



Møre og Romsdal  
fylkeskommune

## saksframlegg

Dato:	Referanse:	Vår saksbehandlar:
27.02.2017	19323/2017	Lillian Sæther

**Saksnr**

**Utval**  
Regional- og næringsutvalet

**Møtedato**  
14.03.2017

### **Statusrapportering for reiselivsnæringa i Møre og Romsdal - heile 2016**

2016 var eit svært godt år for reiselivsnæringa i heile landet, så også for Fjord Norge-regionen. I denne saka skal vi sjå på tala for heile 2016 samanlikna med 2015. Vi vil også sjå på Møre og Romsdal samanlikna med heile landet og samanlikna med Fjord Norge-regionen.

Neste statusrapport kjem når tala for sommarsesongen 2017 er klar. Desse tala vil mest venteleg vere klar i slutten av første veka i oktober.

Vi har også i samarbeid med Møre og Romsdal Reiseliv under utarbeiding ei verdiskapings- og ringverknadsanalyse for reiselivsnæringa. Denne vil vere ferdig i løpet av første halvår 2017. Denne vil venteleg innehalde mykje interessant og spennande informasjon som vil bli presentert for utvalet.

#### **Trafikkutvikling for reiselivsnæringa i fylket**

Møre og Romsdal hadde i 2016 totalt 1 448 595 overnattingar, det vil seie overnattingar på hotell, campingplassar, hyttegrender og vandreheimar. Dette representerer ein auke på heile 6,7 prosent samanlikna med 2015.

Fjord Norge-regionen hadde i 2016 totalt 7 820 355 overnattingar som er ein auke på 4,3 prosent frå 2015. Heile landet hadde i 2016 totalt 33 114 132 overnattingar som er ein auke på 4,6 prosent frå 2015. Møre og Romsdal har 4,4 prosent av totale overnattingar i Norge og 18,5 prosent av totale overnattingar i Fjord Norge-regionen.

**Nordmenn** utgjer den desidert største og viktigaste gruppa for Møre og Romsdal og 950 240 nordmenn overnatta på hotell, campingplassar, hyttegrender og vandreheimar i fylket i 2016. Dette representerer ein auke på 1,5 prosent samanlikna med 2015. Nordmenn utgjer 65,6 prosent av det totale talet på overnattingar her i fylket i 2016. Til samanlikning kan nemnast at nordmenn i 2015 utgjorde 69,0 prosent av det totale talet på overnattingar i fylket. Det betyr at vektinga nordmenn/utlendingar har endra seg noko. Fjord Norge-regionen hadde ein auke på 0,2 prosent i norske overnattingar medan heile landet hadde ein auke på 2,5 prosent.

Det var i 2016 totalt 498 355 **utanlandske overnattingar** i Møre og Romsdal som er ein auke på heile 18,3 prosent samanlikna med 2015. Fjord Norge-regionen hadde i 2016 ein auke på 11,5 prosent i utanlandske overnattingar. Heile landet hadde i same periode ein auke på 10,2 prosent utanlandske overnattingar.

For Møre og Romsdal har tradisjonelt **dei viktigaste marknadene** vore: Tyskland, Sverige, Nederland og Storbritannia. Tyskland som er vår desidert viktigaste utanlandskmarknad hadde i 2016 ein auke på 29,2 prosent frå 100 494 til 129 820 overnattingar. Sverige og Nederland hadde begge ei svært fin auke på respektive 28,6 og 14,3 prosent. Storbritannia hadde derimot ein liten nedgang frå 2015 til 2016, frå 30 535 til 30 036 gjestedøgn som er ein nedgang på 1,6 prosent.

Gledeleg er det å registrere at **Kina** framleis seglar opp og er i ferd med å bli ein viktig marknad med ein auke frå 14 342 overnattingar i 2015 til 17 252 overnattingar i 2016 som er ein auke på 20,3 prosent. Kina har hatt fin vekst både i Fjord Norge-regionen og landet sett under eitt. Kina representerer eit enormt potensiale og alle prognoser viser at den utviklinga vi ser no, er bare byrjinga.

Av andre land med eit visst volum til Møre og Romsdal og som viser ei fin utvikling kan nemnast Polen med ein auke på 26,2 prosent, Frankrike med ein auke på 25,0 prosent, USA med ein auke på 22,3 prosent og Danmark med ein auke på 21,0 prosent.

Det er verdt å merke seg at det er store forskjellar i utviklinga. I 2016 er det overnattingar ved campingplassar, hyttegrender og vandreheimar som har hatt den beste utviklinga, men likevel med regionale forskjellar. Meir om dette under omtale av trafikktviklinga i destinasjonsselskapa/regionane.

**Hotellstatistikken** viser ein auke frå 922 690 til 945 374 overnattingar frå 2015 til 2016 som er ein auke på 2,5 prosent. Nordmenn har i denne perioden hatt ein nedgang på 13 479 overnattingar som representerer ein nedgang på 2,0 prosent. Utanlandske overnattingar har i perioden hatt ein auke på 14,9 prosent som utgjør 36 163 overnattingar.

**Overnattingar ved campingplassar og hyttegrender** har i denne perioden hatt ein svært fin auke frå 434 718 i 2015 til 503 221 overnattingar i 2016. Dette er ein auke på 68 503 overnattingar som utgjør heile 15,8 prosent. Størst er auken på utanlandske overnattingar som hadde ein auke på 22,8 prosent medan nordmenn hadde ein auke på 10,8 prosent.

Fordelinga mellom overnatting på hotell og overnatting på campingplassar, hyttegrender og vandreheimar er 65,3 prosent mot 34,7 prosent. I 2016 overnatta 945 374 gjestar på hotell medan 503 221 gjestar overnatta ved campingplassar, hyttegrender og vandreheimar.

Overnattingar på hotell som representerer **ferie- og fritidssegmentet** viser ein fin auke frå 2015 til 2016, frå 470 834 overnattingar til 495 104 som er ein auke på 5,2 prosent. Ferie- og fritidssegmentet (på hotell) utgjør i 2016 34,2 prosent av totale overnattingar i Møre og Romsdal i 2016 og 52,4 prosent av overnattingane på hotell. Ferie- og fritidssegmentet blir definert som det segmentet ein kan påverke mest med marknadsføring, medan både yrkestrafikk og kurs/konferanse segmentet er meir konjunkturutsatt.

I perioden 2012 til 2016 har ferie-fritidssegmentet på hotella i Møre og Romsdal auka frå 358 479 overnattingar i 2012 til 495 104 overnattingar i 2016 som er ein auke på heile 38,1 prosent. Fjord Norge-regionen har i same periode auka med 28,2 prosent og heile landet auka med 20,3 prosent.

Møre og Romsdal har hatt eit svært godt år både når ein samanliknar med heile landet og Fjord Norge-regionen. Heile landet hadde i 2016 ein vekst på 4,6 prosent, Fjord Norge-regionen ein vekst på 4,3 prosent medan Møre og Romsdal hadde ein vekst på 6,7 prosent. Berre Sogn og Fjordane i Fjord Norge-regionen hadde ein høgare vekst enn Møre og Romsdal med ein auke på 8,3 prosent.

### **Trafikkutvikling i destinasjonsselskapa i 2015**

I Møre og Romsdal hadde vi pr 31. desember 2014 fire destinasjonsselskap. Dette var Destinasjon Kristiansund & Nordmøre AS, Destinasjon Molde & Romsdal AS, Destinasjon Ålesund & Sunnmøre og Destinasjon Geirangerfjord & Trollstigen AS.

Frå 1. januar 2015 vart Destinasjon Kristiansund & Nordmøre AS og Destinasjon Molde & Romsdal AS slått saman og namnet på dette nye selskapet er Visit Nordmøre & Romsdal AS. I statistikksamheng opererer ein framleis med to destinasjonsselskap for denne regionen, men dette vil nok bli endra.

På Sunnmøre er Destinasjon Ålesund & Sunnmøre utvida til også å omfatte Stranda og Norddal kommunar som tidlegare var med i Destinasjon Geirangerfjord & Trollstigen AS. Destinasjon Geirangerfjord & Trollstigen AS er vidareført som destinasjonsselskap for bygda Geiranger og kanskje også nokre andre bygder både i Stranda og Norddal. Dagleg leiar i «gamle» Destinasjon Geirangerfjord & Trollstigen AS er dagleg leiar i det vidareførte selskapet.

I statistikksamheng og dermed i dette avsnittet, opererer vi med dei fire opphavlege destinasjonsselskapa slik dei var inndelt pr 31. desember 2014. Desse vil bli omtala som regional sidan dei ikkje speglar den reelle destinasjonsstrukturen.

Det er store regionale forskjellar frå Destinasjon Geirangerfjord AS som samla sett hadde ein auke på heile 20,7 prosent til Destinasjon Kristiansund & Nordmøre som hadde ein nedgang på 5,0 prosent. Dette vil bli omtalt nærare nedanfor.

Det er for øvrig verdt å nemne at i samla tal og tal for campingplassar og hyttegrender er ikkje tala frå vandreheimar med i regionstala. Det betyr at ein ikkje kan summere regionstala å få same sum som for heile fylket då tala frå vandreheimar ikkje er med i regionstala. Regionstala er riktige for hotellovernattingar.

### **Ålesund & Sunnmøre**

Ålesund & Sunnmøre er i talet på overnattingar samla sett den største regionen og har i 2016 hatt totalt 540 825 overnattingar, det vil seie overnattingar på hotell, campingplassar og hyttegrender (eksklusive overnattingar på vandreheimar). Dette representerer ein auke på 6,3 prosent samanlikna med 2015. Overnatting på hotella i regionen hadde ein auke på 4,4 prosent frå 431 001 i 2015 til 449 821 i 2016 og dersom ein bare ser på Ålesund by er auken på 2,7 prosent. Dersom ein ser nærare på overnattingsstatistikken på hotell så viser denne ein nedgang frå 195 060 i 2015 til 183 981 i 2016 for yrkestrafikken til regionen, medan både kurs/konferanse og ferie/fritidsmarknaden begge har hatt ei positiv utvikling.

Overnatting på campingplassar og hyttegrender har auka frå 77 943 i 2015 til 91 004 i 2016 som er ein auke på 16,8 prosent. Nordmenn er den viktigaste kundegruppa med 365 861 overnattingar som utgjer 67,6 prosent av totale overnattingar i dette området.

### **Geirangerfjord & Trollstigen**

Geirangerfjord & Trollstigen har i 2016 hatt totalt 273 452 overnattingar (eksklusive overnattingar på vandreheimar). Dette representerer ein auke på heile 20,7 prosent samanlikna med 2015. Overnatting på hotella i regionen hadde ein auke på 2,2 prosent i denne perioden frå 120 124 i 2015 til 122 803 i 2016. Dersom ein også her ser nærare på hotellstatistikken så viser den ein mindre nedgang for kurs/konferanse (0,8 prosent) og yrkestrafikk (1,8 prosent) medan ferie/fritidsmarknaden hadde ein auke på 2,9 prosent. Overnatting på campingplassar og hyttegrender har auka frå 106 374 i 2015 til 150 650 i 2016 som er ein auke på 41,6 prosent. I 2016 er talet på utanlandske gjestedøgn høgare enn nordmenn med 140 923 overnattingar som utgjer 51,5 prosent av totale overnattingar.

### **Molde & Romsdal**

Molde & Romsdal har i 2016 hatt totalt 385 196 overnattingar (eksklusive overnattingar på hotell). Dette er ein auke frå 2015 på 6,6 prosent. Hotella i regionen hadde ein auke frå 217 624 i 2015 til 226 454 i 2016 som representerer ein auke på 4,1 prosent. Hotella i Molde by hadde derimot ein nedgang på 2,4 prosent. Dersom ein også her ser nærare på hotellstatistikken så viser den ein mindre nedgang for kurs/konferanse (0,9 prosent) medan det var auke både yrkestrafikk (9,0 prosent) og ferie/fritidsmarknaden (0,8 prosent). Overnatting på campingplassar og hyttegrender har auka frå 143 840 i 2015 til 158 742 i 2016 som er ein auke på 10,4 prosent. Nordmenn er den viktigaste kundegruppa for regionen med 264 379 overnattingar som utgjer 68,7 prosent av totale overnattingar i området.

### **Kristiansund & Nordmøre**

Kristiansund & Nordmøre har i 2016 hatt totalt 231 300 overnattingar (eksklusive overnattingar på vandreheimar). Dette er ein nedgang på 5,0 prosent frå 2015. Overnatting på campingplassar og hyttegrender har hatt ein nedgang frå 89 560 i 2015 til 85 004 i 2016 som er ein nedgang på 5,1 prosent. Hotella i heile regionen hadde ein nedgang frå 153 939 til 146 296 overnattingar som representerer ein nedgang på 5,0 prosent medan hotella i Kristiansund by hadde ein nedgang på 9,1 prosent. Nordmenn er den viktigaste kundegruppa også for denne regionen med 180 043 overnattingar som utgjer 77,8 prosent av totale overnattingar. Nedgangen i talet på overnattingar på hotell i regionen skuldast i sin heilhet nedgang i yrkestrafikken (13,0 prosent) medan det var ein auke både i kurs/konferansesegmentet (18,6 prosent) og ferie/fritidssegmentet (1,6 prosent). Kurs/konferanse og yrkestrafikken utgjorde 51,6 prosent av talet på overnattingar ved hotella i denne regionen. Nedgangen i yrkestrafikken skuldast truleg det som skjer i petroleumssektoren. Ein ser også den same utviklinga i Rogaland som også er ramma av nedgangen i denne sektoren.

## **Prognose for 2017**

Innovasjon Norge presenterte i januar i år sine forventningar til 2017.

Ein låg kronekurs gjer det billegare for utanlandske turistar å reise til Norge, noko som gir god grunn til optimisme for årets sommarsesong. Innovasjon Norge kunne opplyse om at det pr januar var 28 prosent fleire bestilte flybilletter til Norge med ei overnatting eller meir fram til 30. juni samanlikna med første halvår 2016.

Korleis dette vil slå ut for Møre og Romsdal er sjølvsagt vanskeleg å seie. Ein låg kronekurs vil heilt klart vere positiv for internasjonale gjester. Den viktigaste marknaden for Møre og Romsdal er likevel nordmenn, og kanskje effekten for nordmenn kan vere at det blir dyrare å feriere utanlands og at fleire vel å feriere i eige land.

Norge blir i ei uroleg verden, oppfatta som eit trygt land, noko som også kan påverke val av feriemål.

Utviklinga i oljebransjen og dei maritime næringane vil mest venteleg påverke yrkestrafikken.

Ferie- og fritidssegmentet vil vere svært viktig for fylket framover og tydeleg marknadsføring av Møre og Romsdal som reisemål mot dette segmentet både ovanfor nordmenn og internasjonalt, vil vere svært viktig.

## **Forslag til vedtak:**

Regional- og næringsutvalet tek statusrapportering for reiselivsnæringa i Møre og Romsdal til orientering.

Ottar Brage Guttelvik  
fylkesrådmann

Bergljot Landstad  
regional- og næringssjef

## Vedlegg

- 1 Statistikk hele 2016 - samlet marked
- 2 Statistikk hele 2016 - overnatting på hotell
- 3 Statistikk hele 2016 - overnatting ved campingplasser og hyttegrender