



Foto: iStock/ nightman1965

Destinasjonsanalyse Stavangerregionen

Forord

På oppdrag for NHO Reiseliv har Menon utarbeidet en analyse av reiselivet i Stavangerregionen. Formålet med analysen er å kartlegge status for reiselivet i regionen, og reiselivets utvikling, samt belyse dens økonomiske verdi.

Prosjektet har vært ledet av Henrik Foseid med Markus Lund Andersen og Andres Becker Cappelen som prosjektmedarbeidere. Erik Jakobsen har vært ansvarlig partner og Glenn Widenhofer har vært 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.

Mai 2025

Henrik Motrøen Foseid
Prosjektleder
Menon Economics

Erik Jakobsen
Ansvarlig partner
Menon Economics



Sammendrag og introduksjon

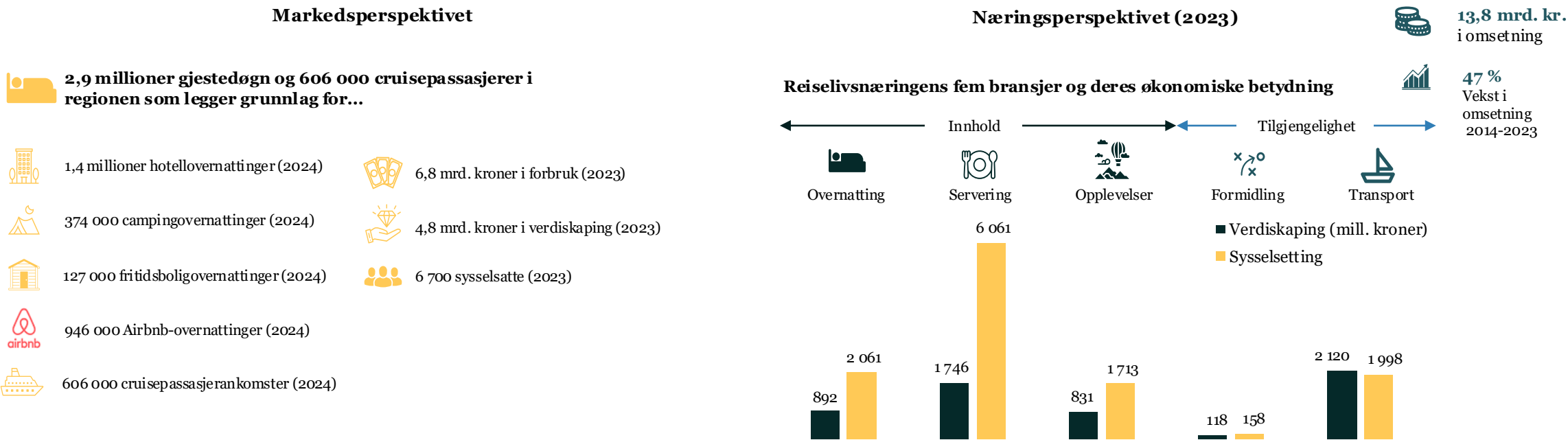
Markedsperspektivet – tilreisende i Stavangerregionen

Næringsperspektivet – reiselivet i Stavangerregionen

Vedlegg

Sammendrag

I denne analysen kartlegges reiselivet i Stavangerregionen fra to perspektiver. Vi kartlegger først *markedspektivet*, hvor vi 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 Stavangerregionen, 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.



Stavangerregionen som reisemål

Stavangerregionen¹ omfatter Stavanger, en av Norges største byer, samt et mangfoldig landskap med en lang kystlinje som inkluderer noen av verdens vakreste strender. Regionen fungerer også som inngangsport til de majestetiske fjordene og fjellene på Sør-Vestlandet.

Stavangerregionen ligger vendt mot Atlanterhavet og har alltid vært en internasjonal by. Historisk sett var Stavanger en betydningsfull by innen handel og skipsfart, og ble senere kjent som Norges «oljehovedstad». Kysten og havet har derfor alltid vært viktige for regionen. I nyere tid har reiselivet vokst i betydning, og Stavanger fremstår som et attraktivt reisemål for turister som ønsker å nyte bylivet i Stavanger eller oppleve den storslåtte naturen ved havet, fjordene og fjellene i området.

Etter det første norske oljefunnet på slutten av 1960-tallet har Stavanger blitt et sentrum for norsk oljeindustri. En rekke petroleumselskaper og offshoreleverandører er etablert i Stavangerområdet, noe som resulterer i et betydelig antall yrkesreiser til regionen. For eksempel arrangeres Offshore Northern Seas (ONS) i Stavanger, som er en av verdens største konferanser innen petroleum og energi, med over 70 000 deltakere.

For feriereisende tilbyr Stavangerregionen en spennende kombinasjon av byliv og naturopplevelser. I Stavanger kan besøkende vandre blant den sjarmerende trehusbebyggelsen i Gamle Stavanger og besøke attraksjoner som Oljemuseet eller domkirken. Regionen har også et rikt kulturtilbud, hvor Stavanger og Sandnes ble kåret til Europeisk kulturhovedstad i 2008. Regionen er blant annet hjem til fire Michelin-stjerne restauranter, og et bredt spekter av museer, gallerier, revyer, teater, festivaler og kulinariske opplevelser. Stavangerregionen er en av de mest populære cruisedestinasjonene i Norge, og springbrett til Vestlandets fjorder. I tillegg byr regionen på spektakulære naturopplevelser langs kysten, fjordene og fjellene, inkludert Måna fossen, Solastranda, Magma UNESCO Global Geopark, Trollpikken og nasjonal turistveg på Jæren.

Kart som illustrerer kommunene i Stavangerregionen (i svart). Kilde: Menon Economics

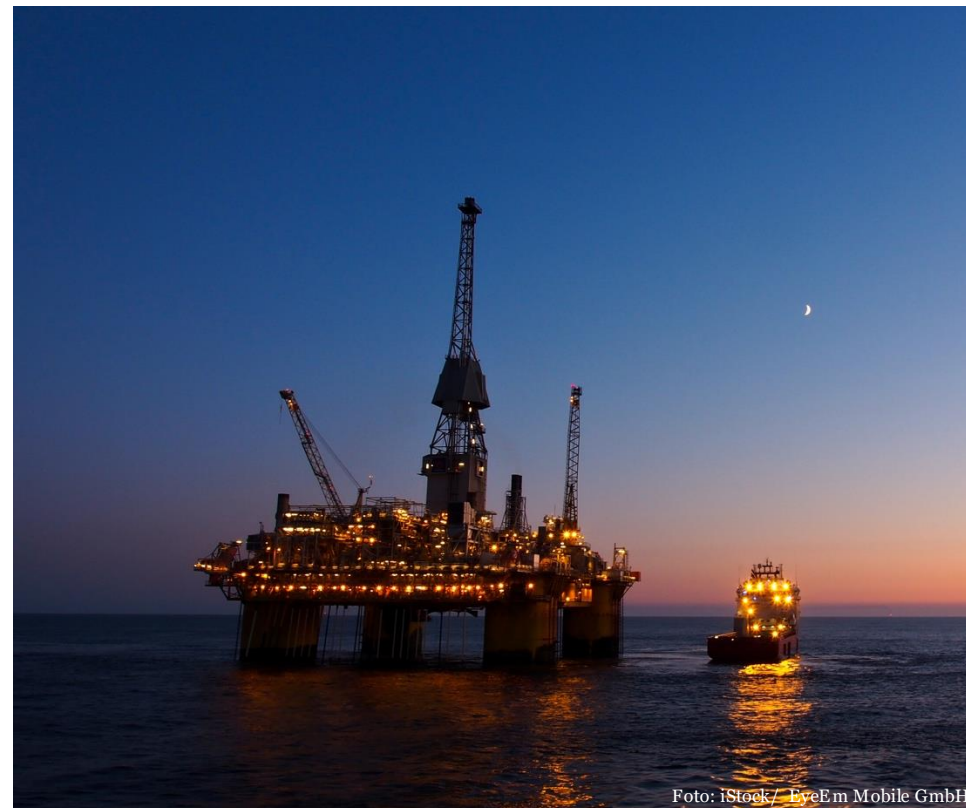


Yrkesreisende til Oljehovedstaden Stavanger har bidratt svært positivt til reiselivsnæringen i regionen

Stavangers status som Norges oljehovedstad har ført til et betydelig antall yrkesreisende til regionen, særlig til Stavanger by. I 2024 sto de 881 000 yrkesreisende som overnattet på hotell for en fjerdedel av alle gjestedøgn i regionen. Yrkesreisende er en svært verdifull turistgruppe for regionen, av to hovedårsaker utover turistgruppens størrelse. For det første har de det høyeste døgnforbruket per gjestedøgn, med 3 720 kroner. Av dette går i gjennomsnitt 1 121 kroner til servering og 1 001 kroner til overnatting. For det andre har yrkesreisende en jevn sesongprofil, med kun en mindre nedgang i juli – måneden der feriereisende dominerer. Dette bidrar til mer stabil aktivitet for reiselivsbedriftene gjennom året og legger til rette for flere heltidsstillinger.

De siste ti årene har imidlertid yrkesreisende til Stavanger opplevd to betydelige nedturer, noe som har rammet reiselivsnæringen, spesielt hotell- og serveringsbransjen. Den første nedgangen kom etter oljekrisen i 2014, og den neste under koronapandemien i 2020–2021. Menon har tidligere vist at kapasitetsutnyttelsen på hotellene i Stavanger falt fra rundt 65 prosent i 2014 til 50–55 prosent i årene etter oljekrisen.¹ Under pandemien (fra 2019 til 2020) falt antall gjestedøgn fra yrkesreisende med 37 prosent. I 2024 var antallet gjestedøgn fra yrkesreisende for første gang høyere enn før pandemien. Likevel er kapasitetsutnyttelsen på hotellene i regionen fortsatt lav, med kun 41 prosent i 2024. Varige endringer i reisemønster for yrkesreisende etter pandemien og det gradvise avslutningen av oljeeventyret kan føre til redusert fremtidig vekst i dette markedet. Selv om sistnevnte ennå kan ligge et stykke frem i tid, sett i lys av nye investeringer på norsk sokkel.²

I tillegg til å benytte seg primært av hotellovernatting, skiller yrkesreisende seg ut gjennom et betydelig forbruk av servering. De representerer turistgruppen med det høyeste gjennomsnittlige døgnforbruket på servering, og står alene for hele 46 prosent av det totale serveringsforbruket blant gjestene i Stavangerregionen. Den videre utviklingen i serveringsbransjen – og regionens posisjon som matdestinasjon – er derfor tett knyttet til utviklingen i denne besøksgruppen.



Stavangerregionen som matregion – fra tradisjonsbærende jordbruk og matproduksjon til fantastiske råvarer og seks Michelin-stjerner

Stavangerregionen har de siste tiårene utviklet seg fra å være en tradisjonell jordbruks- og matproduksjonsregion til å bli et av Norges mest spennende matområder. Med dype røtter i landbruk og en sterk kultur for lokal matforedling, har regionen bygget videre på sine tradisjoner og samtidig åpnet dørene for innovasjon og gastronomisk nyskaping. Dette har resultert i et rikt utvalg av kvalitetsråvarer, et tett samarbeid mellom produsenter og kokker, og ikke minst internasjonal anerkjennelse i form av hele seks Michelin-stjerner fordelt på fire restauranter. Stavanger fremstår i dag som en ledende matdestinasjon, hvor det moderne kjøkken møter gamle tradisjoner, og tilreisende får gode matopplevelser.

Et av Stavangers spesielt populære arrangementer er Gladmatfestivalen, som tiltrekker tusenvis av matinteresserte besøkende hvert år. Festivalen er ikke bare en feiring av norsk mat, men også et viktig element i markedsføringen av Stavanger som en kulinarisk destinasjon. Festivalen gir reisende mulighet til å smake på lokal mat, delta på matlagingskurs og møte anerkjente kokker. I tillegg til Gladmatfestivalen er regionen vert for en rekke andre matrelaterte arrangementer og konkurranser, som har gjort Stavanger til et samlingspunkt for matinteresserte fra hele verden.

Kokkelandslaget har Stavanger som sin hjemmebane, og byen har vært vertskap for flere prestisjefylte matbegivenheter, som blant annet Oste-VM. Stavanger har derfor blitt et naturlig valg for å huse konkurransen om «Årets kokk», som hvert år tiltrekker seg både nasjonale og internasjonale deltakere.



Re-naa restaurant i Stavanger. Foto: Marie von Krogh, D2

Særpreg, muligheter og utfordringer for reiselivet i Stavangerregionen

Særpreg

- Stavanger by har et rikt kulturtilbud med en rekke museer, gallerier, festivaler, forestillinger og andre arrangementer
- Stavanger er en kulinarisk by med fire restauranter som har stjerne i Michelin-guiden. Byen er også hjembyen til kokkelandslaget og Gladmatfestivalen
- Stavanger er et av Norges mest populære anløp for cruise
- Stavanger har som Norges oljehovedstad et betydelig antall yrkesreisende, som fordeler seg jevnt over sesongene
- Området byr på en rekke naturopplevelser både i fjellene, fjordene og langs kysten
- Nasjonal turistveg på Jæren gir unik mulighet til reiser langs kysten

Muligheter

- Stavanger Lufthavn er en av Norges største internasjonale flyplasser med flyvninger til store deler av Norge og Europa
- E39 skal bygges fergefritt til Bergen, noe som gir større mobilitet for turister med Stavanger Lufthavn som utgangspunkt
- Det er betydelige muligheter for økning i aktivitetsbasert reiseliv i regionene utenfor Stavanger by. Som surfing, golf, klatring, padling, fiske og friluftsliv m.m.
- Det bør også være potensial for matbasert opplevelsesturisme, med andre ord å tiltrekke utenlandske kunder hvor matopplevelsen står i sentrum

Utfordringer

- Oljekrisen og pandemien har i første omgang ført til lavere etterspørsel fra yrkesreisende, noe som har tatt seg opp igjen. Men varige endringer i reisemønster for yrkesreisende kan føre til redusert fremtidig vekst i dette markedet
- Cruisetrafikken kan tidvis være belastende og føre til trengsel i Stavanger sentrum. Nylig innførte begrensninger på cruisetraffikk til Stavanger havn vil imidlertid kunne redusere dette problemet noe, men dermed begrense vekstpotensial
- Reiselivets verdiskaping er i hovedsak konsentrert rundt Stavanger kommune og mindre i kommunene rundt
- Airbnb er ikke en del av den tradisjonelle reiselivsbransjen. Krevende å koordinere helhetlige opplevelser og strategier



Sammendrag og introduksjon

Markedsperspektivet – tilreisende i Stavangerregionen

Næringsperspektivet – reiselivet i Stavangerregionen

Vedlegg

Metode for beregning av økonomisk aktivitet som følger av tilreisende

I dette kapittelet ser vi nærmere på hvem de tilreisende er og hvilken verdi de bidrar med til regionen. Kapittelet er delt inn i tre deler. I første omgang kartlegges omfanget av gjestedøgn fra fem segmenter: hotell (fritid og yrkesreisende), camping, cruise¹, fritidsboliger og Airbnb. Denne utviklingen kartlegges fra 2016 til 2024.

Etter å ha kartlagt gjestedøgn undersøker vi hvor stort døgnforbruk disse segmentene har, og hvordan dette forbruket fordeler seg på kategorier, som for eksempel overnatting, servering og varehandel. 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. Innovasjon Norge innhenter forbruksdata til Turistundersøkelsen fra et bredt spekter av attraksjoner, overnattingssteder, flyplasser, havner og liknende. Vi tar utgangspunkt i Innovasjon Norges turistundersøkelse fra 2019 og benytter disse til å estimere døgnforbruket i 2024, hvor tallene har blitt inflasjonsjustert og harmonisert med SSBs satellittregnskap, samt SSBs overnattingsstatistikk og Menons regnskapsdatabase.¹ Det er viktig å påpeke at det foreligger usikkerhet i beregningen av forbrukstall. Dataene er basert på selvrapportert forbruk, noe som kan være en feilkilde i seg selv. I tillegg er det en utfordring å vurdere om de innhentede dataene er representative for de reisende i den enkelte region/destinasjon.

Basert på segmentenes gjestedøgn og døgnforbruk beregner vi 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. Disse oppgis i 2023-tall, ettersom det er siste tilgjengelige estimater for døgnforbruk.

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 i forbindelse med besøk på fritidsboliger. Dette følger av at deres forbruk trolig i stor grad hadde tilfalt regionen uansett og i mindre grad reflekterer en effekt av reiselivet.

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



1. For cruisesegmentet kartlegger vi anløp i regionen, altså dagsbesøkende med overnatting på skip. Dette svarer til et 'gjestedøgn' som bidrar til lokalt forbruk i regionen.

De fleste som besøker Stavangerregionen overnatter på hotell og Airbnb, eller på cruiseskip

Det er registrert totalt 4,5 millioner gjestedøgn i Stavangerregionen i 2024, fordelt på hoteller, Airbnb, camping, fritidsboliger og cruisepassasjerer. Overordnet finner nesten 70 prosent av overnattingene sted på sommerhalvåret, fra mai til oktober.

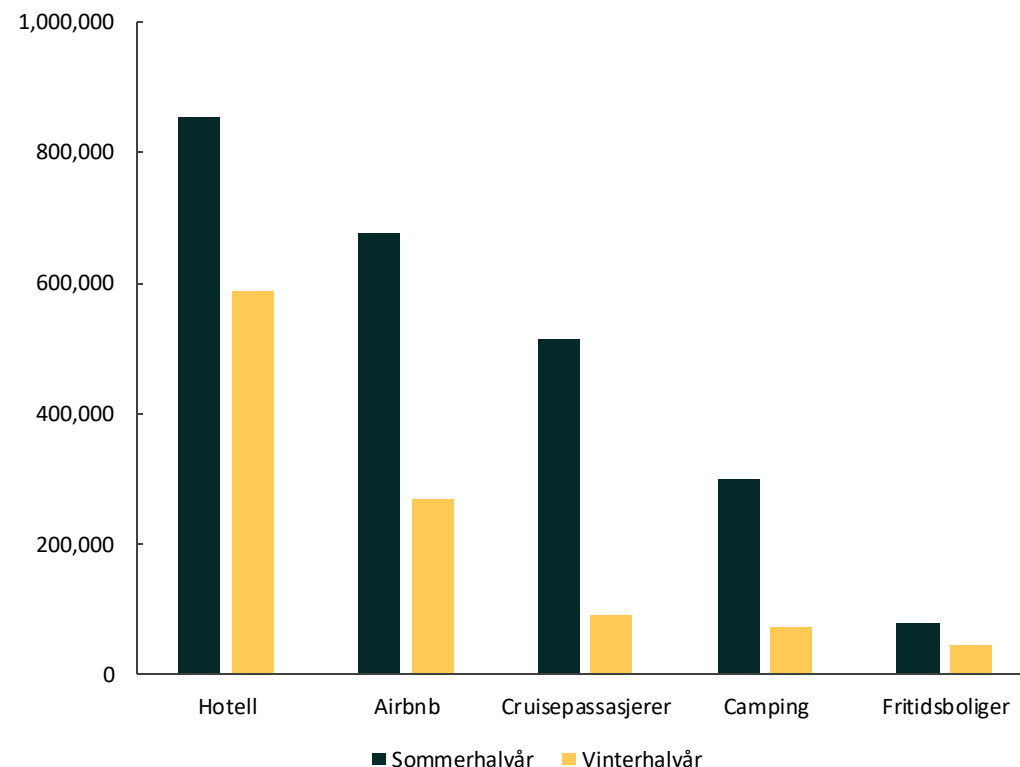
Overnatting i Stavangerregionen domineres av hoteller og Airbnb. Hotellene har alltid hatt en betydelig rolle og har opplevd en vekst på over 20 prosent siden 2016. Samtidig har Airbnb hatt en kraftig vekst på over 500 prosent i samme periode, og er nå den nest største overnattingsformen i regionen. I 2024 var det 1,4 millioner gjestedøgn på hotell og 946 000 gjestedøgn på Airbnb. Hotellene sto for over 40 prosent av gjestedøgnene i 2024, mens Airbnb sto for 22 prosent.

Cruisepassasjerer utgjør også en betydelig andel av besøkende i Stavangerregionen, hvor deres overnattinger på skip utgjorde 17 prosent av alle gjestedøgn i 2024. Totalt var det 606 000 besøkende dagsturister i forbindelse med cruise dette året. Dette er høyere enn hva man typisk ser i andre destinasjoner. Dette er et resultat av at Stavanger er en viktig destinasjon for cruisebåter som besøker Vestlandets fjorder og kystområder. Til sammenligning er dette omtrent like mange dagsturister i forbindelse med cruise som i Bergensregionen.¹

Camping sto for 374 000 gjestedøgn i 2024, og er særlig viktig i kommunene rundt Stavanger. Overordnet sto camping for 11 prosent av gjestedøgnene i 2024.

Gjestedøgn i forbindelse med fritidsboliger utgjorde under 5 prosent av alle gjestedøgn i 2024 i Stavangerregionen. Vi beregner gjestedøgn fra fritidsbolig til å utgjøre 127 000 gjestedøgn i 2023, som er noe lavere enn hva man typisk ser i andre destinasjoner.

Antall gjestedøgn i 2024 i Stavangerregionen 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 med størst vekst i regionen, mens hoteller bidrar til en jevnere sesongprofil

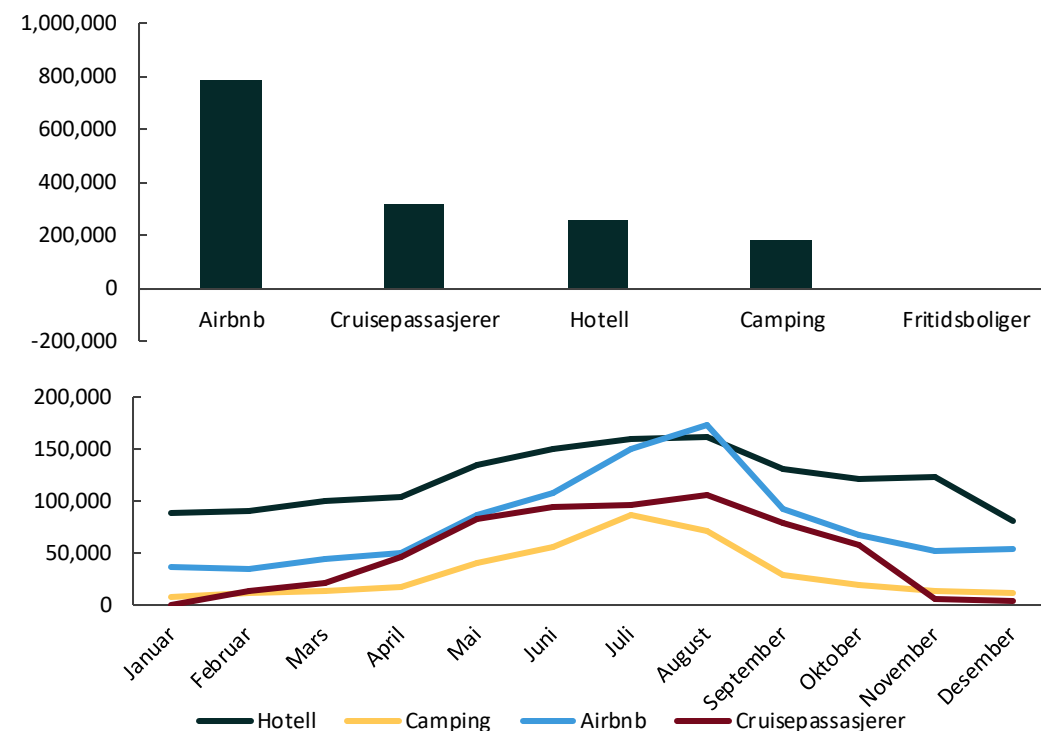
Totalt antall gjestedøgn i Stavangerregionen har økt med 1,6 millioner fra 2016 til 2024, som tilsvarer en vekst på 80 prosent. Veksten er hovedsakelig drevet av en økning i overnattinger med Airbnb på 789 000 gjestedøgn i samme periode. Det vil si at Airbnb sto for 50 prosent av veksten i gjestedøgn i denne perioden. De fleste destinasjoner i Norge har imidlertid opplevd en stor vekst i overnattinger gjennom Airbnb i denne perioden, og Stavangerregionen skiller seg som sådan ikke ut.

Den resterende veksten i gjestedøgn er fordelt relativt likt mellom cruise, hotell og camping, med en økning på henholdsvis 318 000, 261 000 og 184 000 gjestedøgn fra 2016 til 2024. Cruise opplevde den største prosentvise veksten i denne perioden med 110 prosent, etterfulgt av camping med rett under 100 prosent. Antall gjestedøgn for tilreisende på fritidsboliger er tilnærmet uendret over denne perioden.

Sesongprofilen til reiselivet i Stavangerregionen er preget av en topp rundt sommermånedene. Totalt sett utgjør gjestedøgnene i sommerhalvåret, fra mai til oktober, 70 prosent av alle gjestedøgn i regionen, med juni, juli og august som de månedene med flest besøkende.

Selv om alle segmenter har flest gjestedøgn i sommerhalvåret, varierer det hvor sterk denne sesongavhengigheten er. Camping og cruisepassasjerer har spesielt markante topper i denne perioden, med henholdsvis 80 og 85 prosent av gjestedøgnene. Derimot har hotellene en noe mindre sesongpreget virksomhet, med rett under 60 prosent av gjestedøgnene i sommerhalvåret. Dette skyldes hovedsakelig at yrkesreisende, som ofte bor på hoteller, reiser relativt jevnt gjennom året, med unntak av juli, hvor det er en betydelig nedgang. Airbnb har en sesongprofil som ligner totalen, med rett over 70 prosent av gjestedøgnene i sommerhalvåret.

Endringen i antall gjestedøgn mellom 2016 og 2024 fordelt på segment (øverst) og sesongprofil per segment i Stavangerregionen i 2024 (nederst). Kilde: SSB og AirDNA



Hotell: Yrkesreisende blir stadig viktigere for hotellene i stavangerregionen, mens feriesegmentet fortsatt ikke har hentet seg inn etter pandemien

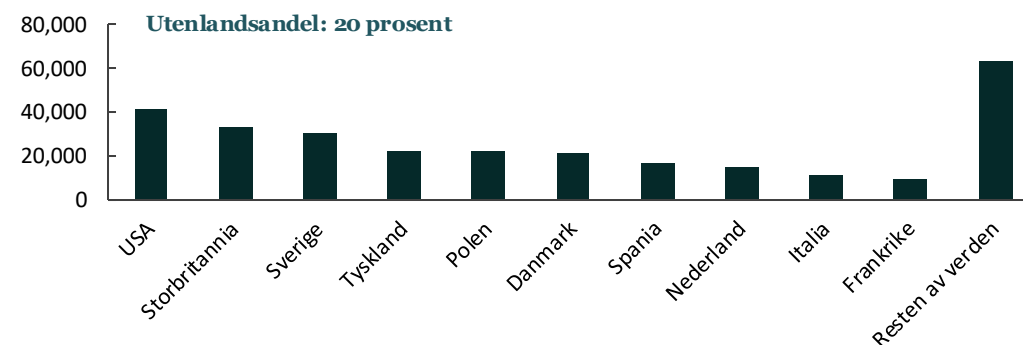
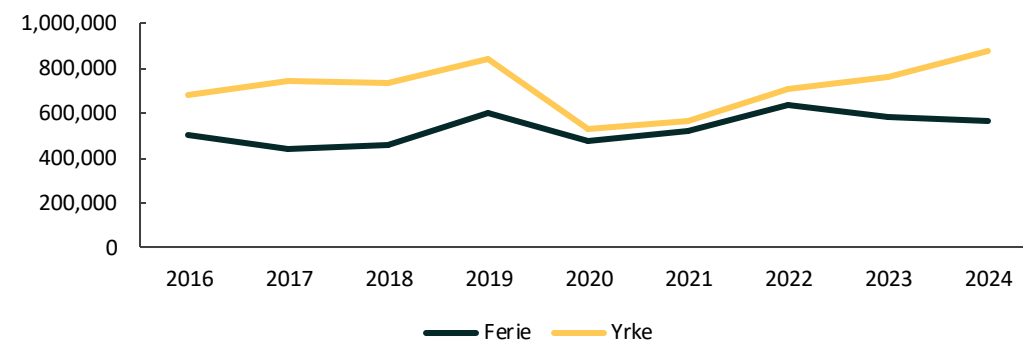
I det følgende beskrives segmentspesifikke utviklingstrekk og observasjoner. Først ut er hotell, der gjestene kan ha to ulike formål; ferie og fritid og yrke.

Totalt var det 1,4 millioner gjestedøgn på hoteller i Stavangerregionen i 2024, hvorav 881 000 var yrkesreiser og 562 000 var feriereiser. I 2024 var rett over 60 prosent av hotellovernattingene i Stavangerregionen knyttet til yrkesreiser, noe som gjør denne kundegruppen avgjørende for hotellbransjen. Særlig er det petroleumsnæringen i Stavanger som bidrar til det store antallet yrkesreisende til regionen.

Til tross for en økning på 22 prosent siden 2016, har det totale antallet gjestedøgn vært uendret siden 2019. Særlig er det innen feriesegmentet at hotellbransjen i Stavangerregionen sliter. Feriesegmentet har hatt en nedgang i gjestedøgn på 7 prosent siden 2019. Denne nedgangen kan trolig ses i sammenheng med oppgangen i gjestedøgn innen Airbnb i samme periode. Imidlertid har veksten i gjestedøgn innen yrkessegmentet vært like stor som nedgangen i feriesegmentet siden 2019. Yrkessegmentet har også hatt en større vekst siden koronapandemien, til tross for at dette segmentet også ble hardest rammet.

Blant gjestene på hotellene i Stavangerregionen er det 20 prosent som kommer fra utlandet. Av disse er det USA, Storbritannia og Sverige som utgjør enkeltnasjonene med flest gjestedøgn på hoteller i regionen i 2024. Disse sto for henholdsvis 14, 12 og 10 prosent av totale gjestedøgn på hotell. Overordnet er det Europeere som står for de fleste gjestedøgn på hotellene i Stavangerregionen.

Utvikling i gjestedøgn på hotell for ulike formål (øverst) og gjestedøgn på hotell i 2024 fordelt på topp 10 utenlandske land (nederst) på Stavangerregionen. Kilde: SSB



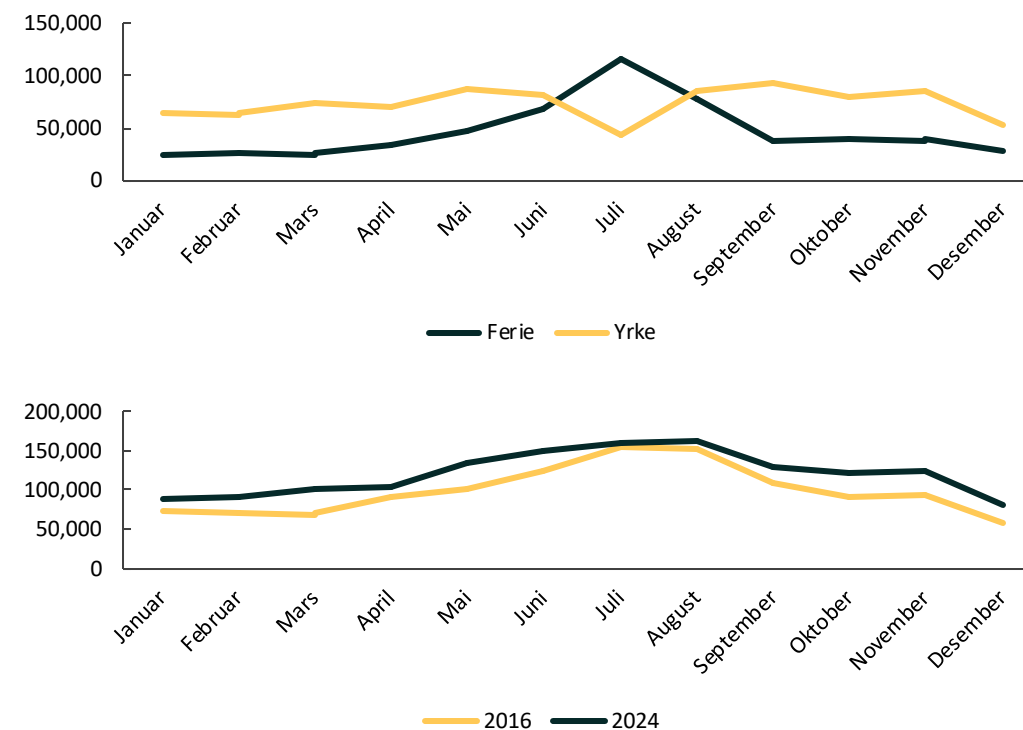
Hotell: Feriereisende konsentrerer sine hoteldøgn rundt sommeren, mens yrkesreisende fordeler seg jevnere over året. Veksten i yrkesreisende har derfor bidratt til en jevnere sesongprofil

En destinasjons sesongprofil (besøksmønstre gjennom året), gir innsikt i en viktig karakteristikk ved det lokale reiselivet – nemlig hvor konsentrert reiselivsaktiviteter er i deler av året. En flatere sesongprofil er generelt forbundet med en rekke positive effekter, særlig gjennom å legge til rette for flere heltidsstillinger. Flere heltidsstillinger bidrar til økt kompetanse i bedriftene, som gir høyere kvalitet på produktet og reduserer opplæringskostnader for bedriftene. Flere heltidsstillinger kan også gi økte skatteinntekter til kommunen gjennom at arbeidstakerne bosetter seg i kommunen. I tillegg vil en flatere sesongprofil øke verdiskapingen i regionen ved å utnytte kapasiteten i reiselivet og redusere risikoen for sesongvariasjoner.

Sesongprofilen for hotellgjestedøgn viser at nesten 70 prosent av de reisende med ferie som formål besøker Stavangerregionen i sommerhalvåret, aller flest i juli. Yrkesreisende har derimot en jevnere sesongprofil med 53 prosent av gjestedøgnene i sommerhalvåret. Yrkesreisende har også færre gjestedøgn i juli og desember, som er vanlige feriemåneder.

Fra 2016 til 2024 har sesongprofilen i Stavanger-regionen blitt jevnere, med en mer balansert fordeling av gjestedøgn gjennom året. Dette skyldes trolig at økningen i gjestedøgn i denne perioden hovedsakelig har skjedd innen yrkessegmentet, som har en mer stabil sesongprofil enn feriesegmentet.

Sesongprofil for hotellgjestedøgn i 2024 per formål (øverst) og sesongprofil over tid for alle gjestedøgn på hotell (nederst) i Stavangerregionen. Kilde: SSB



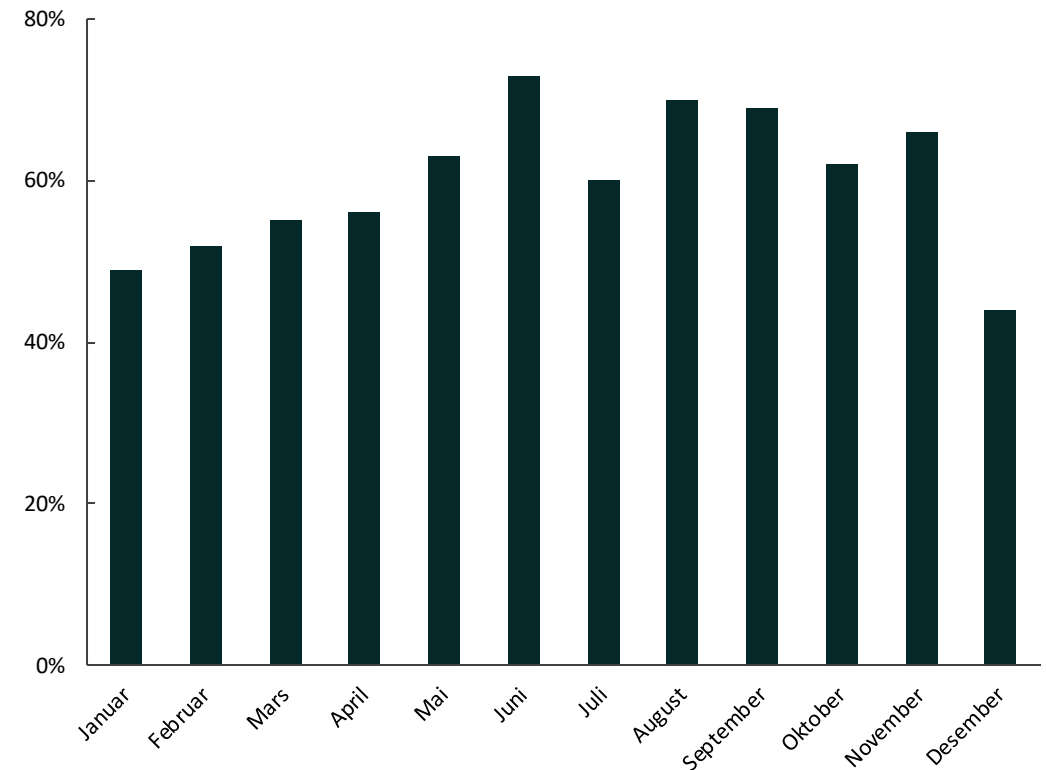
Hotell: Kapasitetsutnyttelsen på hotellene i Stavangerregionen var like over landsgjennomsnittet i 2024

Den gjennomsnittlige kapasitetsutnyttelsen på hotellene i Stavangerregionen i 2024 var 60 prosent.

SSBs overnattingsstatistikk viser at den gjennomsnittlige månedlige kapasitetsutnyttelsen på landsbasis i 2024 var 56 prosent. Kapasitetsutnyttelsen i Stavangerregionen er med andre ord en rett i overkant av landsgjennomsnittet. På landsbasis var det juni, juni og august som hadde høyest kapasitetsutnyttelse, på mellom 66 og 69 prosent. I Stavangerregionen lå kapasitetsutnyttelsen i samme månedene på mellom 60 og 73 prosent. Stavangerregionen hadde høyest kapasitetsutnyttelse i juni, på 73 prosent. Utnyttelsen var lavest i desember, på 44 prosent.

Regionen har størst tetthet av hoteller i bykjernen i Stavanger. Menon analyserte reiselivet i Stavanger i 2020, og fant da at oljekrisen i 2014 førte til et dramatisk fall i kapasitetsutnyttelse på hotellrom i Stavanger.¹ Menon fant i den tid at kapasitetsutnyttelsen i årene før oljekrisen var på mellom 65 og 75 prosent, før den årene etter krisen lå på mellom 50 og 55 prosent. Med dagens kapasitetsutnyttelse i regionen på om lag 60 prosent finner vi at hotellnæringen i stor grad har hentet seg inn etter oljeprisfallet. Varige endringer i reisevaner, også i forbindelse med pandemien og økt bruk av digitale møter kan også være utslagsgivende.

Den månedlige kapasitetsutnyttelsen på hotellrom i 2024 i Stavangerregionen. Kilde: SSB



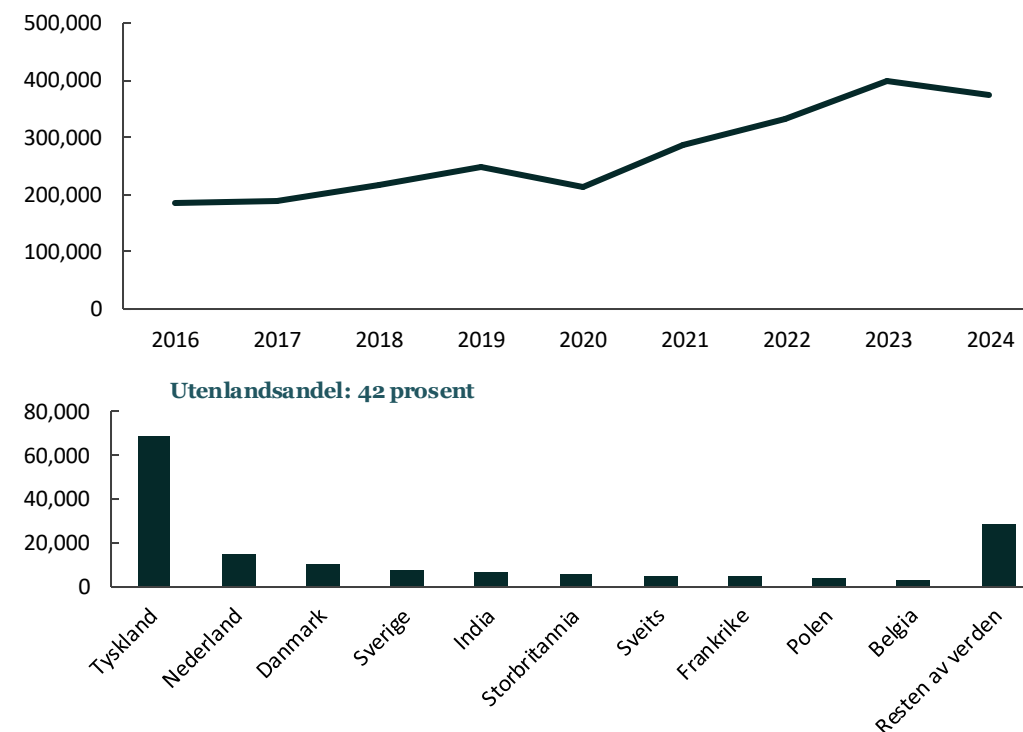
Camping: Segmentet har nesten doblet antall gjestedøgn siden 2016, med mange utenlandske besøkende fra Tyskland

SSBs campingstatistikk inneholder informasjon om campingplasser, hyttegrender og vandrerhjem. I motsetning til hotellene ligger regionens campingplasser i større grad spredt i områdene utenfor Stavanger by i naturområder og langs kysten.

I 2024 var det totalt 374 000 gjestedøgn innen camping i Stavangerregionen. Campingsegmentet har hatt en god vekst og har nesten doblet antall gjestedøgn siden 2016 og økt med 51 prosent siden koronapandemien i 2020. Campingturismen ble også i liten grad påvirket av pandemien, og opplevde kun en nedgang på 13 prosent (fra 2019 til 2020).

Campingturistene i Stavangerregionen kommer så å si utelukkende fra Europa. Av utenlandske besøkende kommer aller flest fra Tyskland, med 43 prosent, og nest flest fra Nederland med ni prosent. Nordmenn utgjør likevel den største gruppen, og står for 58 prosent av totale gjestedøgn.

Utvikling i gjestedøgn på camping (øverst) og gjestedøgn på camping i 2024 fordelt på topp 10 utenlandske land (nederst) i Stavangerregionen. Kilde: SSB



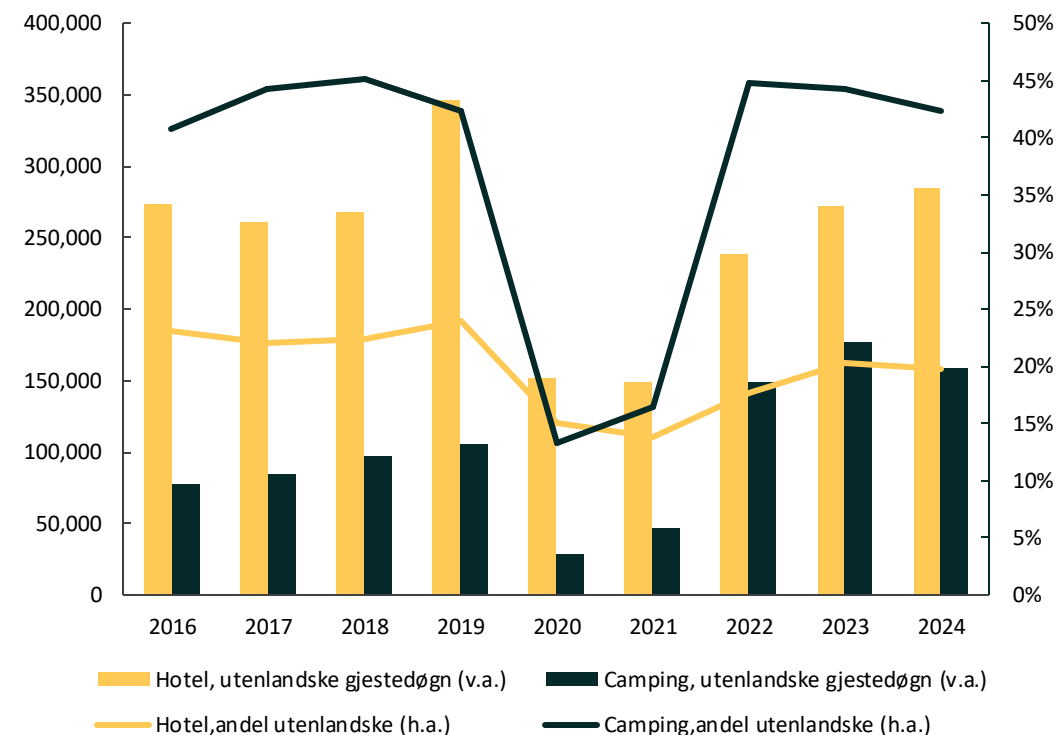
Eksportprofil i hotell og camping: Betydelig fall under pandemien, men ellers stabil utvikling i utenlandsandel

Utenlandsandelen er en interessant parameter å studere ettersom den viser hvor eksportrettet reiselivet er og hvor viktig utenlandske gjester er relativt til norske. Norge er et lite land og den internasjonale kundegruppen vil derfor alltid være av stor betydning for å tiltrekke seg kunder. Norge har i senere tid opplevd en svekket valuta, noe som gjør oss til en mer attraktiv destinasjon for utlendinger, ettersom de tilreisende får mer igjen for pengene relativt til tidligere.

Utenlandsandelen har imidlertid endret seg minimalt fra 2016 til 2024. For campingsegmentet har utenlandsandelen blant gjestedøgn økt med ett prosentpoeng i denne perioden og utgjør 42 prosent i 2024. For hotellsegmentet har utenlandsandelen sunket med 2 prosentpoeng til 20 prosent i 2024. Vi ser derfor at utenlandsandelen er svært stabil for Stavangerregionen over tid. Utenlandsandelen er også dobbelt så høy i campingsegmentet som i hotellsegmentet.

Imidlertid hadde utenlandsandelen en betydelig nedgang under koronapandemien i 2020 og 2021 hvor utlendinger i større grad var hindret fra å reise til Norge. Særlig var nedgangen i utenlandsandelen betydelig for campingsegmentet, som gikk fra 43 prosent i 2019 til 13 prosent i 2020. Nedgangen skyldes ikke bare færre utenlandske campingturister, men også en betydelig økning i antall norske campingturister, ettersom flere nordmenn dro på norgesferie i denne perioden. Fra 2019 til 2020 økte antall gjestedøgn på camping blant nordmenn med 30 prosent. Det var ikke en tilsvarende økning for hotellovernattinger av nordmenn i Stavangerregionen under koronapandemien.

Antall utenlandske hotell og campingovernattinger (til venstre) og utenlandsandelen for overnattinger på hotell og camping (til høyre), for Stavangerregionen. Kilde: SSB



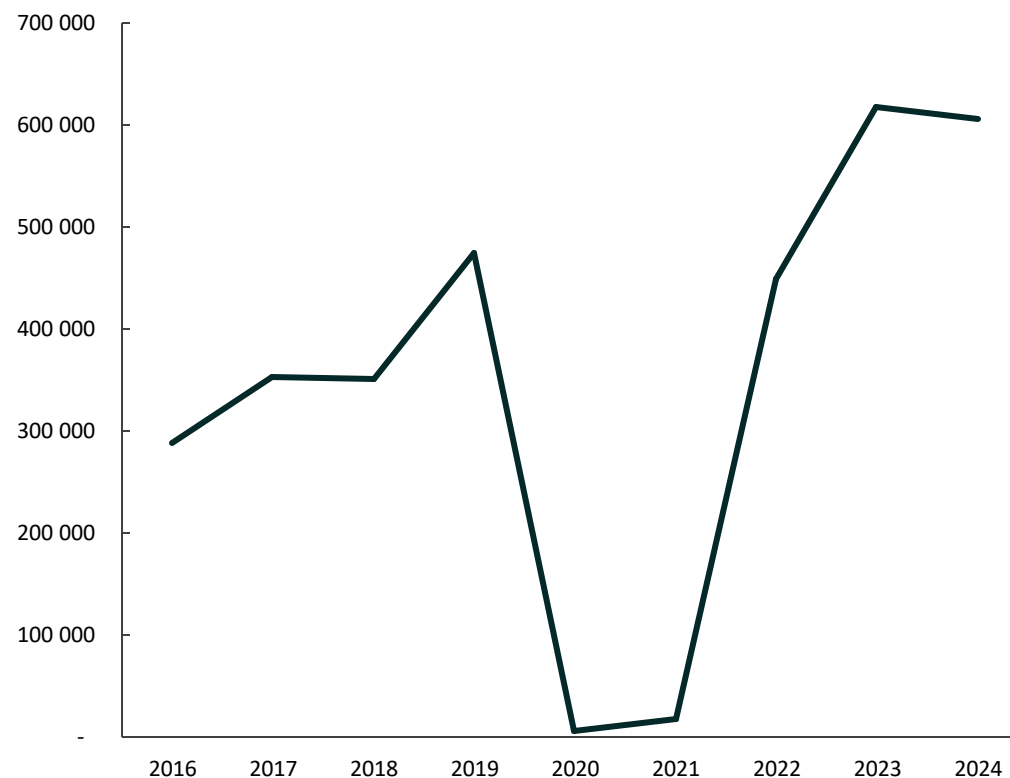
Cruise: Det har vært en vekst i antall cruisepassasjerer både før og etter pandemien

Antall gjestedøgn på cruiseskip i Stavangerregionen var totalt 606 000 i 2024. Dette er over dobbelt så mye som i 2016. Cruiseturismen til Stavangerregionen hadde en betydelig tilbakegang under pandemien, og falt med nesten 100 prosent fra 2019 til 2020. Antall cruiseanløp hentet seg imidlertid raskt inn igjen etter pandemien og var i 2022 på sitt nest høyeste nivå igjennom historien på den tiden.

Cruiseskipene ligger som regel til kai i Stavanger sentrum, slik at cruiseturismen i stor grad konserterer seg rundt bykjernen. Cruisegjestene har generelt lavere forbruk enn mange andre turister. Det skyldes i hovedsak at de ikke bruker penger på overnatting, men også at de ofte bruker mindre på alt annet enn opplevelser.

Ettersom cruisetrafikk fører til stor belastning på bykjernen og miljøet, særlig i sommerhalvåret, ble det utarbeidet en Handlungsplan for cruiseanløp i Stavanger sentrum (2022).¹ Her ble det utarbeidet en tålegrense for byen og en øvre grense på cruiseanløp og passasjerer om dagen. Grensen innebærer blant annet en øvrig grense på 8 000 turister fra cruise per dag.

Utvikling i passasjeranløp fra cruise i Stavangerregionen. Kilde: Kystdatahuset



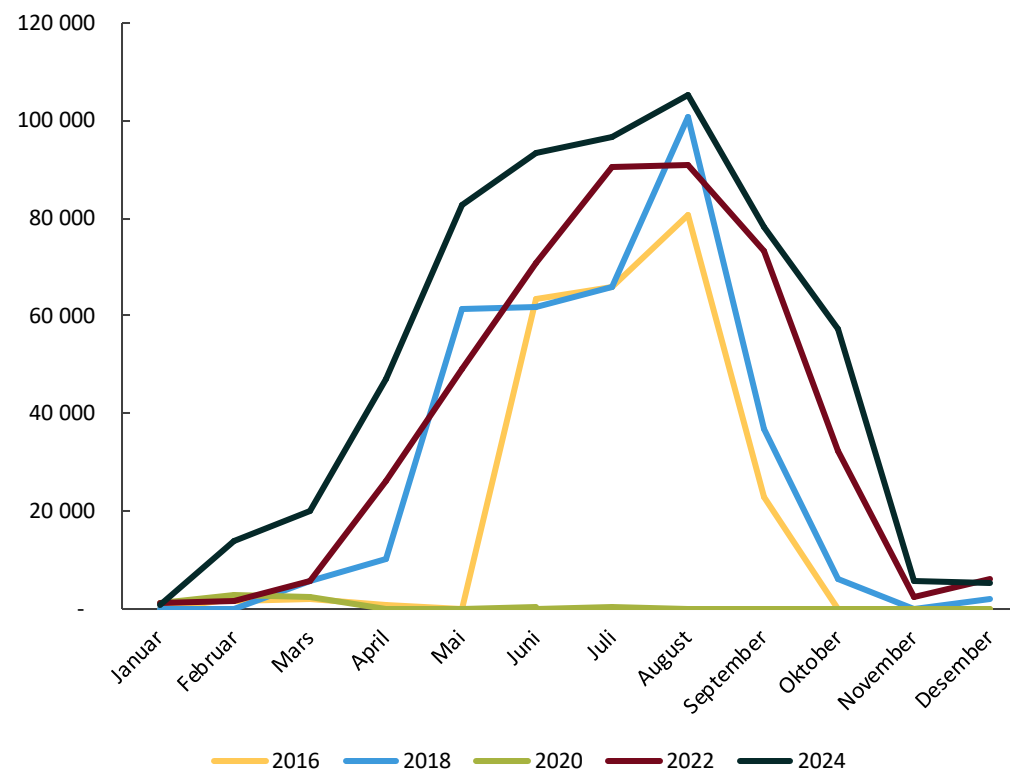
Cruise: De fleste cruiseanløp kommer i sommerhalvåret, men det har vært en jevnere sesongprofil de siste årene

Sesongprofilen for cruise viser først og fremst at det er mest aktivitet i sommerhalvåret. 85 prosent av alle passasjeranløpene fant sted i månedene mai til oktober i 2024, mens det var svært lite aktivitet på vinterhalvåret.

Som vist i figuren til høyre har sesongprofilen til cruiseanløp jevnet seg ut over tid med mer aktivitet på senhøsten og tidlig vår. Andelen cruiseanløp på sommerhalvåret var 91 prosent i 2022, 95 prosent i 2018 og 98 prosent i 2016. Det er grunn til å tro at kapasitetsbegrensningen på antall cruiseskip og –passasjerer har bidratt til sesongforlengelsen. Særlig etter begrensningen på antall cruiseanløp og passasjerer som kan gå i land ble innført i 2023.

Generelt er det bra for reiselivet å få flyttet noe av trykket fra høysesongen midt på sommeren til tidlig høst og sen vår. En utvidet sesong bidrar til en jevnere spredning av turiststrømmen gjennom året, hvilket kan redusere belastningen på lokale ressurser og infrastruktur i høysesongen, samtidig som det legger til rette for helårsarbeidsplasser i reiselivsnæringen og en jevnere inntektsstrøm.

Utvikling i sesongprofil for passasjeranløp fra cruise for ulike år i Stavangerregionen. Kilde: Kystdatahuset

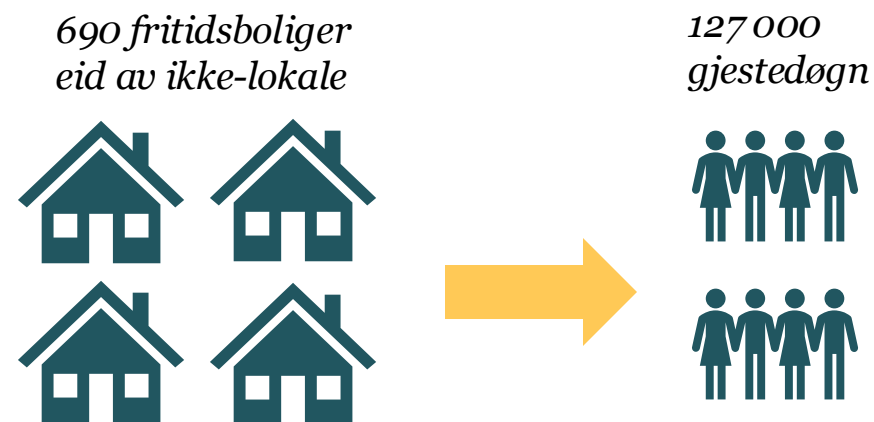


Fritidsboliger: Tilreisende sto for 127 000 gjestedøgn på fritidsboliger i Stavangerregionen

I 2024 var det totalt 127 000 gjestedøgn på fritidsboliger fra tilreisende til Stavangerregionen.

Overordnet var det 9 100 fritidsboliger i Stavangerregionen i 2024. Av disse var det 690 fritidsboliger som var eid av ikke-lokale, det vil si at fritidsboligene var eid av personer som ikke bor i Stavangerregionen. Vi anslår at det var totalt 127 000 gjestedøgn på disse fritidsboligene i 2024 for tilreisende. Her er det imidlertid viktig å merke seg at vi i denne analysen kun ser på gjestedøgnstallene som kommer fra tilreisende som er bosatt utenfor regionen. De som bor i Stavangerregionen og som har fritidsbolig der, er med andre ikke regnet med. Grunnen er at en betydelig del av forbruket til lokale fritidsboligeiere uansett ville ha funnet sted i regionen, uavhengig av om de oppholdt seg på fritidsboligen eller ikke.

Antall fritidsboliger og gjestedøgn i 2024 i Stavangerregionen. Kilde: SSB og Menon



Airbnb: Antall gjestedøgn på Airbnb har seksdoblet seg siden 2016, til tross for tilbakeslag under pandemien

Overnatting på Airbnb har blitt stadig mer populært på landsbasis, samtidig som flere og flere stiller boligene sine til disposisjon.¹ Utviklingen kan delvis forklares med en generell trend mot mer autentiske og lokale reiseopplevelser. I tillegg tilbyr Airbnb en høyere grad av fleksibilitet sammenlignet med tradisjonelle overnattingssteder, noe som kan gjøre det mer attraktivt for reisende som ønsker skreddersydde opphold. Samtidig er det økonomisk gunstig å leie ut boligen sin, en mulighet som flere benytter seg av.

Samtidig som Airbnb stadig blir mer populært, og er et godt overnattingsalternativ for mange, kan utleien være med på å skape utfordringer i enkelte områder. Sentralt her er utfordringen knyttet til å koordinere helhetlige opplevelser og strategier for destinasjonene, ettersom Airbnb ikke er en del av den tradisjonelle bransjen.

I 2024 estimerer vi at det var det 946 000 gjestedøgn på boliger som var utleid gjennom Airbnb i Stavangerregionen.² Veksten i antall gjestedøgn har vært svært stor og har mer enn seksdoblet seg siden 2016. Utviklingen i antall gjestedøgn hadde imidlertid et betydelig tilbakeslag under koronapandemien. Fra 2019 til 2021 ble antall gjestedøgn redusert med 41 prosent. Antall gjestedøgn hentet seg imidlertid raskt inn igjen etter slutten av pandemien. Fra 2016 til 2024 har den gjennomsnittlige årlige veksten i antall gjestedøgn vært på hele 25 prosent.

Våre analyser viser at Airbnb på kort tid blitt en av de større overnattingsformene i Stavangerregionen. Et økende omfang av overnattinger knyttet til Airbnb legger press på privateide boliger i regionen.

Utvikling i gjestedøgn på Airbnb i Stavangerregionen. Kilde: AirDNA

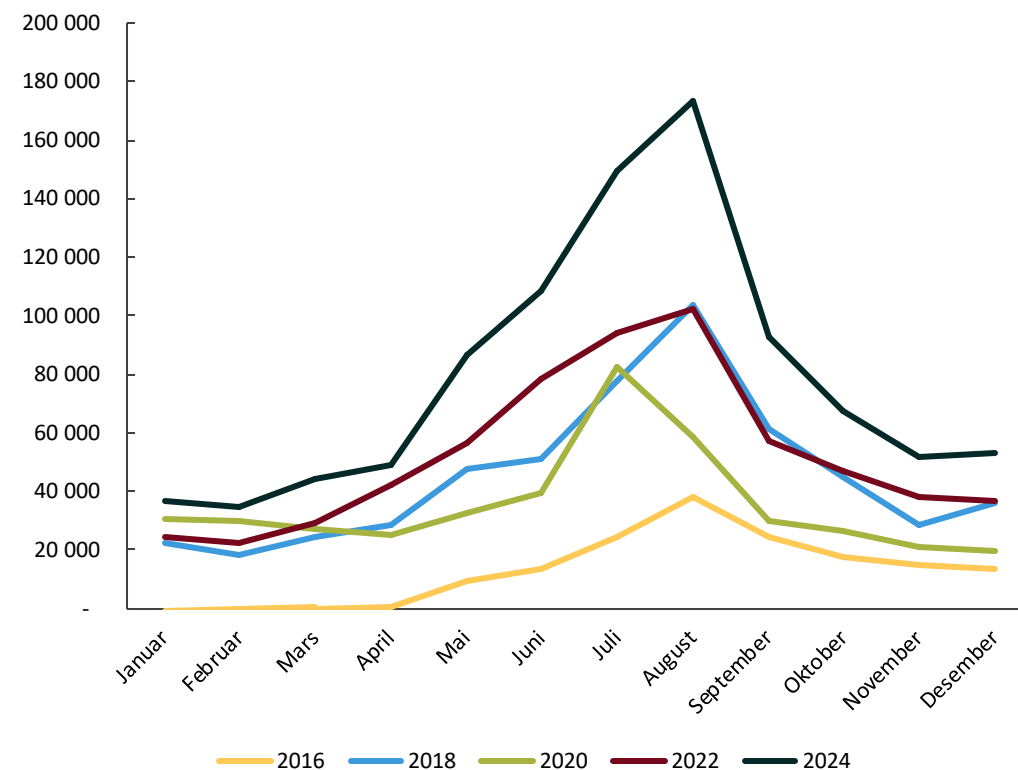


Airbnb: Det er flest Airbnb-overnattinger i sommerhalvåret, med liten endring i sesongprofil de siste årene

Det har vært liten endring i sesongprofilen til når Airbnb-gjestene kommer til Stavangerregionen. Flest tilreisende kommer i sommerhalvåret, spesielt i juni, juli og august. Figuren til høyre viser at det i større grad er snakk om en nivåforskyvning enn en strukturell endring i sesongprofil over tid. Andelen Airbnb-gjestedøgn i sommerhalvåret fra mai til oktober var 72 prosent i 2024, og 71 prosent i 2018.

Den begrensede utjevningen av sesongprofilen, til tross for stor vekst i gjestedøgn, tyder på at Airbnb ennå ikke har nådd sin kapasitetsgrense om sommeren. August, måneden med flest gjestedøgn, økte med 48 prosent fra 2023 til 2024 – en vekst som sannsynligvis ble mulig gjennom flere tilgjengelige utleieobjekter på Airbnb.

Utvikling i sesongprofil for Airbnb-gjestedøgn for 2016, 2018, 2020, 2022 og 2024 i Stavangerregionen. Kilde: AirDNA

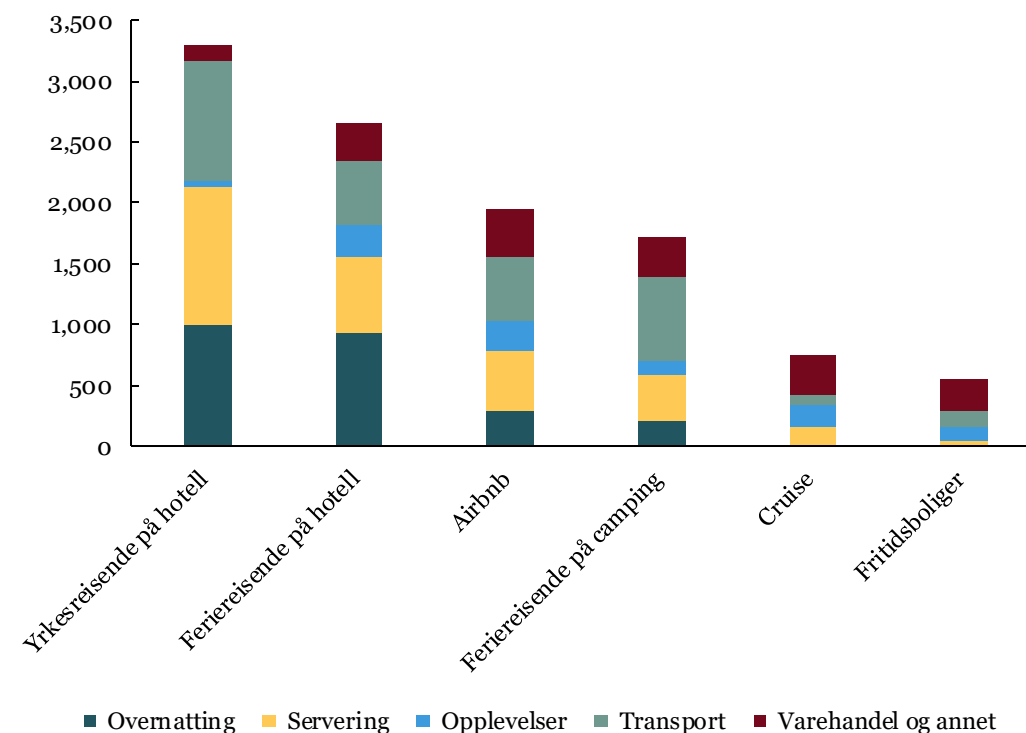


Døgnforbruk: Yrkesreisende på hotell har det største døgnforbruket blant gjestene i Stavangerregionen

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. Innovasjon Norge innhenter forbruksdata til Turistundersøkelsen fra et bredt spekter av attraksjoner, overnattingssteder, flyplasser, havner og liknende. Vi tar utgangspunkt i Innovasjon Norges turistundersøkelse fra 2019 og benytter disse til å estimere døgnforbruket i 2024, hvor tallene har blitt inflasjonsjustert og harmonisert med SSBs satellittregnskap, samt SSBs overnattingsstatistikk og Menons regnskapsdatabase.¹ Det er viktig å påpeke at det foreligger usikkerhet i beregningen av forbrukstall. Dataene er basert på selvrapportert forbruk, noe som kan være en feilkilde i seg selv. I tillegg er det en utfordring å vurdere om de innhentede dataene er representative for de reisende i den enkelte region/destinasjon.

I figuren til høyre viser vi gjennomsnittlig estimert døgnforbruk i Stavangerregionen for ulike segmenter. I Stavangerregionen er det yrkesreisende på hotell som har det høyeste forbruket, med 3 300 kroner per døgn. Vi ser derfor at yrkesreisende til Stavangerregionen, særlig innen petroleumsnæringen, er viktige for reiselivsnæringen. Særlig for serverings- og overnattingsbransjen, hvor yrkesreisende på hotell bruker i gjennomsnitt henholdsvis 1 120 og 1 000 kroner per døgn. På den annen side har fritidsboligturistene det laveste estimerte døgnforbruket, med 550 kroner.¹ Airbnb-turister er nokså like feriereisende på hotell, men lavere forbruk til overnatting. Samtidig har disse i større grad tilgang på kjøkken, og derfor noe lavere forbruk på servering. Cruisepassasjerer har også lavt døgnforbruk, beregnet til 750 kroner per dag. Dette skyldes blant annet at de ikke har forbruk knyttet til overnatting.

Gjennomsnittlig døgnforbruk blant turistgrupper fordelt på forbrukskategorier i 2023 i Stavangerregionen. Kilder: Innovasjon Norges Turistundersøkelse og TØI; SSBs overnattingsstatistikk og satellittregnskap; Menons regnskapsdatabase.



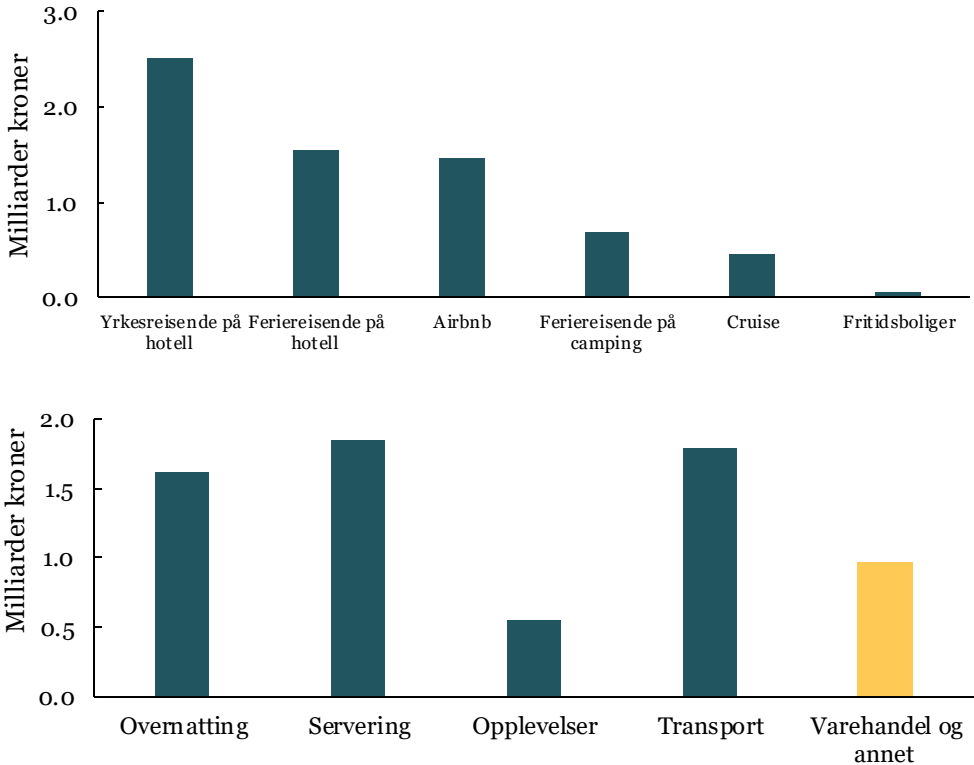
Stavangerregionens gjester hadde et samlet forbruk på 6,8 milliarder kroner i 2023

De tilreisende til Stavangerregionen stod for totalt 6,8 milliarder kroner i forbruk i 2023. I likhet med forbruk per gjestedøgn er det også yrkesreisende på hotell som står for det største *totale* forbruket på 2,5 milliarder kroner. Etter yrkesreisende på hotell er det feriereisende på hotell- og Airbnb-segmentene som har det høyeste forbruket i Stavangerregionen. Totalt står disse tre segmentene for 82 prosent av forbruket blant de tilreisende til Stavangerregionen. Fritidsboligturistene har det laveste forbruket, på 69 millioner kroner.

Den nederste figuren til høyre viser hvilke bransjer innen reiselivsnæringen forbruket finner sted i. Totalt mottar reiselivsbransjene 86 prosent av forbruket, mens resten tilfaller varehandel og annet. Av de 5,8 milliarder kronene i forbruk som tilfaller reiselivsnæringen i Stavangerregionen, er det serverings-, transport og overnattingsbransjen som mottar majoriteten av forbruket på 4 milliarder kroner, mens opplevelsesbransjen mottar en mindre andel.

I tillegg til å kjøpe varer og tjenester hos reiselivsbransjene, brukte tilreisende nesten 1 milliard kroner i andre deler av regionens næringsliv. Dette tilfaller i hovedsak varehandelen, men også andre næringer i regionen.

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



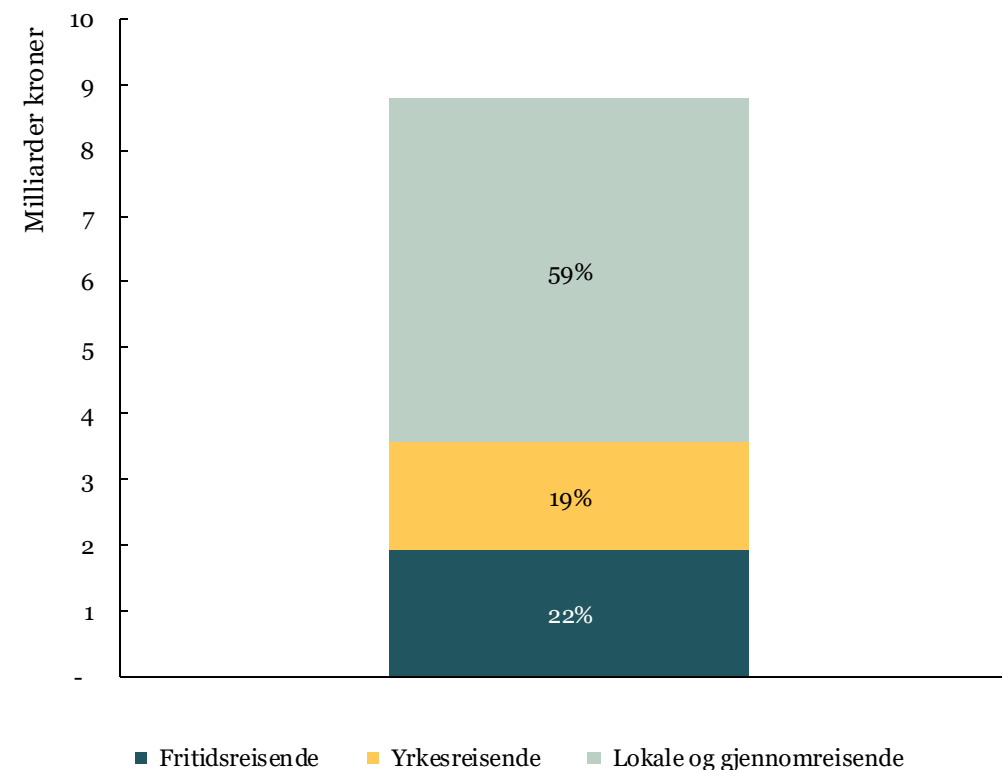
Omsetning i reiselivets innholdsbransjer kommer hovedsakelig fra lokale og gjennomreisende

Innholdsbransjene i reiselivsnæringen består av de bedrifter som leverer overnatting, servering og opplevelser i markedet. Ved å sammenligne den beregnede omsetningen fra tilreisende i innholdsbransjene med den totale omsetningen til bedriftene kan de tilreisendes betydning for reiselivet i regionen beregnes. Dette illustreres i figuren til høyre. Det er viktig å understreke at omsetningstallene kun inkluderer de kommersielle innholdsbransjene. For eksempel er privatpersoners inntekter fra Airbnb ikke inkludert i omsetningstallene.

Innholdsbransjene i reiselivet hadde en samlet omsetning på totalt 8,8 milliarder kroner i 2023. Av dette var det 3,6 milliarder kroner i omsetning som kommer fra tilreisende, enten fritidsreisende eller yrkesreisende.

Slik figuren til høyre illustrerer står fritidsreisende og yrkesreisende for henholdsvis 22 og 19 prosent av omsetningen i innholdsbransje. De resterende 59 prosent kommer fra forbruket til lokalbefolkningen, samt dagsbesøkende og gjester som benytter andre ikke-kommersielle overnattingsformer enn de vi har data på, for eksempel overnatting hos familie og venner.

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

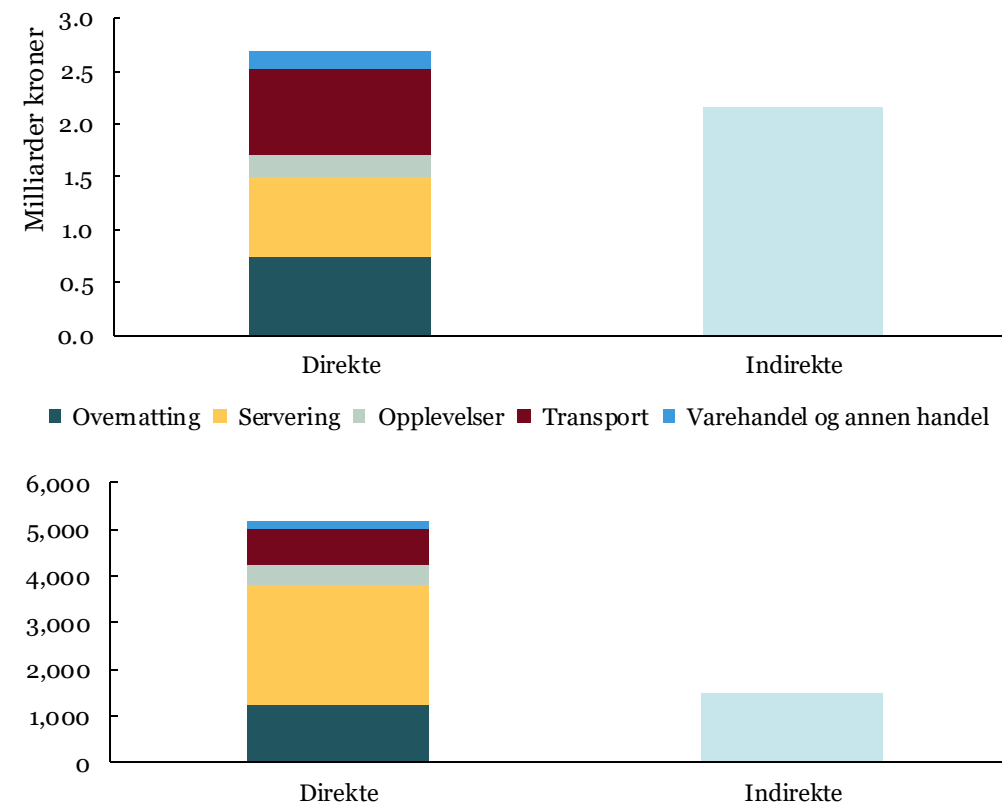


Reiselivet legger grunnlag for 4,8 milliarder kroner i verdiskaping og 6 700 arbeidsplasser i Stavangerregionen

Basert på det estimerte forbruket fra de tilreisende¹ beregnes ringvirkningseffekter. Beregningene viser at forbruket til de tilreisende til Stavangerregionen la grunnlaget for 2,7 milliarder kroner i direkte verdiskaping og 5 200 direkte sysselsatte i regionen. Det betyr at disse verdiene ble generert direkte i bedriftene de tilreisende handlet i. All denne verdiskapingen og sysselsettingen fant derfor sted i Stavangerregionen.

Vi beregner videre at de tilreisendes forbruk genererer 2,2 milliarder kroner i indirekte verdiskaping og omtrent 1 500 personer i indirekte sysselsetting. De indirekte effektene viser til økonomiske verdier som finner sted lenger ned i verdikjeden gjennom at bedriftene kjøper varer og tjenester fra underleverandører. Dersom en tilreisende kjøper et måltid på restaurant, vil den generere verdi både hos restauranten (direkte effekter), men også hos restaurantens underleverandører som leverer ingredienser til måltidet (indirekte effekter). I motsetning til de direkte effektene, finner de indirekte effektene sted i hele landet, og en forholdsvis liten del tilfaller regionen.

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





Sammendrag og introduksjon

Markedsperspektivet – tilreisende i Stavangerregionen

Næringsperspektivet – reiselivet i Stavangerregionen

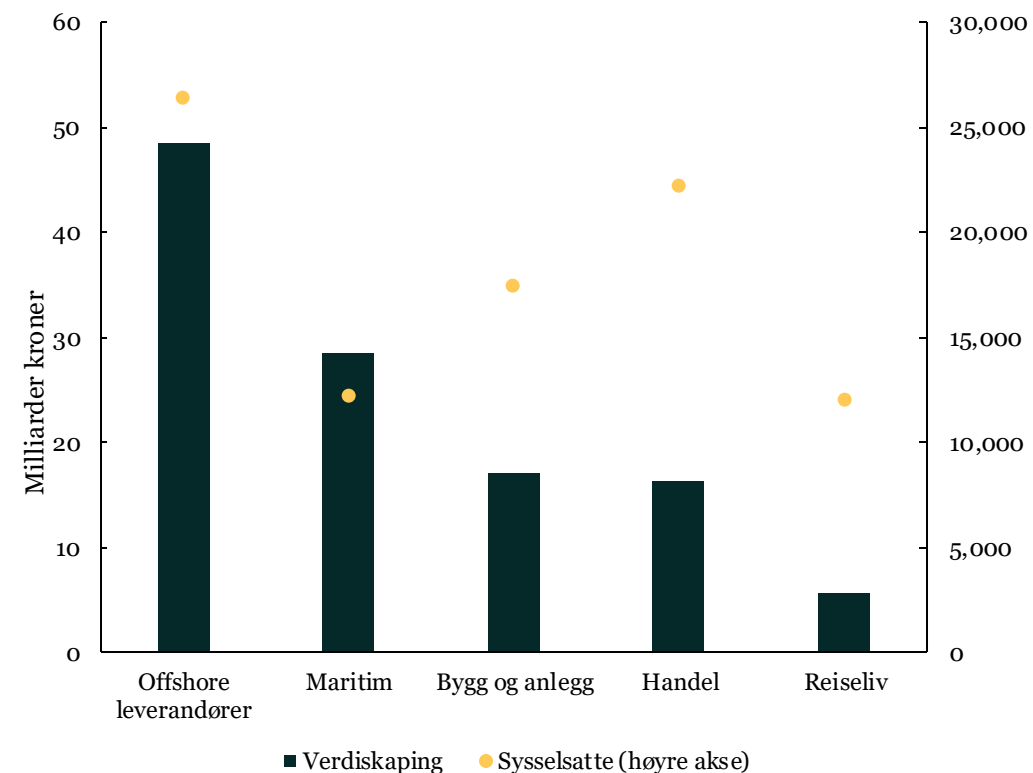
Vedlegg

Reiselivsnæringen står for tre prosent av verdiskapingen i regionen og sysselsetter åtte prosent av arbeidsstyrken

Reiselivsnæringen i Stavangerregionen hadde en samlet verdiskaping på litt under seks milliarder kroner i 2023. Dette utgjør kun litt under tre prosent av næringslivets samlede verdiskaping i regionen, og næringen er derfor ikke en av de mest verdiskapende i regionen. Til sammenligning hadde de mest verdiskapende næringene i regionen, petroleum og maritim, en verdiskaping på henholdsvis 49 og 28 milliarder kroner samme år. Reiselivsnæringen står imidlertid for en noe høyere andel av sysselsettingen til næringslivet i Stavangerregionen med åtte prosent. Totalt sysselsatte reiselivsnæringen 12 000 personer i 2023.

At reiselivsnæringen sysselsetter en betydelig andel av arbeidsstyrken i forhold til sin økonomiske verdiskaping, skyldes at næringen er svært arbeidsintensiv og preget av lav produktivitet. Dette er ikke unikt for Stavangerregionen, men kjennetegner reiselivsnæringen generelt. Det er også viktig å understreke at ettersom reiselivet har høy andel sesong- og deltidsansatte, så er verdiskaping per årsverk vesentlig høyere enn verdiskaping per sysselsatt.

Verdiskaping og sysselsetting for de fire største næringene og reiselivsnæringen i Stavangerregionen i 2023. Kilde: Menon Economics



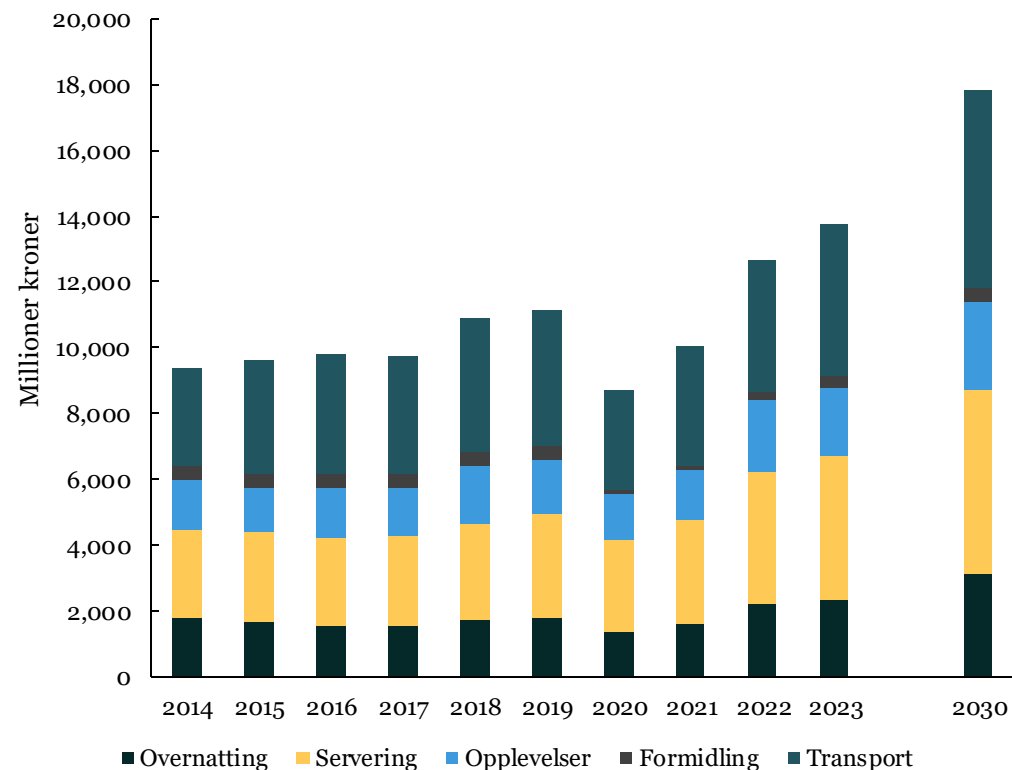
Reiselivet i regionen har hatt en omsetningsvekst på 47 prosent siden 2014

I 2023 var omsetningen i reiselivet i Stavangerregionen 13,8 milliarder kroner. Dette representerer en økning på 47 prosent sammenlignet med 2014, som tilsvarer en gjennomsnittlig årlig vekst på 4,5 prosent. Veksten i Stavangerregionen har vært jevn, med unntak av under pandemien, men lavere enn i enkelte andre reiselivsdestinasjoner. For eksempel har omsetningen i Bergen, en destinasjon med mange likhetstrekk, vokst med 85 prosent i samme periode.

Under pandemien i 2020 var omsetningen 22 prosent lavere enn i 2019, men har siden den gang vokst jevnt igjen. I Stavangerregionen er det transportbransjen og serveringsbransjen som har den største omsetningen i 2024 innen reiselivsnæringen, med henholdsvis 4,6 og 4,3 milliarder kroner. Det er også disse bransjene som har hatt den største omsetningsveksten fra 2014 til 2024. Hvor transportbransjen har hatt en vekst på 56 prosent mens serveringsbransjen har opplevd en vekst på 62 prosent. På den andre siden er formidlingsbransjen som har hatt en nedgang på 25 prosent. Bransjen har ikke hentet seg inn etter pandemien og har i dag 21 prosent lavere omsetning enn før pandemien (2019).

Den gjennomsnittlige årlige veksten fra 2023 til 2030 vil, basert på Menons reiselivsprognoser, vokse med litt under fire prosent per år, noe som er noe lavere enn det den har vært siden 2014. Våre prognoser indikerer at veksten vil fortsette, og at reiselivet i Stavangerregionen vil omsette for 17,8 milliarder kroner i 2030. Vekstprognosene fra 2023 til 2030 er på 30 prosent, noe som er det samme som landsgjennomsnittet for reiseliv.

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



Nesten 70 prosent av verdiskapingen i reiselivsnæringen kommer fra transport- og serveringsbransjen

Det er fem bransjer som utgjør det vi 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 Stavangerregionen genererte reiselivet i 2023 totalt en verdiskaping på 5,7 milliarder kroner, med en sysselsetting på 12 000 personer. Nesten 70 prosent av verdiskapingen kommer fra transport og servering. Figuren til høyre viser hvordan verdiene fordeles seg utover bransjene. Innholdsbransjene har samlet en verdiskaping på omtrent 3,5 milliarder kroner, mens tilgjengelighetsbransjene står 2,2 milliarder.

Transportbransjen er spesielt stor, med Norled i spissen, som alene står for 1,3 milliarder i verdiskaping, tilsvarende 60 prosent av verdiskapingen i bransjen. Målt i sysselsetting er også Norled det største enkeltsekskapet i hele reiselivsnæringen, med nesten 1 000 ansatte. Det er likevel serveringsbransjen som totalt sett har flest sysselsatte, totalt 6000 personer.

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

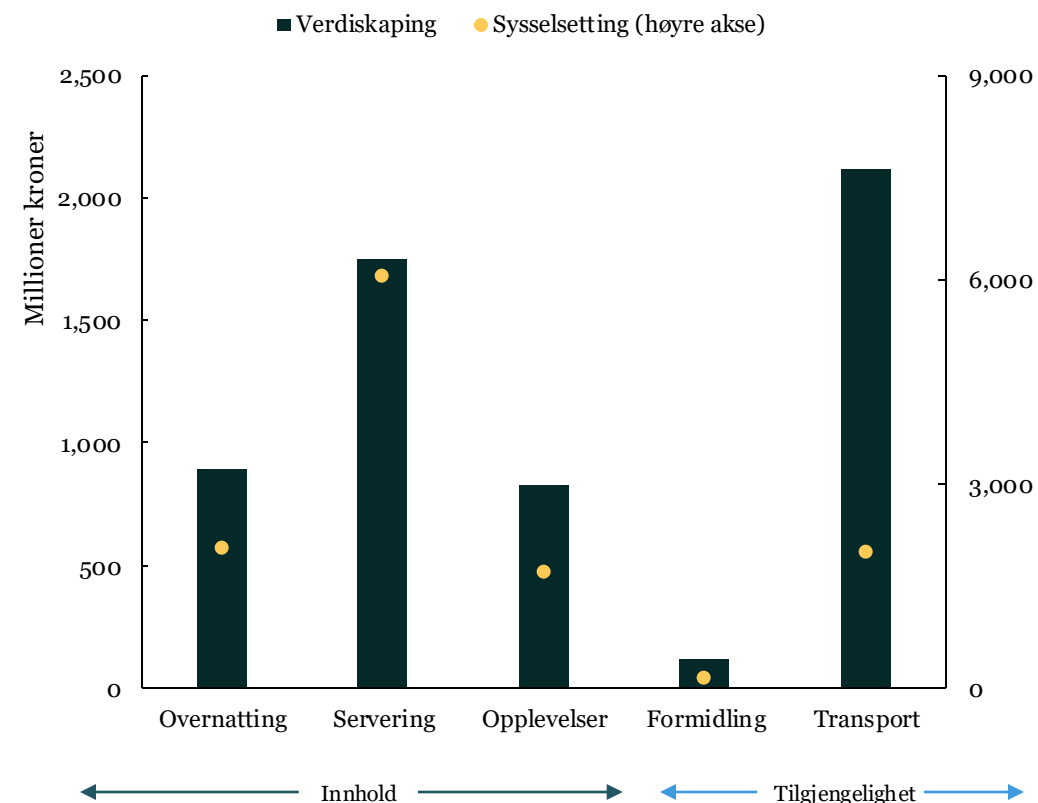
Servering - omfatter typisk restauranter, kafeer, gatekjøkken og drift av barer og puber.

Opplevelser - inneholder de fleste aktiviteter som man kan tenke seg en turist kan benytte når denne er på reise. Dette er opplevelsesaktiviteter, formøyles- og temaparker, 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.

Verdiskaping og sysselsetting per bransje i Stavangerregionen i 2023. Kilde: Menon Economics

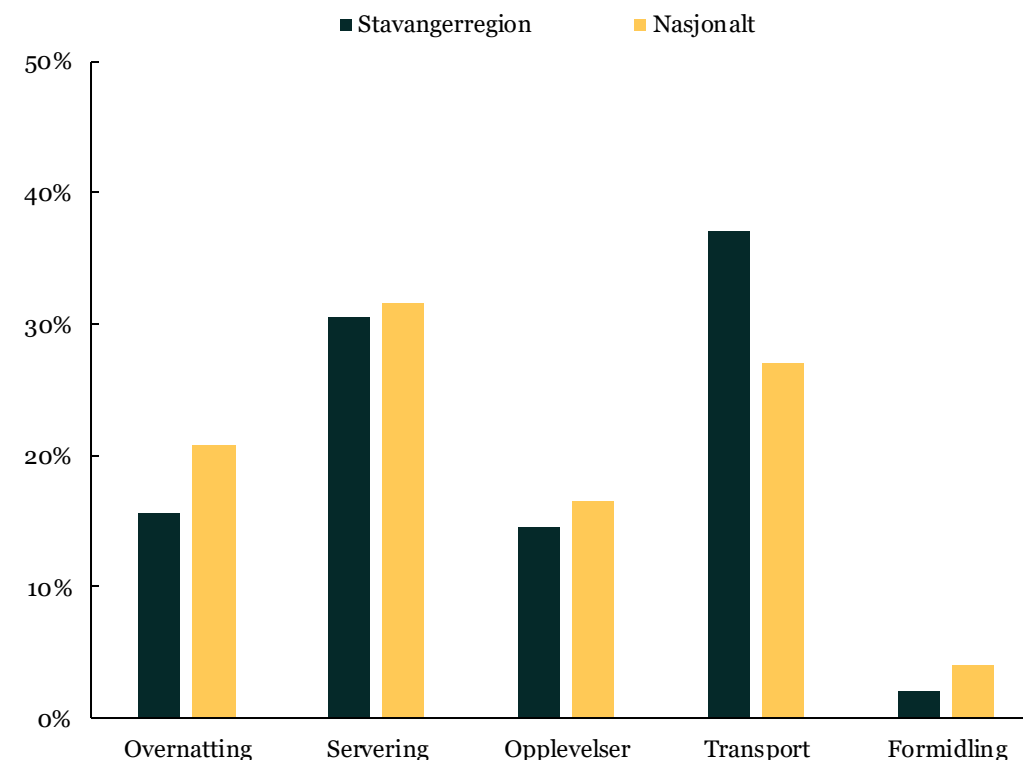


Sammenlignet med nasjonalt nivå har Stavangerregionen en vesentlig større andel verdiskaping fra transport

Samlet genererer innholdsbransjene 61 prosent av reiselivets verdiskaping i Stavangerregionen. Overnatting utgjør 16 prosent av verdiskapingen, mens servering står for 31 prosent. Opplevelser bidrar med 15 prosent, mens transport og formidling står for henholdsvis 37 og 2 prosent av verdiskapingen.

I Stavangerregionen utgjør transport den største andelen av reiselivets verdiskaping. På nasjonalt nivå utgjør transport 27 prosent av reiselivsnæringen, mens den som nevnt utgjør 37 prosent i Stavangerregionen. Dette er mye på grunn av tidligere nevnte Norled som har verdiskaping på hele 1,3 milliarder kroner i 2023. At transport er såpass stort i regionen gjør at de andre delbransjene faller noe under snittet nasjonalt.

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



Majoriteten av verdiskapingen til reiselivet i regionen kommer fra Stavanger

Verdiskapingen i reiselivsnæringen i Stavangerregionen er i stor grad konsentrert i Stavanger kommune. I 2023 sto Stavanger for 69 prosent av regionens samlede verdiskaping, tilsvarende 3,9 milliarder kroner. Som regionens økonomiske sentrum er det naturlig at hoveddelen av den økonomiske aktiviteten registreres nettopp her. Det er viktig å merke seg at verdiskapingen til bedrifter tilskrives den kommunen de er registrert i hos Brønnøysundregistrene. Dette betyr at bedrifter med hovedkontor i Stavanger kan ha virksomhet i hele regionen – eller landet for øvrig – selv om verdiskapingen formelt registreres i Stavanger. Samtidig er det slik at de fleste hoteller, restauranter og andre virksomheter i reiselivsnæringen faktisk er fysisk lokalisert i Stavanger kommune.

Sammenlignet med flere andre regioner i Norge, er en stor andel av verdiskapingen i Stavangerregionen konsentrert i én kommune. Likevel skiller ikke Stavangerregionen seg vesentlig fra andre regioner som også har en dominerende storby. Til sammenligning står Bergen kommune for hele 87 prosent av verdiskapingen i Bergensregionen.¹

Etter Stavanger er det Sandnes og Sola som bidrar mest til verdiskapingen i regionens reiselivsnæring, med henholdsvis 10 og 8 prosent av den totale verdiskapingen.

Verdiskaping for reiselivsnæringen i de ulike kommunene i Stavangerregionen i 2023. Mørkere blåfarge indikerer høyere verdiskaping fra reiselivsnæringen. Kilde: Menon Economics



Størst vekst i serverings- og transportbransjen det siste 10-året

Reiselivsnæringens verdiskaping i Stavangerregionen har hatt en betydelig økning på 47 prosent fra 2014 til 2023. I det følgende ser vi på hvordan den relative utviklingen har vært per reiselivsbransje:

Overnatting har kun hatt 20 prosent vekst i perioden, til tross for flere nye etableringer og omfattende renoveringer som har styrket byens overnattingstilbud. Eksempler på dette er Clarion Hotell Energy i Stavanger sentrum som åpnet i 2014, med over 200 rom, samt vekst hos etablerte aktører som Sola Strand og Spa, Scandic Hotels og Frogner House Apartments.

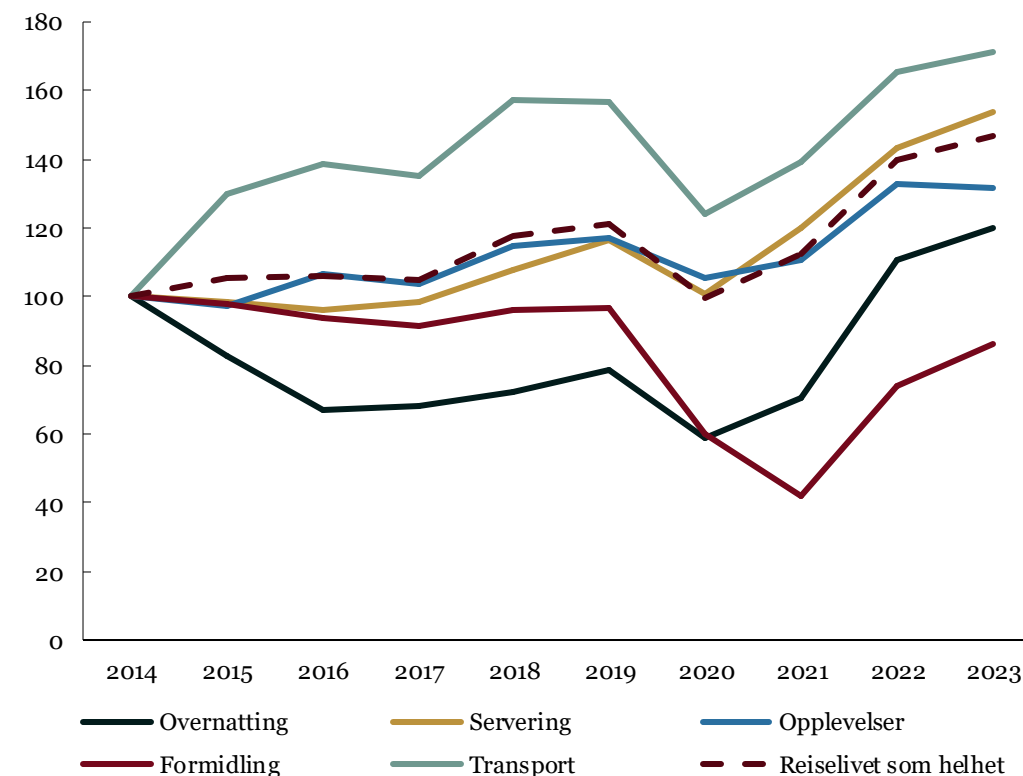
Servering har hatt den nest største veksten, med en økning på 54 prosent i perioden. Veksten i serveringsbransjen skyldes i større grad nyetableringer enn vekst i eksisterende selskaper. Bransjen er kjent for å ha selskaper med relativt kort levetid, så det er naturlig at det har vært en del utskiftning siden 2014.

Opplevelser har hatt en vekst på 31 prosent. De mest verdiskapende opplevelsesaktørene i 2023 var Stavanger Symfoniorkester og Rogaland Theater. Begge disse har hatt god vekst i verdiskaping siden 2014, i tillegg har aktører som Lunds Tivoli bidratt mye til veksten i verdiskaping.

Formidling har hatt en nedgang på 14 prosent siden 2014. Reisebyråene Berg-Hansen og ATPi Norway har til sammen økt verdiskapingen med nesten 25 millioner, men i bransjen som helhet er det flere selskaper som har hatt negativ utvikling i verdiskaping enn de som har hatt vekst.

Transport har hatt den største relative veksten, med en økning på 71 prosent siden 2014. Dette skyldes i stor grad veksten i Norled.

Indeksert utvikling i verdiskaping per reiselivsbransje i Stavangerregionen. Referanseåret 2014=100. Kilde: Menon Economics



Opplevelser og formidling har historisk hatt jevnere og høyere driftsmargin enn overnatting

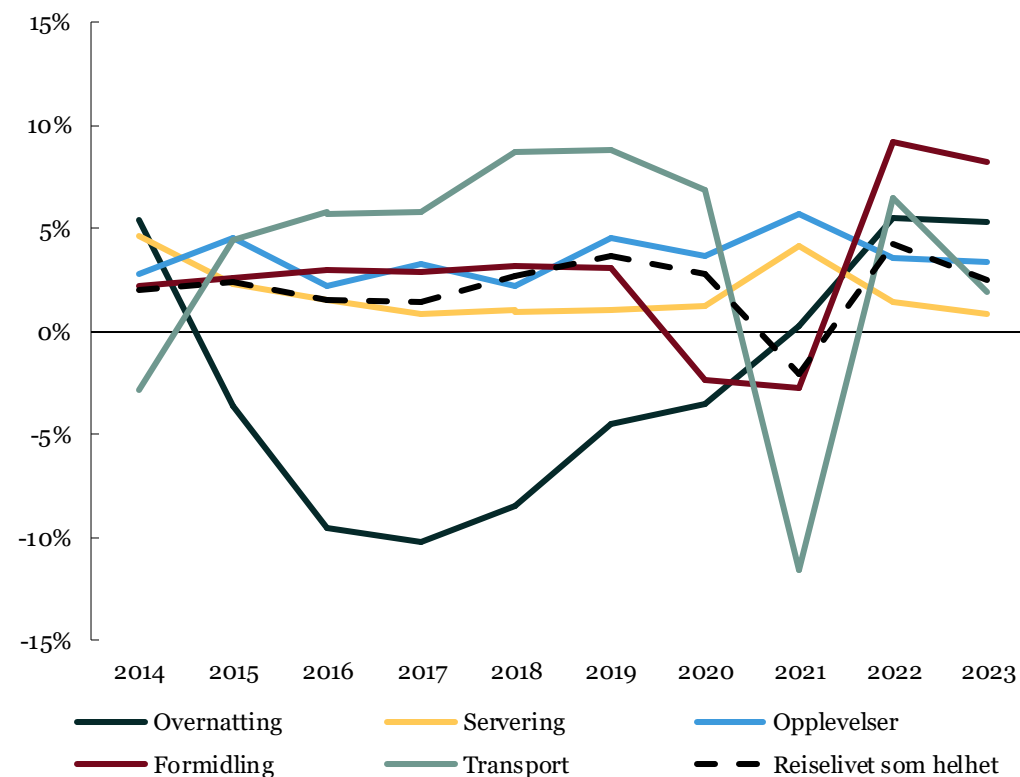
Driftsmargin brukes ofte for å måle lønnsomheten i næringslivet. Den viser hvor stor andel av inntektene som blir igjen etter at driftskostnadene er trukket fra. En høy positiv driftsmargin indikerer effektiv og lønnsom drift, mens en negativ margin betyr at virksomheten går med underskudd. Generelt er reiselivsbransjen kjent for å ha lav driftsmargin. En av bransjens store utfordringer er den ujevne sesongstrukturen. Store deler av næringen har høy aktivitet i noen hektiske sommermånedene, mens det er betydelig mindre besøk resten av året. For mange bedrifter resulterer dette i drift med tap i visse perioder av året.

Som figuren viser går spesielt overnattingsbransjen i Stavangerregionen med tap i mange år, selv om bransjen har hatt positiv driftsmargin siden 2021. Dette kan delvis forklares med høye faste kostnader knyttet til drift og vedlikehold av overnattingssteder, noe som gjør det vanskelig å oppnå lønnsomhet uten stabil etterspørsel gjennom hele året. Overnattingsbransjen i Stavanger har imidlertid hatt et stort fall i lønnsomhet etter oljekrisen i 2014 og tilhørende nedgang i yrkesreiser forbundet med petroleumsnæringen. Perioden med negativ lønnsomhet innen overnattingsbransjen ble også forlenget som et resultat av pandemien. Vi ser derfor at den negative lønnsomheten i overnattingsbransjen har vedvart fra oljekrisen og frem til utgangen av pandemien.

Servering og opplevelser har hatt jevnere og høyere driftsmargin enn overnatting, med henholdsvis to og fire prosent gjennomsnittlig driftsmargin i perioden. Formidling og transport har en historisk høyere driftsmargin, men med større nedgang i pandemien.

Transportsektoren har en samlet driftsmargin på to prosent i 2023, men har historisk hatt høyere marginer i Stavangerregionen enn de andre bransjene. Transportsektoren fikk seg imidlertid en kraftig nedgang i driftsmargin i 2021 under pandemien, mye grunnet nedgang i driftsresultat hos den store aktøren Go-Ahead Norge, samt noe nedgang hos Norled.

Utvikling i lønnsomhet, målt som driftsmargin, per reiselivsbransje og reiselivet som helhet i Stavangerregionen mellom 2014 og 2023. Kilde: Menon Economics



Reiselivsbedriftene genererer 1,6 milliarder kroner i skatteinntekter

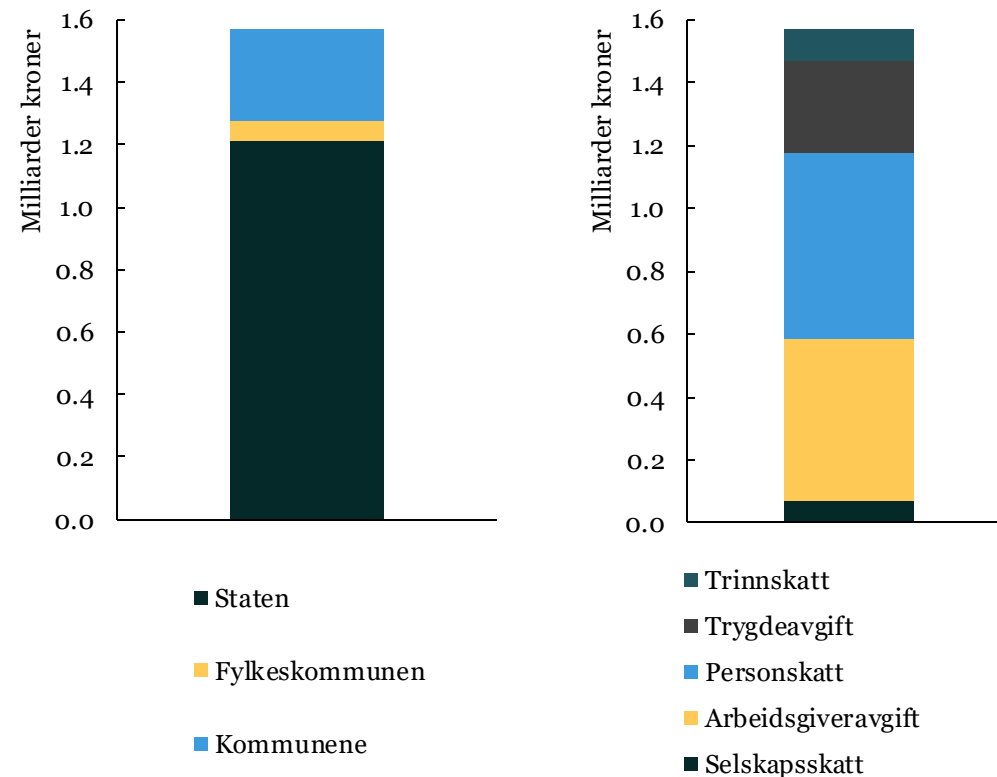
All økonomisk aktivitet bidrar til skatteinntekter. Skatteinntektene legger grunnlag for velferd produsert i både stat, fylke og kommune. Dette er også tilfelle for reiselivsnæringen i Stavangerregionen. Basert på tilgjengelig regnskapsinformasjon og sysselsettingsstatistikk beregner vi at reiselivsbedriftene bidro med om lag 1,6 milliarder kroner i samlede skatteinntekter i 2023. Denne skatteeffekten inkluderer både skatt på overskudd i selskapene og skatt på lønninger.

Som vist i figurene til høyre fordeler skatteinntektene seg både på ulike mottakere og type. Disse mottakerne er kommunene, fylkeskommunen og staten. Som vist i figuren til høyre tilfaller om lag 1,2 milliarder kroner av de samlede skatteinntektene staten direkte. Videre finner vi at om lag 65 millioner kroner tilfalt fylkeskommunen, og om lag 300 millioner kroner tilfalt de ulike kommunene i Stavangerregionen.

Skatteinntektene fra reiselivsnæringen knytter seg til ulike typer skatt. Som figuren helt til høyre viser, var om lag 590 millioner kroner tilknyttet personskatt. Dette er skatt på arbeidsinntekt. Om lag 520 og 290 millioner kroner var tilknyttet henholdsvis arbeidsgiveravgift og trygdeavgift. Vi beregner at trinnskatten utgjorde om lag 110 millioner kroner. Skatt på selskapenes overskudd i 2023 utgjorde om lag 70 millioner kroner i 2023.

Trinnskatt, arbeidsgiveravgift, trygdeavgift og selskapsskatt tilfaller staten i sin helhet, mens personskatten fordeles mellom stat, fylke og kommunene. Samtidig som majoriteten av skatteinntektene tilfaller staten er det viktig å presisere at en betydelig del av statsbudsjettet benyttes til å finansiere kommunene, som gjør at deler av disse midlene vil tilfalle fylket og kommunene indirekte.

Beregnete skatteinntekter som genereres av reiselivet i Stavangerregionen i 2023. Kilde: Menon Economics





Sammendrag og introduksjon

Markedsperspektivet – tilreisende i Stavangerregionen

Næringsperspektivet – reiselivet i Stavangerregionen

Vedlegg

Definisjon av sentrale begreper, estimeringsmetode, beskrivelse av ringvirkningsmodellen

Verdiskaping: Defineres 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 heltidstillinger. Antallet sysselsatte er derfor større enn (eller lik) antall årsverk.

Driftsmargin: Viser forholdet mellom driftsresultatet og omsetning til en bedrift. Den gir en indikasjon på en bedrifts lønnsomhet. Driftsmarginen kan ses på som hvor mange kroner en bedrifter sitter igjen med for hver 100-lapp som omsettes. Driftsresultatet gir videre en indikasjon på hvor mye bedriften har til å dekke kapitalkostnader (før renter og skatt).

Cruiseturisme: Tidligere studier vi har gjennomført viser at om lag 90 prosent av passasjerer på cruiseskip velger å gå land ved anløp. I denne analysen legger vi også til grunn at 90 prosent av passasjerene går i land.

Gjestedøgn på Airbnb: Vi tar utgangspunkt i AirDNA sine data for antall reservasjonsdøgn per utleid enhet over tid. For å fange opp variasjonen i størrelsen på utleieenheter benytter vi informasjon om antall soverom per utleieenhet per døgn enheten er reservert (utleid). I Stavangerregionen var det i løpet av 2024 om lag 200 000 reservasjonsdøgn. Med dette som utgangspunkt beregner vi i snitt 4,8 personer per reservasjonsdøgn i Stavangerregionen.

Menons ringvirkningsmodell: 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 varer 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 *ringvirkninger*.

Menon har utviklet en økonomisk beregningsmodell for reiseliv for å kunne estimere ringvirkninger av tilreisendes lokale forbruk. Vi legger de estimerte gjestedøgnene etter overnattingsform og segment til grunn for beregningene av økonomiske effekter. Estimaten på gjestedøgn er basert på data fra SSB, AirDNA og Kystdatahuset. Deretter benyttes informasjon om gjennomsnittlig døgnforbruk fra undersøkelser gjennomført av Innovasjon Norge og TØI. Resultatet fra denne øvelsen gir totalt forbruk (omsetning) i ulike vare- og tjenestekategorier, både innen bransjene i reiselivsnæringen og relaterte næringer som handelsnæringen. Forbruket omregnes deretter til direkte og indirekte ringvirkninger i form av verdiskaping og sysselsetting.

Gjestedøgn på fritidsboliger: Vi benytter informasjon om antall fritidsboliger i regionen fra SSB, kombinert med informasjon om eiernes bosted. Basert på tidligere studier tilknyttet denne tematikken legger vi til grunn et gjennomsnittlig antall gjestedøgn på 184 per fritidsbolig, eid av personer med bosted utenfor regionen.

Definisjon av sentrale begreper, estimeringsmetode, beskrivelse av ringvirkningsmodellen

Del 1 – Markedsperspektivet: Tilreisende til regionen

Markedsperspektivet handler om å identifisere kundene og 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. Dette gjelder overnatting, servering, opplevelser og transport, i tillegg til andre utgifter som handel.



Del 2 – Næringsperspektivet (bedriftsperspektivet)

Reiselivsnæringen består av bransjer som primært selger til mennesker på reiser. Næringen består av følgende bransjer: Overnatting, servering, opplevelser, transport og formidling.

Avgrensning innebærer at næringen ikke bare er en reiselivsnæring, men at næringen selger til flere markeder. Disse markedene knytter seg til de tilreisende, lokalbefolkningen og lokalt næringsliv.





Destinasjonsanalyse Stavangerregionen