

Norut Tromsø
Rapport nr.: 15/2012
ISSN 1890-5226
ISBN 978-82-7492-267-9

TURISME OG REISELIVSNÆRINGEN – STATUSBESKRIVELSE, UTVIKLINGSTRENDER OG VIRKNINGER AV PETROLEUMSVIRKSOMHET

Mette Ravn Midtgard, Arild Buanes,
Øystein Aas, Marte Qvenild og Oddgeir Andersen

Norut Tromsø
2012

Prosjektnavn Turisme og reiseliv – statusbeskrivelse, utviklingstrekk og konsekvenser av petroleumsvirksomhet i nordøstlige Norskehavet.		Prosjektnr 674
Oppdragsgiver(e) Olje- og energidepartementet		Oppdragsgivers ref
Rapportnr 15/2012	Dokumenttype	Status Åpen
ISSN 1890-5226	ISBN ISBN 978-82-7492-267-9	Ant sider 112
Prosjektleder Mette Ravn Midtgard	Signatur	Dato 27.09.2012
Forfatter (e) Midtgard, M.R., Buanens, A., Ø.Aas, Qvenild, M. og o. Andersen		
<p>Tittel Turisme og reiseliv – statusbeskrivelse, utviklingstrekk og konsekvenser av petroleumsvirksomhet i nordøstlige Norskehavet.</p>		
<p>Resyme</p> <p>Rapporten beskriver utviklingstrekkene siden 2000 og nåsituasjonen for reiselivsnæringen i et avgrenset område; Senja-regionen, Harstad-regionen, Vesterålen, Lofoten, Ofoten, Salten, Helgeland og de tre kommunene Vikna, Nærøy og Leka i Nord-Trøndelag. Derneft fremskrives utviklingen for reiselivsnæringen i kjerne-regionene Lofoten, Vesterålen, Harstad og Senja basert på ulike vekstrater. Denne kartleggingen viser til høyest vekst og prognose for videre utvikling innen næringen Lofoten. Dette statistiske bildet utfylles gjennom intervju med reiselivsaktører i det samme området; de uttrykker forventning om vekst uten petroleumsaktivitet. Det kan spesielt påpekes at arbeidskraft ikke oppfattes å være ett hinder for vekst. Derneft er både reiselivsaktører og turister bedt om syn på mulig fremtidig petroleumsaktivitet i studieområdet og mulige konsekvenser for bedrifter og reisepreferanser. Reiselivsaktørene diverger i synet på konsekvenser, men en felles oppfatning er at visuelle inngrep både kan og bør unngås. Blant turistene er det nordiske markedet mindre forbeholdne til petroleumsaktivitet enn de europeiske turistene. Begge undersøkelsene bygger på holdninger og ikke faktisk adferd. Hammerfest er brukt som case for å belyse hva som kan skje (adferd) gitt industribygging i et område.</p> <p>Generelt er mange i reiselivet optimistiske for fremtiden med eller uten petroleumsvirksomhet, men det er også bedrifter, særlig i deler av Lofoten og Vesterålen som er skeptiske til en fremtid <u>med</u> petroleumsvirksomhet, mens særlig i Harstad er det bedrifter som er skeptiske til utviklingen <u>uten</u> petroleumsvirksomhet. Avslutningsvis antydes få negative reaksjoner i ferie og fritidsmarkedet av ordinær petroleumsdrift, gitt at eventuelle landanlegg holdes tilbaketrukket fra de mest sårbare turistiske områdene.</p>		
Emneord Reiseliv, sysselsetting, økonomi, ordinær petroleumsdrift, nordøstlige Norskehavet		
Noter		
Postadresse: Norut Tromsø Postboks 6434 Forskningsparken, 9294 Tromsø		
Telefon: 77 62 94 00	Telefaks: 77 62 94 01	E-post: post@norut.no

FORORD

Studien ”Turisme og reiselivsnæring – statusbeskrivelse, utviklingstrender og virkninger av petroleumsdrift” er et ledd i Kunnskapsinnhenting om virkninger av petroleumsvirksomhet i uåpnede deler av Nordland IV, V, VI, VII og Troms II. Oppdragsgiver er Olje- og energidepartementet (OED).

Foreliggende rapport skal bidra til å øke kunnskapene om reiselivsnæringen i regionen, og hvilke utviklingstrender som er sannsynlige fremover uten petroleumsvirksomhet. Basert på dette skal det innhentes bedre kunnskap om de sannsynlige virkningene av petroleumsvirksomhet ved normal drift på turisme- og reiselivsnæringen. Grunnet for våre oppsummeringer er utviklingstrekk etter år 2000, erfaringer fra Hammerfest, intervjuer med reiselivsaktørene, en gjesteundersøkelse og relevant litteratur. Rapporten vil dessuten representere en baseline, ved eventuell utbygging og mulige endringer i så vel markedssammensetning som aktivitetsnivå.

Dette arbeidet er gjennomført i samarbeid mellom Northern Research Institute (Norut) og Norsk Institutt for Naturforskning (NINA). NORUT har vært prosjektleder og hatt hovedansvaret for de økonomiske analysene i kapittel 4, mens NINA har hatt hovedansvaret for intervjuene med representanter for reiselivsnæringen i Lofoten, Vesterålen, Harstad og Senja (kap 5 og 6), samt spørreundersøkelsen blant turister i området (kap 6). Spørreundersøkelsene ble gjennomført med effektiv bistand fra intervjufirmaet Norstat. Vurderinger og oppsummerende konklusjoner er utarbeidet i fellesskap mellom NORUT og NINA.

Undersøkelsen er gjennomført på oppdrag fra Olje- og energidepartementet i en kort og hektisk periode i juli – september 2012. Vi takker alle informanter, intervjuede og medlemmer av den interdepartementale arbeidsgruppen.

Prosjektleder

Mette Ravn Midtgard (sign.)

Sted

Dato 17.09.2012

INNHOLDSFORTEGNELSE

FORORD.....	V
INNHOLDSFORTEGNELSE	VII
SAMMENDRAG	1
1 INNLEDNING	3
2 GRUNNLAG FOR KUNNSKAPSINNHEENTINGEN	5
2.1 Om kunnskapsinnhentingsprosessen og reiseliv	5
2.1.1 Utredninger med fokus på reiseliv	5
2.2 Definisjon og avgrensning av KI området og de to scenariene	6
2.3 Aktivitetsbilder	7
2.4 Metoder og datamateriale	10
2.4.1 Statusbeskrivelser og framskrivninger (Kap 4 og Kap 5.2).....	10
2.4.2 Bedriftsundersøkelse – attraksjonsverdi og framtidsutsikter med og uten petroleum (Kap 5.1 og Kap 6.2)	11
2.4.3 Spørreundersøkelse blant turister i Lofoten i august 2012 (Kap. 6.3)	12
2.5 Oppsummering.....	13
3 KUNNSKAPSOVERSIKT - RELEVANT LITTERATUR	14
3.1 Generelle reiselivstrender av relevans for utredningsområdet	14
3.2 Attraksjonsverdier for reiseliv i Nordland og Sør-Troms	15
3.3 Naturbaserte turister – forventer alle urørte reisemål?	16
3.4 Virkningen av petroleumsutbygging på turisme og friluftsliv	18
3.5 Oppsummering.....	19
4 STATUSBESKRIVELSE REISELIV	21
4.1 Befolkningsutvikling	22
4.2 Utviklingstrekk 2000-2012	22
4.2.1 Sysselsetting.....	25
4.2.2 Attraksjoner og attraksjonsverdi	27
4.3 Nåsituasjonen.....	28
4.3.1 Formål ved reisen.....	28
4.3.2 Økonomiske forhold i reiselivsnæringen	29
4.4 Nærmere om de fire sentrale kjerneområdene.....	33
4.4.1 Lofoten	33
4.4.2 Vesterålen.....	34
4.4.3 Senja-regionen	35
4.4.4 Harstad og omegn	36
4.5 De øvrige regionene.....	36
4.5.1 Ofoten.....	37
4.5.2 Salten.....	38

4.5.3 Helgeland	38
4.5.4 Et snev av Nord-Trøndelag	39
4.6 Oppsummering	39
5 UTVIKLINGSTRENDER OG POTENSIAL UTEN PETROLEUMSVIRKSOMHET	41
5.1 Trender og forventninger til utvikling; intervjuer med reiselivsaktører i Lofoten, Vesterålen, Harstad og Senja	41
5.1.1 Lofoten	41
5.1.2 Vesterålen	43
5.1.3 Harstad	46
5.1.4 Senja	48
5.2 Framskrivninger basert på siste års utvikling	49
5.3 Oppsummering	52
6 VIRKNINGER AV PLANLAGT PETROLEUMSVIRKSOMHET FOR REISELIVSNÆRINGEN	54
6.1 Snøhvitutbyggingens effekter på reiselivet i Hammerfestregionen	54
6.1.1 Forventningsbildet rundt 2001	54
6.1.2 Hammerfests reiselivsnæring inn i petroleumsæraen	55
6.1.3 Oppsummering	60
6.2 Synspunkter og vurderinger av petroleumsvirksomhet fra representanter for reiselivsnæringen	61
6.2.1 Lofoten	61
6.2.2 Vesterålen	63
6.2.3 Harstadregionen	65
6.2.4 Senja-regionen	67
6.2.5 Oppsummering av reiselivsnæringens syn på petroleumsvirksomhet	68
6.3 Resultater fra spørreundersøkelsen blant turister i august 2012	70
6.3.1 Kvaliteter ved Lofoten-Vesterålen	72
6.3.2 Respons på mulig petroleumsvirksomhet	73
6.3.3 Oppsummering av spørreundersøkelsen blant turister	79
6.4 Erfaringene fra Hammerfest, reiselivsaktørers syn og forventning, og besøkendes reaksjoner	80
7 DISKUSJON OG OPPSUMMERING - EFFEKTER PÅ REISELIVSNÆRINGEN VED ORDINÆR DRIFT	82
7.1 Iboende dynamikk og prognoser uten petroleumsvirksomhet	82
7.2 Virkninger på ferie- og fritidsreisende	83
7.3 Virkninger på yrkesreisende og kurs og konferanse	84
7.4 Oppsummering av sannsynlige virkninger - interne og eksterne substitusjons- og displacementeffekter	85
7.5 Innspill til videre planlegging og FOU	87

7.6 Punktvis oppsummering	88
8 REFERANSER	90
Vedlegg 1 Hotellovernattinger etter formål i 2011. Kilde: Statistikknett	94
Vedlegg 2 Linear vekst i sysselsetting 2050. Kilde historiske data: Norut Alta/SSB	95
Vedlegg 3. Oversikt over informanter i Lofoten, Vesterålen, Harstad og Senja.....	98
Vedlegg 4 Spørreskjema for turister i Lofoten og Vesterålen.....	100
Vedlegg 5 Nace koder innen reiselivsnæringen	106
Vedlegg 6 Hotellovernattinger etter formål og andre overnattinger i absolutte tall sommerses. juni-aug. Kilde: Statistikknett/SSB	108
Vedlegg 7 Hotellovernattinger etter formål og andre overnattinger i absolutte, vintersesongen jan-apr. Kilde: Statistikknett/SSB	109
Vedlegg 8 Hotellovernattinger etter formål og andre overnattinger i absolutte tall per år. Kilde: Statistikknett/SSB	110
Vedlegg 9 Overnattingsformer. Kilde: Statistikknett/SSB	111
Vedlegg 10 Flytrafikk i utredningsområdet.....	112

Figur- og tabelloversikt

Figur 1 Utredningsområdet.	6
Figur 2 . Illustrasjon av høyt aktivitetsnivå.	8
Figur 3 Illustrasjon av lavt aktivitetsnivå.	9
Figur 4 Overnatting på camping og hyttegrender	23
Figur 5 Hotellovernattinger sommersesongen (juni-aug).....	24
Figur 6 Hotellovernattinger vintersesongen (jan-apr).	25
Figur 7 Kvinneandel i reiselivsnæringen, ekskl transport 2011.	26
Figur 8 Geografisk fordeling av overnattingsdøgn, alle kategorier 2011.....	28
Figur 9 Overnattinger og fordeling av reisende på segment.	29
Figur 10 . Omsetning reiseliv fordelt per innbygger i henholdsvis kommune i kjerneområdet og for øvrige regionene.	31
Figur 11 Omsetning, utvalgte næringer innenfor guiding, museum og opplevelser.	32
Figur 12 Ansatte i alle reiselivsbedriftene som andel av alle sysselsatte 15-74 år.....	33
Figur 13 Omsetning og sysselsatte reiseliv, minus transport, 2008-2010.	37
Figur 14 Omsetning og sysselsatte reiseliv, minus transport, 2008-2010.	38
Figur 15 Omsetning og sysselsatte reiseliv, minus transport, 2008-2010.	39
Figur 16 Omsetning og sysselsatte reiseliv, minus transport, 2008-2010..	39
Figur 17 Overnattinger i Lofoten basert på 3% årlig vekst i ferie/fritid, 1% i yrkesreiser, 3,5% fra Menon og 3,9% årlig vekst basert på historisk vekst 2000-2011.	50
Figur 18 Overnattinger i Vesterålen basert på null vekst i ferie/fritid, 1% årlig vekst i yrkesreiser, 2,3% årlig reduksjon fra Menon og 0,8% årlig reduksjon basert på historisk vekst 00-11.....	50
Figur 19 Overnattinger i Harstad basert på 1% årlig vekst i ferie/fritid, 3% i yrkesreiser, 4% i kurs/konferanse, 2,7% fra Menon og 1,3% basert på historisk vekst 2000-2011.	51
Figur 20 Overnattinger på i Senja-regionen basert på null vekst i ferie/fritid, 2% årlig vekst i yrkesreiser, 7,3% vekst fra Menon og 4% basert på historisk vekst 2000-2011.	52
Figur 21 Sysselsetting overnatting- og serveringssteder, 2002-2011.....	58
Figur 22 Passasjertrafikk, lufthavnene i Hammerfest og Alta, 2002-2011.	59
Figur 23 Aldersfordeling blant respondentene	70
Figur 24 Respondentenes fordeling på spørsmål om i hvor stor grad petroleumsvirksomhet utenfor Lofoten og Vesterålen er et tema de er opptatt av	73
Figur 25 Besøk ved etablering av landanlegg eller ved utslipp.....	78

Tabeller

Tabell 1 Motivasjon for reisende i Lofoten.	16
Tabell 2 Et utvalg studier om motivasjon og naturbasert turisme.....	16
Tabell 3 Antall overnattinger i utredningsområdet 2000-2011.	22
Tabell 4 Ansatte i overnattings- og serveringsbedrifter.	25
Tabell 5 Besøkstall på attraksjoner i fokusområdet, samt Nordkapp, nær Hammerfest.	27
Tabell 6 Antall, lønnsomhet og sysselsettingsutvikling 2010 for reiselivsbedrifter som ikke er enkeltmannsforetak.	30
Tabell 7 Omsetning den totale reiselivsnæringen 2010, 1000 kr.	31
Tabell 8 Nøkkellindikatorer Lofoten 2010/2011.....	34
Tabell 9 Nøkkellindikatorer Vesterålen 2010.	35
Tabell 10 Nøkkellindikatorer Senja 2010.....	35
Tabell 11 Nøkkellindikatorer Harstad regionen 2010/2011.	36
Tabell 12 Nøkkellindikatorer øvrige regioner 2010/2011.	37

Tabell 13 Vekstfremskrivninger for reiselivet i LoVeHaSe.	49
Tabell 14 Hotellovernattinger i Hammerfestregionen årene 2000-2011.....	55
Tabell 15 Hotellovernattinger 2000-2011 fordelt på norske og utenlandske gjester.	56
Tabell 16 Overnattinger i Hammerfestregionen, fordelt på formål og år.....	56
Tabell 17 Inntekter pr. rom i Hammerfestregionen.....	57
Tabell 18 Besøkende til Nordkapphallen, fordelt på grupper.	58
Tabell 19 Passasjerer pr. år, Hammerfest lufthavn, for endringer er år 2000=100. r.....	60
Tabell 20 Fordeling av respondenter på ulike nasjoner og regioner.	71
Tabell 21 Hvilke områder som skal besøkes/har blitt besøkt i løpet av ferieturen.	71
Tabell 22 Type opplevelser og aktiviteter som du har gjort eller planlegger å gjøre	72
Tabell 23 Om kvalitetene til området Lofoten- Vesterålen.	73
Tabell 24 Turistenes respons på spørsmål om hvor enig eller uenig de var i følgende utsagn. .	75
Tabell 25 Antall respondenter som har endret reisemål som følge av ulykker/naturkatastrofer blant de førstegangsbesøkende og de som har besøkt området flere ganger.....	79
Tabell 26 Oppsummering av reiselivsnæringens betydning og potensial for påvirkning ved hhv lavt og høyt aktivitetsnivå.	86

SAMMENDRAG

Studien «Turisme og reiselivsnæring – statusbeskrivelse, utviklingstrender og virkninger av petroleumsdrift» har som det ligger i tittelen tre formål, og disse formålene disponerer rapporten. Geografisk dekket Leka, Vikna og Nærøy i Nord-Trøndelag og regionene Senja, Harstad, Vesterålen, Lofoten, Ofoten, Salten og Helgeland. Statusbeskrivelsen gir et bilde av økonomisk og sysselsettingsmessig utvikling innenfor utredningsområdet fra 2000 til i dag. Det er vekst i reiselivsnæringen i utredningsområdet, men denne veksten har skjedd og skjer i hovedsak i tre regioner. Ferie- og fritidssegmentet dominerer i antall overnattinger i alle regionene, men på Helgeland og i Salten er yrkessegmentet betydelig og utgjør en viktig del av reiselivsnæringen. I absolutte tall er næringen størst i de samme to regionene i antall sysselsatte og omsetning. Lofoten har en betydelig vekst og regionen vokser sterkt innen ferie- og fritidsmarkedet. Veksten har vært på 60% siden 2000. Mye av denne veksten er sentrert til Vågan kommune. Vintersesongen har hittil hatt mindre vekst, mens det er sommersesongen som hovedsakelig øker. Antall gjester og omsetning øker, men vi finner ikke tilsvarende økning i sysselsettingen. Sesongsysselsetting fremkommer ikke i tall fra verken bransjeorganisasjonen, NAV eller SSB. Vesterålen, Harstad-regionen og Senja-regionen har en lett variert utvikling, men ingen klar veksttrend innen noen av segmentene.

Utviklingstrender er basert på trendprognoser, trender, reiselivsaktørens utsagn, utviklingstrekkene fra 2000, og vi er dermed kommet frem til egne vekstprognoser for de fire kjerneområdene. I tillegg er det lagt inn en utviklingskurve basert på utviklingstrekkene etter 2000 og Menons anslag (Menon 2012). Prognosert utvikling frem til 2050 blir usikker som de ulike figurene viser, men de indikerer en fortsatt vekst i Lofoten og stabil utvikling i de andre tre regionene. Dette er uten petroleumsaktivitet. Antatte virkninger av petroleumsdrift er basert på erfaringene fra Hammerfest og utbyggingen av Snøhvitfeltet. I tillegg er 43 reiselivsaktører i studieområdet forelagt aktivitetsbilder, og bedt om å ta stilling til konsekvenser av eventuell åpning med høyt og lavt aktivitetsnivå i de gitte havområdene. Reiselivsaktørene fant aktivitetsbildene for generelle til at de kunne gjøre gode vurderinger av konsekvensene for deres virksomhet, men det var et unisont og klart krav at eventuelt landanlegg måtte lokaliseres slik at det ble til minst mulig sjenanse. Uavhengig av om egen virksomhet ville bli berørt, var holdningen også at fiskernes interesser måtte veie tungt og høres fordi fiskeriene er en viktig ressurs for reiselivet også.

I tillegg har nærmere 1000 respondenter på ferie i Lofoten i august 2012 blitt spurt om sin holdning til petroleum og petroleumsdrift i Lofoten/Vesterålen. Spørreundersøkelsen inneholdt spørsmål som tok sikte på å avdekke mulig fremtidig adferd. Dette var feriereisende i det mest betydningsfulle reisemålet i hele Nord-Norge.

Hovedfunn er at markedet har ulike oppfatninger, og at europeere er mer negative til petroleumsaktivitet enn norske og nordiske besøkende. Vi kan derimot ikke tallfeste en direkte nedgang i besøk forårsaket av petroleumsvirksomhet. Dette skyldes at ny økonomisk aktivitet også kommer til å trekke flere reisende innenfor kurs/konferanse og yrke til området, og at evt grupper av turister som velger å ikke besøke området, kan bli erstattet av turister som ikke reagerer negativt. Sikrere prognoser kan beregnes om en får mer konkrete aktivitetsbilder og gjennomfører grundigere undersøkelser særlig i de segmentene som har størst sannsynlighet for å respondere negativt på petroleumsdrift i området.

1 INNLEDNING

I forbindelse med at mulig petroleumsvirksomheten vurderes nordover langs norskekysten, er det behov for å avklare ressursituasjonen i hittil uåpnede områder utenfor Nordland og Sør-Troms. Dette er områder som tradisjonelt har vært forbundet med fiskeri, men hvor det i nyere tid også har vokst frem andre næringer. Reiselivsnæringen er ingen ny næring, men den har økt i betydning og som sysselsettingsarena i denne regionen de siste tiårene. Næring ønsker å bli hørt og tatt på alvor når etablering av en mulig ny næringsaktør i regionen vurderer å gjøre sitt inntog, slik det fremgår av høringsuttalelser til *Helhetlig Forvaltningsplanen for det marine området utenfor Lofoten og i Barentshavet* og innspill til program for *Kunnskapsinnhenting om virkninger av petroleumsvirksomhet i uåpnede deler av det nordøstlige Norskehavet*.

Rapporten har hovedfokus på Lofoten, Vesterålen, Harstad med omegn og Senja-regionen. I tillegg behandles regionene nordlige Nord-Trøndelag, Helgeland, og Ofoten i statusbeskrivelsen.

I følge oppdraget skal følgende gjennomføres (sitat fra utlysningen):

1. *Statusbeskrivelse; undersøkelsen skal bidra til å øke kunnskapen om og kjennskapen til reiselivsnæringen i regionen. Kjernerregionen er definert til Lofoten, Vesterålen, og Senja, men det utvidete området inkluderer Harstad, Salten og Ofoten.*
2. *Utviklingstrender og potensial uten petroleumsvirksomhet, dvs en fortsettelse av nullalternativet. For reiselivsnæringen vil dette innebære å kartlegge prognoser for utviklingen, samt å redegjøre for utviklingstrender som i særlig grad vil kunne påvirke disse områdene. Utviklingstrekk skal angis og kommenteres.*
3. *To hovedscenarier beskriver type og lokalisering av petroleumrelaterte aktiviteter gitt funn, konsesjon og utbygging av Nordland IV, V, VI, VII og Troms II. Hvilke konsekvenser en slik aktivitetsøkning og eventuelle virkninger ved normal drift kan påregnes for bransjen skal belyses.*

Norut og Nina har i sitt tilbud til oppdragsgiver tatt sikte på å kartlegge status for reiselivsnæringen og videre vurdere dens utvikling i sammenheng med eventuell petroleumsutvikling i det nordlige Norskehavet. Begrepet ”fredelig sameksistens” er satt som en målsetning for forholdet mellom fiskeri og petroleum, og rapporten undersøker i hvilken grad dette kan utvides til å inkludere reiselivet. Rapporten tar for seg både ferie- og fritidstrafikken, så vel som ulike segmenter av yrkestrafikken.

Det geografiske nedslagsfeltet for studien er Lofoten, Vesterålen, Harstad og Senja. Lofoten er ett av Norges fem fyrårn innenfor den nasjonale reiselivssatsingen og kvalitetene som gjorde Lofoten til fyrårn; natur i kombinasjon med en levende fiskekultur, finnes også i Vesterålen og på Senja. Et godt konseptuelt rammeverk for å analysere de ulike typene virkninger knyttet til petroleumaktivitet er påkrevd. Tilnærmingen i rapporten bygger på teorien om

substitution og *displacement*, der hovedfokuset består i å identifisere sannsynlige positive og negative atferdsresponsen i ulike reiselivssegmenter.

Det er tre helt sentrale faglige utfordringer i prosjektet:

A) Å skille endringer i reiselivsnæringen som skyldes virkninger av ordinær petroleumsvirksomhet fra andre faktorer som påvirker reiselivsnæringen generelt, og i studieområdet spesielt. Næringen er dynamisk og påvirkes av en lang rekke faktorer, som kan virke på lokalt, nasjonalt og/eller globalt nivå.

B) Å skille virkninger som skyldes ordinær drift fra virkninger av ulykker og utslipp. Mye av den foreliggende kunnskapen om forholdet mellom reiseliv og petroleumsvirksomhet fokuserer på konsekvenser og effekter av utslipp og ulykker. Det er langt færre studier om virkninger av ordinær drift.

C) Å skille aktørenes preferanser, holdninger og syn på petroleumsvirksomhet fra økonomiske og atferdsmessige konsekvenser for reiselivsnæringen. Gjester og næringsaktører kan ha et negativt syn på petroleumsvirksomhet i området uten at det endrer besøkstall og samlet forbrukeratferd i studieområdet. I tillegg vil petroleumsvirksomheten kunne generere ny og betydelig yrkesrelatert trafikk.

Oppdragsgiver har ønsket en faglig forankret diskusjon knyttet til virkningene av petroleum drift på reiselivsnæringen. For å besvare dette benytter rapporten ulike datakilder og metoder, der nye primærdata fra studieområdet sammenstilles med data fra sammenlignbare områder hvor det finnes konkrete erfaringer med petroleumsvirksomhet og reiseliv. Data fra reiselivet i Hammerfest og etableringen av Hammerfest LNG, brukes som grunnlag for å diskutere mulige virkninger på reiselivsnæringen i studieområdet. Hovedvekten av analysen i kapittel 5 og 6 bygger imidlertid på hva reiselivsaktørene og feriereisende i utredningsområdet har av synspunkter på en mulig petroleumsvirksomhet. Kapittel 7 gir en oppsummering av funn og påpeker ytterligere forskningsbehov.

2 GRUNNLAG FOR KUNNSKAPSINNHEENTINGEN

Stortinget har bestemt at det i inneværende stortingsperiode ikke skal gjennomføres konsekvensutredninger etter petroleumsloven i Nordland VII og Troms II eller i de uåpnede deler av Nordland IV, V og VI. Det er besluttet at Olje- og energidepartementet kan gjennomføre en innhenting av kunnskap vedrørende mulige virkninger av petroleumsvirksomhet i disse havområdene. Denne rapporten er et slikt grunnlagsdokument, og som senere skal kunne brukes i en konsekvensutredning og til revidering av de helhetlig forvaltningsplaner for de berørte havområdene.

2.1 Om kunnskapsinnhentingsprosessen og reiseliv

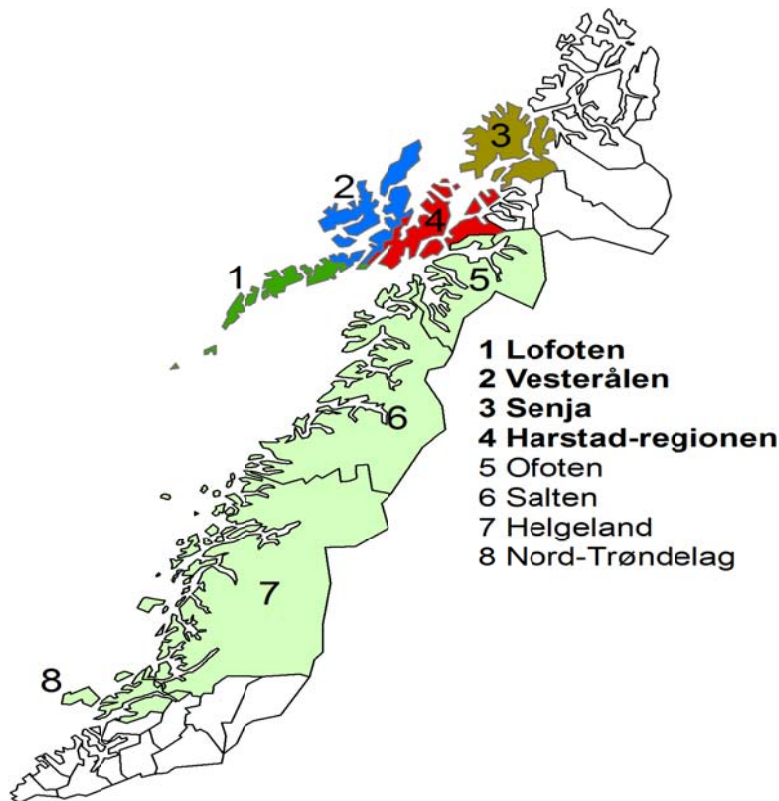
Olje- og energidepartementet åpnet vinteren 2011/2012 for innspill til kunnskapsinnhenting (KI), også vedrørende reiselivsnæringen. Det kom inn 39 innspill til Kis utredningsprogram, og av dette adresserte ni parter reiselivsrelaterte temaer. Disse ni var Destinasjon Lofoten, Arena Innovative opplevelser, Folkeaksjonen et oljefritt Lofoten, Vesterålen og Senja, Landsorganisasjonen (LO), Nordland Fylkes Fiskarlag, Opplevelser i nord, Torfinn Bendiksen Invest, Troms Fylkeskommune og Norut Alta. Destinasjon Lofoten etterspør en grundig presentasjon av betydningen av reiselivsnæringen i regionen. Videre viser Norut Alta til behov for sterkere inkludering av lokale perspektiv og rollefortolkninger, mens Innovative Opplevelser mener at reiselivsnæringens økonomiske betydning er stor. Dette er for øvrig det eneste innspillet som påpeker at petroleumsvirksomheten kan ha positive effekter. En kritisk faktor er ivaretagelse av miljøet, og dette er en oppfatning flere innspill deler med Opplevelser i nord. Folkeaksjonen et oljefritt Lofoten, Vesterålen og Senja ønsker et større fokus på renommé og merkevare som har en evigvarende markedsverdi. De resterende påpeker at fiskeri, miljø og dernest reiseliv er komplementære størrelser.

2.1.1 Utredninger med fokus på reiseliv

Regjeringen Stoltenberg har gjennom en rekke taler og utredninger satt fokus på Nord-Norge og landsdelens utviklingsmuligheter. *Nye byggesteiner i nord* fremhever det betydelige verdiskapningspotensialet i reiselivsnæringen for fremtidig næringsutvikling. Kultur og natur fremheves som attraksjonsverdiene, og for natur fremheves verdien av "lite berørt natur". Samme publikasjon fremhever satsning på reisemålsfyrtårnene hurtigruten, samisk kultur, Lofoten og Nordkapp. Reiselivsmeldingene Verdifulle opplevelser og Destinasjon Norge (NHD 2007/2012) fremhever vakker og ren natur som sentrale kvaliteter ved Nord-Norge. Norges Turistråds direktør Tuftin påpeker videre at; "The

competitiveness of tourism is based on sustainability”. Merkevaren Nord-Norge med mektig og uberørt natur er basert på stedbundne kvaliteter, som er tett forbundet det kystnære fisket og tilhørende landbaserte støttefunksjoner som fiskemottak, havner, rorbuer osv.

2.2 Definisjon og avgrensning av KI området og de to scenariene



Figur 1 Utredningsområdet.

1. Lofoten omfatter kommunene Røst, Værøy, Moskenes, Flakstad, Vestvågøy og Vågan.
2. Vesterålen omfatter kommunene Hadsel, Sortland, Bø, Øksnes og Andenes
3. Senja omfatter kommunene Torsken, Berg, Lenvik, og Tranøy
4. Harstad omfatter kommunene Harstad, Kvæfjord, Lødingen, Tjeldsund, Skånland og Ibestad¹.

Innledningsvis presenteres utredningsområdet, det vil si region 5-8. Deretter tar studien for seg kjerneområdet (KI) som omfatter regionene 1-4. Disse regionene

¹ Bjarkøy kommune ble slått sammen med Harstad 01.01.2012

med separate kommuner vil bli behandlet hver for seg og området omtales som kjerneområdet for KI reiseliv. De omkringliggende regionene Ofoten, Salten, Helgeland og tre kommuner i Nord-Trøndelag, vil bli behandlet på et mer overordnet nivå, ikke ned på kommunenivå, unntatt i de sakene dette er nødvendig for forståelsen.

Reiselivsnæringen består av tjenester direkte rettet mot å gi den reisendes en ønsket opplevelse. En reisende er en som reiser vekk fra hjemstedet og overnatter borte fra hjemmet minst en natt. Reiselivet er generelt en betydelig næring i hele utredningsområdet, men er klart viktigst i Lofoten. Reiselivet i regionen anses som en viktig næring av myndigheter og virkemiddelapparat, og det er et til dels godt samarbeid mellom næring, myndigheter og kompetansemiljøer. Næringen er relativt godt organisert der store deler av området er samlet i destinasjonsselskapet Destinasjon Lofoten (lofoten.info).

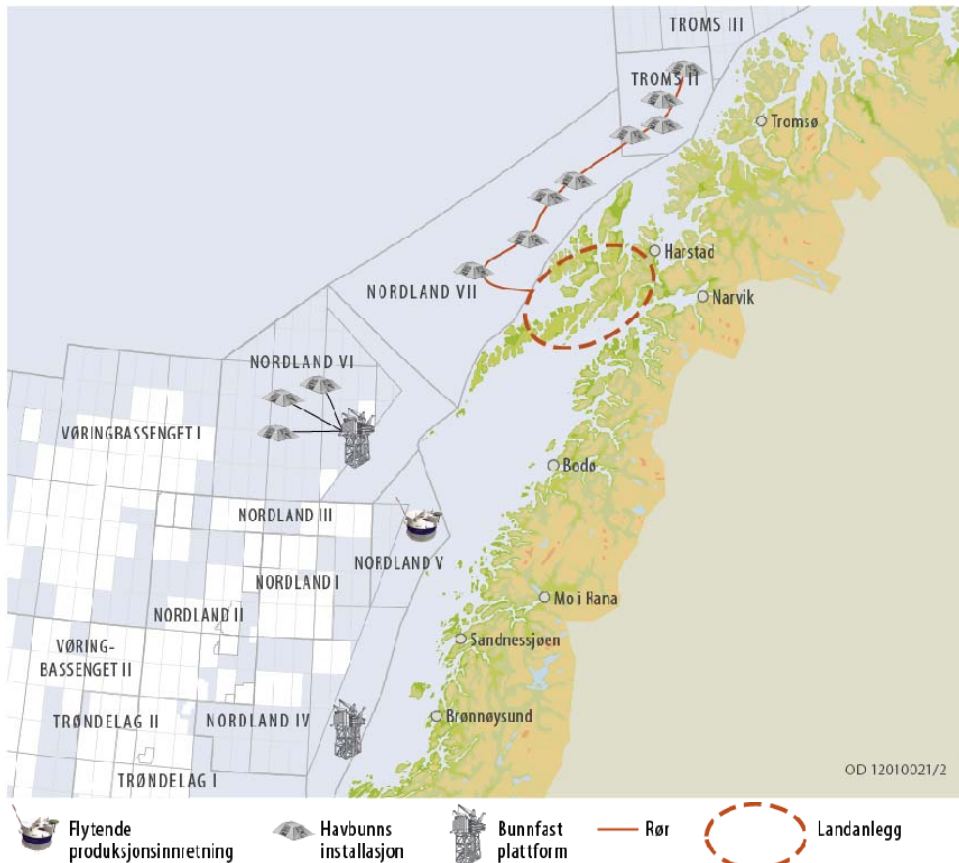
2.3 Aktivetsbilder

Aktivetsbildene for høyt og lavt aktivetsnivå som er beskrevet under baserer seg på notatet «Petroleumsvirksomhet i det nordøstlige Norskehavet» datert 15.06.2012, sendt fra Oljedirektoratet til OED. I dette notatet gir Oljedirektoratet en fremstilling av slik de ser for seg at aktivetsbildene kan bli, og disse tjener derfor som utgangspunkt for de to aktivetsbildene med høyt og lavt aktivetsnivå. Det er forutsatt at petroleumsaktivitet i områdene starter opp i 2014. Det er lagt opp til at feltene Nordland VI og Troms II utforskes først. Det er antatt at første letebrønn bores i Nordland VI i 2014. Fra og med 2015 planlegges det å bore inntil to letebrønner per år i både Nordland VI og Troms II. Nordland VII med boring av inntil to letebrønner per år vil trolig skje noe senere enn utforskning i Nordland VI og Troms II. I aktivetsbildene er det videre en modellteknisk forutsetning at leteboring opphører dersom det ikke påvises funn i løpet av fire år. Det er stipulert at en eventuell anleggsfase vil ut fra dette strekke seg fra år 2020 til 2028, avhengig av funn og funnmengde.

2.3.1.1 Høyt aktivetsnivå

Høyt aktivetsnivå innebærer flere små og mellomstore funn (om lag 370 millioner standard kubikk meter oljeekvivalenter). I Nordland IV og Nordland V starter leting i 2015 og i Nordland VI bores første letebrønn i 2014. Innen 2024 er det gjort 8 funn. I tillegg forventes flere små- og mellomstore funn etter 2024. Av størst relevans for denne studien er feltene Nordland VII, utenfor Lofoten og Vesterålen, og Troms II, utenfor Senja og Tromsø regionen. Her starter leting i 2015 og innen 2024 er det gjort 7 funn med olje og gass. For studieområdene innebærer et høyt aktivetsnivå utbyggingsløsninger som ikke direkte berører

Lofoten. De indirekte virkningene på Lofoten diskuteres i kapittel 6. For Vesterålen og Harstad regionen vil et høyt aktivitetsnivå innebære utbygging av bunnfaste plattformer langs vestkysten av Vesterålen med rørtransport til landanlegg på østsiden/ indre del av Vesterålen eller i Harstad-regionen. For Senja betyr høyt aktivitetsnivå rørtransport, en undervannsinstallasjon og et produksjonsskip



Figur 2 . Illustrasjon av høyt aktivitetsnivå. Kilde: OD 2012.

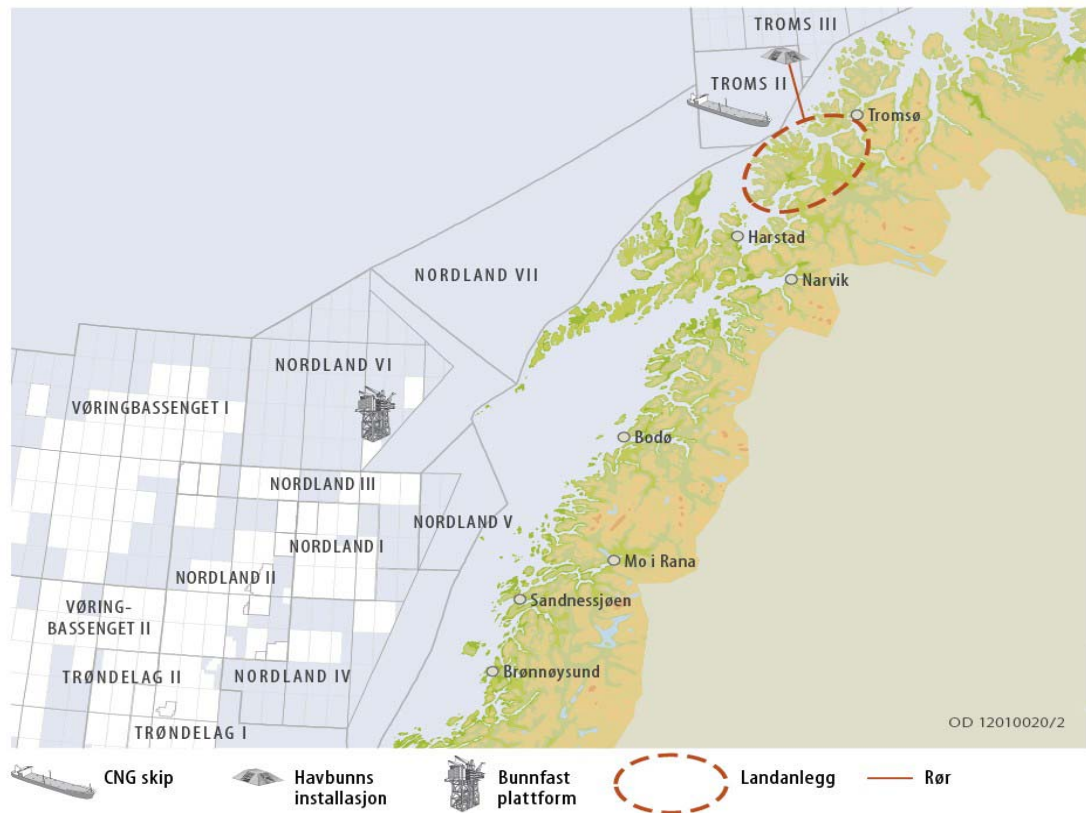
2.3.1.2 Lavt aktivitetsnivå

I dette aktivitetsbilde antas det at leting gir lavt ressursutfall, men store funn (om lag 50 millioner Sm³). Letingen starter i Nordland IV og Nordland V i 2015. Letingen vil opphøre etter 4 år med tørre brønner. I Nordland VI starter leteboringen i 2014. Av størst relevans for studieområdet er leteaktivitet som omfatter Nordland VII og Troms II. Denne aktiviteten starter i 2015 og fortsetter til 2023 til tross for tørre brønner.

I dette aktivitetsbildet antas det at det blir gjort et gassfunn på Troms II, mens det ikke blir gjort noen funn på Nordland VII.

For studieområdene innebærer et lavt aktivitetsnivå trafikk av CNG skip og rørtransport langs vestkysten av Lofoten og Vesterålen. Harstad vil ikke påvirkes direkte av et lavt aktivitetsnivå, men de indirekte virkningene diskuteres

i kapittel 6. For Senja betyr et lavt aktivitetsnivå et lite landanlegg for CNG prosessering og havn for utskipping



Figur 3 Illustrasjon av lavt aktivitetsnivå. Kilde: OD 2012

2.3.1.3 Begrensninger

De skisserte aktivitetsbildene for høyt og lavt aktivitetsnivå oppfattes av de intervjuede informantene som vage i forhold til lokalisering av mulige landanlegg. De uttrykte ønske om mer detaljerte skissene (se nærmere om dette i kapittel 5 og 6). Videre er det vanskelig å se for seg hvordan et eventuelt landanlegg vil påvirke inntrykket, fordi det avhenger i stor grad av hvordan det utformes, og hvor synlige de blir i terrenget og fra havet. Det er også uklart hvor og hvordan eventuelle installasjoner til havs blir utformet, og i hvilken grad plattformer blir synlig fra land eller for viktige seilingsleder for turisttrafikk på sjøen. Det er også uklart om hvor og hvordan eventuelle installasjoner til havs blir utformet, en plattform som blir synlig fra land eller i viktige seilingsleder for turisttrafikk på sjøen vil være mer negativt enn undervannsbrønner som ikke synes. Derfor syntes de fleste intervjuede bedriftene det var en vanskelig oppgave å vurdere de to aktivitetsbildene nærmere. Flere bedrifter etterlyste mer konkret informasjon om planer og alternativer knyttet til prøveboring og petroleumsutvikling, særlig om lokalisering og utforming av land- og sjøanlegg.

2.4 Metoder og datamateriale

Denne rapporten bygger på tre hovedkilder av materiale; eksisterende næringsstatistikk fra reiselivsnæringen i studieområdet, en kvantitativ gjesteundersøkelse og en kvalitativ bedriftsundersøkelse. I tillegg bygger rapporten på sekundærlitteratur, det vil si andre studier om turisme som er gjennomført i området, eller studier av tilsvarende fenomen i andre områder som anses å ha interesse i denne studien.

Analysen har flere usikkerhetsmomenter. Det første knytter seg til at aktivitetsbildene mangler konkretisering, særlig hva gjelder lokalisering, omfang og utforming av anlegg på land og i sjø. Den andre svakheten er at mange av respondentene ikke har en eventuell utbygging langt frem i tid i sin tankeagenda, og har problemer med å vurdere sine potensielle reaksjoner, også fordi beskrivelsene av virksomheten er vag. Dette drøftes nærmere i avslutningskapitlet.

2.4.1 Statusbeskrivelser og framskrivninger (Kap 4 og Kap 5.2)

Statusbeskrivelsen av reiselivsnæringen i utredningsområdet baseres på analyser av eksisterende reiselivsstatistikk og næringsstatistikk fra SSB, Proff Forvalt, Panda og statistikknett.no. Reiselivsnæringen er avgrenset ved de samme NACE-koder som SSB og Transport økonomisk Institutt bruker (se vedlegg 5). Disse kodene er igjen brukt i Proff Forvalt (regnskapsdatabasen som bygger på Brønnøysundregisteret) når omsetningstall og andre variabler er utarbeidet. Data på sysselsetting og verdiskapning er knyttet til næringskategorier og -koder. Dette medfører særlige utfordringer for analyser av reiselivet, som er en del av næringslivet som vanskelig lar seg identifisere presist på basis av slike registre. I de ulike rapportene baserer estimatene og vurderingene seg på grupperinger av standard næringskoder, og reiselivet har effekter innen både varehandel, hotell, restaurant, (person-) transport, og indirekte via privat og offentlig tjenesteyting mot de bedrifter som server reiselivet. Rapporten poengterer at kun deler av omsetningen i reiselivsbedriftene er knyttet til reiselivet, mens resten er basert på lokalmarkedet. Deler av omsetningen i handelsbedrifter, servicevirksomhet og annet skyldes besøkende, og 1.25 er en ofte brukt multiplikator. En bred definisjon av reiseliv i forhold til koder, innebærer at dataene fra svært store aktører som Hurtigruten, Cominor og Widerøe gir en sentring mot aktivitet i henholdsvis Narvik, Lenvik og Bodø til tross for at betydelige deler av virksomheten foregår utenfor studieområdet.

Framskrivningen i 5.2. beskriver utviklingen i hotellovernattinger og camping frem til 2050. Det presenteres en graf for hver region, og ulike utviklingsbaner. En utviklingsbane (SSB) bygger på en forlengelse av utviklingen de seneste 12 årene og framskriver den. Menons tabell (Menon 2012) beskriver veksttakten

innen de ulike regionene. Dernest har vi laget to egne vekstprognoser for regionene, som er basert på tidligere utvikling (SSB) og på intervjuene med reiselivsaktørene i de ulike regionene, heriblant kjennskap til nyetableringer eller satsninger. Det hefter stor usikkerhet ved slike framskrivinger og utenom de egne satte vekstprognosene er disse framskrivingen utelukkende kvalitativt beregnet. Vedlegg 2 viser tilsvarende vekstkalkyler knyttet til arbeidskraft. Reiselivsnæringen fremstår som en betydelig sysselsetter, særlig relativt, i Lofoten fram mot 2050.

2.4.2 Bedriftsundersøkelse – attraksjonsverdi og framtidsutsikter med og uten petroleum (Kap 5.1 og Kap 6.2)

Dette kapittelet baseres i all hovedsak på intervjuer med 42 representanter fra reiselivsbedrifter og destinasjonsselskaper i Lofoten, Vesterålen, Harstad og på Senja. Disse kvalitative intervjuene ble i hovedsak foretatt i tidsrommet 6.-10. august. Enkelte intervjuer ble gjennomført på telefon i perioden 13. – 24. august. Vi intervjuet bedrifter i Lofoten (20), Vesterålen (12), Harstad (5) og Senja (5). De utvalgte bedriftene tilbyr ulike type produkter, hvorav 7 bedrifter i Lofoten, 10 bedrifter i Vesterålen og Harstad arrangerer guiding og opplevelse knyttet til lokal kultur og natur, mens 8 bedrifter i Lofoten, 6 i Vesterålen og 3 i Harstad har sin hovedaktivitet innenfor overnatting og servering. Flere av bedriftene kombinerer overnatting, servering og ulike former for guiding og opplevelsesaktiviteter. Aktiviteter knyttet til guiding og opplevelse er i hovedsak safari til havs for å se hval, fugl (spesielt havørn) og sel, lokalhistorieguiding, museumsvirksomhet, naturvandring og fisketurisme.

Tre av de intervjuede bedriftene i Lofoten driver på deltidsbasis eller som bi-næring, selv om de forsøker å holde åpent hele året. I Vesterålen og Harstad var 9 av bedriftene vurdert i samme kategori. Det som kjennetegner disse bedriftene er at de har mellom 1 og 3 årsverk, selv om antall ansatte i høysesongen kan være større. De fleste bedriftene i Lofoten (17) er bedrifter som har helårsdrift og med et større volum. I Vesterålen og Harstad var antallet intervjuede bedrifter med større virksomhet og helårsdrift i alt fem, med opp til 150 antall ansatte i høysesongen.

Til de kvalitative intervjuene ble det benyttet en semi-strukturert intervjuguide og samtalene ble tatt opp på lydfil og transkribert. Intervjuguiden var strukturert etter følgende tema: informasjon om bedriften, informasjon om området og prioriterte satsninger innen for reiseliv og område, om leteboringen og mulig petroleumsvirksomhet i regionen, markedsmessige og strukturelle reaksjoner i reiselivsnæringa og aktivitetsbilder med og uten petroleumsutvikling mot 2050.

2.4.3 Spørreundersøkelse blant turister i Lofoten i august 2012 (Kap. 6.3)

Medio august 2012 ble det gjennomført kvantitative intervjuer blant turister på tur til, fra eller i Lofoten. Intervjuene ble gjennomført på fergen Bodø – Moskenes, på Hurtigruta mellom innseilinga til Bodø og Bodø havn, og i forbindelse med arrangementet Lofotr Vikingfestival (8.-12. august) på Vikingmuseet på Borg. Spørreskjemaet ble utformet på norsk, og oversatt til engelsk og tysk (se vedlegg 4). Intervjuene ble gjennomført av intervjupersonell fra firmaet Norstat, veiledet av NINAs fagansvarlige i felt. Spørreskjemaene ble fylt ut på den måten at intervjupersonellet valgte ut personer over 16 år og forsøkte å få til en så jevn kjønnsfordeling som mulig. Var det flere personer med i samme bil/gruppe, ble en person bedt om å fylle ut skjema. Dersom flere i følget ønsket å fylle ut skjema, måtte de gjøre dette hver for seg. Blant deltagere i en større gruppe, som i bussgrupper, ble annenhver person spurt om å fylle ut skjema. Datainnsamlingen under vikingfestivalen var tilfeldige utvalgte i kafeteriaområdet, med fokus på å holde relativt lik kjønnsfordeling. I alt ble det samlet inn 938 utfylte spørreskjemaer.

Det var i alt 327 personer som ikke ønsket å fylle ut skjema. Hovedgrunner for ikke å fylle ut spørreskjema var: (1) at de var fastboende, (2) at de som ble spurt kun snakket fransk/italiensk/spansk, (3) de var yrkessjåfører og ikke turister, (4) noen få som ganske enkelt ikke ønsket å fylle ut skjema. Dette gir en responsrate på 74,2 %, noe som anses som en meget god svarprosent.

Følgende segmenteringsvariabler er primært benyttet for å beskrive respondentene: Kjønn, aldersklasse og nasjonalitet. Det er gjennomført enkelte statistiske tester for å belyse forskjeller mellom grupper. I de tilfeller det er to grupper, er en t-test benyttet, i de tilfeller det er tre eller flere grupper er en enveis variansanalyse benyttet. For nærmere beskrivelse av hvilke grupper i variansanalysen som signifikant skiller seg fra hverandre, er en post-hoc test med Bonferronis korreksjon benyttet. Det er også benyttet lineær regresjon og korrelasjonsanalyse. Forskjeller mellom grupper er vurdert til å være statistisk signifikante ved $p < 0.05$ nivå.

Datainnsamlingen har innenfor de gitte tidsrammer blitt gjennomført utelukkende i Lofoten og over en relativt kort tidsperiode. Studien gir oss et godt øyeblikksbilde på turismen i området, men dessverre ingen mulighet for å korrigere eventuelle skjevheter når det gjelder nasjonalitetsfordeling, andre markedssegmenter som bruker området til andre årstider (f.eks fisketurisme vår/høst, kurs og konferanse) og eventuelle ulikheter i turistsammensetning mellom de ulike stedene innen utredningsområdet. Når vi sammenholder informasjon fra spørreundersøkelsen med bedriftsintervjuene, vil det allikevel gi

oss et utfyllende bilde på «*hvem*» turistene er og hvordan turistene bruker utredningsområdet.

2.5 Oppsummering

Dette avsnittet redegjør først for KI prosessen og avgrenser studieområdet til et kjerneområde med regionene Lofoten, Vesterålen, Harstad-regionen og Senja, og et større influensområde som omfatter regionene nordre Nord-Trøndelag, Helgeland, Salten, og Ofoten. Deretter redegjøres det for to ulike aktivitetsbilder utformet av Oljedirektoratet, for høyt og lavt aktivitetsnivå. Begge aktivitetsnivå er svært generelt beskrevet og lokaliteter for eventuelt anlegg både på land og i sjø er kun vagt antydning og derfor også vanskelig å forholde seg til for informanter.

Til slutt beskrives datagrunnlag og datainnsamling som denne rapporten bygger på. Dette er følgende:

- Næringsstatistikk fra SSB, Proff som benyttes i statusbeskrivelser av reiselivsnæringen i studieområdet og av analysene av virkningene på reiselivsnæringen i Hammerfest som følge av Snøhvitutbyggingen.
- Kvalitative intervjuer med representanter for reiselivsnæringen i Lofoten, Vesterålen, Harstad-regionen og på Senja benyttes til å belyse utviklingstrekk og muligheter med og uten petroleumsvirksomhet i regionen.
- En kvantitativ spørreundersøkelse blant turister på reise i Lofoten benyttes til å belyse turistkarakteristika, motiver for å besøke området og deres sannsynlige reaksjoner på etablering av petroleumsvirksomhet med og uten uhell med påfølgende forurensning.

3 KUNNSKAPSOVERSIKT - RELEVANT LITTERATUR

Det finnes lite forskning knyttet til hvordan petroleumsaktivitet med ordinær drift påvirker turisme og turismebedrifter. Bakteppet for hvordan aktører som turister agerer lokalt er dels basert på erfaringer, dels basert på oppfattede trender og dessuten på hva forskning fremhever som sentrale utviklingstrekk. I dette kapitlet presenteres derfor grunnleggende internasjonale trendperspektiver, forskning om naturbasert turisme og hvordan energianlegg kan påvirke turismen i et område. Dette er en nyttig bakgrunn for å vurdere utviklingstrender i reiselivsnæringen uten petroleumsvirksomhet og konsekvenser og virkninger av normal petroleumsdrift på reiselivsnæringen i utredningsområdet (se kapittel 5, 6 og 7).

3.1 Generelle reiselivstrender av relevans for utredningsområdet

Reiseliv og turisme er en internasjonal næring med ulike produsenter og markedssegmenter, som påvirkes av en rekke faktorer. Økonomiske konjunkturer globalt og nasjonalt er viktige faktorer som påvirker utviklingstrender og kundegrupper. Det samme gjelder hendelser som krig, terror og smittsomme sykdommer. Reiselivsnæringen er en av verdens raskest voksende næringer, både absolutt og relativt. Billigere flyreiser og økt kjøpekraft i noen regioner (og fallende i andre) har medført en vekst i næringen på global basis. Siden 1970 har det i all hovedsak vært europeerne som har stått for veksten, men finansuroen i 2008 og påfølgende eurokrise har redusert kundegrupper fra blant annet søreuropeiske land. Verdens turistorganisasjon (UNWTO.org) forventer at turismen vil forsetter å øke til tross for den økonomiske uroen i verden. Basert på ulike vekstprognoser mener turistorganisasjonene at den årlige veksten i Europa vil ligge på mellom to og fire prosent, mens den globalt vil ligge på tre-fire prosent.

Litt forenklet kan vi si at mens Norge de siste årene har tapt internasjonale markedsandeler (Menon 2012), har Nord-Norge opprettholdt og til tider økt sine andeler siden 1970. Veksten stagnerte sommersesongen 2012 og må ses i sammenheng med Norges høye kostnadsnivå og hvordan euro-krisen har rammet land som Portugal, Italia og Spania som alle har vært viktige kundegrupper for Nord-Norge. Også Tyskland som er mindre rammet av denne krisen har hatt en nedgang i det nordnorske markedet på 10 prosent. Nedgangen i besøkstill rammer hovedsakelig ferie og fritidsmarkedet i nord, mens det er en absolutt økning i antall yrkesreisende knyttet til næringslivsvirksomhet. Den økonomiske utviklingen er sterk innenfor petroleumsrelaterte næringer mens tradisjonell

industri rammes av nedadgående eksport. UNWTO antyder to-fire prosent vekst for Europa og Menon 2012 følger opp deres trendanalyse og antyder 3% vekst.

Av relevans for ferie- og fritidssegmentet i nord er en internasjonal trend der forbruket av opplevelser og reiser øker. Viktige generelle trender, som også påvirker utvikling og vekstmuligheter i utredningsområdet, er blant annet:

- En aldrende kundegruppe i de tradisjonelle markedene, men der eldre i dag og fremover vil ha andre ønsker og behov sammenlignet med gårdsdagens eldre. Eldre er og vil bli mer reisevante, har god økonomi og er mer aktive enn tidligere
- Et marked som preges av endringer i husholdningssammensetning og reisegrupper. Flere husholdninger består av enslige og eneforeldrefamilier, med økt interesse for sosialt samvær med andre og interesse for læring.
- Et marked som i økende grad søker aktiviteter og opplevelser (i motsetning til en passiv ferie), herunder unike og spesielle tilbud med høy kvalitet
- Økende markedssegmenter som legger større vekt på miljø og bærekraft
- Ønske om kortere, men flere feriereiser per år
- Et marked som i økende grad forventer og ønsker å benytte informasjon og booking via elektroniske og interaktive kanaler
- Rask vekst i lavpris flyreiser har bidratt til å øke folks reisevilje og reiseavstander for alle typer ferie, for eksempel kortere baseferier som kombinerer fly og leiebil
- Nye og voksende markeder fra land som før og i dag utgjør små markedsandeler i Norge, som Kina, India og deler av Russland

Uten petroleumsvirksomhet, eller ved et nullalternativ, har reiselivsnæringen i utredningsområdet gode betingelser for å dra nytte av og tilrettelegge produkter i tråd med disse trendene (se kapittel 5 og 6). Hvilke konsekvenser og virkninger petroleumsvirksomhet kan antas å få for reiselivsnæringen vil i stor grad avhenge av hvordan turister forholder seg til petroleumsaktivitet og om det påvirker deres valg av reisemål.

3.2 Attraksjonsverdier for reiseliv i Nordland og Sør-Troms

Hva motiverer turister til å velge Nord-Norge som sitt reisemål? Dette er et komplekst spørsmål som ikke vil bli fullstendig belyst her, men flere studier peker på hvilke kvaliteter turister setter pris på i rapportens studieområde. Turistene oppgir at de verdsettes arktiske trekk ved naturen i Nord-Norge (Krogh et al. 1996, Haukeland og Jacobsen 2005), og i tillegg opplevelser av lokalsamfunn og lokale kulturer (Midtgard og Haukeland 2003) med spesiell vekt på historien til de kulturene som lever i og av den nordlige naturen (Mehmetoglu og Abelsen 2004). Særpreget natur kan oppleves på mange måter

(Valentine 1992), fra det rent visuelle gjennom sightseeingturer til mer aktive og utstyrskrevede naturbaserte aktiviteter i form av egne eller arrangerte pakketurer. Eksempler på tilrettelagte opplevelsaktiviteter er hvalsafari, fugle- og viltsafari og nordlysfotografering. Aktiviteter som klatring, vandring, sykling og fiske kan foretas med mindre grad av tilrettelegging, men kan også pakkes som skreddersydde aktiviteter. En trend er at opplevelser av natur også tilbys innendørs gjennom opplevelsessentre, historiske sentre eller nasjonalparksentre. Da blir naturen som attraksjon gjort tilgjengelig, tematisert, tolket og kommersialisert gjennom for eksempel utstillinger, personale, lek og læring.

3.3 Naturbaserte turister – forventer alle urørte reisemål?

Turister som reiser til utredningsområdet ønsker ulik kombinasjon av natur og kultur opplevelser og ulik grad av tilrettelegging. Som det fremgår av tabell 1. motiveres 36 prosent av reisende i Lofoten av natur og 35 prosent av fred og ro. Hvordan vil turister reagere på installasjoner knyttet til petroleumsvirksomhet i utredningsområdet der spesielt Lofoten og Vesterålen er etablerte naturbaserte destinasjoner?

Tabell 1 Motivasjon for reisende i Lofoten. Kilde: Haukeland og Rideng 1995, Nina 2012

	TØI 1995 (0-3)	NINA 2012 (%)
Natur	2.7	36
Kultur	1.6	25
Aktiviteter	2.4	-
Fred og ro	2.6	35

Ulike studier viser at ”naturlurister” er en svært heterogen gruppe og at motivasjonene for å besøke naturbaserte destinasjoner og attraksjoner er mange. Det vil dermed variere i hvor stor grad petroleumsinstallasjoner kan komme i konflikt med eller forringe kvalitetene og opplevelsene turister søker. Tabell 2 gir en sammenstilling av en del forskningslitteratur som omhandler motivasjon for økoturisme og naturbasert turisme (Mehmetoglu 2007b).

Tabell 2 Et utvalg studier om motivasjon og naturbasert turisme

Kilde	Segment	Hovedmotivasjon i segmentet
Eagles (1992)	Økoturisme	Vill og urørt natur, innsjøer og elver, fysisk aktivitet, fjell, nasjonal parker, oppleve nye livsstiler, rurale områder, hav, møte mennesker med liknende interesser.
Silverberg, Backman and	Nordamerikanske turister	Utdanning/ historie, camping/ teltning, sosialisering, avslapping, se natur,

Backman (1996)		informasjon.
Palacio and McCool (1997)	Økoturisme i Belize	Virkelighetsflukt, lære om natur, helse effekt, harmoni.
Hvenegaard (2002)	Naturbasert turisme i Thailand	Thailands høyeste punkt, fugl og vilt, landskap og fosser, kultur og lokalbefolkning, sosiale utflukter, naturmiljø, ferie, fysisk aktivitet.
Holden and Sparrowhawk (2002)	Økoturisme i Nepal	Avslapping, spenning, sosial interaksjon, selvutvikling
Meng, Tepanon and Uysal (2006)	Naturbasert turisme i Virginia, USA	Opplevelsesaktiviteter, avslapping, familie/venner, romantikk, oppleve noe nytt.
Mehmetoglu (2007a)	Naturbasert turisme i Nord-Norge	Natur, fysisk aktivitet, oppleve noe nytt/ lære, hverdagsliv, ego/ status.
Luo and Deng's (2008)	Naturbasert turisme i Kina	Opplive noe nytt/ selvutvikling, tilbake til nature, kunnskap og trening, virkelighetsflukt.
Raadik et al. (2010)	Naturbasert turisme i Fulufjället nasjonalpark i Sverige	Selvutvikling, oppleve steder, søke ensomhet, utfordre seg selv.

Som det fremgår av tabell 2. er "naturturister" en bredt sammensatt gruppe og det har vært gjort ulike forsøk på å sortere dem i kategorier, for eksempel 1) 'hard core naturturister' som deltar i forskning, utdanning eller miljøtiltak; 2) 'dedikerte naturturister' som er spesielt opptatt av å besøke vernede områder og lokal kultur; 3) 'mainstream' naturturister som er opptatte av spesielle og uvanlige reisemål, og 4) og de 'tilfeldige' naturturistene som deltar i naturbaserte aktiviteter som del av en større reise. I følge Weaver (2002) sin studie fra en australsk nasjonalpark er det 'hard-core' økoturistene som i størst grad foretrekker ville og urørte lokalitetene sammenliknet med andre turister. Det er også hard core gruppen som er mest opptatt av å oppleve stillhet, ro og nærhet til natur. Mehmetoglu (2005) har gjort en liknende studie fra Norge. Han deler inn turistene i 'spesialister' og 'generalister' etter hvor viktig natur var for deres valg av destinasjon. 18 % oppga at natur var hovedmotivasjon for destinasjonsvalg

(spesialistene), mens de resterende 82% (generalistene) oppga at natur utgjorde en av flere grunner til å foreta reisen. Mehmetoglu konkluderer med at det synes å være kun et fåtall av naturturister som motiveres av rene naturrelaterte faktorer i valg av destinasjon eller attraksjon å besøke (ibid.). Sharpley (2006) argumenterer på liknende vis og hevder at det som i hovedsak skiller naturturister fra masseturister er at naturturister er konsumenter med stor fokus på nye og ”annerledes” produkter. Til tross for dette kan det antas at det er en større andel av spesielt naturinteresserte turister som besøker spesielt Lofoten og Vesterålen enn andre destinasjoner der markedsføringen spiller mindre på disse kvalitetene.

3.4 Virkningen av petroleumsutbygging på turisme og friluftsliv

Det er i Norge ikke foretatt noen grundig undersøkelse av gjestetilfredsheten i en region før og etter petroleumsutvikling, men det er foretatt flere studier som vurderer konsekvenser av et eventuelt oljeutslipp. Som for eksempel i Skagerrak for kysten langs Sørlandet og Bohuslän (Holmengen 1992, Kleiven 1993, Kleiven og Mossberg 1995). Disse undersøkelsene fokuserte på sårbarhet når det gjaldt fritidshytter og rekreasjon, og hvordan ulike typer turister ville bli rammet av et utslipp både i sommer og vintersesongen. I disse rapportene er friluftslivet i hovedsak studert innenfor konteksten av turisme og reiseliv.

Andre studier indikerer at energiinstallasjoner ikke nødvendigvis oppleves negativt av turister (Bjerkestrand 2010). Vespestad and Lindberg (2011) viser at natur kan oppfattes som naturlig og genuin til tross for tydelige menneskelige påvirkninger. Devine-Wright (2011) summerer opp at det er ulikheter i hvordan folks oppfatter anlegg for produksjon av fornybar energi sammenlignet med for eksempel kjernekraft, som det gjennomgående er mer entydig negative holdninger til. Studier gjennomført i forhold til vindmøller og i en nyere norsk litteraturstudie, viser at folk, inkludert turister, synes å være delt i synet på vindmøller (Heiberg et al 2010). De som ser på vindmøller og fornybar, klimavennlig energi som viktig, er ofte mer positivt innstilt til vindmølleparker, også når de besøker slike installasjoner som turister.

I forbindelse med Full City forliset i 2009 viste det seg at oljeutslippet *hadde* effekter på friluftslivet, spesielt i den umiddelbare fasen etter forliset da mye av den friluftslivsmessige bruken stoppet opp (Øien et al 2009). Reaksjonsmønsteret knyttet til båthavariet endret seg etter ganske kort tid fra å være preget av følelser som sinne, fortvilelse og sorg til etter hvert å bli preget av optimisme og tro på framtida. Samtidig som fokus i folks bevissthet gradvis ble endret fra dramatikkk til optimisme og lettelse, begynte folk å ta friluftslivsområder i bruk igjen. Dette skjedde parallelt med framdriften i oppryddingsaksjonen. Utover høsten 2009 tok friluftslivsbruken seg gradvis opp igjen, slik at høsten 2009 ble aktiviteter som

padling, turgåing, dykking, fiske og båtliv igjen utført. Når respondentene skal karakterisere opplevelsen av å komme tilbake til kysten sommeren 2010, er rundt 60 % samlet sett enige i at ”det var akkurat som før”. Samtidig er det nesten like store andeler som sier seg enig i påstanden om at de har vært bekymret for muligheten av å komme over olje under sanden, blant steiner og i viker. Imidlertid er det forholdsvis små andeler som sa seg enig i påstanden om at tanken på at oljeutslippet hadde funnet sted i seg selv fratok dem noe av gleden ved å drive med friluftsliv langs kysten. Den negative effekten av oljeforurensningen synes dermed å ha vært større med tanke på at *opplevelsesverdien* av friluftslivet ble forringet enn at den har påvirket brukshyppighet og områdebruk. Studien viser at de mer miljøoptimistiske respondentene i mindre grad opplever oljeforurensning som negativt for sitt kystfriluftsliv. Generelle pessimistiske holdninger på naturmiljøets vegne er mer vanlig hos de som begrunner redusert friluftslivsbruk med oljeforurensning fra Full City. Dette viser at folks risikovurderinger og forventninger til sommeren 2010 knyttet til oljeforurensning henger sammen med deres generelle miljøholdninger. Det er nærliggende å anta at dette kan være overførbart på en normaldriftssituasjon, slik at generelle miljøholdninger også påvirker syn på petroleumsaktivitet generelt.

3.5 Oppsummering

Kapittelet har presentert noen generelle reiselivstrender av relevans for bedriftene i utredningsområdet, pekt på attraksjonsverdier som får turister til å velge Nord-Norge som reisemål og gitt en beskrivelse av ulike grupper naturbaserte turister. Forskningen som er presentert i dette kapittelet viser at naturturister en heterogen gruppe som varierer fra dem som primært søker stillhet, ro og nærhet til natur, til dem som i mindre grad motiveres av rene naturrelaterte faktorer i valg av destinasjon. Det er den nord-norske naturen og kulturen som er hovedattraksjonene for turistene som kommer til utredningsområdet. Natur kan imidlertid oppfattes og ikke minst oppleves på svært ulike måter, for eksempel gjennom en tilrettelagt rundreise med buss til fysiske aktiviteter i grupper eller i egen regi. Natur kan videre oppfattes som naturlig og genuin til tross for tydelige menneskelige påvirkninger, som energiinstallasjoner.

Videre viser forskning (på andre typer energiinstallasjoner) at aksepten for energiinstallasjoner henger sammen med om disse oppleves som *legitime*, vindmøller oppleves for eksempel som mer positivt enn kjernekraft. I en krisesituasjon som Full City forliset ble det oppdaget at hvordan et slikt utslipp oppfattes, henger sammen med generelle miljøholdninger. Det kan antas at dette kan være overførbart til normaldrift av petroleumsaktivitet, og dermed at turister som er

negative til petroleumsutvikling generelt vil få en forringet opplevelse av å besøke utredningsområdet dersom det blir petroleumsaktivitet. Tilsvarende kan det antas at turister som er nøytrale eller positive til petroleumsutvikling, ikke vil påvirkes på samme måte som de som har en negativ innstilling. Samlet sett tilsier litteraturgjennomgangen at petroleumsaktivitet har størst negativ effekt på segmenter av småbedrifter som tilrettelegger primært for økoturisme dominert av 'hard core' turister og småskala, naturbasert reiseliv. Naturturister som ikke stiller særlige krav til naturomgivelsenes uberørthet antas ikke å bli særlig påvirket av petroleumsvirksomhet ved ordinær drift, gitt at anlegg ikke kommer i direkte konflikt med viktige attraksjoner.

4 STATUSBESKRIVELSE REISELIV

Reiselivsnæringen har vært betraktet som en viktig fremtidig sysselsetter i distriktene, samtidig som mulig petroleumsvirksomhet gir forhåpninger om ny vekst i de samme regionene. Nord-norsk næringsliv går godt, og går da også reiselivsnæringen godt?

Statusbeskrivelsen presenterer næringen ut fra nøkkelindikatorer som sysselsetting, overnattingsdøgn, markedssegmenter, og omsetning. Andre forhold som fordeling vinter-sommer, flytrafikk og utvikling innen attraksjonsbesøk er viktige, men er lagt til som vedlegg.

Det er store variasjoner innad i regionene, samt mellom regionene. Disse variasjonene skyldes ulik grad av reiselivsinfrastruktur (Jacobsen 2009), ulike attraksjonsattributter (Jacobsen og Dann 2010), ulik satsning (Nyheim og Johansen 2010), historiske forhold (Jacobsen 2007) og ikke minst tilstedeværelse av entreprenører (Midtgard 2002, Viken 2001). Lofotens suksess som reisemål kan forklares utfra disse faktorene, men det er igjen vanskelig å forklare hvorfor reiselivsutviklingen i Vesterålen er svakere. De fleste regionene i utredningsområdet har en svak vekst, mens Salten og Lofoten har betydelig vekst.

Vekst kan måles på ulike måter, og i denne rapporten benyttes kommersielle overnattinger som et mål på oppgang og nedgang i de ulike regionene, og endringer i sysselsetting. En presisering er viktig å gjøre innledningsvis; SSB operer med fem-sifrede NACE-koder for hvilke næringer som tilhører reiselivsnæringen². I beskrivelse av status i avgrensede og små regioner blir det derfor nødvendig å nyansere og spesifisere reiselivsnæringen ytterligere.

En rekke av de tjenestene som reiselivsnæringen benytter seg av, brukes også av lokalbefolkningen; aktivitetstilbud, attraksjoner, transporttilbud og serveringssteder. Det er et gjensidig avhengighetsforhold mellom de to hovedgruppene av markeder; de bidrar og er nødvendige for opprettholdelse av tilbud om varer og tjenester. Turistene er nødvendige for opprettholdelse av for eksempel et serveringssted, samtidig som tilstedeværelse av lokalbefolkning er en viktig komponent i turistopplevelsen. Reiselivsaktivitet har således en verdi ut over den som kan telles. Dette leder an til et tilbakevendende dilemma innen reiselivsforskning; Hva som er «reiselivsnæringen»? Hvordan telle den? Dette

² Se vedlegg 6

kapitlet har til hensikt å beskrive nåsituasjonen til reiselivsnæringen i så vel kjerneområdet, (se kap 2 for avgrensninger), som for hele utredningsområdet. Beskrivelsen fokuserer utelukkende på kvantitative størrelser.

4.1 Befolkningsutvikling

Befolkningsutviklingen har vært negativ i hele utredningsområdet, frem til 2011. Noen regioner har hatt større nedgang enn andre; dette gjelder særlig Vesterålen og Harstad-regionen utenom Harstad. I den grad det har vært vekst har det bestått av en sentrifugalkraft. Folk har flyttet fra utkantkommunene til regionsentrene; som Vågan, Sortland, Harstad, Lenvik (Finnsnes), Sørreisa, Narvik og Bodø. Året 2011 markerte imidlertid et skille, veksten fortsetter i sentrene men flere småkommuner opplever igjen svak vekst. Mye av forklaringen ligger i nettoinnflytting, og da av ikke-nordisk arbeidskraft, fordi næringslivet i distriktene går godt. Fremdeles eksporterer Nord-Norge godt utdannet arbeidskraft til Sør-Norge (Midtgard 2011).

4.2 Utviklingstrekk 2000-2012

Denne seksjonen presenterer utviklingen fra 2000 frem til og med 2011 for regionene inkludert i studien.

Tabell 3 Antall overnattinger i utredningsområdet 2000-2011.³

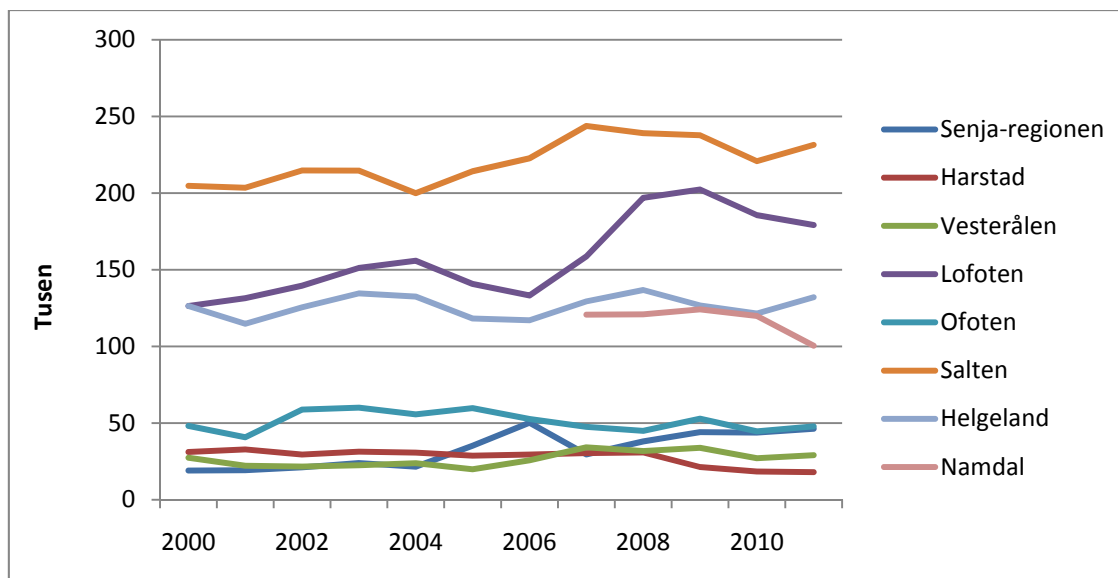
2000	2002	2004	2006	2008	2010	2011
1 427 733	1 482 878	1 508 871	1 583 081	1 811 561	1 797 787	1 849 079

Totalt antall overnattinger i utredningsområdet har økt med vel 400 000 siden 2000. Økningen har skjedd innen hotellsektoren for noen regioner, og innen de samme for kategorien camping og hyttegrender.

Figur 4 viser en vekst i antall overnattingsdøgn på camping, hyttegrender og rorbuer, totalt på 80 000 overnattinger⁴, som utgjør en økning på 11,5% fra 2000-2011.

³ Tall for Namdal mangler for 2002, camping, hyttegrender for regionen mangler for 2007. Camping, hyttegrender for Harstad mangler i 2011, men er antatt lik 2010 i summeringen.

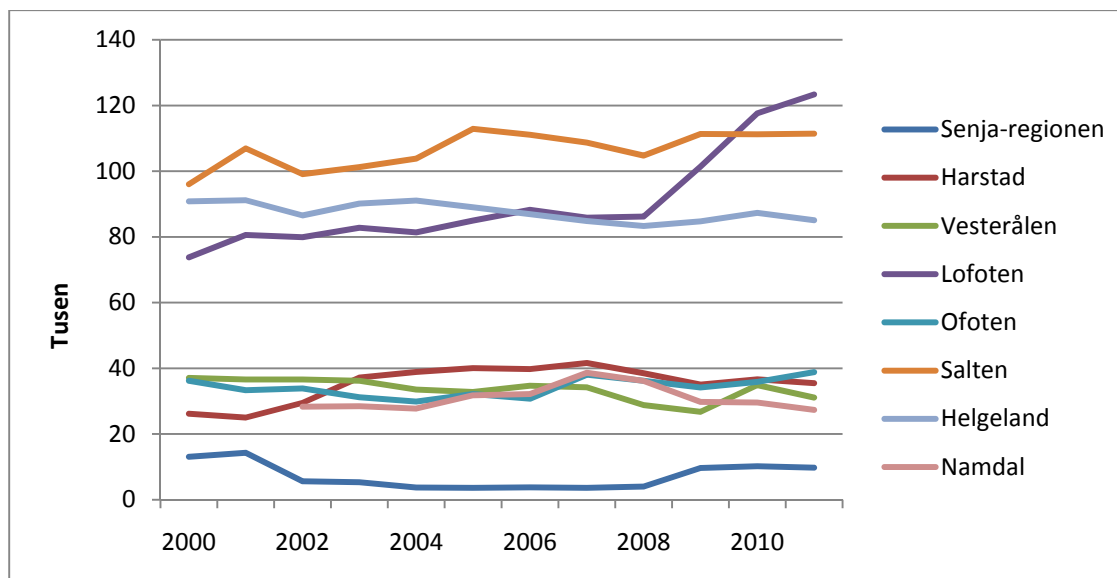
⁴ 2010-tallet for Harstad og 2007-tallet for Namdal er brukt i utregningen.



Figur 4 Overnatting på camping og hyttegrender . Kilde: Statistikknett/SSB

Veksten som fremkommer i denne figuren viser tydelig at det er Lofoten og Salten som står for hoveddelen av vekstøkningen. TØI 2012 relaterer veksten i Lofoten til interessen for naturbaserte aktiviteter, hvilket også fremheves som en trend (se kap 5.2). Veksten i Salten skyldes først vekst i antall litauiske/latviske besøk, og dernest kinesisk og japanske. Den første kategorien er assosiert med gjestearbeiders behov for overnatting, og de to siste med økt interesse for nordlysopplevelser. Vi legger til grunn i de kommende analysene at 90% av overnattingsdøgnene på camping og hyttegrender er ferie og fritidsrelatert.

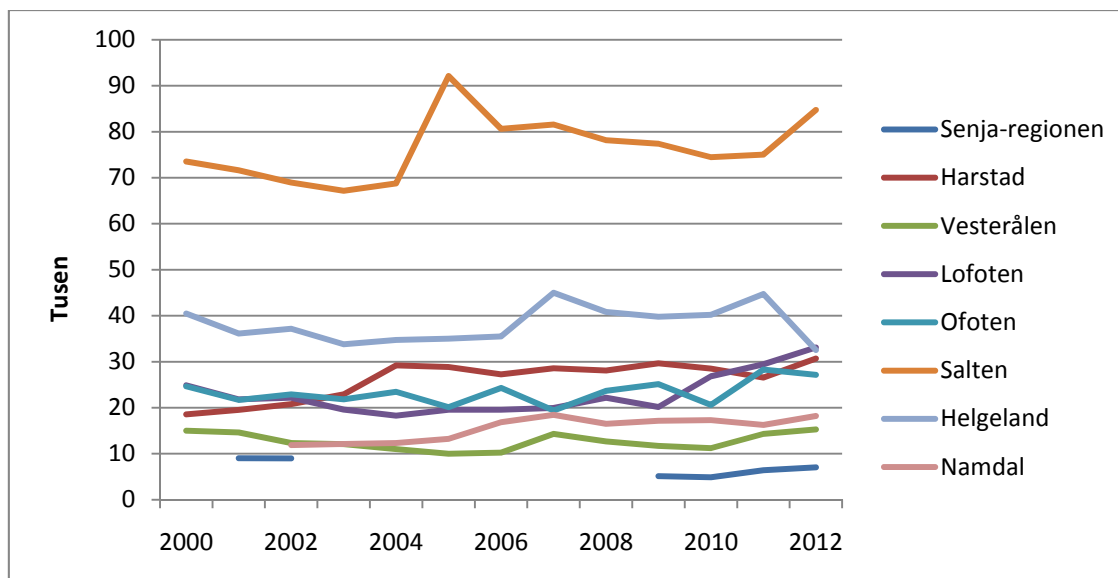
Tilsvarende har det vært en vekst i antall hotellovernattinger fra 2000 til 2011 på i alt 177 000 personnetter, en vekst på 21%. Oversikten over hotellovernattinger er delt i graf for sommersesongen og en for vinter. Fullstendig tabell med formålsinndeling er i vedlegg 6, 7 og 8.



Figur 5 Hotellovernattinger sommersesongen (juni-aug). Kilde: Statistikknett/SSB

Sommer er hovedsesongen for ferie- og fritidsreisende. Igjen ser en at veksten i antall besøkende skjer i Lofoten, der antall hotellovernattinger i sommersesongen har økt med 70% siden 2006. Nye hotell og utbygd kapasitet har muliggjort denne økningen. Salten og Harstad har vekst i hotellmarkedet, mens Nord-Trøndelag, Helgeland og Ofoten har nedgang eller null-vekst.

Lofoten har vekst, betydelig sådan i vintersesongen, men 30 000 besøkende i en fire-måneders periode mot 120 000 sommerstid (tre måneder) tilsier at målet om helårlig virksomhet ikke er nådd, og trolig at noen overnattingssteder holder vinterstengt. Salten, og derved Bodø, har hatt en økning på 8% fra 2000, hvilket kan forklares med yrkestrafikk – bortsett fra i 2011. Økningen i overnattingsdøgn i 2011, skyldes økt ferie og fritidstrafikk. Igjen noe som tilskrives nordlysturistene (Nordnorsk Reiseliv 2012). Den bratte nedadgående kurven på Helgeland, er i vesentlig grad nedgang i yrkestrafikk og kan relateres til den økonomiske utviklingen i Rana og Vefsn. Generelt for utredningsområdet viser vintersesongen til vekst, men varierende mellom ulike regioner.



Figur 6 Hotelovernattinger vintersesongen (jan-apr). Kilde: Statistikknett/SSB

Overnattingsbedriftene står for en stor andel av sysselsettingen innenfor reiselivsnæringen. Det vil således være en logisk konsekvens at størstedelen av sysselsettingen gjenfinnes i Salten og Lofoten.

4.2.1 Sysselsetting

Antall sysselsatte i reiselivsnæringen varierer etter hvordan næringen defineres og avgrenses. Tabell 4 viser til totalt antall ansatte innenfor overnatting og servering, og utviklingen over tid de siste elleve årene. I seks av åtte regioner synker det absolute antallet ansatte i denne avgrensede delen av reiseliv, samtidig som strukturdatabasen til SSB viser en jevn vekst i omsetning per ansatt (SSB strukturbasen 2012).

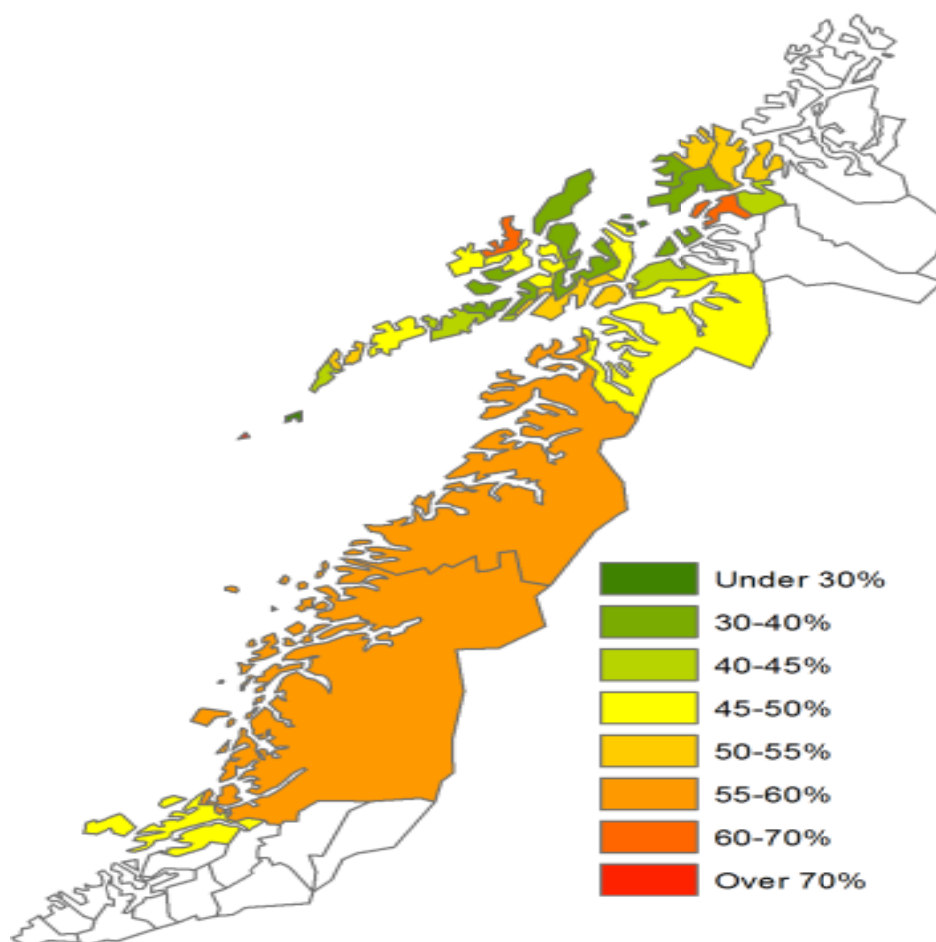
Tabell 4 Ansatte i overnattings- og serveringsbedrifter. Kilde: SSB⁵.

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	% 00-11
Senja-regionen	199	179	164	171	172	188	197	205	194	167	161	176	-14 %
Harstad-regionen	505	471	516	530	514	511	536	532	529	472	462	451	-12 %
Vesterålen	389	362	377	316	310	319	328	326	318	264	288	277	-35 %
Lofoten	400	366	377	389	399	392	395	442	457	458	427	431	6 %
Ofoten	441	418	396	396	368	337	342	398	360	349	339	331	-27 %
Salten	1511	1454	1427	1346	1366	1396	1346	1473	1329	1328	1286	1343	-16 %
Helgeland	940	911	858	882	874	825	839	913	928	908	953	1085	12 %
Nord-Trøndelag	98	92	85	91	88	73	71	92	65	50	57	60	-48 %

⁵ Brudd i serien i 2002 (NACE-endring), 2005 (15-åringer inkl. i utvalget) og 2008 (NACE-endring).

Det er påfallende få ansatte innen hotell og servering i Lofoten i forhold til deres store markedsandel og antall gjester. Dette kan skyldes en feil i datagrunnlag og dets koding, eller det kan skyldes en svært utstrakt bruk av innleid utenlandsk arbeidskraft i sommersesongen. Bruk av korttidskontrakter, dvs utenlandsk arbeidskraft, viser at antall ansatte innen overnatting og restaurant har økt fra 77 i 2008 til 127 i 2011 i Nordland. Prosjektet har ikke lyktes med å innhente oversikt over nasjonalitet, og i antall ansatte på korttidskontrakt fremkommer ikke antall sysselsatte fra Schengenområdet og dens avtaleverk.

Figur 7 viser til hvor stor andel av ansatte i reiselivsbedriftene som er kvinner. Det er kun i Sørreisa og i Øksnes at kvinneandelen er på over 60%, i de resterende delene er det tilnærmet lik kjønnsfordeling. Det figuren klart symboliserer er at reiselivsnæringen i utredningsområdet ikke er en dominerende kvinnearbeidsplass.



Figur 7 Kvinneandel i reiselivsnæringen, ekskl transport 2011. Kilde: SSB

4.2.2 Attraksjoner og attraksjonsverdi

Kjernen i reiselivsproduktet er opplevelsen. Turisten søker mer eller mindre ubevisst en opplevelse eller en følelse, som tidligere påpekt for den nordlige landsdelen er natur og naturbaserte aktiviteter. Tilbudet av aktiviteter er økende, og økt markedsføring av aktiviteter som sykkel, havkajakk og fotturer vet en utfra bedriftsundersøkelsene har økt – men det eksakte tallet er ukjent. Naturbaserte opplevelser som hvalsafariene på Andøya og i Øksnes har henholdsvis 12.000 og 4.000 deltakere 2012. Opplevelsen, enten den relaterer seg til kultur eller natur, kan foredles og fremstilles gjennom attraksjoner. Attraksjonene, deres fokus og besøksutvikling gir en pekepinn på hva oppsøkes. Tabell 5 viser antall besøkende på de største attraksjonene i de ulike regionene, og det er en trend til vekst, selv om det varierer mye mellom hver enkelt attraksjon. Ingen av attraksjonene i utredningsområdet er attraksjoner som kan defineres som fyrtårn, på linje ved hva Nordkapp er. Nordkapp er en naturattraksjon og en punktdestinasjon som har jevn økning i antall besøkende.

Tabell 5 Besøktall på attraksjoner i fokusområdet, samt Nordkapp, nær Hammerfest. Kilde: NHO Reiseliv 2012

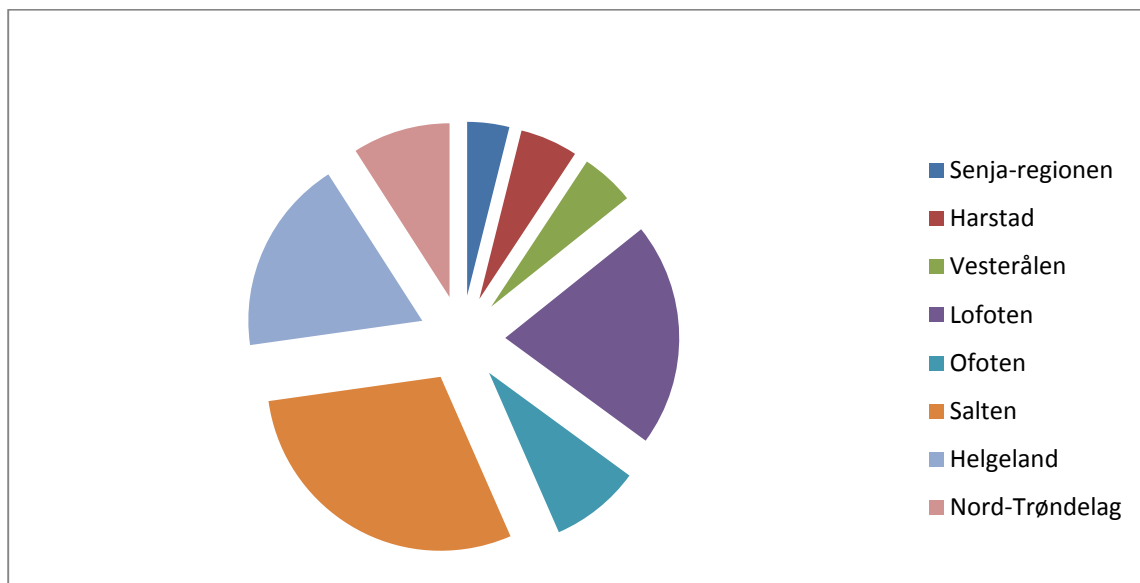
	2007	2008	2009	2010	2011	Endring 07-11
Nordkapp (Finnmark)	198 969	219 801	214 342	233 033	236 238	18,7%
Polar Zoo (Bardu)	23 619	25 201	38 958	24 865	24 104	2,1%
Trondarnes Historiske senter (Harstad)	21 993	22 502	23 325	29 177	30 015	36,5%
Lofotr (Vestvågøy)	59 401	65 164	64 671	70 790	73 202	23,2%
Lofotakvariet (Vågan)	46 109	50 025	48 129	46 110	46 922	1,8%
Luftfartsmuseet (Bodø)	42 445	40 232	49 425	41 572	40 088	-5,6%
Senjatrøllet (Berg)					60 000 ⁶	

Antall besøkende på kommersielle attraksjoner er minimalt i forhold til overnattingsstatistikk. Tallene tyder på at ca. 10% av de som overnatter i en av disse regionene besøker en attraksjon. Dette er et generelt bilde for mye av reiselivet (gratis attraksjoner), og ikke noe som er særpreget for studieområdet. Flertallet av turistene i så vel kjerneområdet som regionene for øvrig benytter ikke attraksjonene.

⁶ Amundsen 2012.

4.3 Nåsituasjonen

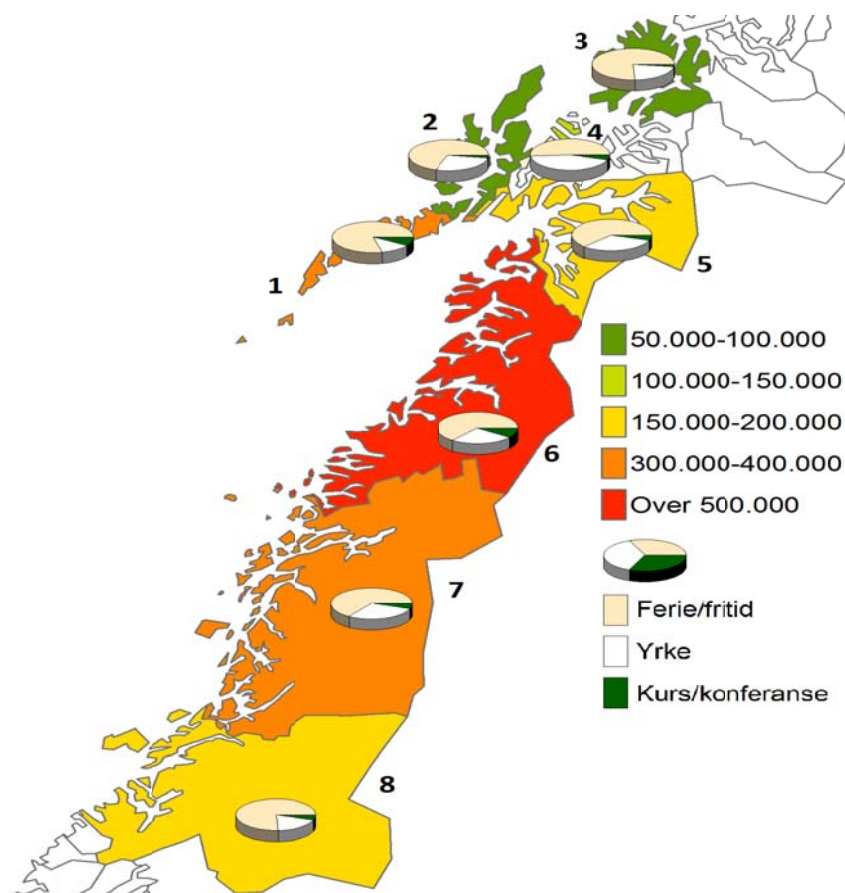
Utviklingstrekkene viser at det er størst vekst i Lofoten, mens Helgeland og Salten er to andre viktige regioner for nordnorsk reiseliv. Figur 8. viser til den geografiske fordelingen av overnattingsdøgn innen utredningsområdet. De tre regionene som dominerer er da disse Den store forskjellen er at for Lofotens del er aktiviteten overveiende i tre sommermåned, mens for de andre to er det større andel relatert til yrkestrafikk. Vedlegg 7, 8, 9 og 10 gir detaljer om fordelingen.



Figur 8 Geografisk fordeling av overnattingsdøgn, alle kategorier 2011. Kilde: SSB

4.3.1 Formål ved reisen

Hvem er det som besøker Nord-Norge? Hovedinndelingen av reisende er kurs og konferanse (6% av gjestedøgnene), yrkesreisende (28% av gjestedøgnene) og ferie- og fritidsreisende (66% av gjestedøgnene) (NHO Reiseliv 2012), beregnet ut fra totale kommersielle overnattinger. I tillegg tilkommer fricamping og besøk hos slekt & venner. Regionene har høyst ulikt tilfang disse hovedkategoriene, hvilket fremgår av figur 9.



Figur 9 Overnattinger og fordeling av reisende på segment. Kilde: Statistikknett/SSB

Figuren viser at ferie og fritidsreisende dominerer sterkest i Lofoten, men i alle regionene står ferie og fritidsmarkedet for en hoveddel.

4.3.2 Økonomiske forhold i reiselivsnæringen

Reiselivsnæringen i utredningsområdet består av store og mindre lokale bedrifter, hvorav en rekke av de mindre er registrert som enkeltmannsforetak og derved utilgjengelig for fremstilling i forhold til lønnsomhet og andre økonomiske variable hentet ut fra ProffForvalt. De større bedriftene som derved også dominerer bildet av reiselivsnæringen i nord er hotell, tilhørende kjeder, en rekke transportselskap, og gjerne med hovedkontor utenfor landsdelen eller i utlandet. Det er få nordnorske bedrifter med rot i landsdelen, med unntak er Hurtigruten Group med base i Narvik, som er landsdelens klart viktigste reiselivsbedrift. Ved siden av Hurtigruten, er hotellkjeden Rica det andre store lokomotivet i reiselivsnæringen. Den senere tid ser man at flere større aktører etablerer seg, som for eksempel hotellkjedene Choice og Thon. Det har skjedd en omstrukturering og rasjonalisering innen hotellsektoren, antall distriktshotell er redusert. Fremdeles drives distriktshotell med en noe mindre effektivitet enn byhotellene, men dette skillet er blitt mindre (Arena Nord 2012). Andre store

aktører i den vide definisjonen av reiselivsnæringen med base i utredningsområdet er Torghatten ASA, Widerøe, og busselskapet Cominor.

Tabell 6 Antall, lønnsomhet og sysselsetningsutvikling 2010 for reiselivsbedrifter som ikke er enkeltmannsforetak.
Kilde: ProffForvalt

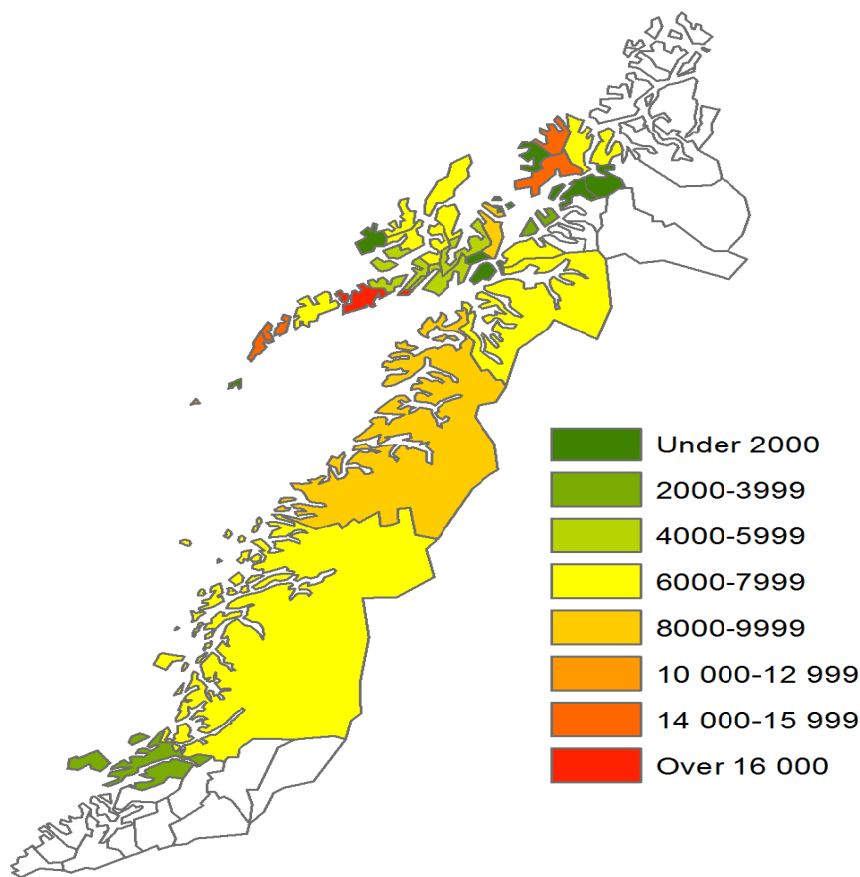
	Ant. reiselivs- bedrifter med levert årsregnskap 2010 ⁷	Andel med god lønnsomhet ⁸ 2010	Prosentpoeng endring i god lønnsomhet 2009-2010	Endring i nyetablerte bedrifter, fortsatt registrert 2009-2010	Prosentvis endring ant. sysselsatte 2010-2011
Senja-regionen	41	37 %	3	7	-0,2
Harstad- regionen	67	30 %	-2	-5	-2,7
Vesterålen	85	31 %	2	17	-9,4
Lofoten	119	28 %	2	2	-0,8
Ofoten	58	34 %	9	2	3,7
Salten	181	32 %	-1	23	0,2
Helgeland	159	35 %	2	16	2,5
Nord-Trøndelag	21	24 %	9	-3	-4,7

Regnskapstallene fra ProffForvalt viser til antall bedrifter innen det utvidede reiselivsbegrepet som leverte regnskap i 2010. Bildet som tegnes i oversikten tilsvarende det ovenfor; byregionene Salten og Helgeland har flest aktører, men utfra befolkningens mengde er Lofoten den største aktøren. Vesterålen som har slitt med nedgang i belegget, har nedgang i sysselsetting, men 17 nyetableringer i perioden 2009-2010, noe som indikerer vilje til å satse på reiseliv. Harstad-regionen sliter, antall kommersielle overnattinger gikk ned med 47% fra 2007 til 2011, og dette gjenspeiles i sysselsetningsstatistikken (tabell 6).

Reiselivsnæringen dekker et stort spekter av type og størrelse av bedrifter. En rekke overnattingsbedrifter og serveringssteder holder stengt i deler av året, vinterperioden. Dette gir da store forskjeller i omsetning per bedrift også innenfor samme segment.

⁷ Her er den vide definisjonen av reiseliv lagt til grunn.

⁸ God lønnsomhet er andelen foretak der Ordinært resultat + Finanskostnader utgjør mer enn 10% av gjennomsnittlig egenkapital + Gjeld de siste to år



Figur 10 . Omsetning reiseliv⁹ fordelt per innbygger i henholdsvis kommune i kjerneområdet og for øvrige regionene.

Størst betydning per innbygger har reiselivsnæringen i Vågan (Lofoten, mens den også gir høy omsetning per innbygger i Lofotkommunene Flakstad og Moskenes (figur 10). På Senja fremkommer kommunene Tranøy (et transportselskap) og Berg (Hamn i Senja) med høy andel. Omsetningen for regionene i sin helhet vises under (tabell 7), og det er Salten som har størst absolutt omsetning.

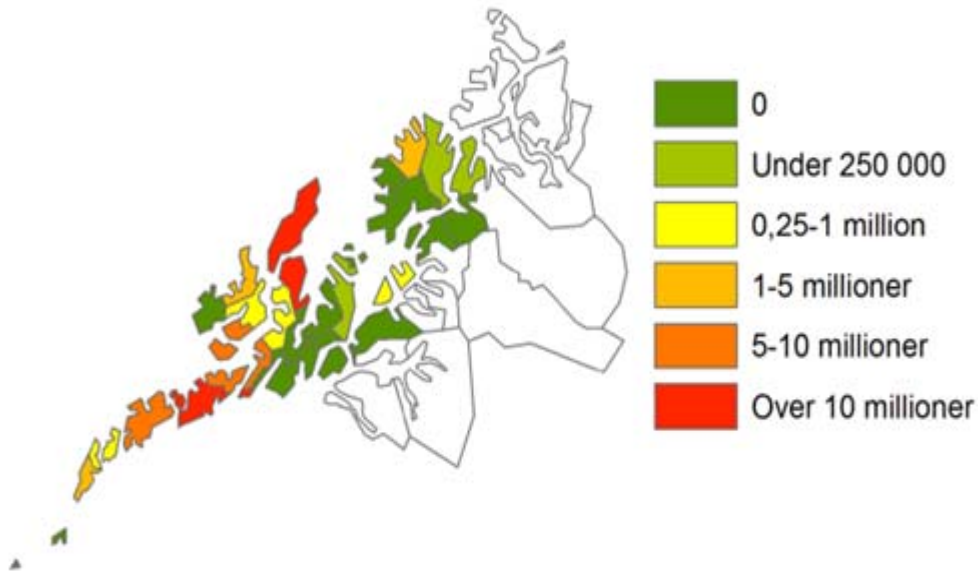
Tabell 7 Omsetning total reiselivsnæringen 2010, 1000 kr. Kilde: Proff

Lofoten	Vester- ålen	Senja	Harstad	Ofoten	Salten	Helgeland	Vikna, Leka og Nærøy
308 935	171 305	115 877	268 294	171 176	682434	516 963	26 447

Verdiskapingen i reiselivet er heller lav målt i bruttoprodukt per sysselsatt. Når alle andre innsatsfaktorer er dekket, gjenstår 333 000 kroner per sysselsatt til lønn og avkastning på investert kapital skriver (Olsen et al. 2006). Når det gjelder lønnsomhet, har rundt hver tredje bedrift et driftsresultat som utgjør mer enn 10 % av kapitalen. Dette er litt lavere enn på landsbasis.

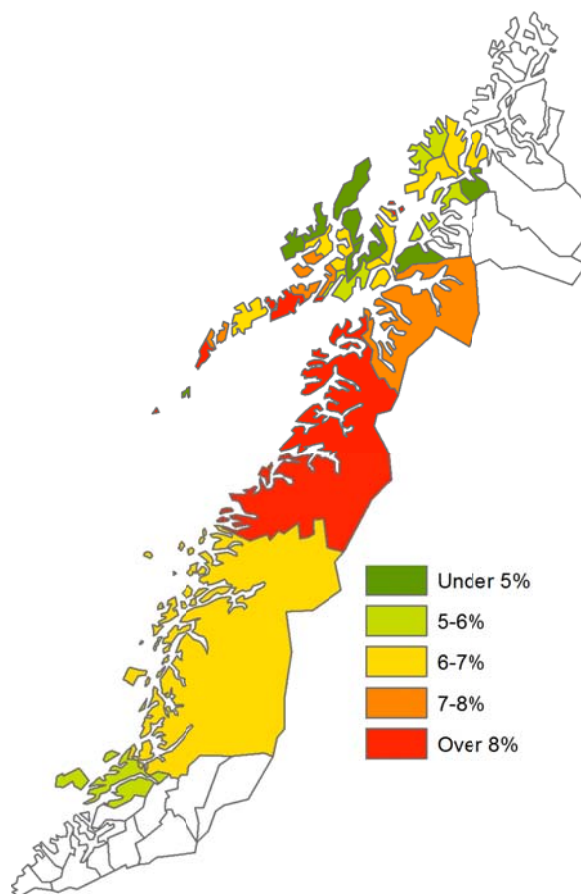
⁹ Her er enkelte transportnæringer fjernet fra utvalget. Merk spesielt at «Rutebiltransport i by- og forstadsområde», «Innenlandske kystruter med passasjerer», «Lufttransport med passasjerer» er fjernet. Merk også at omsetningen er registrert der selskapene er registrert, ikke alltid der verdiskapingen foregår.

Reiselivsnæringen består i tillegg til overnatting, bespisning og transport av de opplevelsene som tilbys kunden. Figuren under viser omsetning hos typiske opplevelsbedrifter innenfor kjerneområdet. Igjen ser en Vågans posisjon, denne kommunene er igjen størst. Samtidig så fremkommer Andøya (Vesterålen) også med opplevelsproducenter som omsetter for over 10 millioner. Dette er i hovedsak hval-, fugl- og fiskesafariene.



Figur 11 Omsetning, per kommune, utvalgte bedrifters innenfor guiding, museum og opplevelser. Kilde: ProffForvalt.

Antall sysselsatte er redegjort for under delkapittelet Utviklingstrekk (5.2). I forhold til nåsituasjonen er det interessant å påpeke de forskjeller i kartet som fremtrer om en ser andel reiselivsansatte i forhold til de andre næringene i 1) kommunene i kjerneområdet og 2) i regionene for øvrig.



Figur 12 Ansatte i alle reiselivsbedriftene som andel av alle sysselsatte 15-74 år. Kilde: Norut/SSB

I kjerneområdet fremkommer Moskenes, Vågan, Røst (Lofoten) og Bjarkøy (Harstad-regionen) som kommuner med en over landsgjennomsnittet høy andel reiselivsansatte. I disse kommunene er over 8% av sysselsettingen direkte relatert til reiselivsbedrifter. Av regionene har Ofoten en høy andel reiselivssysselsatte, mens Salten har høyest. Kommunene med lav reiselivssysselsetting er Bø, Sørreisa og Værøy.

4.4 Nærmere om de fire sentrale kjerneområdene

4.4.1 Lofoten

Lofoten er og har vært en satsningsregion for norsk reiselivsmarkedsføring og utvikling. Øygruppen er definert som et flaggskip på linje med merkenavn som Fjordene, Nordkapp, Røros og Nidaros. Lofoten er den mest turistiske regionen innen så vel utredningsområdet som Nord-Norge. Turistisk definert som utbygd reisemål, regionen huser et utall ulike spisesteder, overnattingssteder og attraksjonene ligger som perler på en snor. Det er korte kjøreetapper mellom attraksjonene – og distansene er korte; fra ytterst i Lofoten Å til Higrav (grensen mot Vesterålen) er det 15 mil. Ser en bort fra øyene Røst og Værøy er regionen kompakt. Flytilbudet inn til regionen er begrenset. Tidligere var reisende

avhengige av ferjer for å ankomme øyriket, noe Lofast-forbindelsen har opphevet. Attraksjonskraften til Lofoten er vel dokumentert opp gjennom årene. Turistene og ferierende tiltrekkes av naturen; det visuelle bildet av fjell som stuper i hav, kombinert med ideen om regionen som et fiskevær.

Tabell 8 Nøkkelindikatorer Lofoten 2010/2011. Kilde: SSB, Norut Alta, ProffForvalt¹⁰

	Ansatte serv&overnatt	Sysse- satte reiseliv	Omsetning 1000 kr	Gjestedøgn, hotell 2011	God lønnsom het
Lofoten totalt	431	909	308 935	201 528	28%
Røst	13	34	6 367		0%
Værøy	3	13	123		67%
Moskenes	16	51	16 865		33%
Flakstad	31	42	19 091		29%
Vestvågøy	110	350	71 384	22 880	25%
Vågan	258	419	195 105	171 002	27%

Lofoten hadde i 2011 200 000 overnattinger på hotell, samt 180 000 overnattinger i rorbuer, hyttegrender, camping o.l. Vågan skiller seg ut som den kommunen med høyest absolutt og relativ andel innen denne næringen. Fra 2000 til 2006 hadde kommen en liten jevn vekst, men f.o.m. 2006 har antall overnattinger vokst med 57%.

4.4.2 Vesterålen

Lofastforbindelsen som ble åpnet 1. desember 2007, ble sett på som et steg tilbake for reiselivet i Vesterålen. Strømmen av bil og bussturister ville gjennom den nye E10 ledes utenom Vesterålen, hvilket igjen betydde at fergesambandet Fiskebøl (Lofotsiden) og Melbu i Hadsel fikk færre avganger og nedgang i trafikkgrunlaget. Dette har skjedd, antall gjestedøgn er gått ned i alle tre reiselivssegmentene.

På den andre siden er det vekst i antall bedrifter; antall nyetableringer er betraktelig høyere i denne regionen (17 fra 2010-2011) enn i de andre og likeledes sysselsettingsveksten siste år.

¹⁰SSB oppgir ikke overnattingstall når antall næringsaktører innenfor en kode er færre enn tre. For Lofotens del er det 7 000 overnattinger som mangler i denne oversikten.

Tabell 9 Nøkkelindikatorer Vesterålen 2010. Kilde: SSB, Norut Alta, ProffForvalt

	Ansatte serv& overnatt	Sysse- satte reiseliv	Omsetning 1000 kr	Gjestedøgn, hotell 2011	God lønnsom- het
Vesterålen totalt	277	856	171 305	62 126	31%
Sortland	98	311	67 088	19 731	32%
Andøya	51	111	38 809	-	6%
Øksnes	47	99	27 878	-	33%
Bø	10	40	2 924	-	38%
Hadsel	71	295	34 606	19 538	47%

4.4.3 Senja-regionen

Senja er Norges nest største øy. Den består av mange små kommuner og tradisjonelt har fiske, videreforedling av fisk og gruvedrift vært næringsgrunnet. Naturmessig er øya lik Lofoten og deler av Vesterålen, men bortsett fra Senja trollet, overnattingsbedriften Hamn på Senja, serveringsstedet Senjastua og Hotell Royal og Hotell Finnsnes, har regionen få veletablerte reiselivsaktører.

Tabell 10 Nøkkelindikatorer Senja 2010. Kilde: SSB, Norut Alta, ProffForvalt

Senja	Ansatte serv& overnatt	Sysse- satte reiseliv	Omsetning/resultat 1000 kr	Gjestedøgn, hotell 2011	God lønnsomhet
Senja totalt	176	497	115 877	25 257	37%
Lenvik	132	369	70 667		46%
Torsken	6	20	1 392		0%
Tranøy	7	31	23 692		67%
Berg	14	25	14 360		0%
Sørreisa	9	32	5 535		33%
Dyrøy	9	20	231		0%

Nøkkeltall for Senja presenteres i tabell 10, og vi ser at det totale antallet ansatte i overnatting og servering er vel 100 færre enn i Vesterålen. Tar vi hensyn til at

en stor andel av de ansatte i Lenvik tilhører bedriften Cominor¹¹ forsterkes bildet av et delområde der reiselivet er av relativt marginal betydning. Cominor i Lenvik står for 75% av sysselsettingen.

Det er allikevel en vekst i antall bedrifter, selv om økningen i absolutte tall ikke er stor. Sysselsettingsmessig har arbeidsstokken vært stabil, og arbeidsinnvandring fra Litauen fremheves som en nødvendig faktor for vellykket drift av Hamn på Senja (Bedriftsundersøkelsen). Troms fylkeskommune har satset på Senja i reiselivssammenheng, og da spesielt gjennom støtte til fergerutene Andenes-Gryllefjord, Skrolsvik – Harstad, og Botnhamn – Brensholmen (Tromsø).

4.4.4 Harstad og omegn

Harstads utvikling følger den øvrige utviklingen i Harstads næringsliv. Nå er prognosene for oljehovedstaden på vei opp, og dette sees igjen i tilflytting, huspriser og økte aktiviteter inn hotell og servering. Omtrent 80% av reiselivsvirksomheten i regionen skjer i selve Harstad. Reiselivsutviklingen og størrelsesorden på aktiviteter i de øvrige kommunene er begrensede. Harstads reiselivsbedrifter står for 84% av omsetningen innen regionen.

Tabell 11 Nøkkellindikatorer Harstad regionen 2010/2011. Kilde: SSB, Norut Alta Panda, ProffForvalt

	Ansatte, serv& overnatt	Syssel-satte reiseliv	Omsetning 1000 kr	Gjestedøgn, hotell 2011	God lønnsomhet
Harstad-regionen	451	1032	268 294	98 420 ¹²	30%
Tjeldsund	15	34	1965		0%
Skånland	23	46	21 277		20%
Lødingen	17	56	12 150		20%
Kvæfjord	10	59	14 667		33%
Ibestad	4	33	3006		0
Harstad	377	783	214 880		35%

4.5 De øvrige regionene

Ofoten, Salten, Helgeland og nordre del av Nord-Trøndelag er reiselivsmessig høyst ulike regioner, selv om dette umiddelbart er vanskelig å lese ut av statistikken. Tall for disse områdene skal kun presenteres på regionnivå.

¹¹ Cominor er et fylkeseid busselskap, Troms.

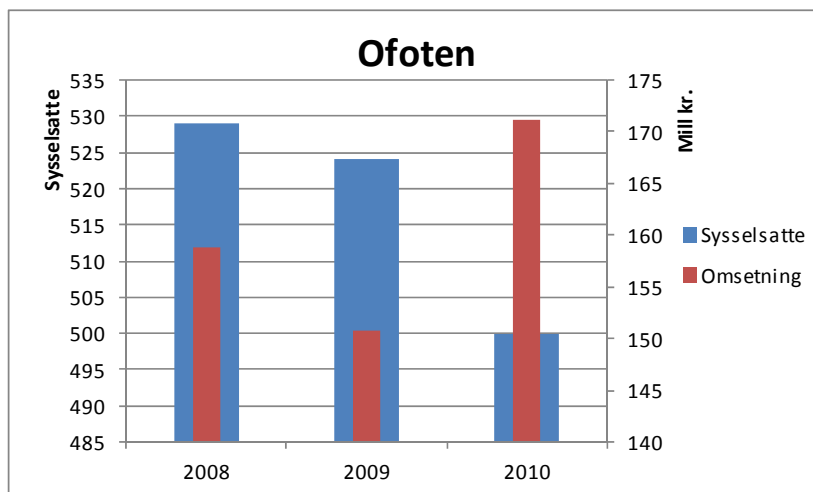
¹² Gjestedøgn for Harstad-regionen er for kun Harstad kommune.

Tabell 12 Nøkkelindikatorer øvrige regioner 2010/2011. Kilde: SSB, Norut Alta, ProffForvalt

	Ansatte serv& overnatt	Sysse- satte reiseliv	Omsetning 1000 kr	Gjestedøgn, hotell ¹³ 2011	God lønnsom- het
Ofoten	331	936	171176	105429	25%
Salten	1343	3495	682434	305718	33%
Helgeland	1085	2469	516963	200059	33%
Nord- Trøndelag	60	274	26447	659009	15%

4.5.1 Ofoten

Narvikområdet fikk utviklet en masterplan for reiseliv for vel ti år siden men målsetningene i denne har vært vanskelig å oppnå. Attraksjonsverdi som ble fremhevet for turister var vintersport og off piste. I forbindelse med LKABs moderniseringer og havneutbygginger ser også store reiselivsaktører Narvik som en region med potensial, og denne veksten er basert på ferie og fritid og kurs&konferanse. Småkommunene omkring har et mindre reiseliv, og eneste aktør av betydning er Ballangen Camping. Ofoten antas i liten grad å bli påvirket av petroleumsutbygging. Den største attraksjonen er Krigsmuseet i Narvik, med vel 60 000 besøkende årlig.

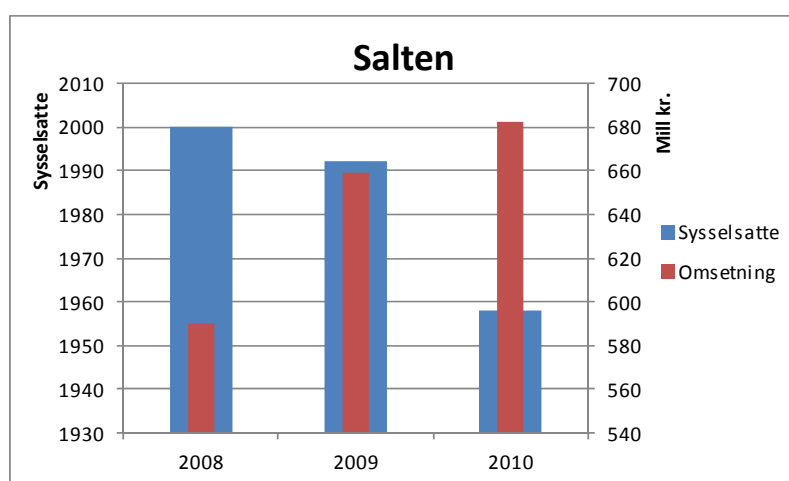


Figur 13 Omsetning og sysselsatte reiseliv, minus transport, 2008-2010. Kilde: ProffForvalt og SSB.

¹³ I gjestedøgnstatistikken ligger Tjeldsund og Lødingen under Ofoten og Nord-Trøndelag er Namdal-regionen

4.5.2 Salten

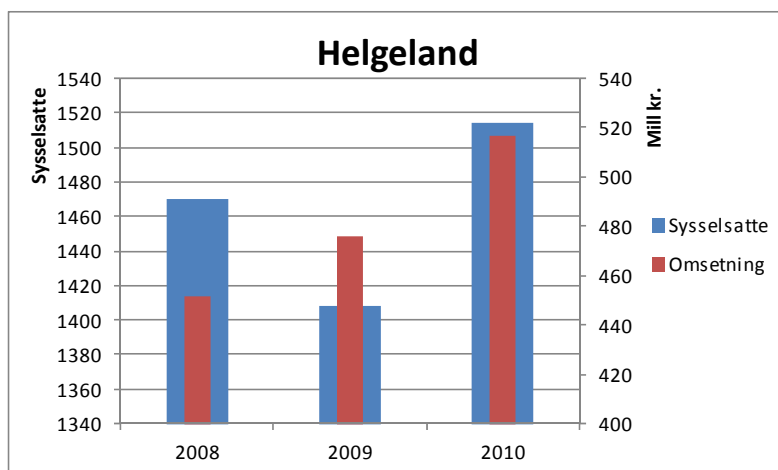
Salten favner fra Hamarøy i nord og ned til og med Meløy. I denne regionen står Bodø for 90% av sysselsetting og omsetning innen reiselivet. Bodø er transittsted, det er fylkeshovedstad, har regionssykehus og servicesenter, og så vel yrkestrafikk, kurs og konferanser og i sommersesongen ferie-fritid utgjør betydelige segmenter. Bodø vil være en naturlig port for frakt av så vel materiell, personell og kompetanse. Petroleumsvirksomhet vil gi økt yrkestrafikk, turister med formål å besøke Bodø og Salten vil ikke oppleve petroleumsvirksomheten og derved neppe påvirkes i negativ retning. De vil kunne påvirkes i positiv retning ved at flytilbud og annen infrastruktur bedres. En nedgang i turisttrafikk til Lofoten, vil ramme Bodø ettersom Bodø i praksis utgjør en av to porter til øyriket. Merkenavn og attraksjoner i denne regionen er for øvrig Hamsun, Hamarøys natur, Saltstraumen innenfor Bodø, Luftfartsmuseet og Badelandet.



Figur 14 Omsetning og sysselsatte reiseliv, minus transport, 2008-2010. Kilde: ProffForvalt og SSB.

4.5.3 Helgeland

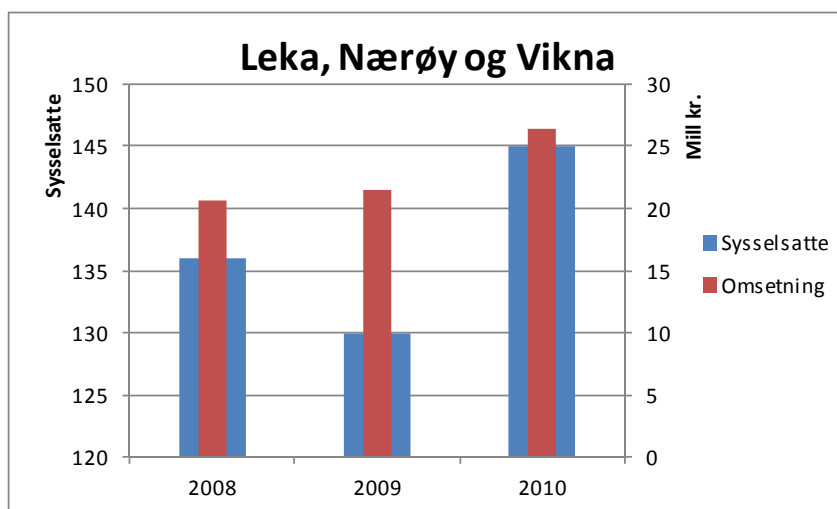
Helgeland var lenge en skjult perle, og antall turister var lavt. En aktiv markedsføring av Kystriksveien, og deretter eksponeringen for det norske markedet bidro til en solid økning i overnattingsstatistikken for regionen. Det gav 10% økning i antall ansatte fra 2009-2010, samt 16 nye bedrifter perioden. Totalt sett sliter imidlertid mange av bedriftene med dårlig lønnsomhet, og mens de ytre delene av Helgeland har økt antall gjestedøgn og økt flytrafikk inn, så sliter Rana og Mosjøen med en 30-35% nedgang i antall overnattingsdøgn.



Figur 15 Omsetning og sysselsatte reiseliv, minus transport, 2008-2010. Kilde: ProffForvalt og SSB.

4.5.4 Et snev av Nord-Trøndelag

Nord-Trøndelag utgjør i denne sammenheng de tre kommunene Leka, Nærøy og Vikna helt nordvest i fylket. De har begrenset med reiselivsaktivitet, dog med en viss vekst fra 2008 – 2010 (figur 16).



Figur 16 Omsetning og sysselsatte reiseliv, minus transport, 2008-2010. Kilde: ProffForvalt og SSB.

4.6 Oppsummering

Veksten i reiselivet i det nordlige Norge har vært høyere enn for noen annen region i Norge etter 2005. De to siste årene har den relative veksten i vinterturismen vært stor (Menon 2012, Nordnorsk Reiseliv 2012). Reiselivsnæringen har hatt en betydelig vekst i antall kommersielle overnattinger den siste 12 års perioden. Årsakene til denne veksten er mange, alt fra et bedre organisert markedsføringsarbeid, flere salgskanaler, økt økonomisk velstand til

endringer i turistens preferanser som treffer det nordlige tilbudet. Det er likevel viktig å påpeke at veksten i reiseliv er sterkt konsentrert til Lofoten og Salten.

Nord-Norge har gjennomlevd store strukturendringer, og spesielt de siste femten år har det foregått en betydelig sentralisering av befolkningen fra distriktene i retning østlandsområdet og til de nordnorske sentrene (særlig Tromsø, Bodø, Alta og Harstad). Denne endringen skjer samtidig med at det blir færre arbeidsplasser i primærnæringene. Fra politisk hold har flere regjeringer gjennom en rekke utredninger fremhevet reiselivsnæringen som en mulig vekstnæring for distriktene generelt og Nord-Norge spesielt. Reiselivsnæringen i Nord-Norge er i vekst, og flere viktige markedstrender i fritidsmarkedet gir mulighet for ytterligere vekst. Det er to sentrale drivkrefter for den kommende utviklingen av og i reiselivsnæringen. Det ene er den fortsatte økonomiske utviklingen i Norge og i hovedmarkeder. Per 2012 opplever deler av de sentrale markedene for nordnorske reiselivsnæringen økonomiske stagnasjon og nedgang og dette knyttes til eurokrisen. Dette har så langt gitt små utslag på sommersesongen 2012. Dessuten er det vekst i det innenlandske markedet, som forårsaker vekst i så vel ferie og fritidsmarkedet, som yrkestrafikken i regioner med petroleumsrelatert aktivitet og industri. På den annen side opplever norsk økonomi betydelig vekst, og det norske markedet er det dominerende, til tross for at mye av markedsførings- og profileringsarbeidet fokuserer på utenlandske segmenter.

5 UTVIKLINGSTRENDER OG POTENSIAL UTEN PETROLEUMSVIRKSOMHET

5.1 Trender og forventninger til utvikling; intervjuer med reiselivsaktører i Lofoten, Vesterålen, Harstad og Senja

5.1.1 Lofoten

Attraksjonskraften til Lofoten er vel dokumentert opp gjennom årene. Turistene og ferierende tiltrekkes av naturen; det visuelle bildet av fjell som stuper i hav, kombinert med ideen om regionen som et levende, bærekraftig fiskerisamfunn. I alt er det registrert over 400 ansatte innenfor servering og overnatting. Vågan er den viktigste reiselivskommunen, med over halvparten av de ansatte. Snaut en tredel av bedriftene vurderes å ha god lønnsomhet. Bortsett fra Værøy som kun har et fåtall bedrifter med høy lønnsomhet, er det ingen klare forskjeller i andelen som har god lønnsomhet i de ulike kommunene.

5.1.1.1 Generelt

Vi intervjuet 20 bedrifter i Lofoten. Aktørene mener at Lofoten som turistdestinasjon har bygd seg opp rundt Lofotfisket og den kystfiskekulturen som fortsatt eksisterer der i dag. Kystfisket er også sterkt poengtert i markedsføringen av Lofoten, sammen med naturen. Turistene reiser dit for å oppleve vakker, storslått natur i kombinasjon med kystfiskekulturen. Fisket og turismen oppfattes å være de to viktigste bærebjelkene i lokalsamfunnene i Lofoten i dag. De aller fleste informantene trekker frem den unike naturen, uberørtheten og nærheten mellom hav og fjell, fuglelivet, levende fiskevær og autentisiteten ved kulturen rundt kystfisket som i de senere år har tatt seg godt opp igjen. Kompakt logistikk med korte avstander er andre kvaliteter som fremheves av noen, selv om enkelte aktører også synes det er mangelfull eller for dårlig kommunikasjon ut til Lofoten, spesielt vinterstid.

Reiselivet selv jobber aktivt med å bygge opp Lofoten som en destinasjon for vinterturisme, med fokus på aktiviteter som løssnøkjøring (off-piste), RIB-kjøring i havet og nordlysopplevelser. I tillegg satses det sterkt på kurs og konferansemarkedet og det å kunne gjennomføre større arrangementer (med flere tusen deltagere) i Svolve-området. Dette er blant annet knyttet til økt kapasitet også til konferanser/messer/kulturarrangement i ulike bygg de siste årene. Generelle trendanalyser fremhever at det vil bli flere individualturister som ønsker aktivitetsferie, at turistene er mer kvalitetsbevisste og kjøpesterke nå enn tidligere. Selv om enkelte trekker frem finanskrisen og uroen i økonomien i

mange europeiske land, blant annet Spania, så har for eksempel det britiske markedet og også Russland/Øst-Europa kommet sterkere inn på markedet de siste årene, nevnes det. Alle disse observasjonene er i tråd med forventede trender innenfor reiselivet (jfr kap 5.1).

5.1.1.2 **Sesong**

Reiselivsaktørene har inntrykk av at de besøkende til regionen reiser mer gjennom hele året. Helårsstrategien er som nevnt en viktig del av reiselivsstrategien i Lofoten, og det jobbes aktivt for å skape mer vinterturisme gjennom konkret produktutvikling og pakking. Som en konsekvens av dette, er det flere bedrifter som forsøker å ha helårsdrift, selv om det fortsatt kan være stille perioder midt på vinteren. Og det er fortsatt perioden fra midten av mai til starten av september som er høysesongen for de aller fleste bedriftene. Men satsningen på vinterturismen har ført til en økning i antall vinterturister, og det er positive forventninger til ytterligere effekter av denne satsingen.

5.1.1.3 **Markedssegmenter**

Blant informantene var det store sprik i hvilke segmenter man rettet seg inn mot, fra masseturisme, blant annet de som har avtaler med Hurtigruta, til de som bevisst unngår masseturistene. Forskjellene speiler forskjeller i kapasitet/fortrinn ved det enkelte reiselivsanlegget, og i kompetanse og interesse hos vertskap og ansatte. De som satser på individuelle reisende med spesielle interesser gjør det blant annet fordi de mener disse er mer kjøpesterke. Flere trekker frem at det virker som det har blitt «in» å padle kajakk eller å kjøre på ski eller snowboard ned fra topper om vinteren i Lofoten og at området til nå har vært en uoppdaget perle i denne sammenhengen. De merker et stadig større innslag av russiske gjester, mens Italia og Spania er sterkt representert utover sommeren.

5.1.1.4 **Arbeidskraft**

Tidligere var høysesongen mer sammenfallende med skoleferien, slik at man i større grad kunne benytte lokal arbeidskraft. Slik er det ikke lenger sies det, sesongen begynner lenge før skoleferien og slutter lenge etter skolestart. Dette medfører at man trenger arbeidskraft som ikke kan hentes lokalt i samme grad som tidligere. Inntrykket er at den sesongbaserte arbeidskraften i stor grad er internasjonal. Det arbeidet personer fra Sverige, Spania, Tyskland, USA, Storbritannia, flere øst-europeiske og asiatiske land hos de bedriftene som ble intervjuet. Mange bedrifter opplever også en stor pågang fra utenlandske arbeidssøkere som ønsker å jobbe i Lofoten for å kunne oppleve stedet og være der over en lengre periode. Dette gjelder i stor grad de mer sesongbaserte

bedriftene og bedrifter som spesialiserer seg på enkelte aktiviteter. Det finnes også eksempler på at man har kunnet tilby helårsjobb til utenlandske arbeidere, med det resultat at de har flyttet til Lofoten og bosatt seg der.

5.1.1.5 Framtidsutsikter for bedriftene og regionen

Det er ingen av aktørene som ser negativt på fremtiden, de fleste opplever og rapporterer om en økning i aktiviteten. Enkelte er imidlertid i en oppstartfase eller etableringsfase og føler derfor en viss usikkerhet ovenfor fremtiden. Andre igjen har planer for videre utvikling og investeringer for fremtidig utvikling. Det virker i det hele tatt å være et preg av optimisme og fremtidstro blant bedriftene vi har snakket med.

Det er flere som nevner et ønske om en ny større flyplass, og en gassferge skal komme i drift om litt, noe som kanskje vil være med å gi en litt mer miljøvennlig profil på fergedriften, fremholdes det. Flere aktører etterlyser en sykkel- og gangsti ut til Å. I dag er veien lite sykkelvennlig, så det å forbedre sykkelmuligheter kan få stor betydning, i tillegg til å utbedre eksisterende veier. Forutsigbarhet knyttet til transport og kommunikasjon framholdes som viktig av flere. En episode med anbud på kortbaneflyvningene til Lofoten (Widerøe mistet oppdraget, for så å få det tilbake) som skapte uro i reiselivet nevnes som et uheldig eksempel. Reiselivet jobber med flere års tidshorisonter med flere års tidshorisonter frem i tid med tanke på innsalg og planlegger med utgangspunkt i dagens kommunikasjonstilbud/ rutetider, og det er uheldig når samferdselssektoren ikke kan følge opp med samme tidshorisonter. Mange bedrifter i regionen er deltagere i Prosjekt Innovative Opplevelser, som samler en rekke bedrifter i Lofoten, Vesterålen, Ofoten, Salten og på Svalbard i et klyngesamarbeid under visjonen «sammen skal vi begeistre våre gjester med opplevelsprodukt i verdensklasse». Prosjektet adresserer direkte flere av satsningsområdene i fylkesplanen (Nordland fylkeskommune).

5.1.2 Vesterålen

Reiselivsnæringen i Vesterålen består i hoved av noen større hoteller på Melbu, Sortland og Andenes, og hovedattraksjonene Hurtigrutemuseet og Hvalsafariene. I tillegg finnes en rekke mindre tilbydere innenfor overnatting, servering, naturguiding og aktiviteter. Det finnes flere regionale satsninger mot reiseliv i Vesterålen, blant annet "Hildreland – Eventyret på yttersida av Vesterålen", Arctic deLight, og det tidligere nevnte Arena prosjektene «Lønnsomme vinteropplevelser» og Arena «Innovative Opplevelser». Vesterålen fremstår som «lillebror» til Lofoten i reiselivssammenheng og har drøyt halvparten av antallet ansatte i overnatting og servering sammenlignet med Lofoten. Regionen har

mange av de samme naturgitte kvalitetene, men ikke det samme velutviklede tilbudet av reiselivsprodukter. I tillegg uttrykker lokale myndigheter et mindre engasjement og innsats her i forhold til reiselivsutvikling enn i Lofoten (Nyheim og Johansen 2010). Blant bedriftene som ble intervjuet var imidlertid optimismen stor og samtidig nevnte flere at områder har stort vekstpotensial i tråd med at overnatting og aktivitetstilbudet utvides, markedsføringen trappes opp og området blir mer kjent internasjonalt. Norwegian sin nyåpnede direkterute fra Gardemoen til Andenes i sommersesongen er et eksempel på økt tilsig av turister.

5.1.2.1 **Generelt**

Representanter for i alt 12 bedrifter i Vesterålen ble intervjuet. Den typiske Vesterålen-turisten reiser i følge de intervjuede bedriftene i mindre grupper eller som enkeltturister og er opptatt av naturopplevelser, uberørthet, lokal kultur og mat. De tegner altså i hovedsak det samme bildet som bedriftene i Lofoten. Mange peker på synergier mellom fiskerinæringen og reiselivet både knyttet til at turister i økende grad ønsker å delta på fiske og lære mer om fiskeforedling, og at levende fiskevær oppleves som en attraksjon. Turister kommer i tillegg for å oppleve spektakulære naturopplevelser knyttet til hval og fuglesafari, vandring, sykling og nordlys. Flere av bedriftene påpekte at Vesterålen har en roligere atmosfære enn Lofoten som i større grad er overfylt av turister. I Vesterålen opplever turistene mindre trengsel enn i Lofoten, og bedriftene har inntrykk av at Vesterålen er i ferd med å bli mer kjent som destinasjon. Av utfordringer som nevnes er at det foreløpig er noe begrenset overnattingskapasitet siden mange av bedriftene er små. Det er dermed ikke tilstrekkelig overnattingskapasitet til å ta i mot større turistgrupper. Flere påpeker at utbygging av Radisson Blu på Sortland vil ha stor betydning for reiselivet og mulighet for å ta imot større grupper. Et annet aspekt som blir trukket fram som en utfordring er veinettet og at det mange steder er utfordrende å komme fram med buss (for eksempel til Nyksund). Det er stor optimisme knyttet til å utvikle Vesterålen som vinterdestinasjon, både med tanke på hvalsafari og på nordlysrelaterte aktiviteter.

5.1.2.2 **Sesong**

I likhet med Lofoten satses det aktivt mot helårsdrift og vinterturisme. 8 av de 12 intervjuede bedriftene har nå helårsdrift og jobber med markedsføring og utvikling av tilbud som hvalsafari, fisketurisme, nordlysopplevelser og overnatting i vintersesongen. Tilstrømming av spekkhogger og knøllhval i fjorden gir grunnlag for pakkereiser og charterturisme knyttet til safari på vinteren. I noen deler av Vesterålen som rundt Andenes har det vært en utviding av sommersesongen i forbindelse med Norwegian sin direkterute fra Gardemoen til Andenes i perioden 24.juni - 19.august 2012. Norwegian melder om at denne

satsningen har vært vellykket og at direkteruten har gått med fulle fly hele juli. Flere bedrifter er også i gang med å skreddersy produkter mot nordlysfotografering og markedsføring av dette mot Europa.

5.1.2.3 **Markedssegmenter**

I Vesterålen kommer den største etterspørsel fra enkeltturister og mindre grupper. Enkelte større bedrifter som hvalsafari opplever charterreiser og bedriftsreiser som et nytt markedssegment i vekst. Noen overnattingsbedrifter samarbeider med destinasjonsselskaper i Europa og får tilreisende grupper med buss. Destinasjonsselskapene selger også pakkereiser for mindre grupper og individuelle turister. Viktige kundegrupper utenom Norge kommer fra Tyskland, Skandinavia, Nederland, Frankrike, Spania og Italia. De siste årene har det også vært vekst i turister fra Russland som veier opp for nedgangen i turister fra Spania og Italia.

5.1.2.4 **Arbeidskraft**

Ni av 12 informanter benytter seg av lokal arbeidskraft, mens 6 av bedriftene kombinerer lokal arbeidskraft med utenlandske sesongarbeidere i sommerhalvåret. I likhet med i Lofoten hentes mye av den sesongbaserte arbeidskraften fra utlandet. Det arbeider personer fra Skandinavia, Italia, Nederland, og flere øst-europeiske og asiatiske land hos informantene. Bedriftene som tilbyr guiding og opplevelse har i hovedsak ansatt lokale fiskere i kombinasjon med utenlandske guider som behersker mange språk. Hos hvalsafari er det krav om å snakke tre språk flytende. Det er i økende grad behov for guider som snakker russisk. Språk er også et krav til ansatte ved overnattings- og servicebedrifter. Flere av fulltidsstillingene innenfor administrasjon og service er besatt av lokale. Det finnes også flere eksempler på at utenlandske aktører har startet egne bedrifter eller blitt fast ansatt i turistnæringen og dermed har bosatt seg i områdene (for eksempel i Nyksund, Myre og Andenes). Flere av de minste bedriftene er lokale familiebedrifter, eller sesongdrevne foretak i kombinasjon med fiskeri.

5.1.2.5 **Framtidsutsikter for bedriftene og regionen**

Både overnattingsbedriftene og guide- og opplevelsesbedriftene mener at naturen og naturressursene er de viktigste kvalitetene for virksomheten, og har tro på at roen, stillheten og nærhet til relativt uberørt natur er et produkt som i økende grad etterspørres hos kjøpekraftige turister. I likhet med bedriftene i Lofoten har bedriftene i Vesterålen stor tro på økt vekst. Mange påpeker Vesterålens potensial som mindre berørt av turisme enn Lofoten ("ikke

overkommersialisert”) og at de er i startgropa når det gjelder markedsføring. Utfordringen slik flere beskriver den er å begrense turiststrømmen på en måte som gjør at ikke kvalitetene ved området forringes. I tillegg til direkteflyvningene med Norwegian til Andenes i sommerhalvåret og byggingen av hotell på Sortland, har informantene forventninger til utvikling av nasjonal turistveg på Andøya, og et opplevelsessenter knyttet til romfart i samme område. Rakettskytefeltet nevnes som eksempel på satsning som kan ha positive ringvirkninger for reiselivet. Flere påpeker også synergieffekter mellom fiskeri og turisme, for eksempel gjennom fisketurisme eller kombinert natur- og kulturguiding og fiske. Utfordringer som blir nevnt er manglende engasjement fra lokalpolitikere og at reiselivet ikke blir oppfattet som et viktig satsningsområde. I tillegg nevner flere dårlig veistandard som problematisk, spesielt vinterstid.

5.1.3 Harstad

Harstad har en høyere andel enn landsgjennomsnittet for antall ansatte i servicenæringen, og fungerer som et transittsted i forbindelse med yrkesreiser. I funksjon av å være servicesenter for ulike bedrifter preges reiselivsnæringen av forretningsrelatert reiseliv, som er av tilnærmet samme størrelse som ferie og fritidsmarkedet.

5.1.3.1 Generelt

Fem bedrifter ble intervjuet i Harstad. Av disse er det to overnattings- og serveringsbedrifter, en naturguiding bedrift, og en bedrift som kombinerer overnatting og naturopplevelser. Den femte bedriften er et destinasjonsselskap for Harstad-regionen. I følge bedriftene er yrkestrafikk, kurs og konferanser viktigere aktiviteter i Harstad enn ferie- og fritidsmarkedet. Noe av grunnen til dette kan være at Harstad benyttes som et stoppested for turister på vei til andre destinasjoner som Lofoten/Vesterålen og Tromsø. Det er dermed en utfordring å holde på turister i mer enn et døgn.

Innenfor ferie og fritidssegmentet går trenden i retning av aktivitetsferier, grønt/miljø og lokale matopplevelser. Tre av bedriftene mener at naturkvaliteter ved Harstad som fugleliv, hval og skjærgård er lite kjent blant turister og burde vært bedre markedsført. Området har en rik lokalhistorie knyttet til vikingtiden, minnesmerker og tufter i tillegg til natur og vilt.

Tre av bedriftene påpeker at samarbeid og satsninger på reiseliv i Harstad er mangelfull, og at flere bedrifter selv forsøker å styrke lokalt samarbeid mellom for eksempel overnatting, servering og opplevelsestilbud.

5.1.3.2 **Sesong**

De fem intervjuede bedriftene i Harstad har alle helårsdrift. Hovedsesongen for turisme er primært april/mai til august/september. Ulike kundegrupper dominerer i de ulike sesongene, turister i sommersesongen og bedrifter og næringsliv i vintersesongen. Det kommer også flere japanske turister i vintersesongen, mens land som Tyskland, Frankrike, Italia og Nederland dominerer om sommeren. Bedriftene som jobber med aktiviteter tilbyr guiding knyttet til fugl og skjærgårds opplevelser om sommeren, mens hvalsafari og nordlyssafari dominerer om vinteren.

5.1.3.3 **Markedssegmenter**

En viktig kundegruppe for overnattingsbedriftene er utenlandsk, nasjonalt og lokalt næringsliv, blant annet ansatte i petroleumssektoren. Overnattingsbedriftene har også utenlandske bussreiser som overnatter 1-2 døgn på vei mot Tromsø eller Lofoten. Informantene som tilbyr guiding og naturopplevelser har enkeltreisende og grupper fra et regionalt, nasjonalt og internasjonalt marked som vil oppleve naturen, besøke severdigheter og delta på arrangementer. To av informantene som tilbyr guiding oppgir næringsliv som en viktig kundegruppe, mens en tredje informant mener at denne gruppen er mindre vesentlig i forhold til deltagelse på kultur og andre arrangementer. Denne informanten hevder videre at guideoppdrag for turistgrupper har vært økende og kurs/konferanse har vært minkende over de siste årene. En trend innenfor turisme er at det både kommer enkeltturister og det satses mot masseturisme (for eksempel anløp av cruiseskip). Kurs/konferanse kan også bli viktigere.

5.1.3.4 **Arbeidskraft**

Tre av bedriftene benytter seg av kun lokal arbeidskraft, mens de to andre sysselsetter en kombinasjon av lokale og utenlandsk sesongarbeidskraft fra blant annet Island, Danmark og Frankrike. Studenter fra høyskolen i Harstad utgjør et viktig bidrag til arbeidsstokken i overnattings- og serveringsbransjen. Informantene som tilbyr guiding har lokale arbeidstagere som er kjent i området og med lokal natur og kultur.

5.1.3.5 **Framtidsutsikter for bedriftene og regionen**

Sammenliknet med informantene i Lofoten og Vesterålen er optimismen knyttet til reiselivet i Harstad regionen svært moderat. Flere ser på petroleumsutvikling som en mulighet til befolkningsvekst og økonomiske ringvirkninger som også vil ha positiv påvirkning på reiselivet. Tre nevner at petroleumsutvikling i Harstad

vil være svært positivt for deres bedrift. Andre planlagte investeringer i regionen som informantene mener kan ha betydning for reiselivet er Evenes lufthavn og utviklingen der, samt bedring av veinettet. I tillegg nevnes Hålogalandsbrua (Narvik) som vil korte inn reisetiden innad i regionen, og styrke flyplassen på Evenes. Det blir også påpekt utbedring av veinettet mellom Lødingen-Harstad burde foretas i tillegg til opprettelse av fergeforbindelse Harstad-Skrolsvik og utvikling av reiseopplevelser på Trondeneshalvøya.

5.1.4 Senja

Senja er Norges nest største øy. Den består av fire småkommuner og regionsenteret Lenvik (som ligger dels på Senja og del på fastlandet). Hovednæringer er fiske, videreforedling av fisk og gruvedrift. Reiselivstilbudet har i stor grad vært rettet mot næringslivets behov, dvs mye yrkestrafikk, men de senere år har feriemarkedet økt sin andel. Naturen på øya er lik Lofoten og deler av Vesterålen, og reiselivstilbudene er havfiske, kajakk, opplevelsesbedriften Senjatrollet, fotturer og toppturer, samt serverings- og overnattingsbedrifter. Fem bedrifter er intervjuet på Senja. Reiselivsvekst på Senja har vært et mål for kommunene og fylkeskommunen. Målsetningene er støttet gjennom infrastrukturforbedringer, som sommerdrevne ferjer mellom Andenes og Gryllefjord, og Botnhamn – Brensholmen (Tromsø kommune). Våren 2011 stod den nasjonale turistveien mellom Gryllefjord og Botnhamn ferdig. Veien mellom kommunene på yttersidene er begrunnet med ønske om vekst i antall besøkende.

5.1.4.1 Sesong

Alle bedriftene har helårsdrift, men med noe redusert bemanning vintertid. Bedriftenes målsetning om helårsdrift har også gjort det mulig å beholde en kompetent arbeidsstab.

5.1.4.2 Markedssegmenter

Tilbudet av reiselivsaktiviteter på Senja har tidligere vært sentrert om å tilby overnatting og servering. Dette preger ennå reiselivsstrukturen, men det er klare tendenser til at nyere etableringer kombinerer overnatting, servering og aktiviteter. Gjennom prosjektene Arena Vinteropplevelser søker Destinasjon Senja å tiltrekke seg besøkende i den rolige vinterperioden. Senja har kurs konferanse og yrkestrafikk som hovedsegmentene. Dette er segmentet de intervjuede bedriftene tror vil profittere på et landanlegg et sted på ”yttersiden”.

5.1.4.3 Arbeidskraft

Det er få større aktører i regionene. En bedrift forteller at de gjennom bedriftstiltak har greidd å beholde lokal bosatt arbeidskraft og kun noe økt sommersysselsetting. En annen bedrift rekrutterer gjerne lokalt, men ser at bedriften er avhengig av utenlandsk arbeidskraft. Dette er til dels arbeidsinnvandrere som har etablert seg i kommunen.

5.1.4.4 Framtidsutsikter for bedriftene og regionen

Senja har satset på reiseliv gjennom tiår ble det fortalt, men utenom de store aktørene som Finnsnes Hotell, Senjastua og Hamn i Senja var tilveksten av besøkende og etableringer liten og mindre enn ønsket. Hovedønsket fremover er mer stabil helårsdrift gjennom å satse på vinteropplevelser. Prosjektet Lønnsomme Vinteropplevelser tok utgangspunkt i drøyt 10 bedrifter i Troms, og samler nå snaut 50 bedrifter i Nordland, Troms og Finnmark. Hovedvekten av bedriftene er i Troms, inklusive enkelte i Senja.

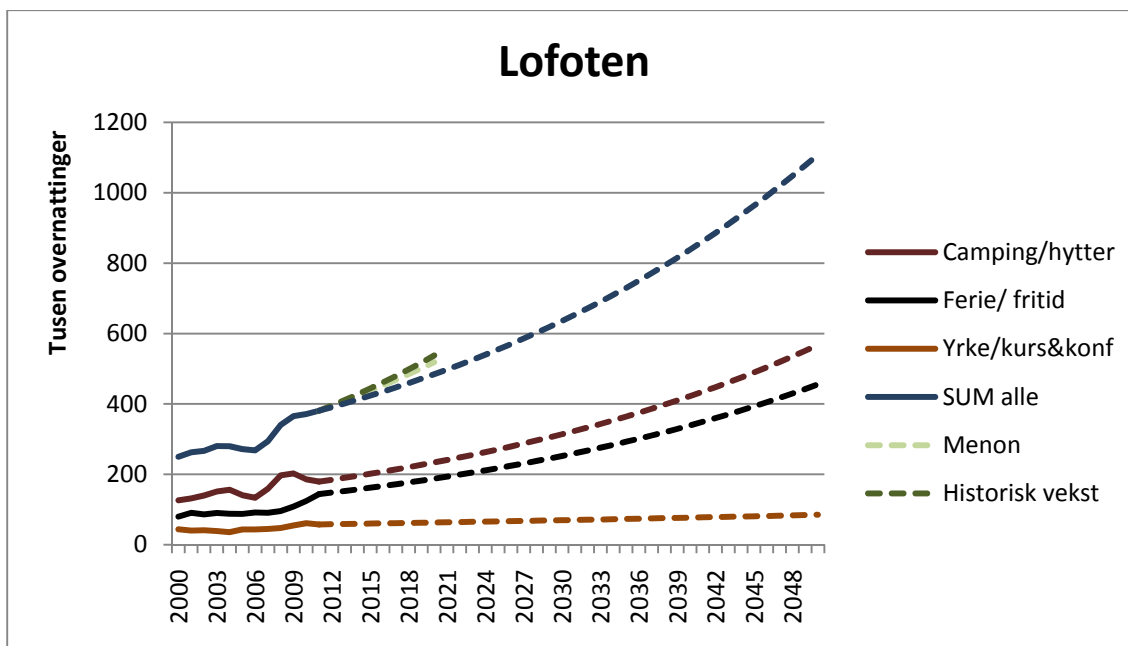
5.2 Framskrivninger basert på siste års utvikling

Norut 2012 fremlegger på basis av de siste års utvikling, og med tanke på den økonomiske utviklingen i landsdelens hovedmarkeder en ulik veksttakt for de ulike regionene og for de ulike markedssegmentene.

Tabell 13 Vekstfremskrivninger for reiselivet i LoVeHaSe. Kilde: Menon 2012

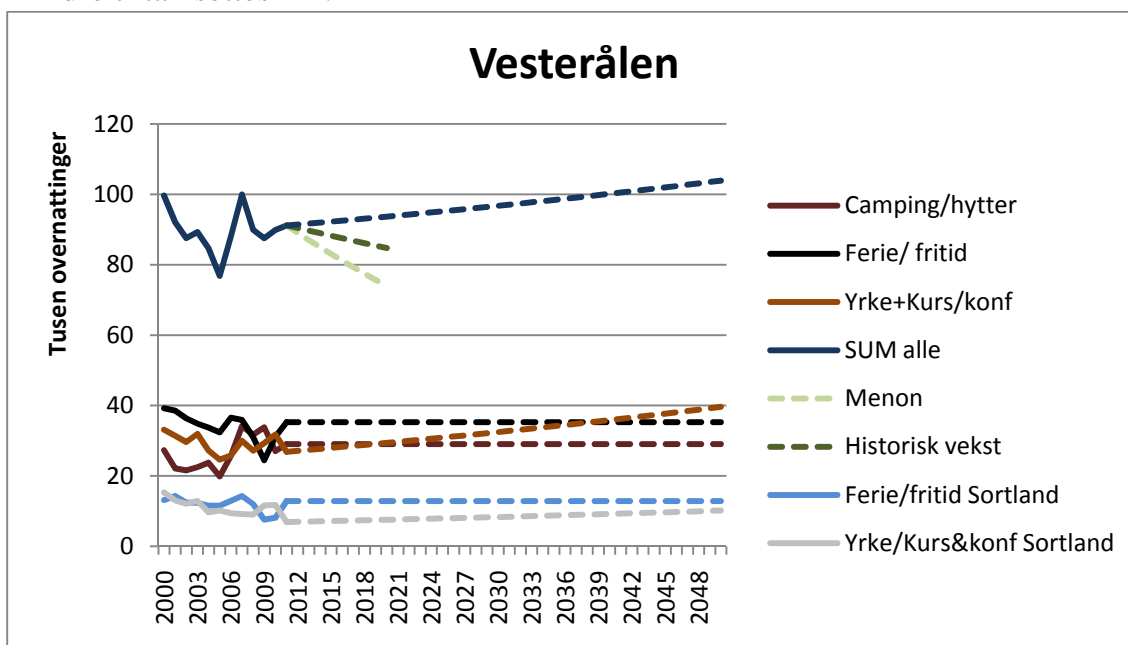
	Lofoten	Vesterålen	Harstad	Senja
2012-2020	3,5%	-2,3%	2,7%	7,3%

Lofoten har opplevd vekst i ferie og fritidssegmentet, og har et etablert merkenavn. Prognosen for Lofoten i figur 17 baserer seg på 3% vekst i feriesegetet, mens yrkestrafikken opplever en prosent vekst. Denne veksten vil ikke komme jevnt i Lofoten, men en fortsatt sentralisering innen Vågan kommune. Under forutsetning at ny flyplass bygges på Gimsøy, vil noe mer av veksten fordele seg til Vestvågøy.



Figur 17 Overnattinger i Lofoten basert på 3% årlig vekst i ferie/fritid, 1% i yrkesreiser, 3,5% fra Menon og 3,9% årlig vekst basert på historisk vekst 2000-2011.

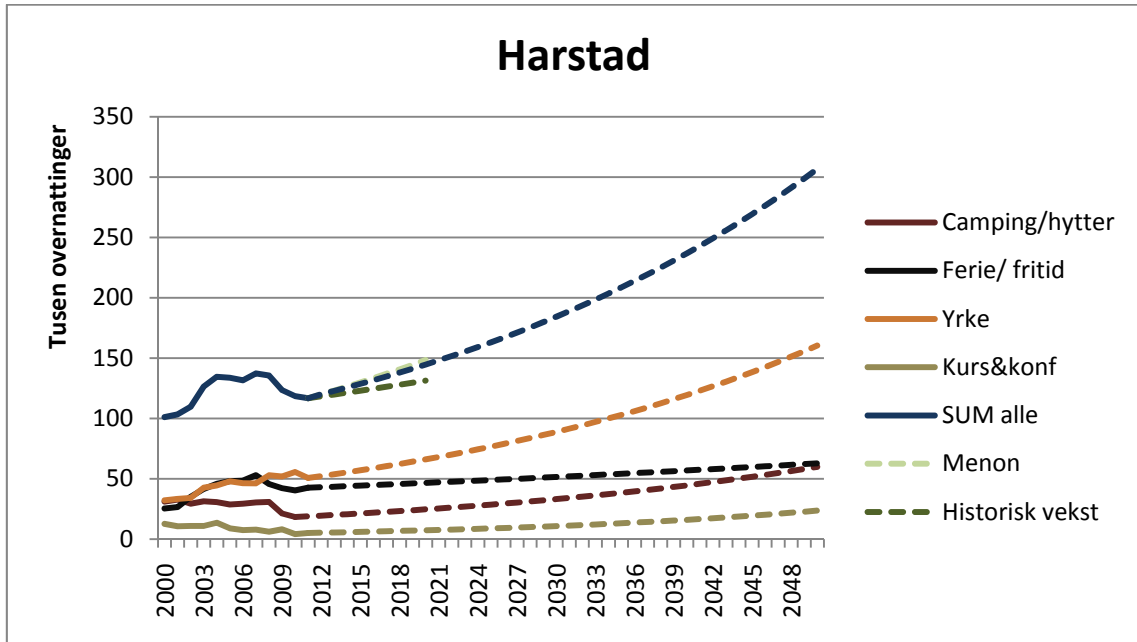
Vesterålen har nedgang i feriemarkedet, mens yrkestrafikken er stabil. Yrkestrafikken fordeler seg i hovedsak til Hadsel og Sortland. Basert på veksten de siste årene vil turiststrømmen fortsette å konsentrere seg til Sortland, med mindre tiltak settes inn.



Figur 18 Overnattinger i Vesterålen basert på null vekst i ferie/fritid, 1% årlig vekst i yrkesreiser, 2,3% årlig reduksjon fra Menon og 0,8% årlig reduksjon basert på historisk vekst 00-11.

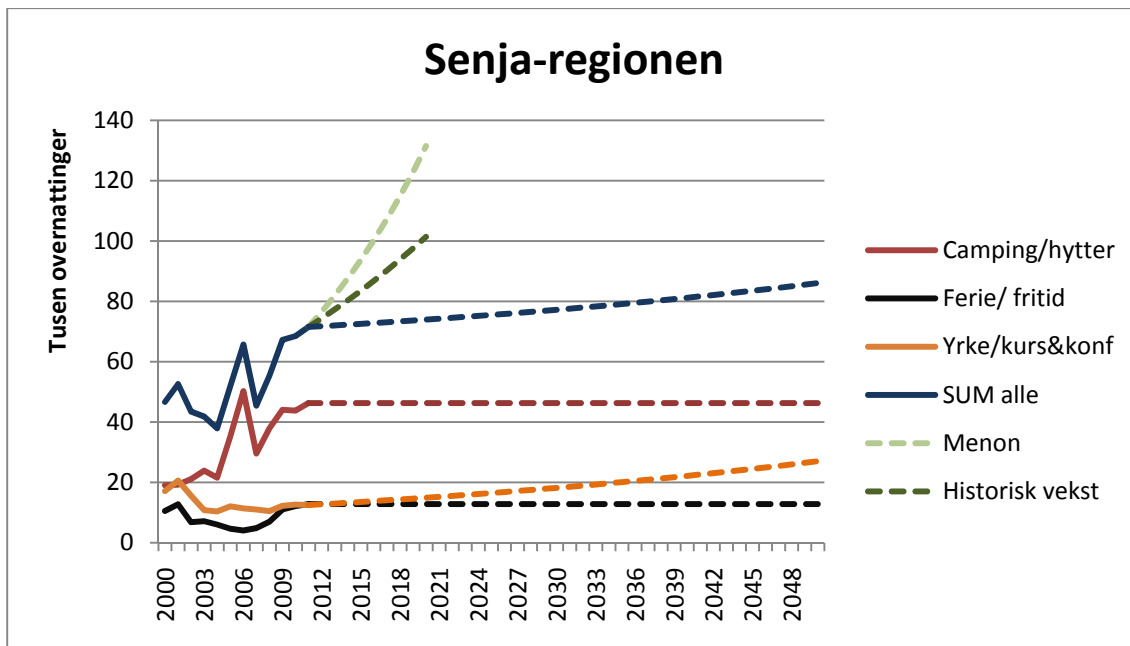
Harstad har relativt færre feriereisende, og det vektlegges i bedriftsintervjuene at de som kommer er bussgrupper på vei til eller fra Lofoten. Det er lite som tilsier

vekst i segmentet, som for eksempel økt attraktivitet. Feriemarkedet forventes ikke å øke med mer enn en prosent, men med de nyetableringer av petroleumsaktiviteter som kan identifiseres.



Figur 19 Overnattinger i Harstad basert på 1% årlig vekst i ferie/fritid, 3% i yrkesreiser, 4% i kurs/konferanse, 2,7% fra Menon og 1,3% basert på historisk vekst 2000-2011.

Senja har et feriemarkedet som er stabilt og ikke økende. Begge de to større bedriftene som er intervjuet bekrefter at der de ser vekst og tenker at ytterligere vekst vil komme er innenfor kurs og yrke.



Figur 20 Overnattinger på i Senja-regionen basert på null vekst i ferie/fritid, 2% årlig vekst i yrkesreiser, 7,3% vekst fra Menon og 4% basert på historisk vekst 2000-2011.

5.3 Oppsummering

Utviklingen de siste årene har vært preget av variasjoner mellom delområdene. Lofoten opplever en gradvis vekst, mens nærliggende Vesterålen har en markant nedgang i ferie- og fritidsreisende. Det positive for Vesterålen er relativt sett flere nyetableringer enn hva vi finner i de andre regionene. Senja fremkommer som i stor vekst og med en betydelig reiselivssysselsetting, men dette skyldes utelukkende busselskapet Cominors etablering av hovedkontor på Finnsnes. Dette er således en klar indikasjon på hvilke feilkilder som ligger i rene statistiske tilnærminger uten å korrigere for slike endringer knyttet til relokalisering. Harstad trekker i all hovedsak yrkesreisende (inkl kurs og konferansemarkedet), og den store drivkraften for fremtidig økonomisk utvikling er petroleumssektoren. Næringen preges generelt av vekst, selv om det er variasjon mellom delområdene. Aktørene gir et bilde av en næring med økende grad av profesjonalisering og mer helårlig virksomhet.

Intervjuene med representanter fra reiselivsnæringen i studieområdet gir gjennomgående inntrykk av en næring som er inne i en positiv utvikling i Lofoten og Vesterålen, mens situasjonen synes å være preget av stabilitet og noe uforløst potensial i feriemarkedet i Harstad. Aktørene på Senja ser at regionen i helhet ikke har oppnådd sine vekstmålsetninger, men enkeltaktører utvider og andre har planer om utvidelse.

Om det er åpenbare forskjeller mellom oppfatninger i intervjuene og de økonomiske analysene, er mulige årsaker til dette:

- Vekst de siste to – tre år fanges ikke i stor nok grad opp i de økonomiske analysene (som påvirkes mye av utviklingen i perioden 2005 – 2010).
- Utviklingen på bedrifts- og klyngenivå kan være annerledes enn på kommune- og regionnivå
- Reiselivets ringvirkninger inne handel, kulturliv og utviklingen innenfor for eksempel utleie av hytter/fritidsboliger er ikke godt nok fanget opp i de økonomiske analysene (jfr Dybedal 2010)
- Entreprenører og drivere av reiselivsbedrifter i området er gjennomgående positivt innstilt og legger andre/flere kriterier til grunn for om virksomheten går bra enn utviklingen i antall ansatte og verdiskaping
- Kombinasjoner av dette

6 VIRKNINGER AV PLANLAGT PETROLEUMSVIRKSOMHET FOR REISELIVSNÆRINGEN

Analysen av hvordan normaldrift petroleum kan komme til å påvirke reiselivsnæringen i kjerneområdet bygger på tre datasett. De tre analysene presenteres i tre delkapitler: Del 6.1. presenterer reiselivsutviklingen i Hammerfest og Finnmark fylke, i tidsrommet før, under og etter Snøhvitutbyggingen. Del 6.2 presenterer hovedfunnene fra intervjuene med representanter fra reiselivsnæringen i Lofoten, Vesterålen, Harstad og Senja om deres syn og vurderinger av de mulige virkningene av framtidig petroleumsvirksomhet. Reiselivsaktørene er bedt om å forholde seg til aktivitetsbildene (beskrevet i kapittel 2.3.1.1. og 2.3.1.2), og reflektere rundt hvordan disse kan tenkes å påvirke deres bedrift og næringen i regionen for øvrig. Kapittel 6.3 presenterer hovedresultatene fra en survey blant turister i Lofotområdet i august 2012 om deres syn på hvordan petroleumsvirksomhet kan påvirke deres motiver, interesse og sannsynlighet for å besøke området i en situasjon med petroleumsvirksomhet.

6.1 Snøhvitutbyggingens effekter på reiselivet i Hammerfestregionen

Gassfeltet Snøhvit ble besluttet utbygd i 2002. Gassen skulle føres til et LNG omdanningsanlegg på Melkøya og derfra fraktes til USA og Europa ved LNG tankskip. Anleggsfasen var stipulert til å vare fra 2002-2006, men anlegget kom først i drift i 2007. I anleggsfasen var 2500 engasjerte i arbeidet lokalt, mens driftsfasen g 353 arbeidsplasser på LNG anlegget, samt 700-800 stillinger direkte avledet.

Forventningene til lokale og regionale ringvirkninger av Snøhvitutbyggingen er beskrevet i flere rapporter i tilknytning til konsekvensutredningen fra 2001. I etterkant av utbyggingsfasen (fra 2006) forelå også rapporter og data som viser hva den faktiske utviklingen ble.

6.1.1 Forventningsbildet rundt 2001

I flere av rapportene i tilknytning til konsekvensutredningen for Snøhvit fra 2001 (Statoil 2001: 125, se også Bedriftskompetanse 2001, Agenda 2001) omtales de forventede sysselsettingseffektene av Snøhvit – både i anleggs- og driftsfasen. For treårsperioden 2003-5 ble det anslått at de regionale virkningene i Vest-Finnmark vil ligge mellom 300 og 400 årsverk per år, med 2005 som forventet

toppår med 380 arbeidsplasser/årsverk¹⁴. Innen hotell og restaurant var det ventet nær en dobling (+92%, 140 årsverk) (Statoil 2001, tab. 7-3,s.126; Agenda 2001:tab. 6.2,s.49).

I driftsfasen, eksemplifisert ved året 2010, ble det antatt at økningen i sysselsettingen i hotell og restaurant ble begrenset (5% iflg. Statoil 2001, , s. 126; 2% iflg. Agenda 2001). Dette overordnede bildet støttes også av rapporten fra Bedriftskompetanse (2001). Hovedbildet i disse rapportene¹⁵ tegner en betydelig vekst i reiselivet (operasjonalisert gjennom sysselsatte i hotell/restaurant) utover i anleggsfasen 2002-2006, og en markant nedskalering i overgangen til driftsfasen.

6.1.2 Hammerfests reiselivsnæring inn i petroleumsæraen

Konsekvensutredningene og tilliggende betraktninger om reiselivets utvikling som følge av petroleumsdrift viser at det ville skje en sterk økning i utbyggingsfasen, og en påfølgende nedskalering i driftsfasen. LNG anlegget på Melkøya er synbart fra Hammerfest, det preger byens infrastruktur og indikerer en by i endring fra fiskeri til petroleum. Sentrale spørsmål er hvorvidt turistmarkedet har endret seg, og om vi kan identifisere en ”ny” reiselivsnæring som skiller seg fra den tidligere.

6.1.2.1 Hotellovernattinger

SSB-data viser at utviklingen i hotellovernattinger pr. år i Hammerfestregionen (Hammerfest, Kvalsund, Hasvik) i hovedtrekk følger prognosene om en kraftig vekst i løpet av anleggsfasen, og en reduksjon ned mot utgangsnivået i driftsfasen (tabell 14). Økningen i antall hotellovernattinger fra bunnåret 2001 til toppåret 2006 var på 51,7%. Vi ser også at gjennomsnittet for de to siste år (50. 552 overnattinger) ligger 8,3% over nivået i 2000, og 11,4% over nivået i periodens bunnår 2001.

Tabell 14 Hotellovernattinger i Hammerfestregionen årene 2000-2011. Kilde: Statistikknett/SSB.

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
4666	4522	4866	4921	4855	5899	6859	5615	5138	5346	5116	4994
8	8	6	2	9	1	2	5	6	1	2	3

Hvis vi ser på fordelingen mellom norske og utenlandske gjester (tabell 15), ser vi en markant vekst i norske gjester 2001-2006 parallelt med en kraftig nedgang i antall utenlandske gjester fra 2002 til og med 2005. Dette kan bety de

¹⁴ Statoil (2001:s.126) kommenterer at en i denne tabellen litt upresist har betraktet et nytt årsverk som lik en ny arbeidsplass.

¹⁵ Det skal her nevnes at den nyeste rapporten om ringvirkninger av petroleumsvirksomheten (Berg Nilssen et al 2012) ikke omhandler reiselivet som sådan.

petroleumsrelaterte overnattingene inntok hotellene, mens kanskje spesielt turoperatørene valgte andre overnattinger uten tilsvarende pris- og kapasitetsvekst. I en studie av reiseliv og vindkraftutbygging, viser Bjerkestrand (2010) til hvordan anleggsarbeiderne ved vindmølleparken for utbyggingsfasen presset ut fisketuristene, men også at økonomisk overskudd tillot bygging av større kapasitet.

Tabell 15 Hotellovernattinger i Hammerfestregionen 2000-2011 fordelt på norske og utenlandske gjester. Kilde: Statistikknett/SSB

År	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Totalt	4666	4522	4866	4921	4855	5899	6859	5615	5138	5346	5116	4994
	8	8	6	2	9	1	2	5	6	1	2	3
Nordmenn	3472	3084	3455	3938	4185	5489	6122	48	41	37	34	34
	3	5	4	4	2	2	7	887	339	009	764	511
Utlendinger	1194	1438	1411	9828	6707	4099	7365	7 268	10	16	16	15
	5	3	2						047	452	398	432
Utlendinger	25,6	31,8	29,0	20,0	13,8	6,9	10,7	12,9	19,6	30,8	32,1	30,9
%												

Hvis vi ser nærmere på overnattingstatistikken fordelt på formål (tabell 16), ser vi at yrkesopphold utover kurs og konferanser hadde en markert vekst fra 2001 til 2006, og fortsatt et høyt nivå i 2007. I toppåret 2006 var antallet yrkesrelaterte overnattinger 235% av 2001-nivået.

Tabell 16 Overnattinger i Hammerfestregionen, fordelt på formål og år. Kilde Statistikknett/SSB.

	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2011
Ferie	19922	18919	15234	15547	15451	25387	18158
Yrke	20730	26329	30017	48731	32461	23152	26416
Kurs/konf	6016	3418	3308	4314	3474	2623	5369

Overnattinger knyttet til yrkesopphold hadde sin laveste andel av totalen i 2001 (40,4%), og hadde i toppåret 2006 økt til 71% av hotellovernattingene. I 2007 gikk antallet overnattinger ned for alle tre segmenter, men yrkesrelaterte overnattinger økte likevel sin relative andel til 78%, på grunn av sterkere nedgang i de to andre segmentene. Reiselivsselskapet Hammerfest Turist kommenterer i sine årsrapporter at nedgangen i antall yrkesgjester og økningen i ferie- og fritidsgjester er "en naturlig dreining i og med at Snøhvitprosjektet er gått over i driftsfase" (Hammerfest Turist 2009, 2010, 2011). NHO Reiseliv oppgir at nedgangen i ferie- og fritidsovernattinger utover i anleggsperioden er et resultat av fortrenningseffekter – turoperatørene styrte utenom Hammerfest på grunn av kapasitetsproblemer, og at man fikk en økning i bl.a. Lakselv og Porsanger (Gunnar Nilsen, NHO, personlig meddelelse)

Disse endringene i Hammerfestregionen skiller seg markert fra tallene for fylket samlet, som viser et rimelig stabilt bilde i perioden 2000-2011. Andelen

overnattinger knyttet til kurs og konferanser for Finnmark under ett ligger i denne perioden i intervallet 9,1%-11,6%, yrkesreiserelaterte overnattinger ellers i intervallet 34,0%-37,5, og ferie og fritidsovernattinger i intervallet 52,1%-58,8%. Hotellovernattingene nådde et toppår i 2006, men sysselsettingen innen overnattings- og serveringsvirksomhet – samt antall flypassasjerer – først nådde sin topp i 2007.

6.1.2.2 Omsetning

Inntektene pr rom på hotell og andre overnattingsbedrifter (RevPar) hadde i perioden 2007-2010 en markant nedgang i Hammerfestregionen, med en kraftig økning igjen i 2011 (tabell 17).

Tabell 17 Inntekter pr. rom i Hammerfestregionen i perioden 2007 - 2011. Kilde NHO 2012

2007	2008	2009	2010	2011
486	407	358	336	469

Inntektene pr. rom falt med 31% fra 2007 til 2010, men økte så med 40% fra 2010 til 2011, og lå da kun 3,5% under 2007-nivået (NHO: Nord-norsk reiselivsstatistikk 2012, s.28). Nedgangen fra 2007 til 2010 er betydelig kraftigere i Hammerfestregionen enn i Nord-Norge for øvrig (-10%), men med den kraftige økningen ligger man faktisk over gjennomsnittet (=434) for landsdelen (NHO: Nordnorsk reiselivsstatistikk 2011:27).

6.1.2.3 Attraksjonsturisme – Nordkapphallen

Fyrtårnsattraksjonen i Finnmark er Nordkapp med Nordkapphallen. Nordkapp er en spektakulær klippe, sagt å være det nordligste punktet på fastlands-Norge, men ligger faktisk på en øy (Magerøya). Blant utlendinger som ferierer i fylket oppgir nærmere 90% av motivasjonsfaktoren er å se Nordkapp (Krogh et al 1996). Nordkapphallen er servicesenter for Nordkapp-turister, og besøkstallene for Nordkapphallen er den beste indikatoren for omfanget av besøkende til Nordkapp (tabell 18). Tallene viser en svak reduksjon i besøk fra 2000 til 2001, for så å øke svakt hvert år under Snøhvit's anleggsperiode, med en reduksjon fra 2005-06. I 2007 økte besøkstallet og lå i 2006 -09 ganske stabilt rundt 10% over snittet for de foregående år, og økte videre i 2010 og 2011 til et nivå 20 prosent over 2000-nivået.

Tabell 18 Besøkende til Nordkapphallen i årene 2000 - 2011, fordelt på grupper. Kilde: NHO Reiseliv

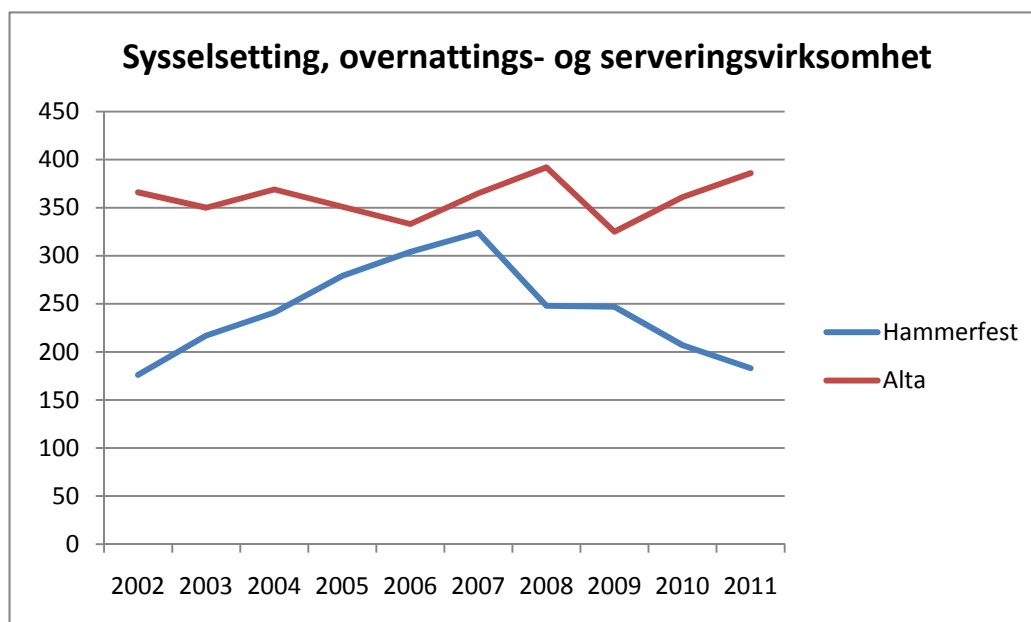
År	2000	2002	2004	2006 ¹⁶	2008	2010	2011
Privat	48 900	48 562	50 848	54 326	52 493	52 630	51 528
Grupper	77 840	75 927	60 134	60 787	54 785	61 989	65 543
Cruise	36 399	33 219	44 780	53 716	61 741	67 140	61 867
Hurtigruten	33 682	38 329	44 307	44 217	50 781	51 268	57 298
Total	196 821	196 037	200 069	213 046	219 800	233 027	236 236
Endring	100,0	99,6	101,7	108,2	111,7	118,4	120,0

Tallene tillater ikke å si noe om årsakssammenhenger, men den vesentlige veksten i besøk det siste tiåret har kommet i etterkant av anleggsperioden for Snøhvit. Vekstbidraget fra cruise- og hurtigrutetrafikken gir, til tross for variasjoner mellom enkelt år, større utslag enn privat- og gruppebesøk.

6.1.2.4 Sysselsatte

Sysselsetting innen overnattings- og serveringsvirksomhet i Hammerfest følger kurven den samme profilen som for antall hotellovernattinger, men med kraftigere vekstutslag. Her ser vi en økning på 84,1% fra 2002 til 2006, etterfulgt av en reduksjon som bringer sysselsettingen i sektoren nesten ned på 2002-nivå i 2011 (Figur 21

). Sysselsettingen i 2011 ligger 4,0 % over 2002-nivået.



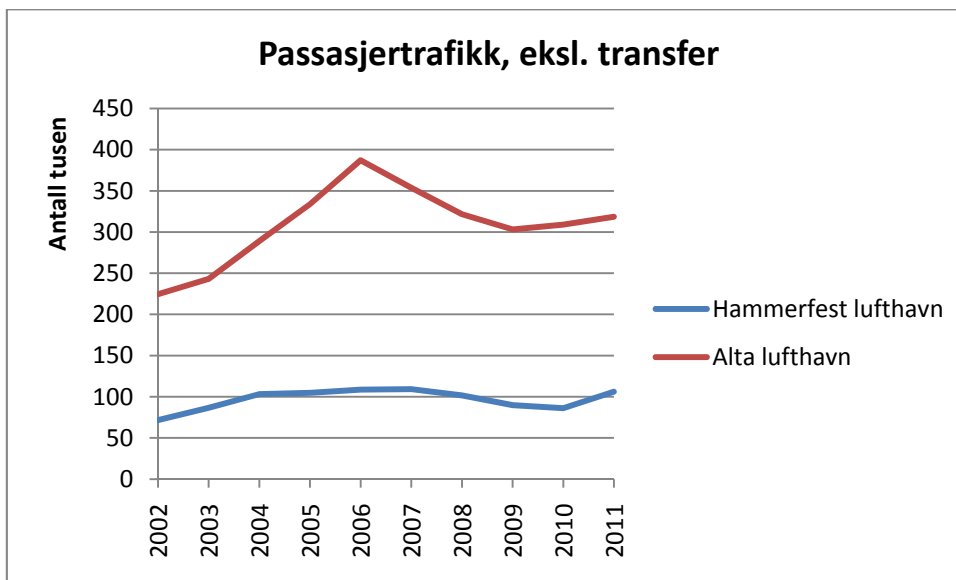
Figur 21 Sysselsetting overnatting- og serveringssteder i Hammerfest og Alta, 2002-2011. Kilde: SSB

¹⁶ De publiserte tallene fra NHO Reiseliv for 2006 er ikke korrekte, og de tallene vi presenterer her, er akseptert av NHO reiseliv Nord-Norge (Gunnar Nilsen, pers. meddelelse.)

Sammenligner vi antallet sysselsatte med antallet hotellovernattinger, ser vi at overnattingene nådde sin topp (68 592) i 2006, og ble redusert med nesten 12 500 overnattinger (18%) til året etter (56 155 i 2007). Mens antallet overnattinger ble kraftig redusert i 2007, fortsatte antall sysselsatte i overnatting- og serveringsvirksomhetene å vokse, og falt først i 2008.

6.1.2.5 Flytrafikk

For Hammerfest lufthavn er de årlige passasjertallene fremstilt i figur 22 og tabell 19. Etter et 16% fall fra 2000-01, øker passasjertrafikken kraftig fram til 2004, og svakere fram til toppåret 2007 som ligger nær 40% over 2000-nivået. Deretter går passasjertallet nedover og ligger i 2010 knappe 10 prosent over 2000-nivået. I 2011 øker igjen passasjertallet kraftig.



Figur 22 Passasjertrafikk, lufthavnene i Hammerfest og Alta, 2002-2011. Kilde: SSB

Tabell 19 Antall passasjerer pr. år, Hammerfest lufthavn, for endringer er år 2000=100. Kilde: Avinor

År	Passasjerer	Endring
2000	78454	100,0
2001	65959	84,1
2002	71528	91,2
2003	86471	110,2
2004	103216	131,6
2005	104840	133,6
2006	108757	138,6
2007	109256	139,3
2008	101744	129,7
2009	89743	114,4
2010	86211	109,9
2011	106053	135,2

6.1.2.6 Kurs- og konferansemarkedet.

I årsmeldingen for markedsføringsorganet Hammerfest Turist 2005 vises det til Hammerfest som ”multienergibyen”, og at Snøhvit er første prosjekt i Norges tredje største petroleumsprovins. Dette – i sammenheng med den kommende (2008) åpningen av nytt kulturhus – antas å gi muligheter for en stor og fleksibel arena for så vel kongresser og konferanser som kulturarrangementer. Reiselivsselskapet slår fast at kurs- og konferansemarkedet ”kan utvikles til å bli et av Hammerfest Turists viktigste satsingsområder”. I 2007, 2009 og 2010 ligger hotellovernattinger knyttet til kurs og konferanse på rundt 2500 pr. år. I 2008 var det nær 1000 flere slike overnattinger, og fra 2010 til 2011 ble kurs- og konferanserelaterte overnattinger fordoblet. Hammerfest Turist refererer disse tallene i sine årsmeldinger, men kommenterer ikke endringene mellom år. Hvorvidt økningen i 2011 er uttrykk for en trend i tråd med reiselivsselskapets forhåpninger i 2005, eller utslag av tilfeldigheter i konferansemarkedet vites ikke.

6.1.3 Oppsummering

Reiselivet i Hammerfestregionen (operasjonalisert gjennom overnattingsstatistikk og antall flypassasjerer) opplevde betydelige positive effekter av anleggsfasen for Snøhvit. Overnattingsstatistikken viser at det var overnattinger knyttet til yrkesopphold utover kurs/konferanser som desidert ga det viktigste bidraget i denne sammenhengen. I de ti årene etter 2000, har kurs/konferanse-relaterte overnattinger ligget under 50% av 2000-nivået i fem år, og det er først i 2011 at man nærmer seg 2000-nivået (89%). Hotellovernattinger knyttet til ferie-

og fritidssegmentet avtok utover i anleggsfasen, og dette knyttes trolig til midlertidige fortrenningseffekter. Midlertidigheten understrekes ved at dette segmentet hadde et høyt overnattingsvolum igjen i 2009 og 2010. Det er således få tegn til at petroleumsvirksomheten (under ordinær drift) skal ha skadet dette markedssegmentet på sikt på overordnet nivå. Nordkapp har gjennomgående hatt vekst i den siste tiårsperioden, særlig de siste årene og synes ikke negativt påvirket av Snøhvit.

6.2 Synspunkter og vurderinger av petroleumsvirksomhet fra representanter for reiselivsnæringen

6.2.1 Lofoten

Utbygging av eventuelle petroleumsressurser på Norland VII og Troms II vil berøre Lofoten regionen indirekte. Lavt aktivitetsnivå betyr trafikk av CNG skip og rørtransport langs vestkysten av Lofoten. Høyt aktivitetsnivå vil likeledes gi rørtransport og kan gi økt trafikk på sjøen og i luften til og fra petroleumsanlegg. Lofoten vil også påvirkes om landanlegg i Vesterålen legges nær Lofoten.

6.2.1.1 Holdning til petroleumsvirksomhet generelt

De fleste informantene mener at det bildet man har av Lofoten lett kan bli ødelagt av petroleumsvirksomhet fordi man markedsfører og selger noe som ikke lenger er tilfelle. Over flere år har det gjennom markedsføringen blitt bygget opp et bilde av Lofoten som et område som er vilt, vakkert, og fremstår som autentisk med tanke på ren natur, levende fiskerier og lokalsamfunn. Olje og gass kommer da inn som noe skittent som kan ødelegge dette bildet av Lofoten. Informantene understreker at reiselivet er bygd opp med basis i fiskeriene og selv om reiselivet i dag består av mer enn bare kyst- og fiskerikulturen, som naturopplevelser, fjellturer til fots eller på ski eller fart og spenning med RIB-båter, er det fiskeriene som har vært utgangspunktet for, og fortsatt er en viktig del av, turistproduktet Lofoten. Det samarbeides godt innad i reiselivet i Lofotregionen og de ser allikevel generelt positivt på fremtiden i reiselivet, både med og uten petroleumsvirksomhet. Enkelte aktører mener at reiseliv, fiskeri og petroleumsvirksomhet ikke kan gå hånd i hånd og at dette blir for skadelig for imaget til Lofoten. Andre mener reiselivet vil ta liten skade, fordi det meste av petroleumsvirksomheten ikke vil være synlig fra land og sentrale turistområder. Dette synet er mer fremtredende hos de som holder til på innsiden av øygruppen. Det er særlig de større hotellene som er positive til petroleumsvirksomhet, som ser fordeler særlig i muligheten for flere yrkesreisende. Også enkelte aktivitetsfirmaer er positive, med forventninger om at de kan levere produkter til Events og konferanser for næringslivet utenom den typiske turistsesongen. Noen

nevner at flere arbeidsplasser med økt tilflytting kan være positivt for reiselivsnæringen fordi det kan gi også dem tilgang på ny, kompetent og skapende arbeidskraft. Ringvirkningseffekter for næringslivet og lokalsamfunnene trekkes også frem som noe som generelt er positivt.

Majoriteten av bedrifter er allikevel negative til petroleumsutvikling i den forstand at de ikke ønsker utvinning om de kan velge. Det er bred enighet blant informantene om at dersom virksomheten vil bli synlig fra land, vil dette være med å skade imaget kraftig. En aktør uttalte at «det hadde vært så trist, en plattform i solnedgangen i havet her ville vært det tristeste synet jeg kunne tenkt meg. Ville stått som et symbol på uvetting forvaltning av naturressursene som er gitt oss». Det er videre bekymring for at oljevirksomheten vil medføre fare for utslipp og forurensning, kunne påvirke fiskeriene, tilføre fisken forurensning og medføre mer aktivitet, støy og forurensning i Lofoten-regionen. De mest økoturisme-orienterte segmentene vil da trolig finne seg andre steder å feriere, og imaget til Lofoten vil svekkes, hevdes det. For de mer generelle naturorienterte turistene (for eksempel mye av gruppereisene) og desom retter seg inn mot landbaserte aktiviteter tror man ikke det vil ha like store negative konsekvenser som for de sjøbaserte opplevelsene. Dette er i tråd med den generelle kunnskapen på feltet, som er redegjort for i kap 3.

6.2.1.2 Høyt aktivitetsnivå

Her er hovedinntrykket at oppfatninger rundt effektene av et landanlegg i stor grad er bestemt ut i fra dets mulige geografiske plassering og utforming. Det er en utbredt oppfatning at et landanlegg ikke vil bli lagt til Lofoten, og at det i så fall ikke direkte vil påvirke de ulike bedriftene i Lofoten. Aktørene savner mer konkrete planer for lokalisering eller skisser for å kunne si noe mer konkret om oppfatningene rundt dette.

De som har større båter vil kunne benytte disse i forbindelse med transportoppdrag for oljeindustrien, i tillegg til å drive charter/cruisetraffikk som i dag. Enkelte av bedriftene ville ha rettet seg mer mot oljebransjen med tanke på kurs og konferanse og andre events/aktiviteter. En av aktørene i Lofoten uttalte følgende: «rent forretningsmessig vil vi få positive ting ut av det, oljen kan medføre positive virkninger for oss, men dette vil være en inntekt med bismak». Vedkommende gir her uttrykk for et ambivalent forhold til oljeutvinningen, på den ene siden kan det være positivt for bedriften isolert sett, men i forhold til informantens verdier og syn mer generelt har vedkommende problemer med å akseptere dette. Flere understreker at de sannsynlige områdene for den landbaserte virksomheten (Vesterålen/Harstadorrådet) er for langt unna til at de vil kunne realisere særlig store positive ringvirkninger ute i Lofoten. Andre frykter at fiskeri og båtferdsel kan bli fortrent dersom det etableres store

sikkerhetssoner rundt så vel produksjonsfartøy som landanlegg. Det er også surfestrender i Lofoten som brukes året rundt. Landanlegg kan påvirke områder som hvalsafarier eller andre charterturer/RIB-turer benytter eller har utgangspunkt i fra. De som tilbyr kajakkturen på utsiden av Lofoten var mer skeptiske til om de i det hele tatt ville bruke dette området, dersom et landanlegg ble etablert i nærheten.

Bedriftene er også opptatte av mer indirekte virkninger av petroleumsvirksomhet, for eksempel knyttet til muligheter for å få tak i arbeidskraft. Her er det på den ene siden frykt for at oljebransjen vil trekke til seg arbeidskraft, drive lønnsnivået i været og gjøre det vanskelig å skaffe lokal arbeidskraft. På den annen side mener også mange at økt tilstrømming/tilflytting vil medføre at de som etablerer seg her med familier, vil skape økt tilgang på arbeidskraft som ikke nødvendigvis har kompetanse eller interesse for å jobbe i oljeindustrien. Spesielt innen serveringsbransjen uttrykkes en frykt for at arbeidskraft skal lekke fra serveringsstedene til oljebransjen.

6.2.1.1 Lavt aktivitetsnivå

Majoriteten av reiselivsaktørene i Lofoten er lokalisert på sørøstsiden av øygruppa, inn mot Vestfjorden. Dette gjør at en del aktører føler at en mulig utvinning (for eksempel gjennom CNG skip) ikke vil berøre dem i så stor grad, siden det meste av den petroleumsrelaterte aktiviteten antas å skje på utsiden av Lofoten og/eller lengre mot nord.

6.2.2 Vesterålen

Utbygging av eventuelle petroleumsressurser på Nordland VII og Troms II vil berøre Vesterålen direkte, først og fremst ved høyt aktivitetsnivå. Lavt aktivitetsnivå kan bety CNG skip og rørledninger langs vestkysten av øydistriktet. Høyt aktivitetsnivå betyr bunnfaste plattformer utenfor vestkysten med rørtransport til landanlegg i Vesterålen eller Harstad regionen.

6.2.2.1 Holdning til petroleumsvirksomhet generelt

I Vesterålen er en stor andel av de intervjuede reiselivsbedriftene lokalisert på vestsiden av øydistriktet, noe som innebærer mulighet for større konflikt mellom reiseliv og petroleumsvirksomhet. De fleste informantene er opptatt av Vesterålens image som et naturbasert reisemål med ulike natur- og kulturopplevelser («vi selger ren, tilnærmet uberørt natur, ro og stillhet og naturaktiviteter. Vi har også et image knyttet til gyteområder for torsk i tillegg til fugleliv og dyr.»). Åtte av 12 mener imaget til Vesterålen som uberørt, autentisk

og naturskjønt vil forringes gjennom leteboring og petroleumsvirksomhet. Dette har sammenheng med at de 8 bedriftene i hovedsak tilrettelegger naturbaserte småskalaprodukter for enkeltturister (for eksempel økoturisme) og at produktet de tilbyr bygger på imaget som er bygget opp for regionen. En av informantene mener at «det er en økt oppmerksomhet internasjonalt mot autentiske og lokale steder. Økoturister leter etter de ekte, miljøvennlige alternativene. Min bedrift påvirkes av naturomgivelsene rundt, og av hva kommunen og andre aktører her gjør. Omgivelsene bestemmer hvordan bedriften oppfattes.» Flere bedrifter uttrykte liknende standpunkt og det kan antas at kundegruppene som kjøper økoturisme-liknende produkter hos små bedrifter i Vesterålen vil kunne velge å reise andre steder dersom det blir petroleumsutvikling i området. Det er imidlertid mindre sannsynlig at turister som kommer for spesifikke, unike opplevelser som for eksempel hvalsafari eller sportsfiske vil utebli på grunn av petroleumsvirksomhet, om ressursene i seg selv ikke svekkes.

6.2.2.2 Høyt aktivitetsnivå

Et generelt inntrykk er at det går et skille mellom bedrifter på Andøya og bedriftene lenger sør i Vesterålen. Bedriftene på Andøya (4 av 12) er positive til et høyt aktivitetsnivå og fokuset ligger både på direkte effekter for egen bedrift i forhold til økt kundegrunnlag, og på ringvirkninger for lokalsamfunnet. Informantene som er positive påpeker videre at det er strenge krav til petroleumsvirksomhet i Norge og de opplever det som lite sannsynlig at det vil skje utslipp eller ulykker. 3 av bedriftene vil endre deler av aktiviteten sin dersom det blir petroleumsvirksomhet i retning skreddersydde tilbud mot ansatte i oljenæringen. Noen nevner også muligheten for å ta med turister til petroleumsinstallasjoner og informere om oljenæringen.

For bedriftene lenger sør i Vesterålen (8 av 12) er det i hovedsak omdømme, synlighet og hensyn til fiskerier og den nordatlantiske torskestammen, hval og fugleliv som er årsakene til at de ikke ønsker petroleumsutvikling eller landanlegg i regionen. Et synlig landanlegg vil i følge 9 av 12 ødelegge følelsen av uberørthet i området. Informantene som er involvert i økoturisme frykter sviktende kundegrunnlag dersom Vesterålen blir kjent som petroleumslokalitet. Dette er gjerne små bedrifter som har spesialisert seg på unike kultur og naturopplevelser til enkeltturister og smågrupper. 7 av 12 bedriftene påpeker også at økt trafikk vil bety uønsket støy, og at helikopter og økt båttrafikk vil kunne skremme hval og fugl. En av informantene mener at «et landanlegg vil prege en småplass som her mye mer enn det gjør i en storby som for eksempel Stavanger. Et landanlegg er kroken på døra for meg og den aktiviteten vi driver med her. Det vil ikke komme turister som ønsker ro, stillhet og natur hit med petroleumsdrift. Og vi som driver vil ikke orke å bo her.» Denne holdningen går

igjen hos flere av de nyetablerte bedriftene der driverne bevisst har satset på etablering i Vesterålen nettopp på grunn av stillhet og naturkvaliteter. Videre mener 6 av 12 informanter at petroleumsvirksomhet kan fortrenge fuglesafari og naturguiding ved at synlige installasjoner forringer denne type aktivitet og at kundene vil reise andre steder. Et landanlegg som ikke er synlig i områdene bedriftene driver sin virksomhet anses som mindre problematisk enn synlige installasjoner. Ut fra beskrivelsen av et høyt aktivitetsnivå (i kap 2.2.2) er det lite sannsynlig at et landanlegg vil bli synlig for bedriftene på vestsiden av Vesterålen. 7 av 12 bedrifter hevder at dersom det først skal etableres petroleumsvirksomhet i regionen, så burde et landanlegg plasseres i Vesterålen-Harstad framfor i Tromsø slik at området kan nyte godt av de positive ringvirkningene.

6.2.2.1 Lavt aktivitetsnivå

Et lavt aktivitetsnivå innebærer at det visuelle ved en bunnfast plattform og landanlegg ikke vil skjemme naturbaserte aktiviteter i Vesterålen. Flere av bedriftene påpeker at om installasjonene er ute av syne, er de også 'ute av sinn'. Samtidig vil et lavt aktivitetsnivå med landanlegg i Troms regionen bidra til økt trafikk langs kysten på yttersiden av Vesterålen. Fire av 12 påpeker at et lavt aktivitetsnivå innebærer negativt image og økt risiko for utslipp, uten inntektene og lokale ringvirkninger som et høyt aktivitetsnivå ville medføre.

6.2.3 Harstadregionen

Utbygging av eventuelle petroleumssressurser på Nordland VII og Troms II vil berøre Harstad -regionen. Lavt aktivitetsnivå vil ikke påvirke Harstad direkte. Høyt aktivitetsnivå betyr rørtransport fra yttersiden av Vesterålen og etablering av landanlegg i Vesterålen-Harstad regionen.

De fem intervjuede Harstad-bedriftene er alle positive til petroleumsutvikling i regionen. De mener dette vil ha positive lokale ringvirkninger og bidra til flere kunder for hver enkelt bedrift. Eksempler på mulige positive ringvirkninger informantene nevner er bedre infrastruktur, bedre samferdsel, flere kompetansebedrifter, befolkningsvekst og flere arbeidsplasser. Flere av informantene mener at «oljebyen Harstad» kan være en merkelapp som setter Harstad på kartet nasjonalt og skaper økt optimisme og investeringsvilje lokalt. Flere påpeker imidlertid at det vil være vekst innenfor reiselivet i regionen uavhengig av oljenæringen. Bedriftene som er involvert i aktiviteter og guiding merker på etterspørselen at naturbaserte opplevelser er en trend som flere og flere kunder ønsker. Tre av de fem bedriftene mener allikevel at investering i

næringslivet (gjennom for eksempel petroleumsutvikling) er nødvendig for å få økt vekst i reiselivsnæringen.

Til tross for en positiv innstilling til petroleumsutvikling påpeker informantene at beliggenhet og utforming av petroleumsrelaterte installasjoner er svært viktig. Av negative aspekter knyttet til petroleumsvirksomhet og leteboring nevner bedriftene mulige konflikter med fiskerinæringen, stigende boligpriser, og installasjoner som kan virke estetisk skjemmende.

6.2.3.2 Høyt aktivitetsnivå

De fem bedriftene er entydig positive til et høyt aktivitetsnivå dersom et landbasert anlegg legges til Harstad-regionen. Bedriftene ser for seg at petroleumsutvikling med et høyt aktivitetsnivå og landanlegg i Harstad vil føre til flere kunder, bedre infrastruktur og at det blir lettere å få tak i arbeidskraft. Økt tilflytting og flere arbeidsplasser i petroleumsindustrien kan også føre til at flere arbeidstakere ønsker å jobbe i reiselivsnæringen og etablere seg i Harstad. Bedriftene har allerede en stor kundegruppe blant forretningsreisende og forventer at denne gruppen vil øke betraktelig med etablering av landanlegg. Bedriftene er imidlertid svært opptatt av synlighet og beliggenhet på et eventuelt landanlegg og at det må tas estetiske hensyn slik at etablering av landanlegg ikke går på bekostning av kvaliteter ved skjærgården.

Dersom et landanlegg etableres i områdene rundt Harstad by antar bedriftene at virkninger på turisme blir mindre enn et anlegg som etableres i områder med uberørt natur. En av bedriftene hevder at ”dersom områder, som besøkes på grunn av sin fine og uberørte natur, får et landbasert anlegg vil det nok påvirke turistenes valg av dette som reisemål”. Et generelt inntrykk er imidlertid at informantene i liten grad er bekymret for at aktiviteter skal fortrennes av petroleumsvirksomhet/ landanlegg.

6.2.3.3 Lavt aktivitetsnivå

Ingen av bedriftene er positive til lavt aktivitetsnivå med landanlegg lagt til Tromsø regionen. En uttalte at etablering i Tromsø ville være uheldig siden «det satses allerede for mye på Tromsø. Andre regioner må også få muligheter for vekst.» Informantene er mer pessimistiske til muligheter for å få tak i arbeidskraft hvis et landanlegg legges til Tromsø (lavt aktivitetsnivå). De frykter at et lavt aktivitetsnivå vil føre til at Harstad regionen tappes for arbeidskraft ved at folk flytter til Tromsø.

6.2.4 Senja-regionen

Utbygging av eventuelle petroleumsressurser på Troms II vil berøre Senja-regionen. Lavt aktivitetsnivå indikerer bygging av et lite landanlegg for CNG prosessering og havn for utskipping. Høyt aktivitetsnivå betyr rørtransport, en undervannsinstallasjon og et produksjonsskip men mindre landaktivitet.

6.2.4.1 Holdning til petroleumsvirksomhet generelt

Reiselivsaktørene representerte høyst ulike holdninger til petroleumsvirksomhet, fra de som er tilhengere – til de som er uttalte motstandere. Det som er verd å merke seg er at dette er deres personlige holdninger, som ikke nødvendigvis medførte at de tror petroleum ville være et henholdsvis gode eller onde for bedriften. En aktør er klar på at han synes videre petroleumsutvinning strider mot miljø og klima, mens han ikke antar at hans bedrift vil bli berørt av et produsjonsanlegg utenfor Senja. En annen aktør veier de positive elementene for bedriften av økt trafikk, mot de negative med en plattform i horisonten. Informantene mener det er viktigst at eventuelle konflikter med fiskeriene blir ryddet opp i og avklart før utbyggingsplanene legges.

6.2.4.2 Høyt aktivitetsnivå

Høyt aktivitetsnivå på Troms II innebærer at det bygges havbunnsinstallasjoner og at gass og olje føres til landsanlegg i Vesterålen-Harstadregionen. Dette er det ingen av bedriftene som mener vil medføre endring av utviklingstrenden for reiselivsnæringen på Senja, og det var dermed ingen av informantene som var positive til dette alternativet.

6.2.4.3 Lavt aktivitetsnivå

Lavt aktivitetsnivå kan tilsi et lite landanlegg et sted på ”yttersia” av Senja. Hovedmarkedet for Senjaregionen er kurs og konferanse og yrkestrafikk, som segmenter aktørene tror vil vokse som følge av et landanlegg. Utbyggingsfasen vil bety betydelig økt trafikk, men også et mindre anlegg vil huse nye innbyggere og derved bidra til økt omsetning. Men omfanget var de usikre på.

Det var en klar oppfatning om at et landanlegg kan lokaliseres slik at det gir liten visuell forurensning og negativ påvirkning på turismen. Utbygging vil forhåpentligvis gi bedret infrastruktur, både ved heving av veistandard, men også med tanke på flyfrekvensen på Bardufoss Lufthavn. I den grad bedriftene vil miste arbeidskraft til petroleumsvirksomhet, opplever bedriftene det som et mindre problem å rekruttere ny arbeidskraft og derved bidra til å øke øyas befolkningsgrunnlag.

6.2.5 Oppsummering av reiselivsnæringens syn på petroleumsvirksomhet

Synet på petroleumsvirksomhet og virkningene dette vil kunne ha på reiselivet varierer blant de intervjuede. I hovedsak er bedrifter i Lofoten og Vesterålen mer negative til petroleumsvirksomhet enn bedriftene i Harstad og på Senja. Bedriftene på Andøya i Vesterålen skilte seg fra andre i Vesterålen ved å være gjennomgående positive. I hele studieområdet mener bedriftene at petroleumsvirksomhet kan være positivt for lokalsamfunn, infrastruktur, lokalt næringsliv og arbeidsplasser så lenge slik aktivitet og utbygging ikke har negative effekter på fiskeriene. Bedriftene er delt i synet på hvordan petroleumsvirksomheten kan antas å påvirke reiselivet. Dette gjenspeiler i hovedsak hvilke produkter og markeder de enkelte bedriftene betjener.

På Senja og i Harstad, som domineres av yrkestrafikk, er informantene gjennomgående positive og mener petroleumsaktivitet vil bidra til flere kunder og økt omsetning. I Lofoten og Vesterålen er de fleste bedriftene bekymret for image og renommé knyttet til å levere 'ren og uberørt' natur. Det er spesielt bedrifter som baserer seg på naturbaserte aktiviteter og økoturisme som er mest negative. Bedrifter som i større grad retter seg mot yrkesreisende er mer positive til petroleumsaktivitet. *Synlighet* knyttet til aktivitet og installasjoner er et viktig tema. I Lofoten og Vesterålen mener bedriftene at all synlig aktivitet er negativt og at lokalisering og synlighet er et viktigere spørsmål enn om aktivitetsnivået skal være høyt eller lavt. På Senja og i Harstad er det større tro på at reiseliv og petroleum kan gå 'hånd i hånd', men også her er bedriftene opptatt av at lokalisering, utforming og aktivitet knyttet til petroleumsvirksomhet er minst mulig visuelt skjemmende.

Høyt aktivitetsnivå

Høyt aktivitetsnivå innebærer at det bygges havbunnsinstallasjoner, rørledninger og etablering av landanlegg i Vesterålen-Harstadregionen. Dette vil ikke berøre Senja eller Lofoten direkte. I Lofoten er uttrykket «ute av syne, ute av sinn» gjeldende. Så lenge det ikke blir synlig aktivitet utenfor egen stuedør, er det mer akseptabelt med landanlegg i Vesterålen/Harstad, enn om dette blir lokalisert i Lofoten. De bedriftene som ser for seg positive ringvirkninger av etablering av landanlegg i Vesterålen mener de mer yrkesmessige delene av reiselivet (event og kurs/konferanse) vil kunne nyte godt av dette også i Lofoten. De ringvirkningene som trekkes frem er først og fremst for positive for kjedehotellene og næringslivet i tillegg til at regionene kan få tilført mer arbeidskraft og kompetanse. Når det gjelder turismen, er det mer blandede

holdninger til effektene, blant annet frykter mange at imaget og omdømmet til Lofoten kan bli skadelidende ved utbygging av landanlegg i Vesterålen.

Blant bedriftene i Vesterålen går det et skille mellom de på Andøya og de lenger sør. Bedriftene på Andøya er positive til et høyt aktivitetsnivå og mener dette kan ha positive konsekvenser både for bedriftene selv og for lokalsamfunnet. Bedriftene sør for Andøya er generelt negative til petroleumsutvikling, og mener dette kan være negativt for områdets image og konkret for bedriftene. Mange av disse bedriftene tilbyr naturbaserte produkter og aktiviteter til mindre grupper, og tilbyr ikke produkter rettet mot yrkesreisende. Flere av bedriftene nevner imidlertid at dersom området åpnes for petroleum vil de foretrekke et høyt aktivitetsnivå som kan gi positive lokale ringvirkninger.

I Harstad er de intervjuede bedriftene svært positive til bildet med høyt aktivitetsnivå, under forutsetning av at et landanlegg bygges i eller i nærheten av Harstadregionen. Dette vil gi flere kunder (spesielt yrkesreisende) og være positivt for infrastruktur og økonomi. Bedriftene er imidlertid svært opptatte av utforming, funksjon og beliggenhet på landanlegget. Et viktig aspekt er at landanlegget ikke plasseres i naturskjønne, urørte omgivelser som kan påvirke turismen negativt, men at det legges til urbane, utbygde områder.

6.2.5.1 Lavt aktivitetsnivå

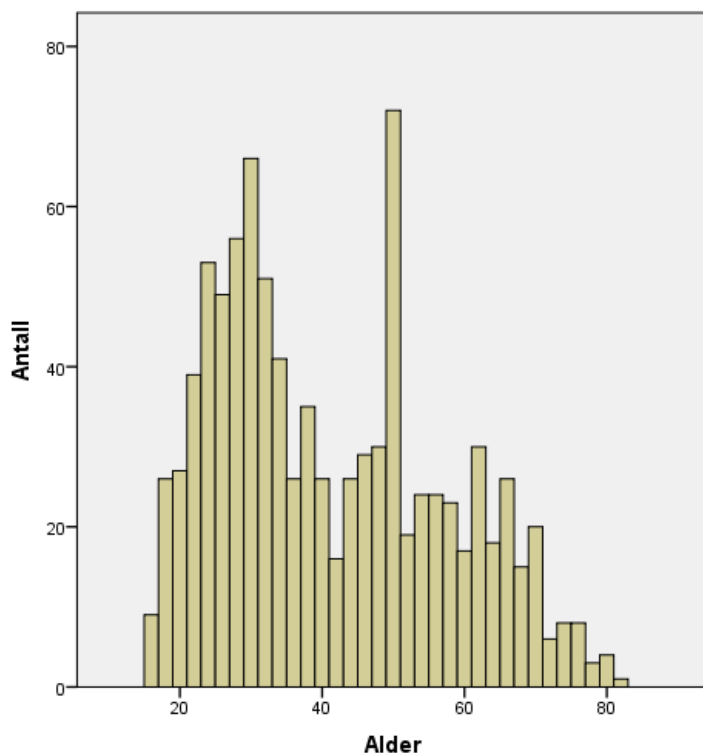
Det er i størst grad Senja som vil berøres direkte av et lavt aktivitetsnivå med etablering av landanlegg for CNG prosessering og havn for utskiping. Lofoten og Vesterålen berøres av rørtransport og CNG skip, mens Harstad ikke er direkte berørt. Bedriftene på Senja var positive til dette bildet siden dette vil bidra til flere kunder og økt omsetning for bedriftene som i hovedsak er involvert i kurs, konferanse og yrkestrafikk.

De andre regionene påvirkes mindre av dette aktivitetsbildet. I Lofoten er majoriteten av reiselivsbedrifter på sørøstsiden av øygruppen og mange mener dermed at økt trafikk av CNG skip ikke vil berøre dem i særlig grad. Flere er imidlertid bekymret for effektene av petroleumsvirksomhet i regionen inklusive mulighet for utslipp og forurensning, som kan påvirke både Lofotens image og mulighet til å få verdensarvstatus. Mange er meget skeptiske til om petroleumsrelatert virksomhet blandes inn i fiske- og turismebaserte havnemiljøer (f.eks i Svolvær, Henningsvær og Ballstad). Økt trafikk på sjøen, i lufta og på land vil kunne virke negativt, og her trekker mange inn økt fare for uhell med skip/båter, selv om det allerede i dag passerer oljetankere jevnlig utenfor Lofoten og at man har oljeutvinning lenger sør. Mange av disse argumentene trekkes også fram av bedriftene i Vesterålen. Ingen av bedriftene i Vesterålen er positive til et lavt aktivitetsnivå der landanlegg legges til

Senja/Tromsø. Dette vil i følge bedriftene før til at Vesterålen sitter igjen med kun risikoen knyttet til CNG skips trafikk uten noen positive ringvirkninger av petroleumsdrift lokalt. Bedriftene i Harstad er også negative til et lavt aktivitetsnivå med landanlegg i Tromsø regionen. Dette vil gi få positive, lokale ringvirkninger, og bedriftene frykter at Harstad vil tappes for arbeidskraft

6.3 Resultater fra spørreundersøkelsen blant turister i august 2012

Utvalget bestod av i alt 932 besvarte spørreskjemaer. 51 % av de som svarte var menn, mens 49 % var kvinner, med gjennomsnittsalder på 41 år. Aldersfordelingen vises i figur 23. Litt over halvparten reiste med familie, mens 30 % reiste med venner. Det var 71% førstegangsbesøkende og 29% som hadde besøkt området flere ganger. Om lag seks av 10 (61%) oppga at besøket var en del av rundreise/lengre tur som også omfatter besøk i andre områder enn bare Lofoten-Vesterålen. Ti prosent oppga at de var på organisert gruppereise og 5 % reiste alene. En av fem hadde barn under 18 år i turfølget. Utvalget hadde gjennomgående høy utdanning da 49 % oppga at de hadde studert 4 år eller mer på universitet/høyskole. Utvalget representerte i alt 36 nasjoner. Tre av ti var norske, mens fordelingen på øvrige nasjonaliteter/regioner framgår av tabell 20 under¹⁷.



Figur 23 Aldersfordeling blant respondentene (n=932).

¹⁷ Vedlegg 2 er den norske versjonen av spørreskjema.

En av tre oppga at de reiste med privatbil, mens 18, 13 og 11 % oppga at de brukte henholdsvis leiebil, buss og Hurtigruta. 21 % oppga annen transport, og her dominerte bobil/caravan, mens mange også oppga kombinasjoner mellom flere reisemåter.

Tabell 20 Fordeling av respondenter på ulike nasjoner og regioner.

	N	Prosent
Norge	280	30.0
Norden ellers	57	6.1
Tyskland	117	12.6
Frankrike	148	15.9
Nord-Europa	150	16.1
Sør-Europa	103	11.1
Verden ellers	64	6.9
Ingen svar	13	1.4
Total	932	100.0

Respondentene besøkte flere områder i Nord-Norge, men det var en stor overvekt som besøkte Lofoten, noe som er naturlig siden intervjuene ble gjennomført der (tabell 21).

Tabell 21 Hvilke områder som skal besøkes/har blitt besøkt i løpet av ferieturen.

	N	% av besvarelsene	% av respondentene
Lofoten	886	40.6%	95.1%
Senja	91	4.2%	9.8%
Vesterålen	301	13.8%	32.3%
Bodø	540	24.7%	57.9%
Harstad-regionwn	112	5.1%	12.0%
Tromsø	231	10.6%	24.8%
Ikke besvart	22	1.0%	2.4%
Total	2183	100.0%	234.2%

Som nevnt innledningsvis, de fleste intervjuede (syv av ti) besøker Lofoten for første gang, mens 9 % hadde besøkt Lofoten 10 ganger eller mer. Dette er i hovedsak nordmenn som har besøkt området flere ganger. Forskjellene i svar mellom de førstegangsbesøkende og de som har besøkt området flere ganger er derfor i stor grad en effekt av forskjeller mellom nasjonaliteter.

Det var 10% (n=92) som ikke overnattet i området. Antall netter de overnattet varierte mye og er ikke normalfordelt, enkelte hadde opphold på flere måneder. Derfor er gjennomsnittsverdien her på 4,9 netter er høy, medianverdien er 4 og 45% av respondentene overnatter mindre enn 3 netter. De mest benyttede overnattingsformene var hotell, pensjonat, vandrerhjem (27,6%), leid hytte/rorbu (27,5%), fricamping utenfor campingplass med bobil, campingvogn eller telt (23,3%) og bobil/campingvogn på campingplass (19,3%). Sju prosent oppgir hurtigruta/cruisebåt som overnatting og 11% overnatter hos slekt/venner.

Tabell 22 viser hvilke aktiviteter respondentene har deltatt på eller planlegger å gjøre og hvilke aktiviteter de har betalt for/skal betale for å gjøre. I kategorien «har gjort» og «planlegger å gjøre» er det sightseeing i området, naturopplevelser på land og generell avkobling som er de dominerende aktivitetene, mens det er kulturopplevelser (16%) og naturopplevelser i sjøen (14%) flest har betalt for eller skal betale for å gjøre. Ni prosent har betalt for naturopplevelser på land.

Tabell 22 Type opplevelser og aktiviteter som du har gjort eller planlegger å gjøre (i prosent av n=932)

	Har gjort	Planlegger å gjøre	Skal betale/ har betalt for å gjøre det
Kulturopplevelser	25	19,7	16,1
Naturopplevelser på land	36,5	36,5	9
Naturopplevelser på sjøen	21,4	25,2	13,6
Generell avkobling	34,7	34,5	5,3
Sightseeing i området	41,6	39,4	8,4

6.3.1 Kvaliteter ved Lofoten-Vesterålen

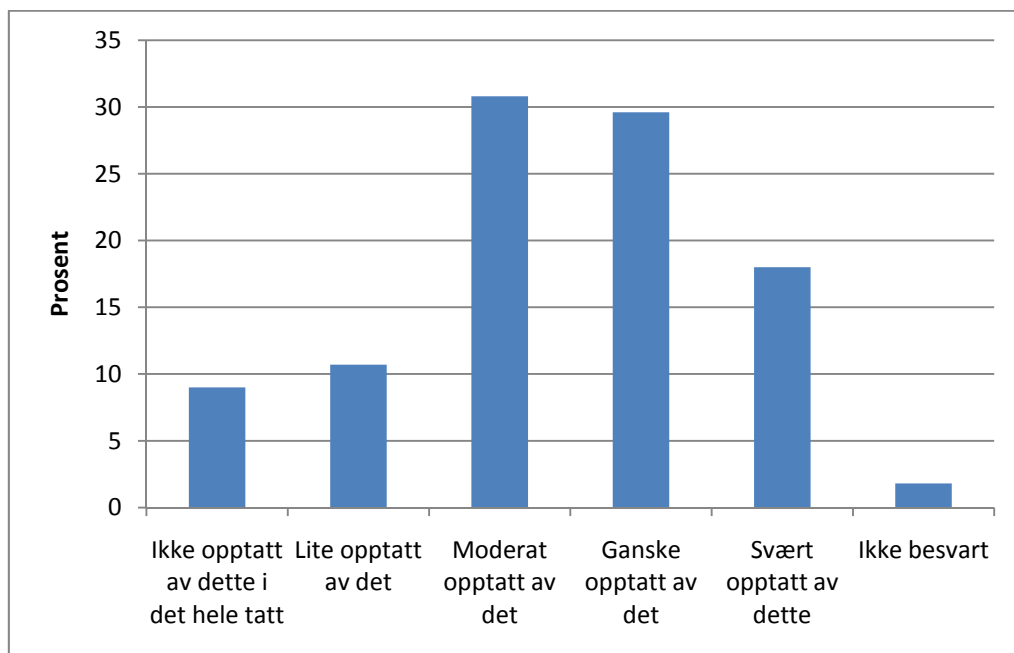
Området vurderes å ha mange kvaliteter, men de mest sentrale og verdsatte er det vakre og storslåtte landskapet, fiskeriene og urørt natur (tabell 23). Selv om også lokalsamfunn og kulturlandskap anerkjennes som positive elementer, er disse aspektene mindre framtrædende enn storslåtthet, urørthet og fiskeripreget.

Tabell 23 Om kvalitetene til området Lofoten- Vesterålen. Skala: 1=helt uenig, 5= helt enig. De som har svart «vet ikke» er utelatt fra analysen.

	N	Skår	S.E.
Området har vakkert og storslått landskap	835	4.79	.026
Fiskeriene er en viktig del av områdets identitet	785	4.43	.032
Området har urørt natur	755	4.40	.031
Området framstår som rent og lite utsatt for forurensning	731	4.26	.033
Området gir meg muligheter til å oppleve eller drive med aktiviteter jeg ikke kan gjøre hjemme	803	4.11	.039
Få mennesker og lite spor etter industri og store anlegg er en viktig kvalitet	708	4.08	.042
Området har autentiske lokalsamfunn	612	3.91	.040
Kulturlandskap og spor av menneskers virke er en viktig del av dette området	714	3.74	.041

6.3.2 Respons på mulig petroleumsvirksomhet

I spørreskjemaet var det en egen del som omhandlet respondentenes syn og mulige respons på petroleumsvirksomhet i området. Det innledende spørsmålet handlet om hvor opptatt, generelt sett, respondentene var av spørsmålet om oljeleting og petroleumsvirksomhet i Lofoten-Vesterålen området. Vi ser i figur 24. at en av tre er moderat opptatt av temaet, mens flere er ganske eller svært opptatt av temaet, sammenlignet med andelen som er lite eller ikke opptatt av temaet.



Figur 24 Respondentenes fordeling på spørsmål om i hvor stor grad petroleumsvirksomhet utenfor Lofoten og Vesterålen er et tema de er opptatt av

Som figuren viser, finner vi at kvinner og menn generelt er litt over moderat opptatt av petroleumsvirksomheten utenfor Lofoten-Vesterålen, (skåre; 3,35 hos kvinner og 3,41 hos menn) og forskjellen mellom kjønn er ikke signifikant ($p=0.49$). Det er imidlertid signifikante forskjeller mellom aldersklasser, der forskjellene ligger i at den yngste aldersgruppen (16-29 år) er mindre opptatt av petroleumsvirksomhet enn de som er i gruppen 50-67 år og at de som er eldre enn 68 år er signifikant mindre opptatt av petroleumsvirksomhet enn de som er 50-67 år, men også i forhold til den yngste aldersgruppen, selv om forskjellen her ikke er signifikant.

De førstegangsbesøkende er signifikant mindre opptatt av petroleumsvirksomhet enn de som har besøkt området tidligere (gjennomsnittskår: henholdsvis 3,3 og 3,6), forskjellen er statistisk sikker ($p=0.001$).

Det er ingen signifikant forskjell ($p=0.74$) mellom de som er på rundreise og de som er på baseferie når det gjelder hvor opptatt de er av petroleumsvirksomhet utenfor Lofoten og Vesterålen.

Det er også en signifikant, positiv korrelasjon mellom aktivitetsindeks (hva slags type aktiviteter man er med på (skalert på en skala der rekreasjon /sightseeing er vurdert som lavt nivå, mens rekreasjon/sightseeing + kulturopplevelser + naturopplevelser er høyt nivå) og hvor opptatt de er av mulig petroleumsvirksomhet utenfor Lofoten og Vesterålen. Inkluderer vi alder og kjønn som forklaringsvariabler i tillegg til aktivitetsnivå (lineær regresjonsanalyse), er regresjonsmodellen fortsatt signifikant, med aktivitetsnivå som den mest signifikante forklaringsvariabel ($p=0.001$), deretter alder ($p=0.011$) og kjønn ($p=0.034$).

Forskjeller mellom nasjonaliteter/områder i verden viser at det er signifikante forskjeller i hvor opptatt de er av oljevirksomhet i havet utenfor Lofoten og Vesterålen. Når det gjelder Norge (skår: 3.40) og Norden ellers (Skår:2.57) har Norden ellers en mye lavere skår enn øvrige land/områder (skårverdier ligger her mellom 3.22-3.55). Variansanalysen viser at det er signifikante forskjeller mellom Norden ellers og alle andre land, hvor Norden ellers er minst opptatt av dette.

Det er ingen signifikante forskjeller i synet på hvor opptatt man er av petroleumsvirksomheten utenfor Lofoten-Vesterålen i forhold til reisemåte.

Videre presenterte vi respondentene for seks ulike utsagn om mulige sammenhenger mellom petroleumsvirksomhet og områdets image, virkning på reiseliv og lokalsamfunn. Gjennomsnittskårene på utsagnene presenteres i tabell

24. Vi ser at respondentene i utgangspunktet er enig (skåre over 3) på utsagn som påstår at petroleumsvirksomhet er negativt for stedets image og reiseliv. Samtidig er det også en overvekt som er enige i at det vakre landskapet uansett gjør at turister vil reise til området, og på et utsagn om at negative virkninger av petroleumsvirksomhet vil oppveie positive virkninger. Respondentene er gjennomgående uenige i utsagn om at petroleumsvirksomhet er positiv og at det vil gjøre det mer attraktivt som bosted.

Generelt tegner dette et bilde av at turistene er negative til petroleumsvirksomhet og at den har potensial til å påvirke området og dets attraktivitet som reisemål negativt. Samtidig er responsene sammensatte, og utvalget er også samlet sett svakt enige i påstanden om at områdets landskapskvaliteter er så betydelig at turister uansett vil besøke området.

Det var en signifikant forskjell mellom kjønn på utsagnet om at det er positivt med petroleumsvirksomhet i området, der menn er mer positive til dette enn kvinner (Skåre på hhv. 2,24 og 2,04). Ingen andre utsagn i tabell 24 viste sikre forskjeller mellom kjønn.

Tabell 24 Turistenes respons på spørsmål om hvor enig eller uenig de var i følgende utsagn. Skala: 1= Helt uenig, 5= helt enig. N=antall svar, Skåre= gjennomsnittskåre, S.E.= standard feil.

	N	Skåre	S.E.
Inntrykket av området (stedets image) vil bli negativt påvirket av petroleumsvirksomhet	811	3.99	.041
Petroleumsvirksomhet er negativt for reiselivet i området, og færre turister vil reise	791	3.64	.046
Det vakre landskapet gjør at turister vil reise hit uansett	809	3.48	.044
For lokalsamfunnene i området vil de negative virkningene av petroleumsvirksomhet oppveie eventuelle positive	657	3.21	.050
Petroleumsvirksomhet fører til at området blir mer attraktivt å bosette seg	776	2.56	.051
Det er positivt med petroleumsvirksomhet i området	777	2.15	.043

De førstegangsbesøkende er mer enige i påstanden om at områdets image vil bli negativt påvirket enn de som har besøkt området flere ganger. Det samme gjelder påstanden om at petroleumsvirksomhet er negativt for reiselivet i området og at færre turister vil reise dit. De førstegangsbesøkende er mer uenige enn de gjenbesøkende i påstandene om at det er positivt med petroleumsvirksomhet i området, at det vakre landskapet vil gjøre at turister vil reise hit uansett og at

området blir mer attraktivt å bosette seg i grunnet petroleumsvirksomhet. Forskjellen i alle utsagnene var signifikante ($p=0.001-0.004$).

Den eneste påstanden om petroleumsvirksomhet som ga signifikant forskjell mellom de som var på baseferie og de som var på rundreise var påstanden om at petroleumsvirksomhet gjør at området blir mer attraktivt å bosette seg i, hvor de som var på rundreise var mye mer uenig i det (Skår: 2,4) enn de som var på baseferie (Skår: 2,8).

Innen aldersklasser viser det seg at det er signifikante forskjeller i synet på fire påstander; dette gjelder først påstanden om at stedets image vil bli negativt påvirket av petroleumsvirksomhet, hvor aldersgruppen 16-29 år (skåre: 4.11) og 30-49 år (skår: 4.05) er mer enige i dette enn aldersgruppen 68 år og eldre (skåre: 3.46). Generelt avtar enigheten i påstanden med økende alder.

Påstanden om at det er positivt med petroleumsvirksomhet i området viser at det er signifikante forskjeller hvor de yngre er mer uenige i dette enn de eldre. Forskjellen er signifikant mellom aldersgruppen 16-29 år (skåre: 2.02) og 50-67 år (skåre: 2.33). Påstanden om at petroleumsvirksomheten er negativt for reiselivet i området, og færre turister vil reise hit viser også at de yngre er mer enige i dette enn de eldre og igjen er det aldersgruppen 16-29 år (skåre: 3.70) som er skiller seg ut i forhold til aldersgruppene 50-67 år (Skår: 3.27) og 68 år eller mer (Skår: 2.46). De yngre er også mer uenige enn de eldre i at petroleumsvirksomhet fører til at området blir mer attraktivt å bosette seg i. Her er aldersgruppene 16-29 år og 30-49 år mer uenige i dette enn aldersgruppen 50-67 år og 68 år eller mer.

Mellom landene/områdene viser det seg å være signifikante forskjeller på alle utsagnene i tabell 24. Når det gjelder vurdering av områdets image, er det forskjeller mellom Norge og Norden på den ene siden og Tyskland, Frankrike og Sør-Europa på den andre siden, hvor de tre sistnevnte er mer enige i at stedets image vil bli negativt påvirket av petroleumsvirksomhet enn hva nordmenn mener. Utsagnet om at det er positivt med petroleumsvirksomhet viser at det er statistisk sikre forskjeller mellom Norge og Norden på den ene siden og Frankrike og Sør-Europa på den andre siden, der de to sistnevnte er mer uenige i påstanden enn de fra Norden og Norge. Tyskland er også signifikant forskjellig (mindre negativ, men ikke så positiv som Norge) fra Sør-Europa.

Påstanden om at de positive effektene på lokalsamfunnene vil bli utlignet av de negative virkningene fra petroleumsvirksomhet viser at det er forskjell mellom Norge og Tyskland, der Tyskland er mer enige i påstanden enn Norge.

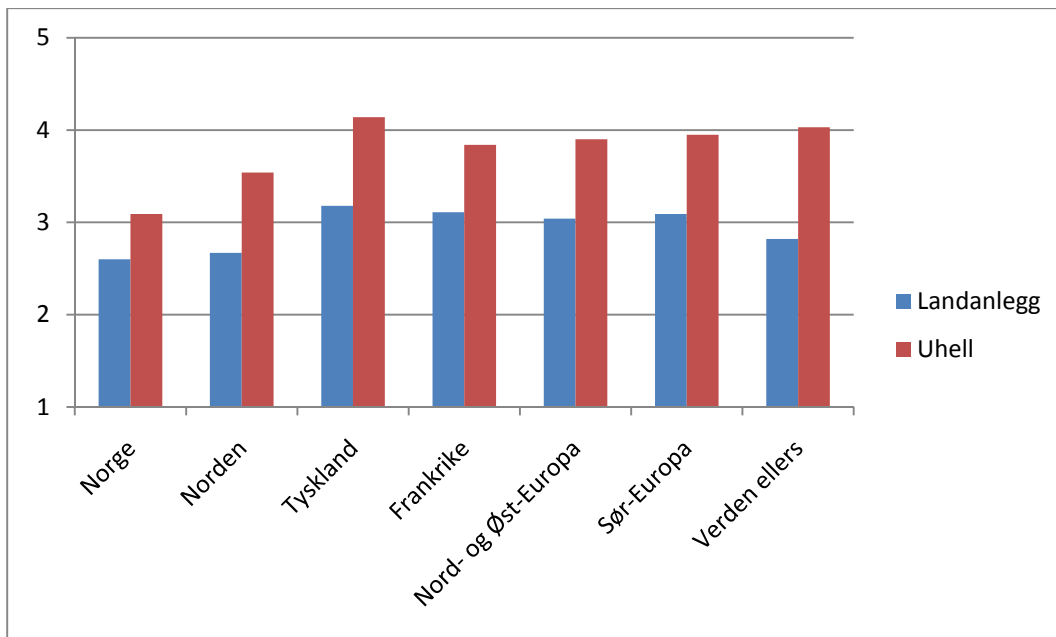
Påstanden om at petroleumsvirksomheten er negativ for reiselivet i området, og at færre turister vil reise hit viser at det er forskjell mellom nordmenn sitt syn på den ene siden og turister fra Tyskland, Frankrike, Nord- og Øst-Europa og Sør-Europa, hvor de sistnevnte land/områdene er mer enige i påstanden enn nordmenn.

Her viser også påstanden om at det vakre landskapet gjør at turister vil reise hit uansett, statistisk sikre forskjeller. Forskjellene ligger mellom nordmenn og Sør-Europeere, hvor sør-europeerne er mer uenige i dette enn nordmenn. Nordmenn (skår: 3.23) er også mer enige i påstanden at området blir mer attraktivt å bosette seg i som følge av petroleumsvirksomheten enn de andre landene/områdene (Skårer varierer fra 1.30-2.53). Denne forskjellen er signifikant.

Kort oppsummert kan vi si at utenlandske respondenter er langt mer negative til effektene petroleumsvirksomhet vil ha på reiselivet i området enn nordmenn og delvis også respondenter fra Norden ellers.

Dersom media hadde meldt om et større oljeutslipp før reisen til Lofoten-Vesterålen ble betalt, ville det være mer sannsynlig at en førstegangsreisende (skår: 2,4) hadde endret reisemål, enn en person som har vært i området tidligere (skår: 3,1, skala var 1=ja, svært sannsynlig, 2=ja, ganske sannsynlig, 3= verken sannsynlig eller usannsynlig, 4= nei, lite sannsynlig, 5=nei, svært lite sannsynlig). Dette tyder på at de som kjenner området fra før er mindre tilbøyelige til å kansellere besøket i området, i forhold til de som ikke kjenner området fra før (går mer mot den sannsynlige delen av skalaen), selv om det langt fra er entydig at disse vil endre reisemål. Forskjellen er signifikant ($p=0.001$). Det er også mer sannsynlig at de på rundreise ville endret reisemål enn de som var på baseferie i området. Forskjellen var signifikant ($p=0.003$).

Deretter ba vi turistene vurdere to scenarioer; (1) Det første scenarioet var etablering av petroleumsvirksomhet med landanlegg uten at det skjer uhell og (2) etablering av petroleumsvirksomhet der det skjer et uhell med påfølgende utslipp/forurensning. Turistene skulle her vurdere hvor sannsynlig det var at scenario 1 og 2 ville påvirke deres interesse for å besøke området (figur 25.).



Figur 25 Besøk ved etablering av landanlegg eller ved utslipp (Skala: 1= svært lite sannsynlig, 5= svært sannsynlig) om to forhold: (1-blå).

Om det en gang i framtiden etableres petroleumsvirksomhet i Lofoten-Vesterålen, og landanlegg legges vekk fra de mest brukte turistområdene, hvor sannsynlig er det at slik virksomhet vil redusere din interesse for å besøke området, gitt at det ikke skjer oljeutslipp/større uhell. (2-rød) Hvis det etableres petroleumsvirksomhet i regionen, og det skjer et større uhell med påfølgende utslipp/forurensning, hvor sannsynlig er det at et slikt uhell vil redusere din interesse for å besøke området?

Responsene ligger rundt midten på skalaen, hvilket betyr at respondentene er usikre på om de vil påvirkes, om det etableres drift med landanlegg, mens petroleumsvirksomhet med uhell og forurensning vil gjøre det sannsynlig at interessen for å besøke området reduseres. Utenlandske gjester sier det er klart mer sannsynlig at de ikke vil komme til området etter petroleumsvirksomhet med uhell, enn hva norske gjester svarer. Når det gjelder virksomhet med landanlegg uten uhell, er det mindre klare nasjonsforskjeller, men også her en tendens til at europeiske gjester responderer mer negativt enn norske.

Det er ikke signifikant forskjell mellom kjønn i synet på etablering av landanlegg eller redusert interesse for å besøke området dersom det skjer et uhell. For aldersklassene finner vi ingen forskjell i synet på landanlegg, men det var signifikant forskjell mellom de yngste (16-49 år) og eldste aldersgruppen (68+) i synet på redusert interesse grunnet uhell, hvor de eldste mener det er mindre sannsynlig at det ville redusere interessen for å besøke området enn de yngre aldersklassene.

Det var ingen forskjeller i synet på landanlegg mellom de som er på rundreise og på baseferie, men ved et uhell var det signifikant ($p=0.011$) forskjell der det var mer sannsynlig at rundreiseturistene (Skår: 3,8) ville få redusert interesse for å besøke området enn de som er på baseferie (Skår: 3,5). Det er logisk at de som er på rundreise har større sannsynlighet for å redusere interessen for å reise til stedet, enn de som er der på baseferie.

Det var mer sannsynlig at førstegangsbesøkende ville redusere interessen for å besøke området, enn hos de som har besøkt området tidligere, dersom et landanlegg ble etablert. Forskjellen var signifikant ($p=0.001$). Det samme ser vi når det gjelder uhell. Her er meningsforskjellene mellom de førstegangsbesøkende og de gjenbesøkende enda større enn for et landanlegg uten uhell. Forskjellen var signifikant ($p=0.001$).

Mellom land/områder er det signifikante forskjeller i holdningen til landanlegg og redusert interesse som følge av uhell. Norge har ikke signifikant forskjellig fra Norden ellers og Verden ellers, men Tyskland, Frankrike, Nord- og Øst-Europa og Sør-Europa hadde langt større sannsynlighet (høyere skår) for å vise redusert interesse ved etablering av landanlegg og når det gjelder uhell, var det signifikante forskjeller mellom Norge og alle andre, med unntak av Norden ellers.

Når det gjelder spørsmålet om respondentene tidligere har endret reisemål på grunn av store ulykker/naturkatastrofer på stedet man skulle reise til, er det en større andel (26%) av de som besøker stedet for første gang enn de som har besøkt området flere ganger (19%) som oppgir at de har endret reisemål som følge av ulykker/naturkatastrofer (tabell 25).

Tabell 25 Antall respondenter som har endret reisemål som følge av ulykker/naturkatastrofer blant de førstegangsbesøkende og de som har besøkt området flere ganger.

Besøk i Lofoten	Endret reisemål tidligere (n)			Total
	Ja	Nei	Vet ikke/ Husker ikke	
Flere ganger	50	178	35	263
Første gang	168	363	111	642
Totalt	218	541	146	905

6.3.3 Oppsummering av spørreundersøkelsen blant turister

Flertallet av respondentene gir uttrykk for at temaet om petroleumsvirksomhet i framtiden utenfor Lofoten og Vesterålen er noe som de er opptatt av. Turistene, spesielt de europeiske, signaliserer tydelig at de ser på petroleumsvirksomhet

som noe som har et klart potensial til å skade området attraktivitet som reisemål. Samtidig uttrykker de at området har så store kvaliteter at turister vil kunne finne det attraktivt også med slik virksomhet. Turistene er mer usikre på i hvilken grad petroleumsvirksomhet med landanlegg som legges i et område som ikke er viktig for turismen, og der det ikke skjer uhell, vil påvirke interessen for å besøke området.

Undersøkelsen viser også at det er betydelige forskjeller mellom ulike segmenter av turister i forhold til hvordan de vil respondere på eventuell petroleumsvirksomhet. Tyske turister og også andre europeiske land er de som ytrer klart skepsis til petroleumsvirksomhet, mens besøkende fra Norge og nordiske land synes å være klart mindre opptatt av petroleumsvirksomhet når de vurderer framtidig interesse for besøk. Yngre turister er mindre opptatt av spørsmålet om framtidig petroleumsvirksomhet enn eldre, men samtidig er de yngre mer skeptiske til virkningene på reiselivsinteressene.

De førstegangsbesøkende dominerer utvalget og utgjør 71% av de som deltok i undersøkelsen. Denne gruppen er mer negativ når det gjelder å vurdere effektene av petroleumsvirksomhet på reiseliv og lokalsamfunn enn de som har vært i området flere ganger. Samme mønster finner vi også igjen når vi skiller på de som er på rundreise, kontra de som er på baseferie, men forskjellene er ikke like tydelige her. De på rundreise har en mer negativ respons på uhell, men det er ingen forskjell i hvor opptatt de er av mulig petroleumsvirksomhet utenfor Lofoten-Vesterålen.

Dersom svarene fra de som deltok i spørreundersøkelsen gjenspeiler den faktiske responsen man kan forvente i markedet dersom petroleumsvirksomheten blir en realitet, vil dette bety at muligheten for reduksjon i antall turister er størst for turister fra Tyskland, Frankrike, Sør- og Øst-Europa. Tyskland og Frankrike er to store, viktige markeder for Lofoten. Reduksjonene i markedsandeler fra de Nordiske landene og Norge vil derimot bli mindre merkbare, og det norske markedet er det dominerende segmentet totalt sett.

6.4 Erfaringene fra Hammerfest, reiselivsaktørers syn og forventning, og besøkendes reaksjoner

Dette avsnittet gir et svært sammensatt bilde hva gjelder de sannsynlige reaksjonene og effektene som følge av petroleumsvirksomhet i området i framtiden. Intervjuene gir uttrykk for at næringsaktørene tolker og forstår effektene av petroleumsvirksomhet som sammensatte og kompliserte. Det ble gitt uttrykk for av flere at en utbygging kunne ha både negative og positive virkninger samtidig, og at det derfor også var opp til næringene (reiseliv og

petroleum) og dens samarbeidspartnere for øvrig å bidra til å påvirke utviklingen slik at de positive virkningene ble utnyttet best mulig mens de negative ble redusert mest mulig. En slik forståelse og kunnskap er en styrke for næringen, fordi det innebærer at den også har potensial til å respondere godt på eventuelle endringer som følge av petroleumsvirksomhet.

Oppsummert finner vi følgende:

- Snøhvitutbyggingen i Hammerfest gav en betydelig vekst i yrkestrafikken i anleggsfasen og en nedgang i ferie- og fritidsbesøkende
- Nedgangen i ferie- og fritidstrafikken kan skyldes fortrenging, men dette er ikke sikkert
- Ferie- og fritidstrafikken i området vokser igjen i driftsfasen
- Nærliggende Nordkapp synes upåvirket av Snøhvitutbyggingen og har hatt en jevn, betydelig vekst de siste 10 årene
- Bedriftsrepresentantenes syn på petroleumsvirksomhet er sammensatt og preges av hva slags type virksomhet de driver og hvilke markeder de orienterer seg mot
- Hoteller og næringsaktører i områder aktuelle for landanlegg er oftere positive til petroleumsvirksomhet enn mindre aktører som orienterer seg mot ferie og fritidsmarkeder
- Engasjement både for og mot synes sterkere blant næringsrepresentanter i Vesterålen enn i Lofoten
- Næringsaktører fra Harstad-regionen er de som er klarest og mest entydig positive til petroleumsvirksomhet sammen med respondentene på Senja
- Informantene, særlig i Lofoten og Vesterålen har vanskeligheter med å forholde seg til de to scenariene slik de nå er presentert fra OED. Mange av informantene etterlyser mer konkret informasjon om lokalisering og utforming av evt anlegg
- Mange vektlegger også at i områder der det ikke planlegges anlegg (Lofoten), kan en bli berørt av økt transport både til sjøs og i lufta. Mange er opptatt av at det legges planer for dette slik at støy og trafikk ikke kommer i konflikt med opplevelsesprodukter og viktige attraksjoner
- Turistundersøkelsen viser at petroleumsvirksomhet er noe som oppfattes som noe negativt for området som turistdestinasjon
- De negative virkningene og sannsynligheten for redusert besøk er betydelig mindre ved ordinær drift enn ved et uhell med påfølgende utslipp
- Syn på petroleumsvirksomhet varierer til dels betydelig mellom ulike segmenter av turister. Det er særlig de Europeiske markedene som er mest negative mens de norske og nordiske markedene er mindre negative

7 DISKUSJON OG OPPSUMMERING - EFFEKTER PÅ REISELIVSNÆRINGEN VED ORDINÆR DRIFT

7.1 Iboende dynamikk og prognoser uten petroleumsvirksomhet

Vi innleder oppsummeringen med å minne om næringens dynamikk og variabilitet fordi en slik forståelse er avgjørende for å kunne vurdere virkningene som følger av eventuell petroleumsvirksomhet.

Reiselivsnæringen fremheves som en kommende stor sysselsetter i nord, og for de mer optimistiske også som en viktig verdiskaper. Denne rapporten differensierer dette bildet en hel del. Utviklingen innen reiseliv i utredningsområdet har holdt et stabilt nivå den siste tiårsperioden, den har ikke fulgt trendprognosene fra Verdens turistorganisasjon eller målsetningene fra Norges Turistråd. Kun i Lofoten fremtrer en vekst som tilsvarer prognosene.

Utviklingen i studieområdet er differensiert. Reiselivsnæringen er for Lofoten er betydelig viktigere enn for noen av de andre regionene. Ulempen ved utviklingen i Lofoten er at den preges av sommertrafikk, og lite helårsaktivitet. Vesterålen har opplevd nedgang i alle segmentene etter LOFAST stod ferdig senhøsten 2007. Veksten har vært sterkere i visse regioner sammenliknet med andre og er relatert til enkeltkommuner. Veksten i Lofoten har i stor grad kommet i Vågan, i Harstad-regionen i Harstad og ikke i de omkringliggende kommunene. Senjas vekst har vært i Lenvik, Ofotens i Narvik, og på Helgeland har veksten de siste årene sentrert seg til ytre Helgeland mens det for Salten skjer det en konsentrasjon av virksomhet til Bodø. Andre næringer i de samme regionene har opplevd en reduksjon i betydning og omfang. Derfor vokser reiselivets betydning relativt sett.

Generelt preges reiselivsbedriftene av en svak vekst og relativt lav lønnsomhet og egenkapital andel. Dette vil med andre ord være en næring som i mindre grad enn andre vekstnæringer vil tiltrekke seg kapital. De strukturelle forholdene i utredningsområdet er avgjørende for hvordan både positive og negative effekter av petroleumsvirksomhet vil virke i de ulike områdene og markedene. Bedriftene er jevnt over relativt optimistiske med tanke på framtidsutsiktene, men her er oppfatningene delt både etter type bedrift og geografisk beliggenhet, Mens mindre bedrifter innenfor turist- og feriesegmentet i Lofoten og Vesterålen er skeptiske til en fremtid med petroleumsvirksomhet, er bedrifter innen yrkessegmentet i spesielt Harstad og Senja, men også i Vesterålen og Lofoten, positive til petroleumsutvikling.

Næringen, næringsorganisasjonene og myndighetene har muligheter til å påvirke innretning og struktur. Utenforliggende forhold som økonomi i viktige markeder er med på å påvirke disse mulighetene. De mange og sammensatte produkt- og markedstrendene bidrar til å gi muligheter for å tilpasse seg endringer som er knyttet til en eventuell etablering av petroleumsvirksomhet i et område, om en bevisst og strategisk utnytter tilgjengelig kunnskap. Dessuten er muligheten for reiselivet for å tilpasse seg ordinær petroleumsvirksomhet i en driftsfase større enn i en anleggsfase og i en situasjon med en betydelig uhellshendelse. Reiselivsnæringen (sammen med petroleumsnæringen og myndighetene) er altså selv med på å avgjøre petroleumsvirksomhetens virkninger på reiselivsnæringen.

Rapporten presenterer framskrivinger for utviklingen frem til 2050 i kapittel 5. Framskrivingene bygger på ulike scenarier med tanke på veksttakten innenfor de forskjellige segmentene. Slike framskrivinger er svært usikre siden reiselivsbedriftene ikke bare styres av egen effektivitet og utføring, men også av utenforliggende forhold. Basert på siste tids utvikling, trendprognoser og innsamlet datamateriale, er de ulike regionene gitt ulike vekstrater. Disse indikerer at Lofoten vil styrke sin stilling som det sentrale reiselivsmålet i studieområdet ytterligere. Dette bildet støttes av Menon (2012) som presenterer status og framtidsutsikter for nærings- og samfunnsliv i Lofoten, Vesterålen og Senja uten petroleumsvirksomhet. Framskrivingene for perioden 2012 – 2020 stipulerer en større vekst i Lofoten enn i Harstad-regionen og Vesterålen, mens Senja får største vekst. Foreliggende rapporten og Menons framskrivinger divergerer ved at i denne rapporten har vi utelatt to store transportbedrifter i framskrivingene. Etter vårt syn gir de ikke et riktig utgangspunkt for framskriving. Videre er virksomhetene ikke alltid knyttet kun til regionen/kommunen der den ligger, eller de områder som potensielt kan påvirkes av petroleumsvirksomhet, men opererer i et større område (Hurtigruta med hovedkontor i Ofotenregionen), eller er mer orientert mot generell persontransport (ikke primært turister, men i like stor grad lokalbefolkning/regional dagtransport, eksempel Cominor i Senjaregionen). Til forskjell fra Menon tar vi derfor ut Cominor av statistikken, og dette er årsaken til at vekstanslagene for Senja blir mye lavere.

7.2 Virkninger på ferie- og fritidsreisende

Det blir framholdt fra informantene at de syntes det var vanskelig å vurdere konsekvensene for deres bedrift og nærområde før det foreligger mer informasjon om konkret lokalisering, utforming og aktivitetsnivå. Det er derfor etter vårt syn nødvendig å gjennomføre oppfølgende undersøkelser når det foreligger mer konkrete utbyggingsplaner.

Lofoten er regionen hvor ferie og fritidsmarkedet er dominerende, hele 88% av omsetningen er relatert til dette markedet. Dette er også den regionen hvor reiselivssysselsettingen relativt sett er høyest og inntektene størst målt per innbygger. Næringen uttrykker bekymring særlig vedrørende de kundegruppene som jamfør gjesteundersøkelsen, mener Lofoten vil få et svekket renommé. Videre trekker bedriftene fram potensielle negative effekter av økt trafikk på sjøen og i lufta, mulig synlighet av faste installasjoner i hav og på land og muligheter for at fiskeriene påvirkes negativt. Av turistsegmentene er det mest skepsis fra segmenter i Europa utenfor Norden. Her må det tilføyes at aktivitetsbildene ikke legger opp til at petroleumsvirksomhet vil gi landanlegg i Lofoten. Både lav og høy aktivitet indikerer havbunnsløsninger med rørledninger eller flytende produksjonsfartøy og bøyelast. Dette burde tilsi redusert konfliktpotensialet med reiselivsnæringen i Lofoten, men det er likevel i Lofoten vi finner den mest entydige negative innstillingen til petroleumsdrift i regionen. Den er her større enn hos kollegaene i Vesterålen, Harstad og Senja.

Vesterålen framstår som en "lillebror" til Lofoten. Intervjuer med reiselivsbedrifter i regionen avspeilet en optimisme i næringen og tro på økt omsetning gjennom bedre og mer målrettet markedsføring. Omsetningsmessig er næringen betraktelig mindre enn i Lofoten, men har en tilsvarende sysselsetting. Dette skyldes en høyere grad av helårsturisme, stabil arbeidskraft og trolig et betydelig mindre innslag av sesongarbeidere. I likhet med Lofoten, er det i Vesterålen stor generell skepsis mot petroleumsvirksomhet blant bedrifter. På Andøya er bedriftene positive til et høyt aktivitetsnivå med landanlegg i regionen. De forventer økt omsetning fra yrkestrafikk. Alle reiselivsaktørene påpeker at den visuelle utformingen vil være viktig for i hvilken grad reiselivet på vestkysten av Lofoten og Vesterålen vil påvirkes negativt.

Bedriftene i Harstad og Senja er mer entydig positive og oppfatter ikke problemer for ferie og fritidsmarkedet knyttet til petroleumsdrift, selv ikke med landanlegg.

7.3 Virkninger på yrkesreisende og kurs og konferanse

Utsiktene til begrenset aktivitet på land i selve Lofoten gir heller ingen mulige gevinster fra yrkestrafikken. Vi har sett at petroleumsvirksomhet ofte vil gi yrkes- og kurs/konferansetrafikken et løft i en region. Tar vi utgangspunkt i Hammerfest LNG og utviklingen der, viser tallmaterialet en betydelig vekst i anleggsfasen, men samtidig en tilsvarende nedgang for segmentet ferie- og fritidsreisende. Ved Kollsnes og Kårstø ble ikke fortrenngningseffektene så sterke ettersom disse stedene ligger tett opp til større sentre med bedre kapasitet i Haugesund og Bergen (Arbo, Eikeland og Hervik 2011: 40). Årsaken til at færre turister besøkte Hammerfest i anleggsfasen, kan være at med press i

overnattingsmarkedet konkurreres turistene ut pga begrenset kapasitet, slik Asplan Viak (2010) antyder. Det kan også være at et sted med anleggsvirksomhet fremstår som mindre attraktivt reisemål. Nå er industriaktiviteten i Hammerfest igjen i vekst, med etablering av støttefunksjoner for leteboring, driftsorganisasjon for Goliat og andre funksjoner, slik at yrkestrafikken igjen kan øke og turistene presses ut enten av prisnivå eller tapt attraktivitet. For bedre å unngå tap i ferie- og fritidsmarkedet ved en eventuell utbygging i studieområdet, er det ønskelig med mer kunnskap om hvilke mekanismer som forårsaker variasjonene i Hammerfest, og hvordan ferie- og fritidstrafikk bedre kan kombineres med yrkestrafikk.

I Harstad og på Senja overskygges mulige negative effekter på ferie- og fritidsmarkedet av mer positive forventninger til økning i yrkes- og kurskonferansemarkedet. Det yrkesrelaterte segmentet utgjør også en fordel ved å være helårsbesøkende. Nyetablering av petroleumsrelaterte virksomheter i Harstad vil trolig bety et oppsving for regionen og tilhørende reiselivsetableringer fra økt yrkestrafikk.

Det er også påregnelig at eventuelt landanlegg lokalisert i Vesterålen eller på Senja vil gi tilsvarende vekst i yrkestrafikk og i noen grad i kurskonferansemarkedet om det kommer etableringer her. Hvor stor denne vil bli vil avhenge av lokalisering og omfang på anlegg og reiselivsnæringens evne til å håndtere den økte etterspørselen. Utsiktene til petroleumsaktivitet anslås å gi minimal gevinst for yrkessegmentet i Lofoten.

7.4 Oppsummering av sannsynlige virkninger - interne og eksterne substitusjons- og displacementeffekter

Som nevnt over er det en rekke usikkerhetsmomenter knyttet til både utforming og plassering av petroleumsanlegg på land og til havs, i tillegg til virkningene på reiselivsnæringen. Ut fra de funnene som er omtalt i denne rapporten, kan vi summere opp de sannsynlige virkningene i studiets kjerneområder som i tabell 26. Ferie- og fritidsmarkedet har klart størst betydning i Lofoten, mens yrkestrafikken er viktigst i Harstad. Vesterålen kommer i en mellomstilling, mens Senja har minst reiselivsaktivitet av de fire regionene.

Vurderingen av virkningen ved petroleumsutbygging er klart enklest og mest entydig for yrkestrafikken: Den vil vokse betydelig i og rundt stedene som velges for landanlegg og som base for utbygging og operasjoner til havs. Virkningene på ferie- og fritidsmarkedet er langt mer kompliserte å vurdere, men det er grunn til å tro at disse i hovedsak vil være negative. Dels kan turister fortrenkes fra utbyggingsområdet (av kapasitetsmangel eller andre årsaker) i anleggsfasen, dels kan regionene oppfattes som mindre attraktive og tape andeler til andre områder

og regioner. Som vi har sett er det betydelige forskjeller mellom ulike markedssegmenter, og virkningene av ordinær drift er betydelig mindre enn drift som forårsaker uhell og ulykker med betydelig utslipp og forurensning som konsekvens.

Vanskeligst er det å vurdere konsekvensene i Lofoten. Dette området vil ikke berøres av utbygginger på land, og det er uklart i hvilken grad økt skipstrafikk eller rørlegging i havet utenfor vil gi synlige effekter. Mye av reiselivet i Lofoten er orientert mot Vestfjorden, mens petroleumsvirksomhet vil foregå på utsiden. På den annen side har Lofoten en spesiell posisjon og derfor en større sårbarhet, også om mye av petroleumsvirksomheten konsentreres i Vesterålen eller Senja. Muligens kan Lofoten få økt ferie- og fritidstrafikk om det blir utbygging i andre områder (intern omfordeling), eller en kan tenke seg at segmenter som er mindre skeptiske til petroleumsvirksomhet overtar for segmenter som velger å ikke besøke området. Samlet sett vurderer vi potensialet for negative virkninger i ferie-fritidsmarkedet i Lofoten som lite negativt ved høy aktivitet og til ingen virkning ved lavt aktivitetsnivå.

Tabell 26 Oppsummering av reiselivsnæringens betydning (verdi) og potensial for påvirkning (positivt og negativt) ved hhv lavt og høyt aktivitetsnivå. Høyt aktivitetsnivå forutsetter landanlegg i Harstad/Vesterålen. Lavt aktivitetsnivå forutsetter mindre landanlegg i Senja/Tromsø regionen.

	Betydning/verdi		Potensial for påvirkning			
	Ferie/fritids- trafikk (F)	Yrkesreiser/ Kurs- konferanse (Y)	Høyt aktivitetsnivå		Lavt aktivitetsnivå	
			F	Y	F	Y
Lofoten	***	*	-	0	0/-	0
Vesterålen	**	*	-/0	+++	-/0	+(+)
Harstad	*	***	0	+++	0	+(+)
Senja	*	*	0	0	+	++

Forskning gjort innenfor dette prosjektets rammer gir absolutt ingen entydige svar. De som i utgangspunktet er negative til petroleumsvirksomhet, er også mer tilbøyelige til å mene at petroleumsutvikling i utredningsområdet vil svekke renomméet. Det er ikke identifisert noen forskning som påviser eller aviser slike utviklingstrekk. En logisk slutning vil være at jo sterkere motivasjon en turist har for noen attributter som for eksempel 'uberørt' nature, jo sterkere negativ respons vil vedkommende ha om disse attributtene påvirkes negativt. Det nærmeste en kommer er undersøkelser om hvordan reisemål påvirkes av oljeutslipp. Ved

oljeutslipp fokuseres det på en region over tid, media viser bildemateriale med tilgriset fugl og vitneutsagnene er gjerne sterke ytringer om naturødeleggelsene. Materiale fra tankerulykker som Prestige, Erika, Sea Empress og Braer viser en nedgang i kategorien turister påfølgende sommer (men totalbesøket opprettholdes gjennom delegasjoner, media, oppryddingsarbeidene) og at sommer nummer to, var turistene tilbake som forut for ulykkeshendelsen (Midtgard 2012b). Et liknende bilde er vist for Sørlandskysten etter Full City ulykken (Øien et al 2012).

7.5 Innspill til videre planlegging og FOU

Sikrere vurderinger av effektene på reiselivsnæringen er betinget av mer konkret informasjon og avklaringer om hvor (stedfesting, evt som et avgrenset antall alternativer) og hvordan utbyggingene vil skje. Dette er et emne som opptar reiselivsaktørene i utredningsområdet sterkt, og mer enn aktivitetsnivå.

Innledningsvis i rapporten beskrives aktivitetsbildene, og kravene er unisone i at det «må være mulig å legge landanlegg skjult fra viktige reiselivsattraksjoner». Samtidig påpekes at utbygging av landanlegg vil bedre infrastrukturen for turister og lokalbefolkning. Utbygging av infrastruktur må om mulig også dimensjoneres/kombineres med andre behov.

I tråd med overnevnte behov for konkretisering og stedfesting/lokalisering pekte flere av næringsaktørene på bekymringer knyttet til at viktige reiselivsattraksjoner og –steder kunne bli belastet med trafikkstøy og synlig virksomhet fra skip og helikopter selv langt vekk fra selve land- og havinstallasjoner. En plantilnærming til denne problematikken (for eksempel forankret i Plan- og bygningslovens bestemmelser i kap 8 om regional plan) som har som utgangspunkt å identifisere hovedområder og –sesonger for ulike næringer (for eksempel fiskeri, havbruk, petroleum, reiseliv) vil kunne være et viktig grep for å håndtere slike utfordringer og legge et bedre grunnlag for at næringene kan sameksistere. Dette vil imidlertid også innebære en eksplisitt prioritering av visse næringer i ulike delområder.

Oppsummering av de viktigste faglige svakhetene i analysen er følgende:

1. Underrepresentasjon av de mindre reiselivsbedriftene i status- og trendanalysene.
2. At enkelte store reiselivsbedrifter dominerer det samme materialet i for stor grad, i og at en del av disse driver virksomhet som ikke er knyttet til reiseliv (for eksempel lokal, regional og nasjonal transport) eller som har turistprodukter som også er knyttet til andre regioner enn studieområdet (eks Hurtigruten).
3. Lite kunnskap om de delene av reiselivet som mest sannsynlig vil oppleve en vekst ved petroleumsvirksomhet, dvs yrkes- og kurs- og konferansemarkedet.

4. At turistundersøkelsene er gjennomført innenfor en kort tidsperiode i høysesongen i Lofoten, og at det dermed kan være andre syn og holdninger som gjør seg gjeldende blant turister som har besøk i andre sesonger og områder

Videre undersøkelser bør adressere disse utfordringene. Vi peker særlig på at vi trenger mer kunnskap om sannsynlig respons i de markedssegmentene som uttrykker størst skepsis og negativ respons på petroleumsvirksomhet; dvs i viktige europeiske, aktivitetsorienterte segmenter, med høyt forbruk av opplevelser lokalt, inklusive hva som kan redusere og forebygge reduksjon i disse segmentene. Den delen av reiselivsnæringen som vil ha størst gevinster av landbaserte utbygginger er den yrkesrelaterte virksomheten, også her savner studien mer kunnskap om respons og behov i disse markedssegmentene. Hvordan yrkes- og ferie- og fritidstrafikk best mulig kan kombineres i en anleggsfase er et annet viktig næringsmessig spørsmål av stor betydning i områder som er aktuelle for betydelig anleggsvirksomhet, men som i dag har ferie- og fritidstrafikk av betydning.

7.6 Punktvis oppsummering

- Studien er gjennomført på oppdrag for Olje- og energidepartementet innenfor tidsrommet juli – september 2012.
- Hovedformålet med studien er å få mer kunnskap om eventuelle virkninger av petroleumsvirksomhet i nordøstre del av Norskehavet på reiselivet i områdene fra Troms i nord til nordre del av Nord-Trøndelag i sør. Særlig vekt er på regionene Lofoten, Vesterålen, Harstad m/omegn og Senja. I tillegg gir studien en oppdatert statusbeskrivelse av reiselivet i studieområdet og en oversikt over sannsynlige utviklingstrekk.
- Studien baserer seg på tre hovedtyper data: Reiselivs- og næringsstatistikk fra etablerte databaser; en kvalitativ intervjuundersøkelse blant ca 40 representanter fra reiselivet i kjerneområdet og en spørreundersøkelse blant 938 turister på reise i Lofoten i august 2012.
- En statusbeskrivelse viser at reiselivet, og da ferie og fritidsmarkedet, har størst betydning i Lofoten.
- Framskrivningene er basert på siste tiårets utvikling, trendprognosene og intervjuene med næringsaktørene. Det blir antydnet vekstprognoser gitt ulike utviklingsbaner i kjerneområdet. Lofoten vil fortsette å øke betraktelig, i alle segment. Harstad vil ha vekst i yrkessegmentet, men for Vesterålen og Senja forutsettes en stabil jevn utvikling.
- Intervjuer med aktører for reiselivsnæringen gir et bilde av en næring som både i Lofoten og Vesterålen preges av optimisme og forventninger om vekst. I Harstad er mye fokus på yrkestrafikk og kurs og konferanser. Senja har et uforløst potensial og en liten næring som er mer usikker på mulighetene framover.
- Erfaringene fra utbyggingen av Snøhvitfeltet og LNG anlegget i Hammerfest viste en betydelig vekst i yrkestrafikken under anleggsfasen med en fortrengning av ferie- og fritidstrafikken. Etter anleggsfasen reetableres gradvis dette markedet.

- Næringsaktørene i Lofoten, Vesterålen, Harstad og Senja har ulikt syn på evt petroleumsvirksomhet. Mest positive er aktørene i Harstad og Senja som håper utbygging med nærliggende landanlegg vil gi vekst i både yrkestrafikk og kurskonferanser, samt i tilbud om aktiviteter og arrangementer.
- I Lofoten er næringsaktørene gjennomgående mer negative, men samtidig er ikke alle like opptatt av spørsmålet trolig fordi mye av aktiviteten skjer inn mot Vestfjorden, mens petroleumsvirksomhet forventes på yttersiden.
- I Vesterålen er næringsaktørene på Andøy positive, mens i de andre kommunene er de fleste negative til petroleumsvirksomhet.
- De som er negative frykter for at områdets renomme som et urørt, rent og storslått naturområde skal svekkes.
- Spørreundersøkelsen blant turistene avdekket at mange var opptatt av spørsmål om petroleumsvirksomhet. De fleste uttrykte en negativ holdning til petroleumsvirksomhet, samtidig som det også ble gitt uttrykk for at områdets kvaliteter var så betydelige at det uansett ville være attraktivt å besøke.
- På spørsmål om hvordan petroleumsvirksomhet ville kunne påvirke deres sannsynlighet for å besøke området, var det betydelig færre som sa at det var sannsynlig at de ikke ville besøke området om det var ordinær drift, enn sammenlignet med om det oppsto en forurensningssituasjon.
- Det var også betydelige forskjeller mellom segmenter av turister, og norske og nordiske turister var mindre skeptiske til petroleumsvirksomhet enn europeiske turister.
- Sannsynlige effekter omfatter både interne og eksterne subsistusjons- og displacementeffekter, regionen kan tape markedsandeler særlig i det europeiske ferie- og fritidsmarkedet. Samtidig er det påregnelig at ved landanlegg i Vesterålen, Harstad eller Senja kan se for seg en intern omplassering der en enda større andel ferie- og fritidstrafikk konsentreres i Lofoten.

8 REFERANSER

- Agenda 2001. Snøhvit-prosjektet. Samfunnsmessige konsekvenser. 3043, Sandvika.
- Amundsen, H. 2012. Differing discourses of development in the Arctic: the case of nature –based tourism in Northern Norway. *The Northern Review*, 35, 125-146.
- Arbo, P., S.Eikeland & A.Hervik 2007. Regionale ringvirkninger av olje- og gassnæringen. En oppsummering av foreliggende kartlegginger. Norut NIBR Finnmark rapport 2007:4
- Asplan Viak 2010. Grunnlagsrapport. Oppdatering av faglig grunnlag for forvaltningsplanen for Barentshavet og områdene utenfor Lofoten – Konsekvenser for reiseliv i Lofoten-Vesterålen av petroleumsvirksomhet og av akuttutslipp fra skipstrafikk eller petroleumsvirksomhet. OED, Oslo
- Barlindhaug Norfico 2005. Petroleumsrettet næringsutvikling i Nord-Norge. Tromsø.
- Bedriftskompetanse 2001. Snøhvit konsekvensutredning. Nærings og sysselsettingsmessige virkninger lokalt og regionalt. Unummerert rapport, Hammerfest
- Berg Nilssen, I. et al 2012. Erfaringsstudie om ringvirkninger fra petroleumsvirksomhet for næringsliv og samfunnet for øvrig. *Norut-rapport* 2012:08. Alta.
- Devine-Wright 2011. Energy and the Public - From NIMBY to Participation. Earthscan.
- Dybedal, P. 2002. Fordeling av turistovernattinger på fylker – grunnlagsberegninger for satellittregnskap for reiseliv på fylkesnivå. TØI rapport 589: 2002. Oslo.
- Dybedal, P. 2010. Økonomiske ringvirkninger av reiseliv i Lofoten 2010. Arbeidsnotat TØI, Oslo
- Eagles, P. F. J. (1992). The Travel Motivations of Canadian Tourists. *Journal of Travel Research*, 31(2), 3-7.
- Hammerfest Turist 2010. Årsrapport 2009.
- Hammerfest Turist 2010. Årsrapport 2010.
- Hammerfest Turist 2011. Årsrapport 2011.
- Haukeland, J.V. og Rideng, A. 1995. Gjesteundersøkelse 1995. TØI rapport 416:1999. Oslo.
- Haukeland, J.V. og Midtgard, M.R. 2001. Turistopplevelser i et kystlandskap. TØI rapport 500/2000.
- Haukeland, J.V. og Jacobsen, J.K.S. 2005. Nyvågar/Storvågan som ”iscenesatt fiskevær”. I Ottar 257:2005. Tromsø.
- Heiberg, E., Aall, C, og Tveit, E. 2009. Vindkraft, reiseliv og miljø – en konfliktanalyse. *Vestlandsforskning Rapport* 1/2009.

- Holden, A., & Sparrowhawk, J. (2002). Understanding the motivations of ecotourists: the case of trekkers in Annapurna, Nepal. *International Journal of Tourism Research*, 4, 435-446
- Holmgren, H. 1992. Økonomiske konsekvenser for overnattingsnæringen av et oljesøl på Skagerak-kysten. Institutt for reiseliv, ODH. AKUP.
- Hvenegaard, G. T. 2002. Using Tourist Typologies for Ecotourism Research. *Journal of Ecotourism*, 1(1), 7-18
- Jacobsen, J.Kr.S & G. Dann 2010. Images of the Lofoten Islands. *Scandinavian Journal of Hospitality and tourism*.
- Jacobsen, J.K.S., A.Fyhri og H.Tømmervik 2009. Foreign tourists' landscapes perceptions and preferences in Lofoten and Vesterålen, Northern Norway. *Polar Research in Tromsø*, Tromsø
- Kleiven, J. 1993. Oljesøl og fritidsbruk av kysten – konsekvensanalyse for Skagerak. NINA Oppdragsmelding 206, 1-35.
- Kleiven, J. og Mossberg, L. 1995. Ferie og fritid på Bohuslän-kysten og mulige konsekvenser av oljesøl nær 57° 40'N 8° 30'Ø. Rapport HIL/AKUP.
- Krogh, L. et al. 1996. Nordkapp – fra byggestein til hjørnestein i Finnmarks reiseliv. *Finnmarksforskningsrapport* 04:1996. Alta.
- Luo, Y., & Deng, J. (2008). The New Environmental Paradigm and Nature-Based Tourism Motivation. *Journal of Travel Research*, 46, 392-402.
- Mehmetoglu, M. og Abelsen, B. 2004. Markedsinformasjon om naturbaserte turister. Norut NIBR Finnmark rapport 10:2004. Alta.
- Mehmetoglu, M. (2007a). Typologising Nature-Based Tourists by Activity - Theoretical and Practical Implications. *Tourism Management*, 28, 651-660.
- Mehmetoglu, M. (Ed.). (2007b). *Naturbasert Turisme*. Bergen/Norway: Fagbokforlaget.
- Meng, F., Tepanon, Y., & Uysal, M. (2006). Measuring tourist satisfaction by attribute and motivation: The case of a nature-based resort. *Journal of Vacation Marketing*, 14(1), 41-56.
- Menon 2012. Statusbeskrivelse og framtidsutsikter for lokalt og regionalt nærings- og samfunnsliv i Lofoten, Vesterålen og Senja. OED, Oslo
- Meric, H. J., & Hunt, J. (1998). Ecotourists' Motivational and Demographic Characteristics: A Case of North Carolina Travelers. *Journal of Travel Research*, 36(Spring), 57-61.
- Midtgard, M.R. 1998. Lokal kultur og reiseliv I Henningsvær. I Fjær og Vatne (red.) 1998. *Kyst- Norge. Næring, bosetting og kultur i kystlandskapet*. Geografisk Institutt, Universitetet i Trondheim. Trondheim.
- Midtgard, M.R. og Haukeland, J.V. 1999. Fiskeværet som feriested. I Jakobsen og Viken (red). *Stedet i en bevegelig verden*. Universitetsforlaget, Oslo.
- Midtgard, M.R. 2002. Entreprenører, innovasjoner og attraksjoner. Norut rapport 02/2002. Tromsø

- Midtgard, M.R. og Haukeland, J.V. 2003. Authenticity – tourist experiences in the Norwegian periphery. I Derek Hall et al. *New Directions in Rural Tourism*, Ashgate, London.
- Midtgard, M.R. 2004. Å selge fiskeværet – reiselivet som alternativ. I J.E. Nilsson og A.Rydningen (red.). *Nord-Norge møter framtiden*. Orkana forlag, Stamsund.
- Midtgard, M.R. (red) 2011. Konjunkturbarometeret for Nord-Norge. SparebankEN Nord-Norge og Innovasjon Norge, Tromsø
- Nash, R., Martin, A.& K.Krishnan 2007. Wind farms as possible tourists attractions. I D.K.Muller & B.Jansson (red) *Tourism in peripheries: perspectives from the Far north and South*. CAB International, Oxfordshire.
- NHO Reiseliv 2012. Nordnorsk reiseliv.
- Nordland Fylkeskommune 2010. Reiselivsplan for Nordland fylke.
- Nyheim, J. & A.G. Johansen 2010. Hvordan kan mulig petroleumsaktivitetet på Nordland VI og VII få konsekvenser for reiselivsnæringen i Lofoten og Vesterålen? Masteroppgave Strategi og ledelse, Handelshøgskolen i Bodø
- Olsen, F. og Midtgard, M.R. 2006. En samfunnsøkonomisk analyse av Nes Utviklings prospektplaner. Notat til Lødingen Innovasjon, Lødingen.
- Palacio, V. & McCool, S. F. (1997). Identifying Ecotourists in Belize through Benefit Segmentation: A Preliminary Analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(3), 234-243.
- Prebensen, N.K. (2007) Exploring Tourists' Images of a Distant Destination, *Tourism Management*, 28: 747-456.
- Puhakka, R. (2011). Environmental Concern and Responsibility among Nature Tourists in Oulanka PAN Park, Finland. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 11(1), 76-96.
- Raadik, J., Cottrell, S. P., Fredman, P., Ritter, P., & Newman, P. (2010). Understanding Recreational Experience Preferences: Application at Fulufjället National Park, Sweden. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 10(3), 231-247.
- Rideng, A. og Dybedal, P. 2004. Gjesteundersøkelsen. TØI rapport 753: 2004. Oslo.
- Rideng, A. og Haukeland, J.V. 2005. Gjesteundersøkelsen 2005. TØI rapport 813: 2005. Oslo.
- Sharpley, R. (2006). Ecotourism: A Comparison Perspective. *Journal of Ecotourism*, 5(1&2), 7-22.
- Silverberg, K. E., Backman, S. J., & Backman, K. F. (1996). A Preliminary Investigation into the Psychographics of Nature-Based Travelers to the Southeastern United States. *Journal of Travel Research*, 35, 19-28.
- Sletvold, O. og Midtgard, M.R. 2000. Natur og attraksjoner – kompetansebruk, kundetilfredshet og lønnsomhet. Reiselivsforskning Nord.

- Stantec 2012. Socio-economic benefits from petroleum industry activity, in Newfoundland and Labrador 2008-2010. Final report, Petroleum Research Newfoundland and Labrador
- Statoil 2001. Snøhvit LNG. Konsekvensutredning. Unnummerert rapport, Stavanger.
- Tangeland, T. & Ø.Aas 2010- Kraftinstallasjoner i naturområder – effekter på turisme, friluftsliv og bruk av fritidsboliger. En litteraturstudie. NINA rapport 625, Lillehammer
- UNWTO 2012. UNWTO.org/en/barometer
- Utenriksdepartementet 2006a. Barents 2020. Oslo.
- Utenriksdepartementet 2006b. Regjeringens Nordområdestrategi. Oslo.
- Valentine, P. 1992. Nature-based tourism. I Weiler, B. og Hall, C.M. Special interest tourism. Belhaven Press, London.
- Vespestad, M. K., & Lindberg, F. (2011). Understanding nature-based tourist experiences: an ontological analysis. *Current Issues in Tourism*, 14(6), 563-580.
- Weaver, D. B. (2002). Hard-core Ecotourists in Lamington National Park, Australia. *Journal of Ecotourism*, 1(1), 19-35.
- Viken, A. 2004. Lofotundersøkelsen 2004. Telenor FoU, Tromsø.
- Viken, A. 2001. Turismeutvikling i Lofoten. I Jacobsen & Viken Turisme-tradisjon og trender. Oslo, Universitetsforlaget
- Øian, H., Skår, M., Vistad, O.I. og Andersen, O. 2010. Full City havariet. Kortsiktige effekter av oljeforurensning på friluftsliv. Forprosjekt. NINA Rapport 573.
- .

Vedlegg 1 Hotellovernattinger etter formål i 2011. Kilde: Statistikknett

Region	Kurs og konferanse	Yrke	Ferie og fritid	Kurs og konferanse	Yrke	Ferie og fritid
Lofoten	25 318	32 330	143 880	13 %	16 %	71 %
Vesterålen	2 037	24 832	35 257	3 %	40 %	57 %
Senja	1 094	11 384	12 779	4 %	45 %	51 %
Harstad*	5 128	50 667	42 625	5 %	51 %	43 %
Ofoten**	5 875	48 601	50 953	6 %	46 %	48 %
Salten	43 881	137 024	124 813	14 %	45 %	41 %
Helgeland	13 259	97 327	89 473	7 %	49 %	45 %
Nord-Trøndelag***	6 308	23 032	36 569	10 %	35 %	55 %

*Kun Harstad kommune

**Inkl. Lødingen og Tjeldsund

***Namdal-regionen, omfatter Nærøy, Vikna og Leka, i tillegg til Namsskogan, Grong, Snåsa, Lierne, Røyrvik, Namsos, Flatanger, Namdalseid, Fosnes, Overhalla og Høylandet.

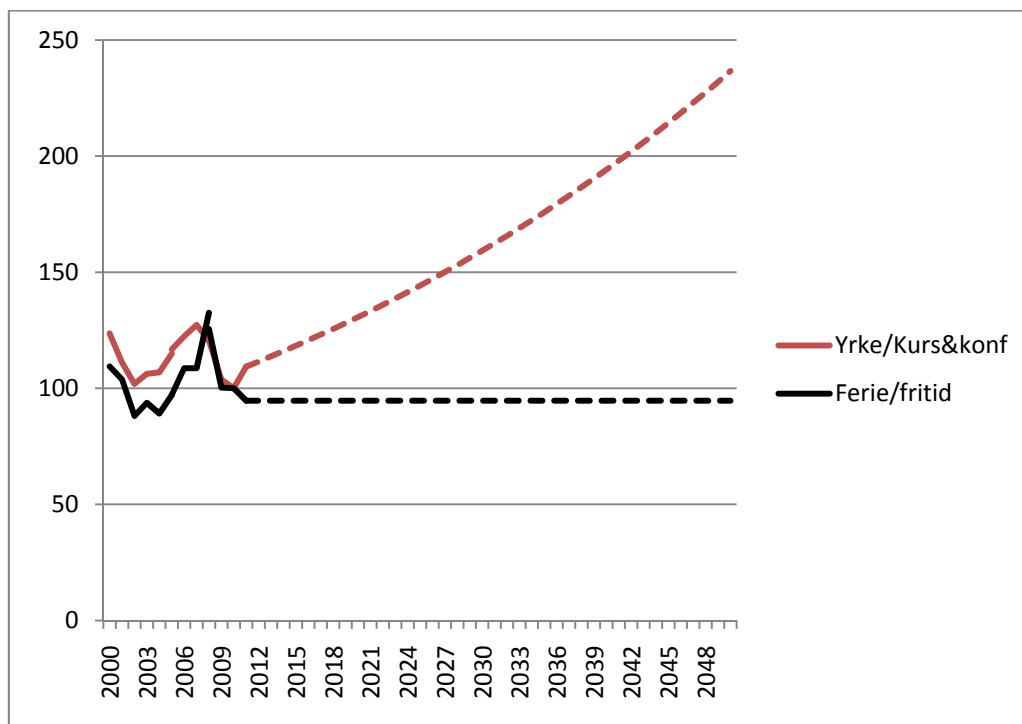
Vedlegg 2 Linear vekst i sysselsetting 2050. Kilde historiske data: Norut Alta/SSB

Forholdstall mellom ansatte i yrke/kurs&konf. og ferie/fritid er beregnet på følgende måte:

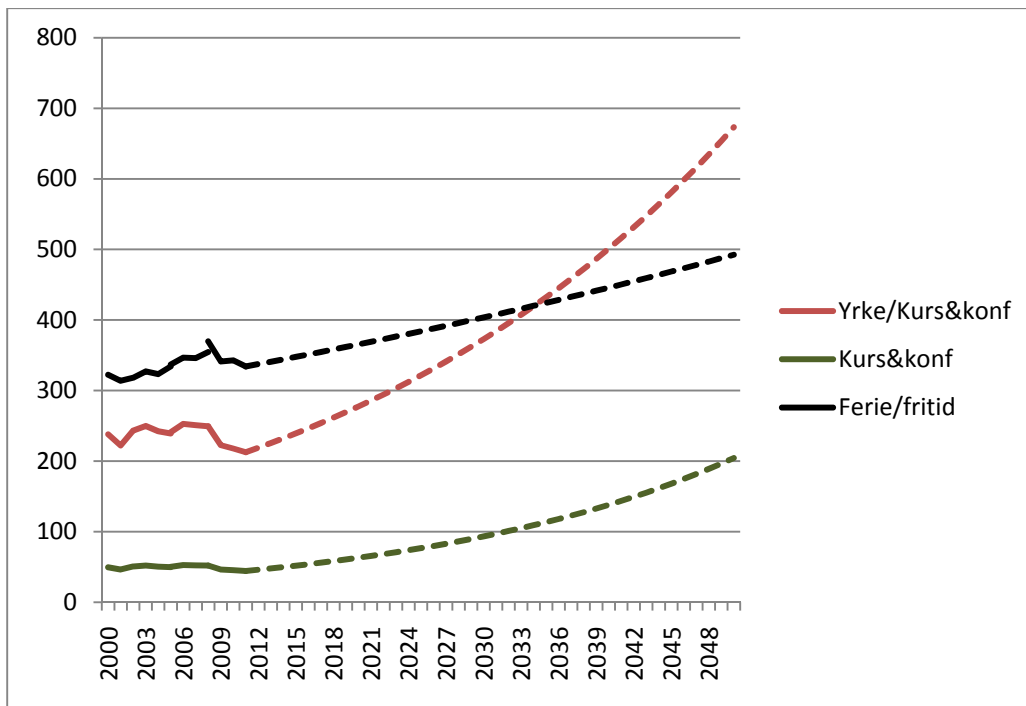
- For Overnatting- og serveringsvirksomheter er fordelingen den prosentmessige andelen av hotellovernattinger hvert segment har i regionen, beregnet som et gjennomsnitt fra 2000-2011.
- For andre næringer: Opplevelse, reisebyråer, guider, museer, etc. er det antatt at alle ansatte er innenfor ferie/fritid.
- Alle transportnæringer er helt utelatt fra utvalget.

Brudd i serien:

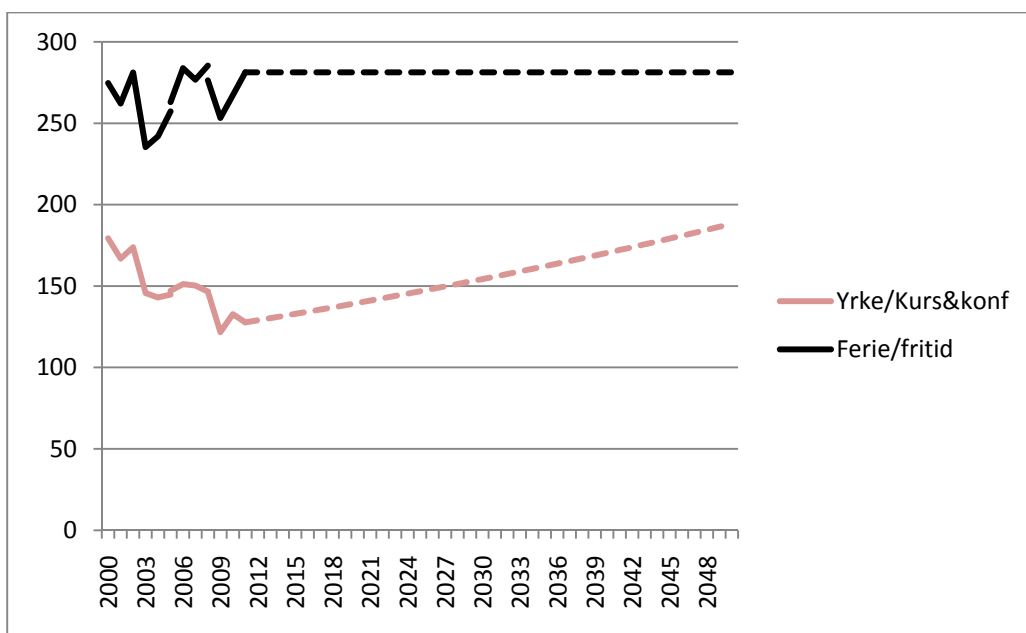
- Ny NACE-inndeling kom i 2002.
- Fra 2005 er 15-åringer med i utvalget.
- Ny NACE-inndeling kom i 2008.



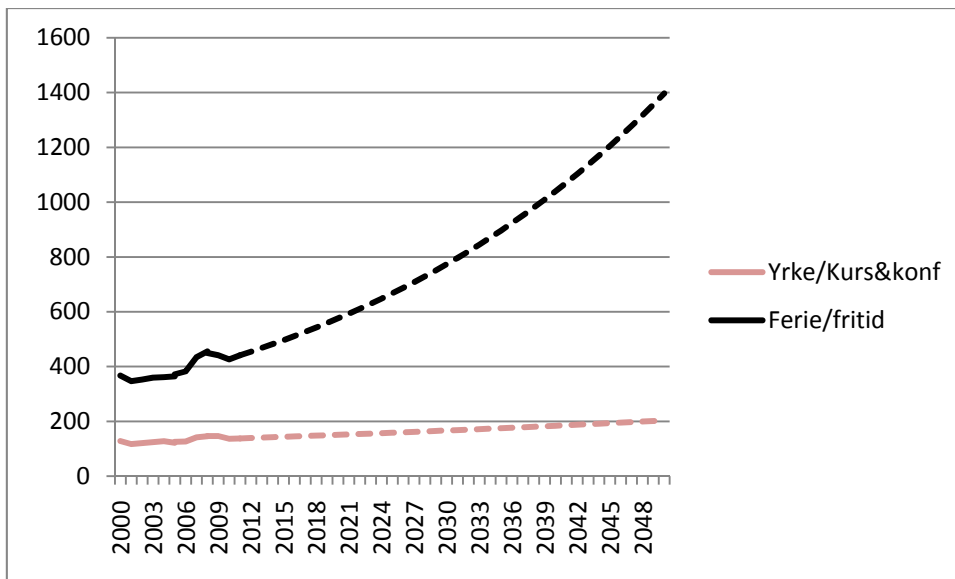
Figur 1: Sysselsatte i reiselivsnæringer i Senja-regionen. Framskrivningen antar ingen vekst i ferie/fritid og 2% årlig vekst i yrke/kurs&konf.



Figur 2: Sysselsatte i reiselivsnæringer i Harstad-regionen. Framskrivningen antar 1% årlig vekst i ferie/fritid, 3% i yrkesreiser og 4% i kurs/konferanse.



Figur 3: Sysselsatte i reiselivsnæringer i Vesterålen. Framskrivningen antar ingen vekst i ferie/fritid og 1% årlig vekst i yrke/kurs&konf.



Figur 4: Sysselsatte i reiselivsnæringer i Lofoten. Framskrivningen antar 3% årlig vekst i ferie/fritid og 2% i yrke/kurs&konf.

Vedlegg 3. Oversikt over informanter i Lofoten, Vesterålen, Harstad og Senja.

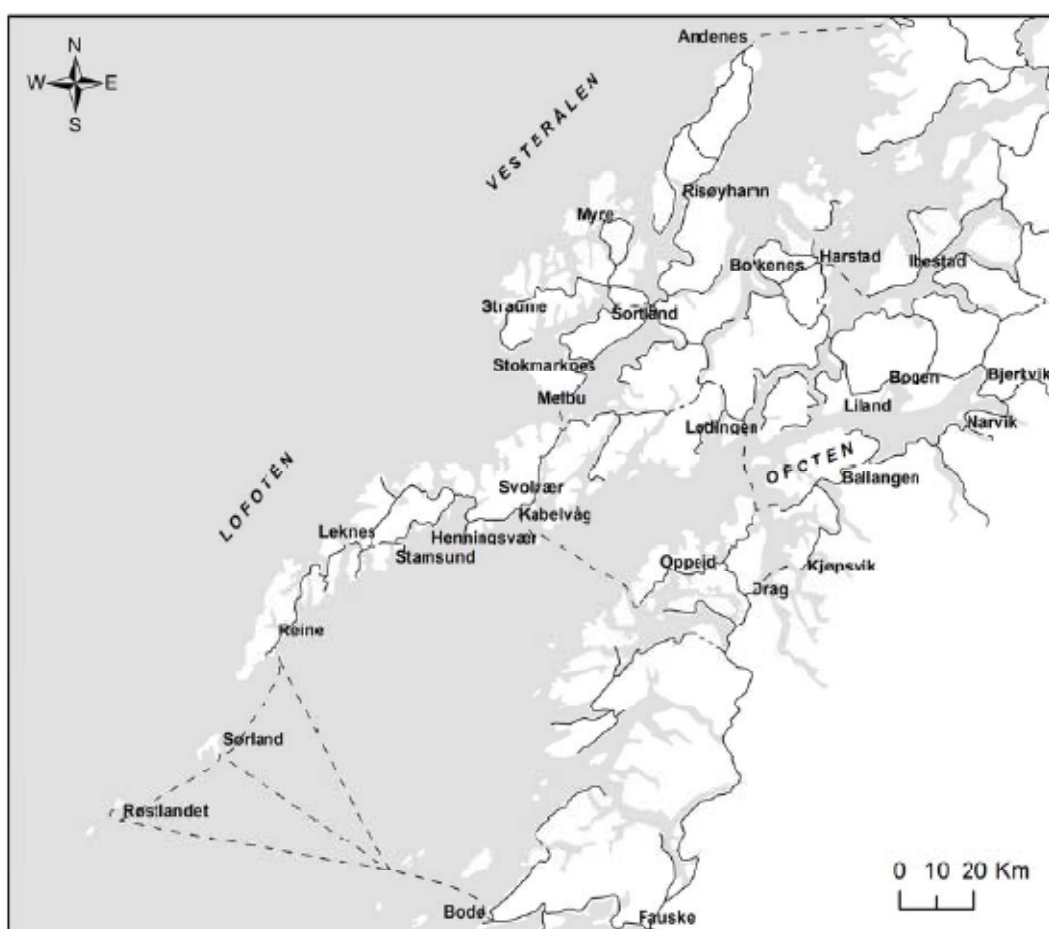
Lofoten	Overnattin g	Aktivitet	Museum/op plevelse	Transpor t	Serverin g
Lofoten charterbåt				x	
Lofotr Viking museum			x		
Lofoten explorer		x			
NJORDS charterbåter				x	
Thon svolvær	x				
Anker brygge, Svolvær	X				x
XXLofoten		x			
Visit lofoten	X	x			
Rica Svolvær	X				x
Alpine guides		xx			
Galleri Lofotens hus			x		
Røst havfiskesente r	X	x		x	
Skjærbyrgga	X				x
Reine adventures		x			
Solsiden Brygge AS	X				
Himmel og havn					x
Ramberg gjestegård	X				x
Destinasjon lofoten					
Lofoten aktiv		x			
Svinøya rorbuer	X				X

Vesterålen					
Vesterålen Rib Safari		X			
Akvakultur		X	X		
Arctic Whale Tours		X			
Stø Safari		X			
Discover Vesterålen/ Holmvik brygge	X	X	X		X
Skagakaia	X	X			X
Puffin Safari		X			
Andøymusee t			X		
Andenes hvalsafari		X	X		
Sea Safari	X	X			
Fargeklatten Veita	X		X		
Marmelkroke n	X	X			X
Ringstad Sjøhus	X	X			X
Harstad					
Røknes Gård	X				X
Clarion Arcticus	X				X
B&B Touring		X			
Valhall	X	X			X
Destinasjon Harstad	X	X	X		
Senja					
Senjastua					x
Destinasjon Senja					
Hamn I Senja	X		x		xx
Kråkeslottet	X		x		x
Basecamp	X	x	x		x

Vedlegg 4 Spørreskjema for turister i Lofoten og Vesterålen

Spørreskjema for turister i Lofoten og Vesterålen

Sommeren 2012



Innledning

Northern research institute (NORUT) og Norsk institutt for naturforskning (NINA) skal på vegne av Olje- og energidepartementet og Nærings- og handelsdepartementet foreta en studie av turismen i Lofoten, Vesterålen, Harstad med omegn og deler av Senja. I tillegg skal studien bidra til å vurdere virkninger av eventuell petroleumsvirksomhet i havområdene utenfor på reiselivsnæringen. Arbeidet er en del av såkalt kunnskapsinnhenting som gjennomføres på oppdrag fra Stortinget. Resultatene av undersøkelsen blir offentliggjort i rapporter som publiseres vinteren 2012/2013. For mer informasjon, se Meld. St. 10 (2010-2011) eller www.regjeringen.no/oed.

Vi ønsker med dette spørreskjemaet å få tak i turistenes egne vurderinger og opplevelser i Lofoten og Vesterålen. Du finner et kart på forsiden av skjemaet som viser Lofoten og Vesterålen. Det er av stor betydning for oss at du besvarer denne undersøkelsen, som tar ca. ti minutter å gjennomføre. Alle besvarelser er anonyme. Det er frivillig å besvare skjemaet.

Har du spørsmål til undersøkelsen kan disse stilles til: Oddgeir Andersen (Tlf: 934 66 706) eller Øystein Aas (Tlf: 934 66710) i NINA. Selve intervjuene gjennomføres av personell fra intervjufirmaet NORSTAT.

Fylles ut av intervjuer: Dato: _____ Sted: _____

Del 1 - om reisen

1. Hvilke av følgende områder besøker du som del av denne ferieturen? Du kan sette flere kryss!

- | | |
|---|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Lofoten | <input type="checkbox"/> Senja |
| <input type="checkbox"/> Vesterålen | <input type="checkbox"/> Bodø |
| <input type="checkbox"/> Harstadområdet | <input type="checkbox"/> Tromsø |

2. Hvordan reiser du? Sett bare ett kryss!

- | | | | | |
|--|----------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> Privatbil | <input type="checkbox"/> Leiebil | <input type="checkbox"/> Buss | <input type="checkbox"/> Hurtigruta | <input type="checkbox"/> MC |
| <input type="checkbox"/> Annet, hva; _____ | | | | |

3. Hvor mange ganger har du besøkt Lofoten-Vesterålen tidligere? Sett bare ett kryss!

- | | | | |
|--------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Første gang | <input type="checkbox"/> 1-4 ganger | <input type="checkbox"/> 5-9 ganger | <input type="checkbox"/> 10 ganger eller mer |
|--------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|--|

4. Hva var hovedgrunnen for å reise til Lofoten – Vesterålen? Flere kryss er mulig, sett disse i venstre kolonne. Dersom det var flere grunner; ranger de tre viktigste (1= viktigst, sett tallene i høyre kolonne).

Formål (x)		Rangering (1-3)
	Å besøke Lofoten-Vesterålen er hovedformålet med turen	
	Besøket er en del av en rundreise/lengre tur som også omfatter andre områder	
	Jeg har venner/slektninger som bor i området som jeg skal besøke	
	Har hytte/familiested i området	
	Annen grunn; hva:	

5. Hvilke typer opplevelser og aktiviteter planlegger du å gjøre eller har gjort under oppholdet i Lofoten - Vesterålen? Sett kryss for de aktivitetene du har gjort eller planlegger å gjøre. Sett også kryss ved aktiviteter du betalte for/skal betale for å gjøre. Du kan sette flere kryss per linje!

	Har gjort	Planlegger å gjøre på turen	Skal betale/har betalt for å gjøre
Kulturopplevelser (for eksempel museum, konsert el.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Naturopplevelser på land (eks. fjelltur, se på dyreliv, sykkel tur el.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Naturopplevelser på sjøen (eks. fiske, padle, hvalsafari)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Generell avkobling	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sightseeing i området	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Hvor mange netter overnatter du/planlegger du å overnatte i Lofoten - Vesterålen? Sett 0 om du ikke overnatter i Lofoten-Vesterålen!

_____ Antall netter overnatting i Lofoten – Vesterålen.

7. Hvis du overnatter /planlegger å overnatte i Lofoten - Vesterålen, hvordan overnatter du? Du kan sette flere kryss om du benytter mer enn en type overnatting!

- Hotell, pensjonat, vandrerhjem
- Leid hytte/rorbu
- Campinghytte
- Bobil/campingvogn/telt på campingplass
- Fricamping (bobil, campingvogn, telt utenfor campingplass)
- Hurtigruta/cruisebåt
- Egen/lånt hytte
- Hos slekt/venner
- Annet

Om området Lofoten - Vesterålen

8. Er du kjent med området som reisemål vinterstid? Sett kun ett kryss!

Ja Nei

9. Hvor sannsynlig er det at du en gang i fremtiden vil besøke dette området på vinterstid? Sett kun ett kryss for det du mener passer best for deg!

Svært lite sannsynlig	Lite sannsynlig	Hverken sannsynlig eller usannsynlig	Ganske sannsynlig	Svært sannsynlig
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander om kvalitetene ved Lofoten - Vesterålen? Sett ett kryss for hver påstand på skalaen fra 1 helt uenig til 5 helt enig.

	Helt uenig (1)	2	3	4	Helt enig (5)	Vet ikke
Området har vakkert og storslått landskap	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Området gir meg muligheter til å oppleve eller drive med aktiviteter jeg ikke kan gjøre hjemme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kulturlandskap og spor av menneskers virke er en viktig del av dette området	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Området har autentiske lokalsamfunn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fiskeriene er en viktig del av områdets identitet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Området har urørt natur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Området framstår som rent og lite utsatt for forurensning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Få mennesker og lite spor etter industri og store anlegg er en viktig kvalitet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. Hvor enig eller uenig er du i følgende utsagn? Sett ett kryss for hvert utsagn på skalaen fra 1=helt uenig til 5 = helt enig.

	Helt uenig 1	2	3	4	Helt enig 5	Vet ikke
Inntrykket av området (stedets image) vil bli negativt påvirket av petroleumsvirksomhet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Det er positivt med petroleumsvirksomhet i området	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
For lokalsamfunnene i området vil de negative virkningene av petroleumsvirksomhet oppveie eventuelle positive virkninger	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Petroleumsvirksomhet er negativt for reiselivet i området, og færre turister vil reise hit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Det vakre landskapet gjør at turister vil reise hit uansett	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Petroleumsvirksomhet fører til at området blir mer attraktivt å bosette seg i	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

15. Om media bragte nyheten om et større oljeutslipp utenfor Lofoten/Vesterålen/Senja før du betalte reisen hit, vil du da endret reisemål slik at du ikke besøkte området? Sett bare ett kryss!

Ja, svært sannsynlig Ja, ganske sannsynlig Verken sannsynlig eller usannsynlig Nei lite sannsynlig Nei, svært lite sannsynlig

16. Har du tidligere endret ferieplaner på grunn av store ulykker/naturkatastrofer på stedet du skulle reise til?

Ja Nei Vet ikke/Husker ikke

17. Om det en gang i framtiden etableres petroleumsvirksomhet i Lofoten-Vesterålen, og landanlegg legges vekk fra de mest brukte turistområdene, hvor sannsynlig er det at slik virksomhet vil redusere din interesse for å besøke området, gitt at det ikke skjer oljeutslipp/større ulykker? Sett bare ett kryss!

Svært lite sannsynlig Lite sannsynlig Verken sannsynlig eller usannsynlig Ganske sannsynlig Svært sannsynlig

18. Hvis det etableres petroleumsvirksomhet i regionen, og det skjer et større uhell med påfølgende utslipp/forurensning, hvor sannsynlig er det at et slikt uhell vil redusere din interesse for å besøke området? Sett bare ett kryss!

Svært lite sannsynlig

Lite sannsynlig

Verken sannsynlig eller usannsynlig

Ganske sannsynlig

Svært sannsynlig

Om deg selv:

19. Kjønn: Mann Kvinne

20. Din nasjonalitet: _____

21. Din alder: _____ År

22. Ditt reisefølge på denne turen: (Du kan sette flere kryss)

Reiser alene Med familie Med venner Organisert gruppereise

23. Er det barn (18 år eller yngre) med på reisen? Ja Nei

24. Hvis du svarte ja på spm 23, angi antall barn i hver aldersgruppe som er med i reisefølget.

Aldersgruppe	Antall barn
0-5	
6-12	
13-18	

25. Hva er din høyeste fullførte utdanning? Sett bare ett kryss!

- Grunnskole
 Videregående skole
 1-3 år på høyskole/universitet
 4 år eller mer på høyskole/universitet

Undersøkelsen er nå ferdig - Tusen takk for at du tok deg tid til å besvare spørsmålene!

Vedlegg 5 Nace koder innen reiselivsnæringen

Kode	Beskrivelse	Alle	Uten noen transport	Overnatting og servering	Utvalgte opplevelse etc.
49100	Passasjertransport med jernbane	x	X		
49311	Rutebiltransport i by- og forstadsområde	x			
49312	Transport med sporveis- og forstadsbane	x			
49320	Drosjebiltransport	x	X		
49391	Rutebiltransport utenfor by- og forstadsområde	x			
49392	Turbiltransport	x	X		
49393	Transport med taubaner, kabelbaner og skiheiser	x	X		
50101	Utenriks sjøfart med passasjerer	x	X		
50102	Innenlandske kyststruter med passasjerer	x			
50109	Kysttrafikk ellers med passasjerer	x	X		
50300	Passasjertransport på elver og innsjøer	x	X		
51100	Lufttransport med passasjerer	x			
52212	Drift av parkeringsplasser og parkeringshus	x			
52213	Drift av bomstasjoner	x			
52214	Drift av taxisentraler og annen formidling av persontransport	x			
52221	Drift av havne- og kaianlegg	x	X		
52230	Andre tjenester tilknyttet lufttransport	x			
55101	Drift av hoteller, pensjonater og moteller med restaurant	x	X	x	
55102	Drift av hoteller, pensjonater og moteller uten restaurant	x	X	x	
55201	Drift av vandrerrhjem	x	X	x	
55202	Drift av ferieleiligheter	x	X	x	
55300	Drift av campingplasser	x	X	x	
55900	Annen overnatting	x	X	x	
56100	Restaurantvirksomhet og catering	x	X	x	
56101	Drift av restauranter og kafeer	x	X	x	
56102	Drift av gatekjøkken	x	X	x	
56210	Cateringvirksomhet	x	X	x	
56290	Kantiner drevet som selvstendig virksomhet	x	X	x	
56301	Drift av puber	x	X	x	
56309	Drift av barer ellers	x	X	x	
59140	Filmframvisning	x			
77110	Utleie og leasing av biler og andre lette motorvogner	x	X		
77210	Utleie og leasing av sports- og fritidsutstyr	x	X		
79110	Reisebyråvirksomhet	x	X		
79120	Reisearrangørvirksomhet	x	X		
79901	Turistkontorvirksomhet og destinasjonsselskaper	x	X		
79902	Guider og reiseledere	x	X		
79903	Opplevelses-, arrangements- og aktivitetsarrangørvirksomhet	x	X		x
79909	Turistrelaterte tjenester ikke nevnt annet sted	x	X		
90020	Tjenester tilknyttet underholdningsvirksomhet	x	X		

91021	Drift av kunst- og kunstindustrimuseer	X	x		x
91022	Drift av kulturhistoriske museer	X	x		x
91023	Drift av naturhistoriske museer	X	x		x
91029	Drift av museer ikke nevnt annet sted	X	x		x
91030	Drift av historiske steder og bygninger og lignende severdigheter	X	x		x
91040	Drift av botaniske og zoologiske hager og naturreservater	X	x		x
93110	Drift av idrettsanlegg	X	x		
93210	Drift av fornøyles- og temaparker	X	x		x
93291	Opplevelsesaktiviteter	X	x		x
93292	Fritidsetablisement	X	x		
93299	Fritidsvirksomhet ellers	X	x		

Vedlegg 6 Hotellovernattinger etter formål og andre overnattinger i absolutte tall sommerses. juni-aug. Kilde: Statistikknett/SSB

Sommer- sesongen	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Senja-regionen												
Ferie/ fritid	8870	10149	4241	4225	2775	2642	2527	2442	3194	6989	7827	7635
Kurs/konf	711	401	72	77	16	73	139	90	16	785	342	107
Yrke	3469	3721	1295	1035	903	897	1084	1102	785	1884	2026	2019
Camping etc	12915	12826	14645	17794	14473	20801	29606	18410	22902	27998	24378	27312
SUM	25965	27097	20253	23131	18167	24413	33356	22044	26897	37656	34573	37073
Harstad												
Ferie/ fritid	14751	14687	19068	24254	23818	25735	27325	29220	24005	20006	20754	20070
Kurs/konf	3362	1751	2341	2321	4291	1637	1563	1826	810	1662	742	936
Yrke	8055	8563	8065	10593	10781	12692	10860	10576	13659	13361	15141	14478
Camping etc	12356	11629	10366	13838	13663	10837	18074	21229	22861	14042	8970	
SUM	38524	36630	39840	51006	52553	50901	57822	62851	61335	49071	45607	
Vesterålen												
Ferie/ fritid	30494	29594	29534	28998	27567	26902	29955	27732	23529	18082	24496	24600
Kurs/konf	940	1727	1273	1105	549	923	429	601	458	561	1138	597
Yrke	5649	5259	5770	6113	5423	4988	4288	5866	4802	8122	9250	5869
Camping etc	15992	11789	16459	11482	12105	8802	12548	19136	22571	25365	19088	18869
SUM	53075	48369	53036	47698	45644	41615	47220	53335	51360	52130	53972	49935
Lofoten												
Ferie/ fritid	61146	70458	68625	73934	71849	70199	74401	72082	72202	85200	98551	108738
Kurs/konf	3443	3033	2395	3263	3385	8107	6796	9161	6944	4422	7995	6676
Yrke	9157	7082	8879	5598	6112	6652	7036	4627	7032	11754	11058	7927
Camping etc	106371	112645	116912	129280	133099	117149	111574	128706	157705	155550	141780	132062
SUM	180117	193218	196811	212075	214445	202107	199807	214576	243883	256926	259384	255403
Ofoten												
Ferie/ fritid	27374	22858	22084	24970	22582	24483	23677	24229	22355	22901	24905	26138
Kurs/konf	1740	1014	794	969	276	603	543	504	398	238	416	1311
Yrke	7085	9442	11001	5232	7009	7085	6505	13304	13454	11040	10534	11366
Camping etc	38447	34135	48851	51920	48227	43490	36516	29398	29844	30169	29598	31002
SUM	74646	67449	82730	83091	78094	75661	67241	67435	66051	64348	65453	69817
Salten												
Ferie/ fritid	66361	68786	66787	69429	66491	70810	69588	69037	60997	68113	68128	72690
Kurs/konf	4557	8852	5545	7254	8137	9613	8249	10025	5311	6120	6789	6722
Yrke	25101	29306	26775	24584	29193	32459	33260	29631	38443	37085	36314	32000
Camping etc	146858	146079	160247	162722	146705	154688	153467	167661	167186	159781	142812	161481
SUM	242877	253023	259354	263989	250526	267570	264564	276354	271937	271099	254043	272893
Helgeland												
Ferie/ fritid	70902	68971	71500	72770	70999	66400	64409	63343	62191	61026	62821	61351
Kurs/konf	2767	2550	2397	2724	2636	2477	2830	2259	1786	1315	1726	4065
Yrke	17164	19649	12619	14662	17416	20146	19696	19216	19329	22384	22767	19656
Camping etc	113939	101372	107019	119392	114225	99527	86617	95673	97093	92508	88606	93240
SUM	204772	192542	193535	209548	205276	188550	173552	180491	180399	177233	175920	178312
Nord-Trøndelag (Namdal-regionen)												
Ferie/ fritid			23419	23412	22325	26670	26729	31133	29796	24291	23566	20302
Kurs/konf			1867	1309	657	1176	1102	1729	1553	1341	1497	1619
Yrke			3003	3736	4734	3923	4340	5756	4790	4142	4514	5426
Camping etc								85997	86278	83134	74804	68880
SUM								124615	122417	112908	104381	96227

Vedlegg 7 Hotellovernattinger etter formål og andre overnattinger i absolutte, vintersesongen jan-apr. Kilde: Statistikknett/SSB

Vinter- sesongen	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Senja-regionen													
Ferie/ fritid		1170	917							439	851	1663	2384
Kurs/konf		2076	1610							1261	1194	320	476
Yrke		5786	6469							3412	2833	4427	4185
Camping etc							12569	2123	3962	4493	7499	8491	10495
SUM										9605	12377	14901	17540
Harstad													
Ferie/ fritid	4322	3927	5457	6555	10068	10667	8222	10177	9704	9652	8916	9313	8836
Kurs/konf	3016	4529	3509	3552	3989	3018	3704	2603	1760	2119	1843	1581	2437
Yrke	11199	11057	11829	12794	15134	15175	15327	15800	16632	17890	17753	15668	19440
Camping etc								3463	3049				
SUM								32043	31145				
Vesterålen													
Ferie/ fritid	2996	3465	2011	1901	1939	1965	1106	3316	2685	3446	2637	4668	5623
Kurs/konf	2763	2776	1353	1038	1300	988	1458	1468	1199	1738	1009	615	766
Yrke	9228	8387	8948	9129	7756	7055	7666	9511	8781	6509	7579	9026	8897
Camping etc									1956	2281	2703		
SUM									14621	13974	13928		
Lofoten													
Ferie/ fritid	9426	9528	8893	6560	6932	7140	5910	7349	8338	7379	8942	12937	16325
Kurs/konf	4595	4162	3960	4191	3623	4469	4423	5167	4143	4715	5262	6334	9033
Yrke	10874	8143	9334	8835	7713	7947	9240	7419	9679	8071	12622	10182	7744
Camping etc	5711	4698	7453	6381	8804	7617	8555	9909	13288	13137	13249	15658	18312
SUM	30606	26531	29640	25967	27072	27173	28128	29844	35448	33302	40075	45111	51414
Ofoten													
Ferie/ fritid	11105	6357	5866	11946	10475	5572	9137	5842	5830	6427	8310	10618	7206
Kurs/konf	3553	2490	2020	876	1152	2570	1687	1155	1981	2137	1287	2249	2399
Yrke	9990	12827	15008	8998	11848	11971	13454	12385	15856	16582	11012	15427	17555
Camping etc													
SUM													
Salten													
Ferie/ fritid	14557	12028	12180	13534	13597	11767	14973	16038	13579	13943	14506	16856	22567
Kurs/konf	18340	20096	14559	15542	17821	18398	18320	16493	17338	16317	16350	14273	15804
Yrke	40642	39494	42206	38103	37341	61944	47332	49036	47260	47138	43604	43896	46356
Camping etc								31368	32711	31418	32622	33374	28668
SUM								111993	114278	109595	110020	107834	117943
Helgeland													
Ferie/ fritid	12185	7444	8396	6080	5743	6081	7348	7019	9572	7931	8641	9326	7787
Kurs/konf	7025	10107	5872	5159	5050	4347	4996	5488	4002	3488	2828	3986	3518
Yrke	21260	18584	22908	22573	23931	24597	23160	32488	27238	28354	28745	31411	21240
Camping etc													
SUM													
Nord-Trøndelag (Namdal-regionen)													
Ferie/ fritid			3968	3390	4138	3763	4952	6816	7861	9259	8732	7195	8402
Kurs/konf			3065	3434	3226	2997	3639	2661	2671	2182	1954	1987	2431
Yrke			4831	5303	4948	6484	8253	8988	5980	5717	6598	7076	7362
Camping etc								13325	11251	15700	23383	11534	8666
SUM								31790	27763	32858	40667	27792	26861

Vedlegg 8 Hotellovernattinger etter formål og andre overnattinger i absolutte tall per år. Kilde: Statistikknett/SSB

Hele året	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Senja-regionen												
Ferie/ fritid	10539	12763	6808	7134	5994	4631	4061	4841	6967	11004	12095	12779
Kurs/konf	4125	4019	2677	1885	1396	1777	2139	1696	2149	2624	2301	1094
Yrke	12988	16586	12888	8918	8956	10258	9239	9323	8333	9576	10351	11384
Camping etc	19019	19230	21086	23874	21564	35185	50278	29559	37977	44066	43792	46270
SUM	46671	52598	43459	41811	37910	51851	65717	45419	55426	67270	68539	71527
Harstad												
Ferie/ fritid	25345	26562	35100	41580	45852	48111	48440	52944	45663	42161	40393	42625
Kurs/konf	12585	10718	10951	10968	13637	8878	7450	7844	6083	8199	4214	5128
Yrke	32143	33302	34183	42669	44416	47965	46354	46186	52999	51867	55606	50667
Camping etc	31078	32791	29423	31292	30675	28760	29406	30354	30815	21315	18350	
SUM	101151	103373	109657	126509	134580	133714	131650	137328	135560	123542	118563	
Vesterålen												
Ferie/ fritid	39203	38556	36359	34866	33718	32353	36529	35907	31009	24425	31118	35257
Kurs/konf	7895	7034	4583	4882	3849	3645	3410	3631	3000	3233	3207	2037
Yrke	25251	24371	25035	27056	23381	20989	22387	26344	24187	26050	28543	24832
Camping etc	27324	22100	21585	22503	23772	19851	25720	34119	31727	33823	27033	29032
SUM	99673	92061	87562	89307	84720	76838	88046	100001	89923	87531	89901	91158
Lofoten												
Ferie/ fritid	79554	90687	86084	90200	88147	87519	91471	90434	95749	108458	124379	143880
Kurs/konf	13156	13034	12449	13553	12066	18235	18040	21079	21417	19734	22093	25318
Yrke	30566	27340	28413	25420	23565	25065	25288	23664	25995	34894	38997	32330
Camping etc	126336	131484	139607	151156	155931	140756	133267	158748	196960	202326	185615	179144
SUM	249612	262545	266553	280329	279709	271575	268066	293925	340121	365412	371084	380672
Ofoten												
Ferie/ fritid	49103	38209	40449	50217	42496	46671	48642	43482	40814	40208	46650	50953
Kurs/konf	10802	7824	4943	4479	3319	5456	3995	2716	4120	4325	4050	5875
Yrke	35777	42119	42778	30785	36234	35734	36251	52122	51898	44282	39346	48601
Camping etc	48137	40736	58810	60037	55618	59695	52595	47526	44944	52861	44576	47829
SUM	143819	128888	146980	145518	137667	147556	141483	145846	141776	141676	134622	153258
Salten												
Ferie/ fritid	102209	102233	102153	106178	99252	108308	109049	107270	98360	109765	112174	124813
Kurs/konf	49468	52361	37600	46398	49553	49312	52194	52998	45394	45415	42593	43881
Yrke	117389	117681	118162	114779	120890	154488	139993	142877	149185	147505	141521	137024
Camping etc	204704	203486	214814	214644	199910	214226	222729	243836	239120	237681	220834	231484
SUM	473770	475761	472729	481999	469605	526334	523965	546981	532059	540366	517122	537202
Helgeland												
Ferie/ fritid	98725	87386	95476	90515	89620	85831	86263	84581	92319	84634	89498	89473
Kurs/konf	19319	28029	19695	15310	14623	12074	13758	13593	10398	8660	11757	13259
Yrke	68674	63723	59444	68476	73674	80171	77735	93163	81704	90579	85936	97327
Camping etc	126319	114787	125461	134637	132522	118210	117055	129325	136750	126754	121397	132102
SUM	313037	293925	300076	308938	310439	296286	294811	320662	321171	310627	308588	332161
Nord-Trøndelag (Namdal-regionen)												
Ferie/ fritid			31089	31063	30533	35619	38547	45329	46954	43210	42840	36569
Kurs/konf			10425	8841	6260	7337	7471	7828	7541	6388	6218	6308
Yrke			14348	15586	17448	19934	23325	24957	20105	19357	20413	23032
Camping etc								120652	120925	124169	119897	100422
SUM								198766	195525	193124	189368	166331

Vedlegg 9 Overnattingsformer. Kilde: Statistikknett/SSB

	SUM	Hotell	Annet
Senja	71527	25 257	46 270
Harstad	98 420	98 420	N/A
Vesterålen	91 158	62 126	29 032
Lofoten	380 672	201 528	179 144
Ofoten	153 258	105 429	47 829
Salten	537 202	305 718	231 484
Helgeland	332 161	200 059	132 102
Nord-Trøndelag*	166 331	65 909	100 422
SUM	1 830 729	1 064 446	766 283

* Namdal-regionen

Vedlegg 10 Flytrafikk i utredningsområdet

Rute- og charterpassasjerer, eks. transfer/transitt, 2007=100%. Kilde: Avinor.

