjent at Aksel Lund Svindal og Thor Hushovd sammen med lokale aktører etablerer Senjen Holding AS og gjennom dette selskapet har overtatt kunnskaps- og næringsparken på Finnsnes, hurtigrutekaia på Finnsnes og hotellprosjekter på Husøy og Finnsnes. Ifølge presseoppslag kan det totalt være snakk om å investere nærmere en milliard kroner. I Torsken har Wilsgård Fiskeoppdrett etablert Senja Fjordcamp som består av nye og nyrestaurerte buer og hytter samt restaurant m.m. Wilsgård planlegger videre å bygge et mer helhetlig konsept gjennom "destinasjon Torsken" med aktiviteter knyttet til både natur i fjell og på fjord, omvisning i sjømatproduksjon, samt kunst og kultur. Også andre aktører har eller planlegger å bygge ut og om eksisterende anlegg. Vi antar at noen av disse prosjektene vil bli realisert innen fem år og legger derfor til grunn en høyere vekst i antall gjestedøgn den historiske utviklingen. I tillegg antar vi at et noe bredere og mer variert serverings- og opplevelsestilbud vil øke tilreisendes forbruk til en viss grad.
- Høy-scenariet er derimot å anse som et «best-case-scenario» og innebærer svært høy vekst innen flere av segmentene. Veksten i overnattinger, særlig de kommersielle, tilsier at dagens kapasitetsutnyttelse må utnyttes i langt større grad, samt at de nevnte planlagte prosjektene faktisk blir realiserte, slik at flere turister trekkes til regionen og at den samlede overnattingskapasiteten øker betraktelig. I tillegg har vi lagt til grunn at reiselivstilbudene videreutvikles med et langt bredere og mer variert spekter av serverings- opplevelsesbedrifter. Forbruket antas derfor å øke i stor grad både på sommer- og vinterstid.

Fremtidsutsikter: tre scenarier for samlet vekst de neste fem årene per segment – gjestedøgn og forbruk

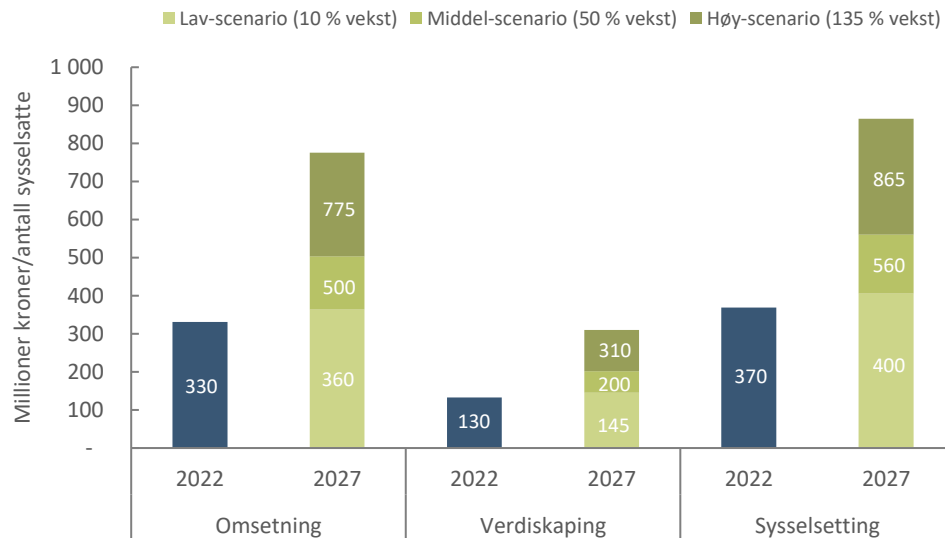
Samlet vekst 2022-2027	Hotell		Camping		Utleie		Hytter	
	Gjestedøgn	Forbruk	Gjestedøgn	Forbruk	Gjestedøgn	Forbruk	Gjestedøgn	Forbruk
Lav-scenario	10 %	0 %	10 %	0 %	10 %	0 %	10 %	0 %
Middel-scenario	50 %	10 %	50 %	5 %	50 %	5 %	10 %	2,5 %
Høy-scenario	250 %	25 %	75 %	10 %	200 %	10 %	10 %	5 %

«Best-case-scenario»: 135 prosent vekst i lokale inntekter, verdiskaping og sysselsetting de neste 5 årene

Videre har vi beregnet lokal omsetning, verdiskaping og sysselsetting i 2027 som følger av de tilreisendes forbruk, inkludert penger brukt på vedlikehold av hytter, i de tre ulike scenarioene og sammenliknet med 2022. Beregningene for 2027 baserer seg på antakelsene i tabellen på forrige side. Det knyttes stor usikkerhet til hvilket nivå nøkkeltallene for 2022 faktisk vil ligge på. Basert på samtaler med en rekke aktører i regionen har de fleste uttrykt en tro på at regionen i 2022 vil være tilbake på samme nivå som i 2019, og vi har derfor lagt dette til grunn.

I 2022 beregner vi at tilreisendes samlede forbruk i Senjaregionen utgjør 330 millioner kroner. Dette legger videre grunnlag for 130 millioner i verdiskaping og 370 sysselsatte. Som det fremkommer av figuren vil lav-scenarioet innebære en vekst over de fem årene, fra 2022 til 2027, på 10 prosent for disse nøkkeltallene, mens middel-scenarioet representerer en 50 prosent øking. Klarer derimot Senjaregionen å realisere «best-case-scenarioet» innebærer det en samlet vekst på 135 prosent over de neste fem årene. Omsetningen generert av tilreisende vil da øke fra 330 millioner kroner i 2022 til 775 millioner kroner i 2027, mens verdiskapingen vil øke til 310 millioner kroner og sysselsetting vokse til 865 deltids- og heltidsansatte.

Omsetning, verdiskaping og sysselsetting generert av tilreisendes forbruk i 2022 og tre ulike scenarioer for 2027. Vekstanslagene representerer samlet vekst per scenario i 2027 relativt til 2022. Kilde: Menon



Del 2:

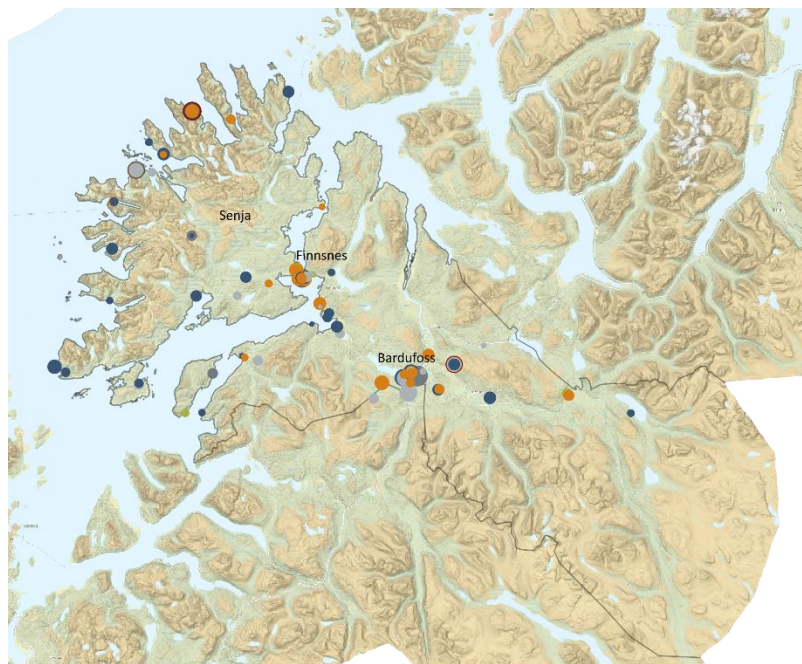
Bedriftsperspektivet – reiselivsnæringen i Senjaregionen



Reiselivsnæringens oppbygging



Hvor er reiselivsbedriftene i Senjaregionen lokalisert?



● Overnatting ● Servering ● Opplevelser ● Transport ● Formidling

Kartet viser hvor reiselivsbedriftene i Senjaregionen er lokalisert, markert med prikker. Fargen på prikkene representerer hvilken bransje bedriftene tilhører, mens størrelsen på prikkene representerer deres verdiskaping.

På Senja ligger bedriftene spredt, med en overvekt av overnattingsbedrifter. Videre er de resterende reiselivsbedriftene særlig sentrert rundt Finnsnes og Bardufoss. I disse områdene er det i tillegg til overnattingsbedrifter også et betydelig innslag av serveringsbedrifter. Til tross for at reiselivsbedriftene på Senja, som ligger langs Nasjonale turistveger, har hatt svært høy vekst de senere årene, er det bedriftene som er lokalisert rundt Finnsnes og Bardufoss som står for den største andelen av verdiskapingen.

Inntektene i reiselivsnæringen har økt med 80 prosent på 10 år – klart taktskifte i 2014

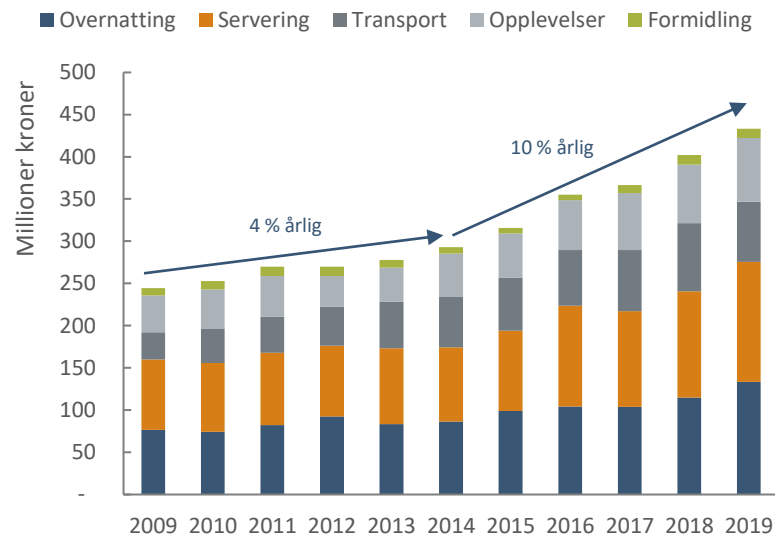
I del 2 av rapporten kartlegger vi status og utvikling i reiselivsnæringen, som baserer seg på Menons regnskapsdatabase, bestående av alle norske rapporteringspliktige bedrifters regnskap.

Reiselivsnæringen i Senjaregionen har over en tiårsperiode fra 2009 til 2019 vokst med 80 prosent, hvilket tilsier en gjennomsnittlig årlig vekst på 7 prosent. Som det fremkommer av figuren skjedde det et taktskifte i 2014. Før 2014 hadde reiselivsnæringen en jevn vekst på 4 prosent årlig, mens etter 2014 har veksten ligget på 10 prosent hvert år. De siste fem årene har veksten vært på nivå med landsgjennomsnittet.

I 2019 var servering den største bransjen i reiselivsnæringen som stod for drøye 30 prosent av omsetningen, tett etterfulgt av overnatting med rett i underkant av 30 prosent. Opplevelser var den minste av innholdsbransjene med i underkant av 20 prosent av omsetningen til reiselivet. Alle innholdsbransjene har vokst med omtrent 75 prosent over hele tidsperioden. Det er aktører som leverer helhetlige reiselivsprodukter innen alle innholdsbransjene som særlig har bidratt til den høye veksten, eksempelvis Hamn i Senja og Mefjord Brygge, i tillegg til noen enkeltaktører som Bardufosstun og Burger King.

Reiselivsnæringens inntektsvekst trenger ikke nødvendigvis bety tilsvarende verdiskapingsvekst. Økte inntekter kan også gå til underleverandører som eiendomsselskaper og administrative tjenester. Av den grunn undersøker vi næringens verdiskapingsutvikling i det videre.

Utvikling i total omsetning per reiselivsbransje. 2009-2019. Kilde: Menons regnskapsdatabase



Dobling i reiselivsnæringens verdiskaping fra 2009 til 2019 – servering og overnatting klart størst

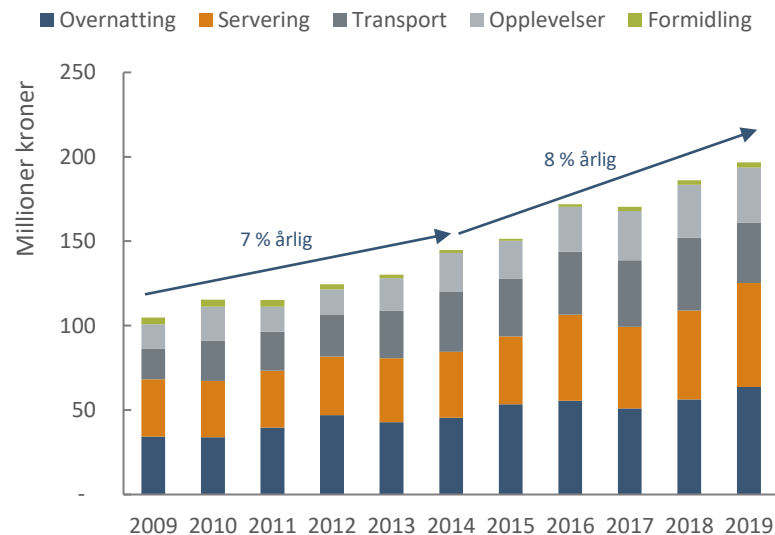
Verdiskapingen i reiselivet har økt fra 100 millioner kroner i 2009 til 200 millioner kroner i 2019. Det tilsvarer en dobling i skapte verdier på 10 år. I motsetning til omsetning har verdiskaping hatt en relativt jevn vekst gjennom hele perioden, på 7 til 8 prosent. I likhet med omsetning er det overnattings- og serveringsbransjen som har høyest verdiskaping. Samlet stod de for 65 prosent av verdiskapingen i 2019.

Før 2014 var årlig verdiskapingsvekst i reiselivsnæringen høyere enn omsetningsveksten, 7 prosent mot 4 prosent. Siden verdiskaping er definert som inntekter fratrukket vare- og tjenestekjøp, betyr det at bedriftenes kostnader til underleverandører som andel av omsetningen har gått ned. Det motsatte gjelder etter 2014. Da har verdiskapingsveksten ligget 2 prosent under omsetningsveksten. Det tilsier at bedriftenes kostnader til underleverandører relativt til deres inntekter har økt.

Det er opplevelsesbransjen som har hatt den høyeste verdiskapingsveksten siden 2009. Over tiårsperioden har bransjen vokst med over 120 prosent. Store aktører som Polarbadet og Midt-Troms Museum har drevet deler av veksten, men vi ser også at aktørene som tilbyr både overnatting, servering og opplevelser har hatt en høy verdiskapingsvekst gjennom utvikling av sine aktiviteter.

Reiselivsbedriftene lokalisert langs Nasjonal turistveg Senja har hatt en langt høyere verdiskapingsvekst over perioden enn bedriftene i resten av regionen.

Utvikling i total verdiskaping per reiselivsbransje. 2009-2019. Kilde: Menons regnskapsdatabase

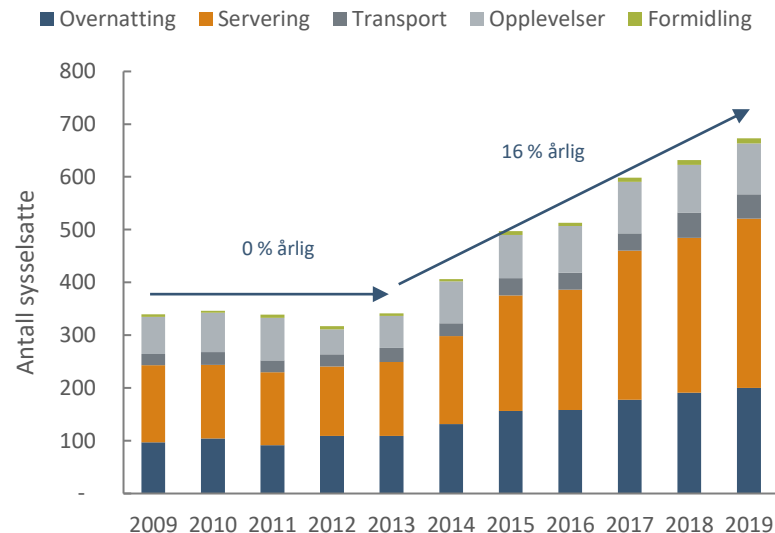


Reiselivsnæringen sysselsatte 670 deltids- og heltidsansatte i 2019 – en økning på over 300 ansatte fra 2009

Figuren til høyre viser at reiselivsnæringen sysselsatte 670 deltids-, heltids- og sesongansatte i Senjaregionen i 2019. Serveringsbransjen sysselsatte nesten halvparten av arbeiderne. Ettersom regelverket for innrapportering av antall ansatte ble endret i 2015, har vi beregnet antall ansatte for å sikre konsistens over tid. Antall ansatte er beregnet ut fra antall årsverk og forholdet mellom ansatte og årsverk per bransje. Antall årsverk er beregnet ut fra bedriftenes innrapporterte lønnskostnader, og gjennomsnittlig årslønn for heltidsansatte per bransje fra SSB. Det er knyttet noe usikkerhet til tallene, men metoden bidrar til at vi kan sammenlikne antall ansatte før og etter 2015.

På det grunnlag finner vi at sysselsettingen i reiselivsnæringen har vokst fra 340 ansatte i 2009 til 670 i 2019, med andre ord har sysselsettingen blitt doblet på 10 år. Som det fremkommer av figuren var sysselsettingen uendret fra 2009 til 2013, men har tiltatt kraftig siden den gang. Den årliges sysselsetningsveksten på 16 prosent er omtrent dobbelt så høy som veksten i lønnskostnadene, hvilket indikerer at aktørene i større grad enn tidligere har benyttet deltids- og sesongarbeidere når aktivitetsnivået har tiltatt. Veksten i lønnskostnadene har ligget på samme nivå som verdiskapingen gjennom perioden hvis vi ser hele næringen under ett, noe som innebærer at økt verdiskaping ikke har slått ut i økt driftsresultat. Driftsmarginen (driftsresultat delt på omsetning) har derfor holdt seg stabilt. Overnattingsbransjen har en driftsmargin på 5 prosent, innen servering ligger den på 2 prosent, mens opplevelser har 3 prosents driftsmargin.

Utvikling i antall beregnede sysselsatte i de fem reiselivsbransjene. 2009-2019.
Kilde: Menon



Tilreisendes forbruk legger grunnlag for 6 prosent av de sysselsatte i næringslivet i regionen – på nivå med omkringliggende destinasjoner

Direkte verdiskaping og sysselsetting avledet av reiselivsrelatert forbruk og investeringer utgjør 3 prosent av verdiskapingen og 6 prosent av sysselsettingen i næringslivet i Senjaregionen. Med andre ord er turisme viktig for næringslivet. I tillegg til at 3 prosent av all verdiskaping i Senjaregionen kan knyttes til de tilreisendes forbruk og investeringer, gjør reiselivsnæringen, handelsbransjen, tjenestebransjen og bygg- og anleggsbransjen store innkjøp lokalt. Dette skaper aktivitet og videre inntekter blant annet innenfor eiendomsbransjen, forretningstjenester og varehandel.

Reiselivet gir også store synergier for lokalsamfunnet i Senjaregionen. Det sier seg selv at det er mer attraktivt å bo eller flytte til et sted som folk bruker tid og penger på å besøke enn et sted som ingen vil reise til. Flere kommuner satser da også på reiseliv som en del av arbeidet med å rekruttere innbyggere og arbeidskraft.

Ved å sammenlikne tilreisendes betydning for lokal verdiskaping og sysselsetting med andre destinasjoner, ser vi av figuren at det ikke er noen store forskjeller mellom de fire destinasjonene – Ålesund, Senjaregionen, Tromsø, samt Lofoten og Vesterålen. Tromsø skiller seg ut med 1 prosent høyere verdiskaping og sysselsetting fra tilreisende av total verdiskaping og sysselsetting sammenliknet med Senjaregionen. Lofoten og Vesterålen skiller seg ut med 2 prosent høyere sysselsetting fra tilreisende av total sysselsetting.

Beregnet direkte verdiskaping og sysselsetting fra tilreisende som andel av total verdiskaping og sysselsetting i næringslivet i Ålesund, Senjaregionen, Tromsø og Lofoten og Vesterålen. Kilde: Menon

