

# Opplevelsesnæring i Mosseregionen

Attraktivitet, sysselsetting og verdiskaping

Børre Berglund, 2469 Reiselivsutvikling

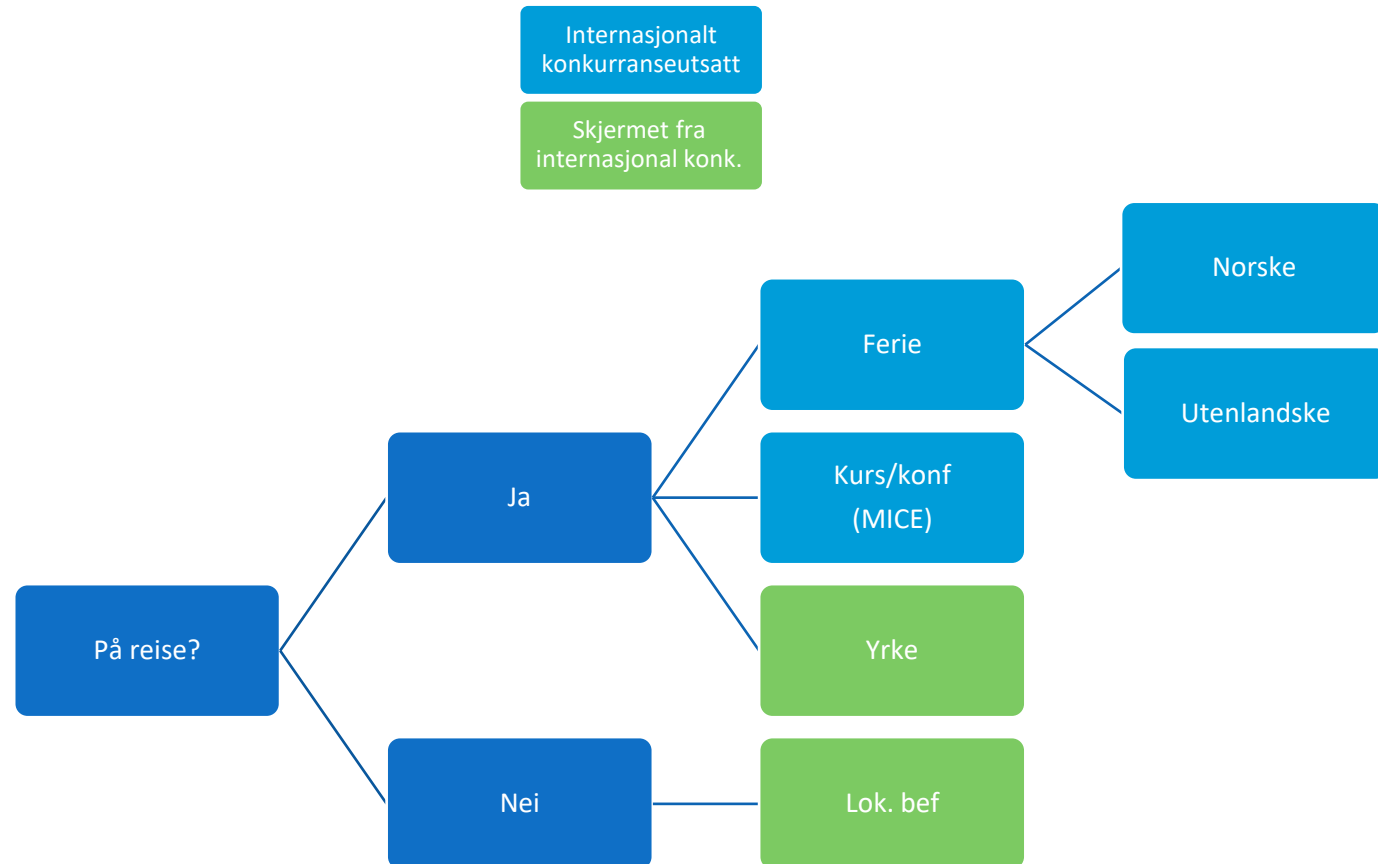
23.22.22

# Opplevelser og reiseliv

## A: Produktperspektiv



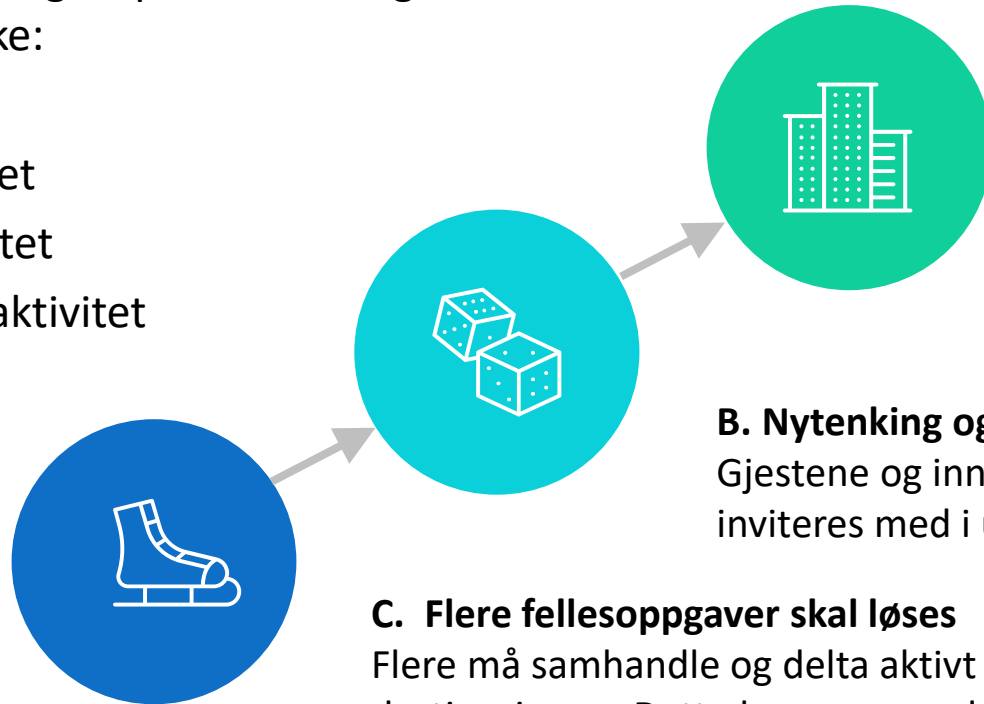
## B: Markedsperspektiv



# Sammenheng

1. Når reiselivsnæringen utvikles er det ikke bare for tilreisende, men også for lokal befolkninga. Satsing på utvikling av opplevelser vil styrke:

- *Besøks* attraktivitet
- *Bosteds* attraktivitet
- *Arbeidsplass* attraktivitet



2. Det betyr at både reiselivsaktørene og kommunene bør jobbe etter disse perspektivene i reisemålsutviklingen:

**A. Steds- og reiselivsutvikling smelter sammen**

Ergo må kommunene ta et større ansvar for reiselivsutviklingen mens reiselivsaktørene må ta et større ansvar for lokalsamfunnsutviklingen

**B. Nytenking og involvering av gjester og innbyggere**

Gjestene og innbyggerne blir en del av destinasjons-arbeidet og inviteres med i utviklingen – gjerne i en tidlig fase

**C. Flere fellesoppgaver skal løses**

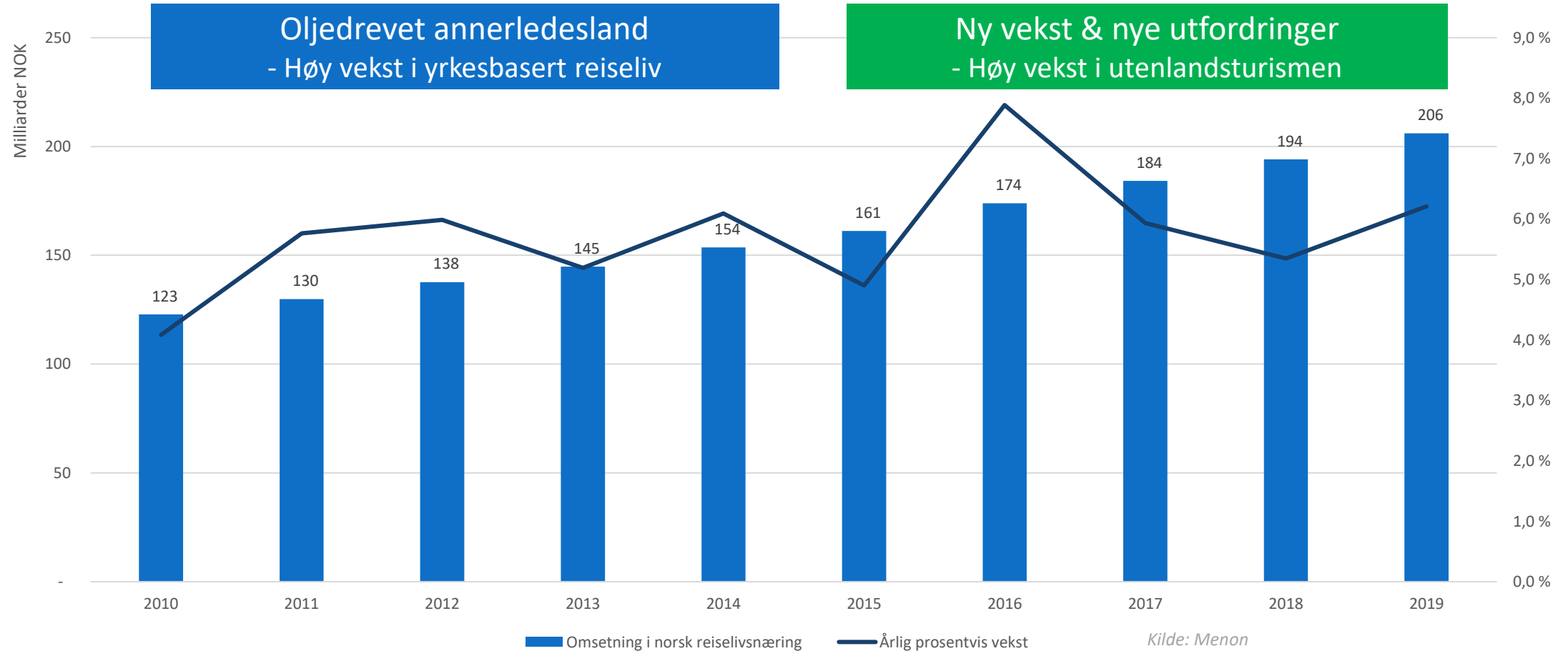
Flere må samhandle og delta aktivt i forpliktende partnerskap for å utvikle destinasjonen. Dette krever en god organisering!

# Kjennetegn

- Arbeidsintensiv, men med produktivitetsforbedringer spesielt innen hotellvirksomhet
- Fortsatt lave driftsmarginer, men »pasienten er i bedring»
- Strukturendringer med økende andel konsoliderte, større enheter
- Økende interesse fra investorer

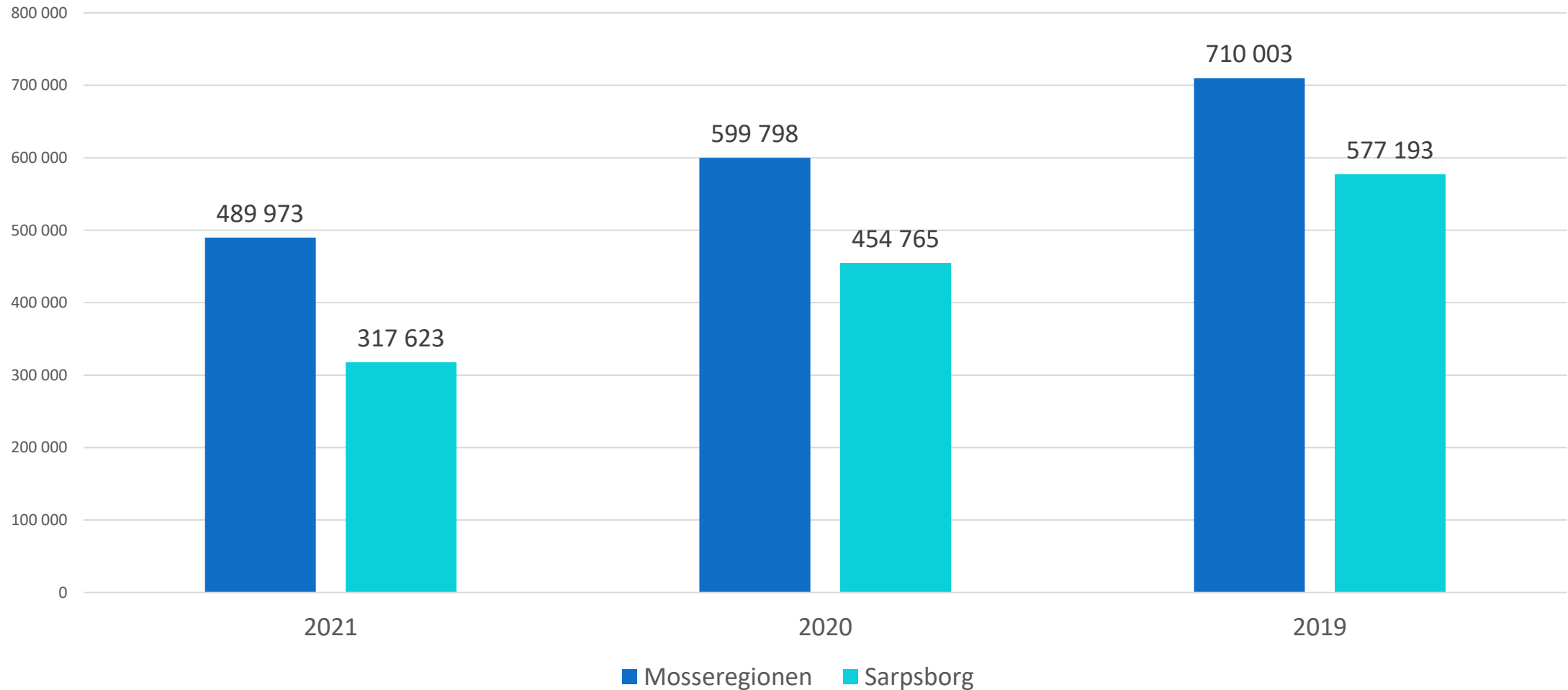
# Status i reiselivsnæringen før pandemien traff oss

Norsk reiseliv samlede omsetning – årlig vekst 5-8 %



# Betydelig verdiskaper, trass i fall på 30 % i pandemien

Verdiskaping i reiselivsnæringen i Mosseregionen sml Sarpsborg ( 1 000 kr)



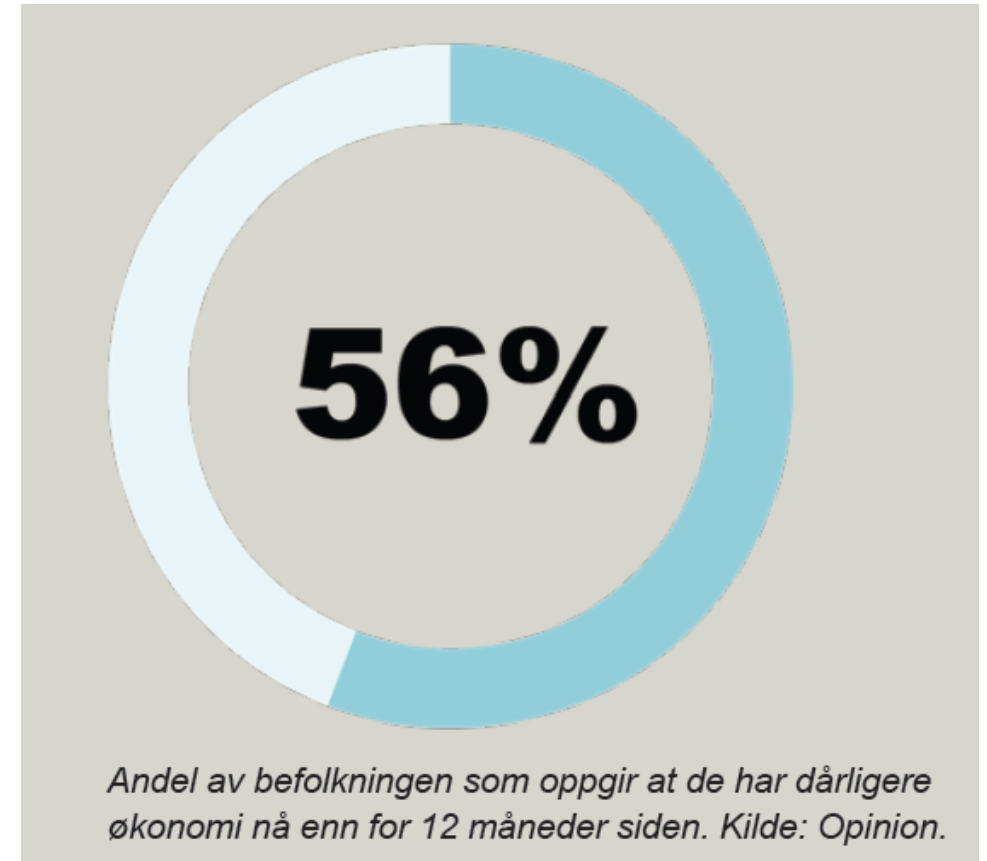


1 642  
sysselsatte

44 mill kroner  
personskatt

# Krise – den nye normalen?

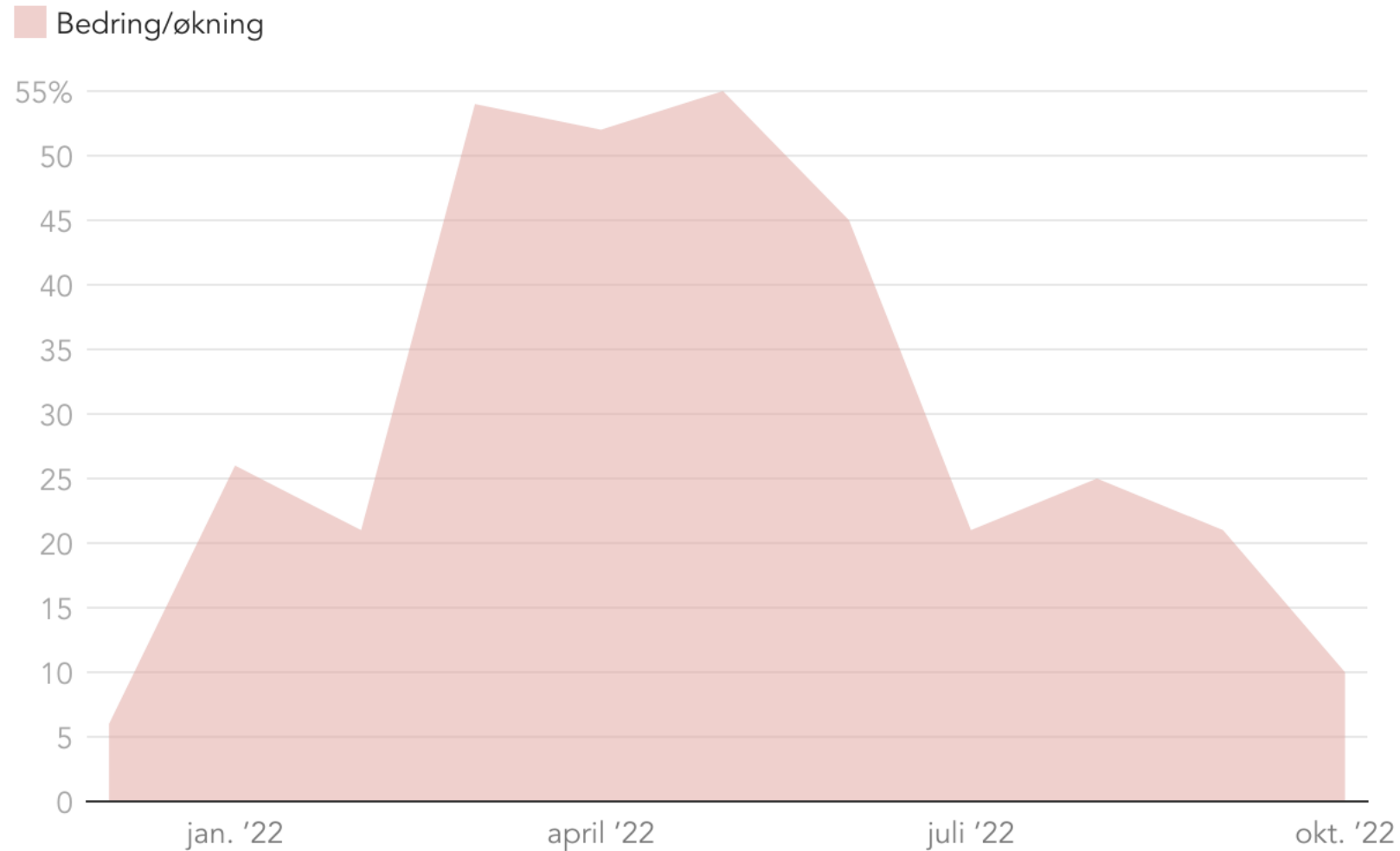
- Russlands angrep på Ukraina har gitt oss en sikkerhetspolitisk krise, og konsekvensene har vært mange
- Energikrisen påvirker både forsynings-sikkerheten og strømprisene, og den gjør at mange europeere går en tøff vinter i møte
- Inflasjon, økte levekostnader og økt økonomisk usikkerhet, er den andre store bekymringen i 2022. Rentene øker, prisene stiger og mange markeder faller
- Nordmenns faste utgifter har økt kraftig, og forventningene til egen økonomisk utvikling har falt til et rekordlavt nivå, ifølge [«Forventningsbarometeret.»](#) til Finans Norge som har aldri målt en mer negativ holdning hos norske forbrukere
- Vi er med andre ord inne i en periode med stor økonomisk usikkerhet, noe som også påvirker forbrukeres forbruk på reiser og opplevelser





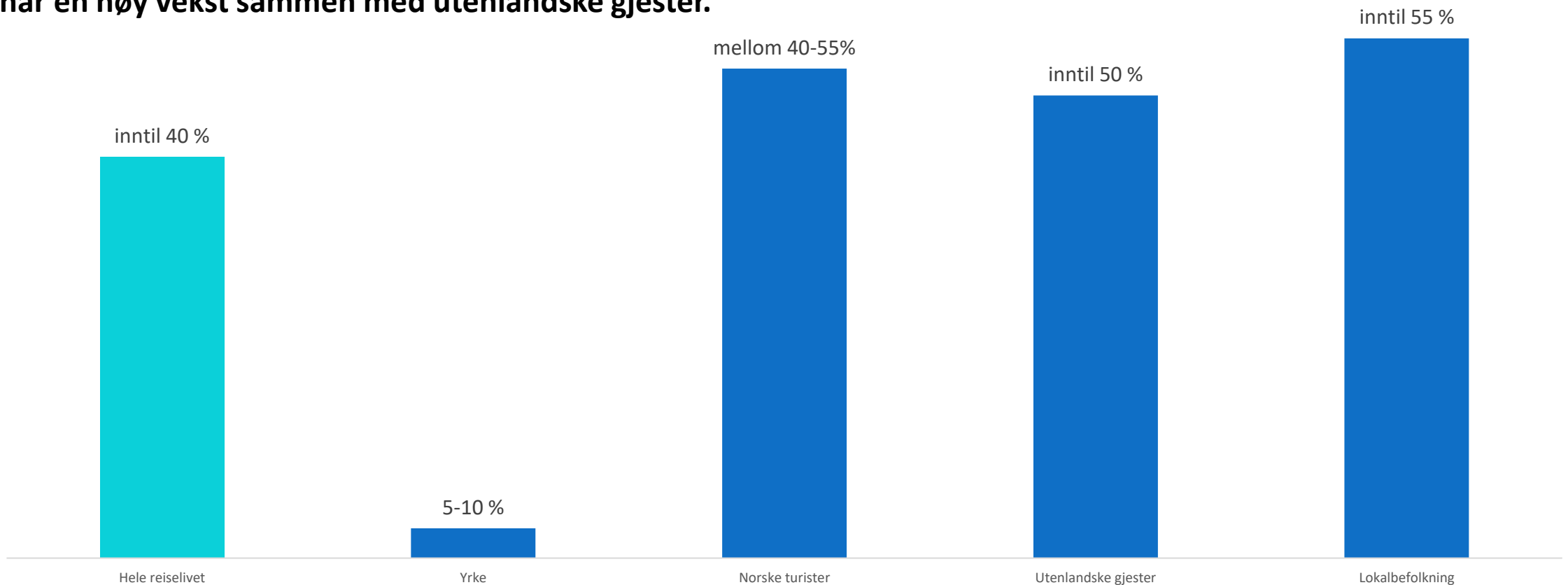
# Dramatisk fall i markedsutsikter

Kun 10 prosent av NHO Reiselivs medlemmer forventer en bedring eller økning i markedsutsiktene de neste seks månedene. Det er det laveste tallet siden desember 2021.



# Prognoser for reiselivsnæringen mot 2030

**Prognose for vekst i omsetning i reiselivets fire segmenter 2019-2030. Denne prognosen vil medføre at vi passerer en omsetning på 300 mrd kroner i den norske reiselivsnæringen i 2030 (mot 209 mrd kroner i 2019). Yrkestrafikken vil i perioden kun vokse med 3 %, lokalbefolkning og norske turister har en høy vekst sammen med utenlandske gjester.**



Dette blir en suksess

GRAND OPENING JUNE 2023

**Enjoy the Riviera  
done differently.**



**Når du velger en opplevelse eller reisemål, søker du etter noe som med tydelighet svarer på de behovene du har**

### **Sekundærattraksjon**

Attraksjon eller opplevelse som er retningsbestemmende, dvs. som bidrar til å styre reisestrømmer

### **Primærattraksjon**

Attraksjon eller opplevelse som skaper trafikk, og fremstår som mål og motivasjon for reisen/oppholdet

### **Tertiærattraksjon**

Attraksjon som ikke er kjent for de besøkende på forhånd, men som de oppdager underveis. Tertiærattraksjoner kalles trafikknyttende, de skaper ikke trafikk i seg selv



# Barrierer for Mosseregionen

- 1. Svak posisjonering:** Mosseregionen ligger sentralt og tett på store og kjøpesterke markeder, men har ingen tydelig profil som opplevelsesregion
- 2. Manglende attraktivitet.** For flere mulige kunder mangler Mosseregionen attraktive tilbud. Ressursene for å produsere sterke opplevelser er tilstede, jobben må gjøres
- 3. Organisering:** Reiselivsutvikling skjer i fellesskap mellom bedrifter, og i et nært samspill med offentlige virkemidler. Aktivitetene må organiseres på en effektiv måte

# Kombinasjon som gir særpreg og muligheter



Takk for oppmerksomheten!

[borre@2469reiseliv.no](mailto:borre@2469reiseliv.no)

