

Rapport, BBR AS



Rapport, Evaluering av utviklingsmuligheter for Fagernes lufthavn Leirin som privat helårs charterflyplass



Oppdraget er gjennomført på vegne av
Oppland og Buskerud fylkeskommune

24.10.16

Innholdsfortegnelse

1. INNLEDNING	4
1.1. OPPDRAGET	4
1.2. AVGRENING	4
1.3. ARBEIDSPROSESS	4
2. STATUS	5
2.1. BELIGGENHET FAGERNES LUFTHAVN LEIRIN	5
2.2. EGNETHET	5
2.3. BRUK AV FAGERNES LUFTHAVN LEIRIN I DAG	5
2.4. KAPASITET OG UTVIKLING KOMMERSIELLE GJESTEDØGN	6
2.4.1. Antall overnattingsbedrifter og beleggsprosent	6
2.4.2. Betalte skidager	6
2.4.3. Kommersielle gjestedøgn	6
2.5. MERKEASSOSIASJONER TIL NORGE I TYSKLAND, UK OG NEDERLAND	7
2.6. BRUK AV TRANSPORTMIDLER	8
2.7. REISELIVSTRENDER	10
2.8. OMSETNING FOR REISELIVET FRA CHARTERTURISTER TIL FAGERNES LUFTHAVN LEIRIN VINTEREN 2015/2016	10
2.9. OPPSUMMERING	11
3. VURDERING AV POTENSIALET	11
3.1. METODE	11
3.2. PRODUKTTILBUDET; BELIGGENHET, REISEMÅL, PRODUKTKONSEPTER OG KOMMERSIELLE PRODUKTER	11
3.2.1. Tilgjengelighet	11
3.2.2. Produktkonsepter	12
3.3. PRODUKTKONSEPT, SEGMENT OG MARKED	12
3.4. ORGANISERING AV FELLESOPPGAVER	13
3.5. TEORETISK MARKEDSPOTENSIAL	13
3.6. ØKONOMISKE BEREGNINGER VED UTTAK AV POTENSIAL	14
3.7. TUOPERATØRUNDRERSØKELSE; KARTLEGGING AV INTERESSE FOR FAGERNES LUFTHAVN, LEIRIN SOM HELÅRS CHARTERFLYPLASS	15
3.8. FORUTSETNINGER FOR Å TA UT POTENSIALET	16
3.8.1. Charterfond	16
3.8.2. Markedsføringsstøtte	17
3.8.3. Konsept- og produktutvikling	17
3.8.4. Lokal-regional DMC	17
3.9. KONKLUSJONER	17
4. KOST/NYTTE VURDERING FAGERNES VS. GARDERMOEN	18
4.1. WORKSHOP 20.9.16	18
4.1.1. Argumenter for å utvikle Fagernes	18
4.1.2. Argumenter mot å utvikle Fagernes	18
4.2. KOST/NYTTE EFFEKT VED CHARTERTRAFIKK TIL LEIRIN SML GARDERMOEN	19
4.2.1. Benytte Gardermoen som flyplass	19
4.2.2. Utvikle Fagernes lufthavn Leirin som helårs charterflyplass	19
4.2.3. Oppsummering – kost / nytte vurdering	20
5. KONKLUSJONER OG ANBEFALINGER	20
5.1. KONKLUSJONER	20
5.2. ANBEFALINGER	21
6. VEDLEGG	23
6.1. BEREGNING AV MARKEDSPOTENSIAL	23
6.2. RESPONDENTER – REISEMÅLSSELSKAP	23

6.3.	SKJEMA, INTERVJU MED REISELIVSAKTØRER.....	23
6.4.	RESPONDENTER - TUOPERATØRINTERVJUER, FAGERNES LUFTHAVN LEIRIN	24
6.5.	SKJEMA, INTERVJU MED TUOPERATØRER.....	24
6.6.	DELTAKERLISTE OG PROGRAM, WORKSHOP 20.9.16	25
7.	FIGURER OG TABELLER	26

1. Innledning

1.1. Oppdraget

Utgangspunktet for anskaffelsen er at regjeringen i Prop. 19 S i avsnitt 3 om «Charterdrift ved Fagernes lufthavn, Leirin» foreslo følgende overfor Stortinget:

«Stortinget samtykker i at Avinor AS driver Fagernes lufthavn i den forfatning lufthavnen har i dag som ren charterflyplass fram til lokale eiere tar over lufthavnen, men ikke lenger enn til 1 januar i 2019, og under forutsetning av at Luftfartstilsynet forlenger dispensasjonen og at lokalt næringsliv dekker deler av Avinors kostnader for å videreføre driften fra 2017, og halvparten av Avinors kostnader i 2018»

Chartertrafikken over Leirin er i dag knyttet til vinter og det engelske markedet. Satsingen "Norway Home of skiing" er et samarbeid mellom destinasjonene Geilo, Hemsedal, Trysil, Beitostølen og Tryvann/Oslo. Det er ikke gjort noe vurdering av potensiale for sommercharter så langt.

Buskerud og Oppland fylkeskommuner har engasjert BBR AS for å belyse markedspotensialet for chartertrafikk til Fagernes lufthavn Leirin som privat/lokalt drevet charterflyplass. I tillegg er det gjennomført en sammenliknende analyse ved å satse på chartertrafikk til Fagernes i forhold til å benytte transfer via Oslo Lufthavn Gardermoen.

Leveransen skal med andre ord belyse følgende forhold:

1. Å gi innspill slik at oppdragsgiverne kan vurdere markedspotensialet som ligger i chartertrafikk til Fagernes lufthavn Leirin som privat/lokal helårs charterflyplass. Oppdraget består i å gi en vurdering av potensial for helårlig chartertrafikk basert på Fjell-Norges opplevelsestilbud.
2. Parallelt er det ønskelig å få belyst kost-/nytteeffekt ved chartertrafikk til Leirin kontra å ta turisttrafikken inn med transfer via Oslo Lufthavn Gardermoen, og hvilken påvirkning dette kan ha på markedsmulighetene.

Vi presiserer at pkt 2 ovenfor ikke er en samfunnsøkonomisk analyse, men en sammenlikning av de to alternativene sett i lys av markedsmulighetene.

Som en tilleggs dimensjon til pkt. 1 i oppdraget har vi, basert på erfaring fra arbeid med andre charterprosjekter, tatt med kartlegging av betingelser fra charteroperatører/turoperatører knyttet til produkt, volum, prising og økonomiske forutsetninger.

1.2. Avgrensing

I det videre arbeidet legger vi til grunn at Fagernes lufthavn, Leirin har godkjenning for trafikk med flytyper tom. kategori C, dvs. vingspenn inntil 36 m. Dette omfatter alle typer Boeing 737, Airbus opp til Airbus 321, BA146/RJ100. Kapasitetsmessig er plassen best egnet for flytyper med et passasjerantall på rundt 150.

Vi er kjent med at ved bruk av større flytyper er det med hensyn til vekt lagt begrensinger på antall passasjerer som kan lande/ta av. I vårt arbeid legger vi til grunn at Fagernes lufthavn Leirin er velegnet for å betjene fly med omlag 150 passasjerer ombord.

1.3. Arbeidsprosess

Vår arbeidsmetodikk tar utgangspunkt i kundeapotensialet og viljen blant distributører til å delta i en chartersatsing til Fagernes lufthavn Leirin. Med kunnskap om kundene og markedsaktørene gjør vi en produkt-markedsvurdering, dvs. en avsjekk om forutsetninger og føringer fra markedet kan oppfylles på produkt- og leverandørsiden.

Arbeidsmetodikken er illustrert i figur 1-1. Som det fremgår av denne vektlegger vi markedsorientering, kundeinnsikt og en realistisk beregning av potensialet, som vesentlig kunnskapsgrunnlag for arbeidet.

Figur 1-1 Arbeidsmetodikk (BBR AS)



2. Status

2.1. Beliggenhet Fagernes lufthavn Leirin

Fagernes lufthavn, Leirin (VDB), er en sivil, regional flyplass som ligger i Nord-Aurdal kommune i Valdres i Oppland. Flyplassen eies og drives av Avinor AS. Fagernes Lufthavn, Leirin ble bygget i 1987 og ligger 820 moh. 9 km fra Fagernes sentrum. Fra flyplassen er det kun kort vei til de tre store dalførene Valdres, Hallingdal og Gudbrandsdalen og dermed til kjente destinasjoner som Jotunheimen, Beitostølen, Fagernes/Aurdal, Hardangervidda, Gol, Geilo, Hemsedal og Golsfjellet/Tisleidalen, og Lillehammer, Kvitfjell, Hafjell, Lom og Stølsheimen. Med flyplassen som utgangspunkt har en i tillegg god tilgang til flere Nasjonalparker.

2.2. Egnethet

Fagernes lufthavn, Leirin har godkjenning for trafikk med flytyper t.o.m. kategori C, dvs. vingespenn inntil 36 m. Dette omfatter kjente flytyper som: alle typer Boeing 737, Airbus opp til Airbus 321, BA146/RJ100. Kapasitetsmessig er plassen best egnet for flytyper med et passasjerantall på rundt 150. Det eksisterer ingen begrensninger knyttet til, eller definert som, prosentuell utnyttelse av setekapasitet. Avgang og landing planlegges og kalkuleres med bakgrunn i flyets ytelser/kapasitet, vekt, oppgitte rullebanedistanser, rullebanens beskaffenhet (tørr, våt, kontaminert), aktuelle værforhold og plassens høyde over havet. Denne planlegging utføres av den aktuelle flyoperatør, ut fra det flymateriell som benyttes på flygingene.

Teknisk sett har Fagernes lufthavn, Leirin lengde på rullebaner som i tabellen under. Forkortelsene står for: RWY = Rullebane, TORA = Take Off Distance Available, ASDA = Acceleration Distance Available, TODA = Take Off Distance Available (hinderfritt stigeområde) og LDA = Landing Distance Available.

Tabell 2-1 Kunngjorte banelengder (www.ippc.no)

RWY	TORA (M)	ASDA (M)	TODA (M)	LDA (M)	RMK
1	2	3	4	5	6
15	1834	1834	2751	1689	Special requirements for use of 150 M extended distance, REF ENFG AD 2.23
33	1752	1752	2628	1689	Special requirements for use of 150 M extended distance, REF ENFG AD 2.23

2.3. Bruk av Fagernes lufthavn Leirin i dag

Inntil 1. april 2016 opererte Air Norway med 2 avganger daglig mandag til fredag, 1 avgang søndag til Oslo Lufthavn Gardermoen. Air Norway benyttet en 19 seters Fairchild Metro 23 på ruta, operert av det danske flyselskap North Flying.

Fra vinter 2013/2014 tilbyr den engelske turoperatøren Crystal Ski Holidays charter fra London Gatwick til Fagernes. Flyselskap er Thomson Airways som benytter en Boeing 737-800. Turistene som kommer inn via Fagernes lufthavn reiser hovedsakelig til destinasjonene Geilo, Hemsedal og Beitostølen.

2.4. Kapasitet og utvikling kommersielle gjestedøgn

2.4.1. Antall overnattingsbedrifter og beleggsprosent

I Oppland finnes det 102 hotell og lignende overnattingsbedrifter og ca. 15.000 senger, mens det i Buskerud finnes 76 bedrifter og drøyt 13.000 senger (SSB). Til sammen er det altså 178 overnattingsbedrifter med 28.000 senger. Beleggsprosenten på sengene er imidlertid lav, med et gjennomsnitt i 2015 på 33 prosent i Buskerud og 30 prosent i Oppland. Landet totalt har en beleggsprosent på 37 prosent.

Til sammenligning har regionen som har gått sammen om Scandinavian Mountains ca. 40-45.000 senger de kan fylle, og har dermed større volum enn regionen rundt Fagernes lufthavn Leirin.

2.4.2. Betalte skidager

I Buskerud og Oppland er det store alpindestinasjoner. I sesongen 2015/2016 hadde Buskerud og Oppland til sammen 1,6 millioner betalte skidager, dvs. ca. 30 prosent av alle betalte skidager i Norge. Vinterstid er det reelt sett alpinanleggene i Buskerud samt Beitostølen i Oppland som vil kunne benytte seg av chartertrafikk til Fagernes lufthavn Leirin, da veien over Valdresflya er vinterstengt. For alpinanleggene i Oppland er det raskere og kortere transfer fra Gardermoen. Hemsedal, Geilo og Beitostølen har til sammen 949.072 betalte skidager. Til sammenligning står regionen som utgjør Scandinavian Mountains for 3,3 millioner skidager per år¹, dvs. nesten tre ganger så mange.

Skidagene i Buskerud og Oppland fordeles på de ulike alpinanleggene som følger:

Sum Buskerud: 862 445

- Hemsedal:	595 355
- Geilo:	267 090

Sum Oppland: 750 705

- Beitostølen:	86 627
- Hafjell:	383 578
- Skeikampen:	114 692
- Kvitfjell:	165 810

Det er generelt sett god kapasitet i uker utenom vinter- eller påskeferie, samt midtuken i skianleggene.

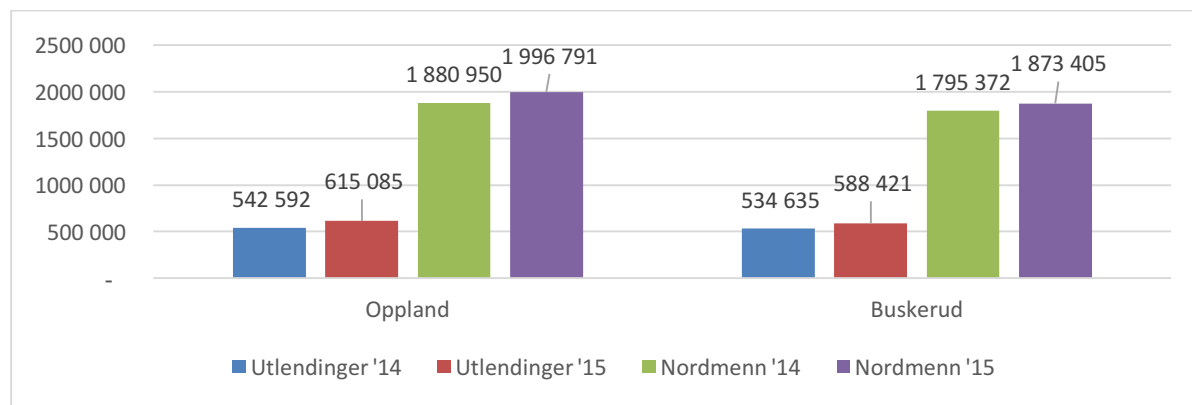
2.4.3. Kommersielle gjestedøgn

Både Buskerud og Oppland har tatt sin andel av de senere års vekst i utenlandstrafikken. Fra 2014 til 2015 hadde Buskerud og Oppland en økning i utenlandske kommersielle gjestedøgn på hhv. 10 og 13 prosent. Til sammenligning hadde Norge en økning på 6 prosent, så begge fylkene har hatt høyere vekst enn landet totalt sett.

I 2015 sto utlendingene for 24 prosent av alle kommersielle gjestedøgn i både Buskerud og Oppland. Dette er noe lavere enn for landet totalt, der utlendinger står for 28 prosent.

¹ <http://scandinavianmountains.se/nb/>

Figur 2-1 Kommersielle gjestedøgn, alle overnattingsformer, Buskerud og Oppland, 2014 og 2015. Kilde: SSB



Ser vi på kommersielle gjestedøgn per nasjonalitet per fylke, har både Buskerud og Oppland høyest andel tyske gjester, etterfulgt av nederlandske og deretter britiske. Oppland har dobbelt så mange tyske gjestedøgn som Buskerud.

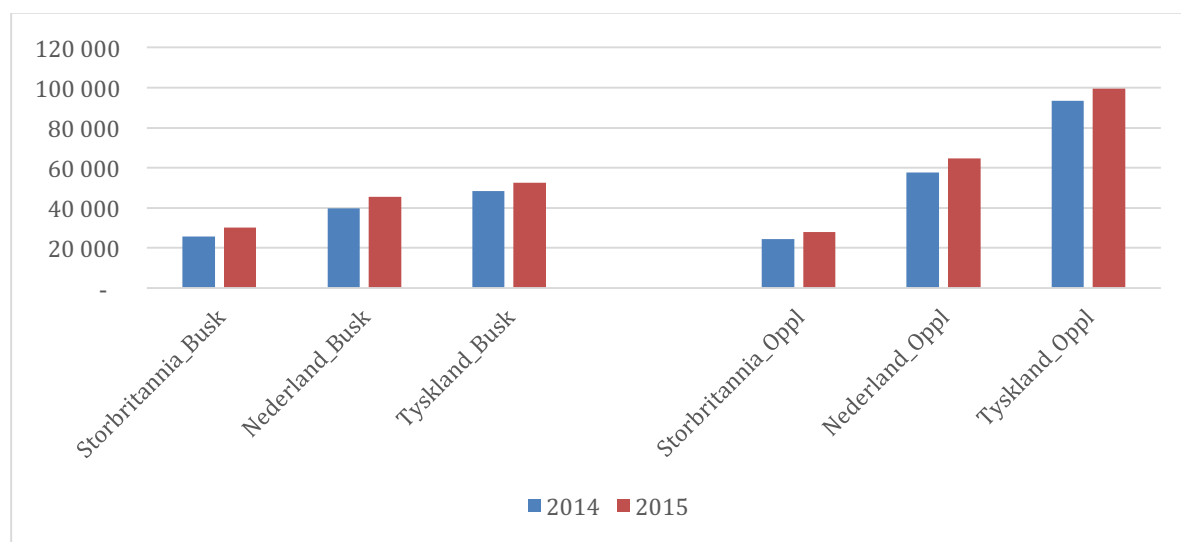
Nederland og Storbritannia er de markedene som vokser mest i både Buskerud og Oppland.

Fra 2014 til 2015 hadde Buskerud en økning på ca. 5 800 gjestedøgn fra Nederland, en vekst på 15 prosent. Oppland hadde i samme perioden en økning på ca. 6 900 gjestedøgn, en vekst på 12 prosent. Begge fylkene har hatt høyere økning fra Nederland enn landsgjennomsnittet på 7 prosent.

Fra 2014 til 2015 hadde Buskerud og Oppland stor vekst fra Storbritannia, med hhv. 17 og 14 prosent. Her ligger imidlertid den nasjonale veksten enda høyere, på 22 prosent.

Veksten fra Tyskland var på 9 og 7 prosent i hhv. Buskerud og Oppland, omtrent det samme som landsgjennomsnittet på 8 prosent.

Figur 2-2 Kommersielle gjestedøgn, alle overnattingsformer, Buskerud og Oppland, 2014 og 2015. Kilde: SSB



2.5. Merkeassosiasjoner til Norge i Tyskland, UK og Nederland

Fra merkevaretrackeren til Innovasjon Norge (2016) finner vi følgende assosiasjoner til Norge i de ulike markedene.

UK:

- Positive merkeassosiasjoner:
 - Spektakulær natur
 - Spektakulære fjorder
 - Spektakulære fjell
 - Naturfenomener
- Ikke assosiert:
 - Ski
 - Fiske
 - Sykkel
 - Kjøkkenet og lokale spesialiteter

Nederland:

- Positive merkeassosiasjoner:
 - Gode **vandremuligheter**
 - Spektakulær natur
 - Spektakulære fjorder
 - Naturfenomener
- Ikke assosiert:
 - Ski
 - Sykling
 - Attraktive ferietilbud
 - Spennende opplevelser

Tyskland:

- Positive merkeassosiasjoner:
 - **Vandring**
 - Spektakulær natur
 - Spektakulære fjorder
 - Naturfenomener
- Ikke assosiert:
 - Ski
 - Sykling
 - Bærekraftige alternativ
 - Spennende opplevelser

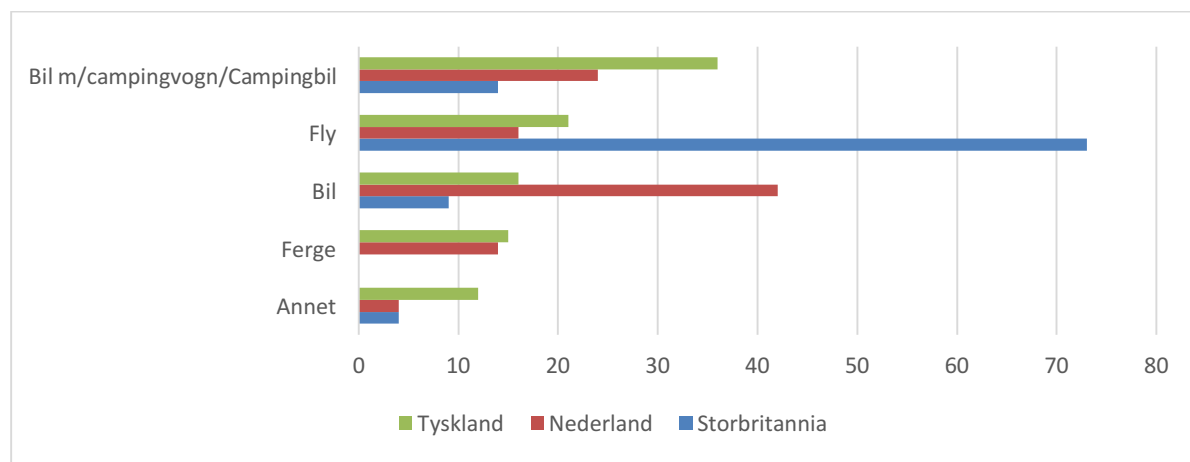
Som merkevaretrackeren viser er det få av de valgte produktkonseptene som assosieres med ferie i Norge. Unntaket er vandring, som både tyskere og nederlendere assosierer med Norge. Felles for alle tre markedene er at de forbinder Norge med spektakulær natur, fjorder og naturfenomener. Det betyr at det er et stykke vei igjen fra å bygge kjennskap til Norge på overordnet nivå, til en har klart å bygge kunnskap om hva en kan gjøre på ferie i Norge. Det samme vil gjelde for det området Fagernes lufthavn Leirin vil kunne betjene som helårs charterflyplass. Med så vidt lav kunnskap blant forbrukerne, vil bruk av turoperatører gi svært god drahjelp i retning av å øke kunnskapen og interessen for aktuelle produkter i regionen.

I tillegg vet vi at alpinproduktet i regionen står sterkt i deler av det internasjonale markedet og spesielt blant britiske turoperatører.

2.6. Bruk av transportmidler

På feriereisen til Norge på sommeren er det naturlig nok ulikheter mellom de tre markedene ift. bruk av transportmiddel. Britene bruker i all hovedsak fly (73 prosent), mens det blant tyskere og nederlendere er hhv. 21 og 16 prosent som bruker fly. Blant turistene fra Tyskland er bruk av bil m/campingvogn/campingbil mest utbredt (36 prosent), mens nederlendere i all hovedsak bruker bil (42 prosent). På vinteren bruker alle britene fly, mens denne informasjonen ikke er tilgjengelig for Nederland og Tyskland.

Figur 2-3 Primære transportmiddel på feriereisen til Norge (Turistundersøkelsen sommer 2016)



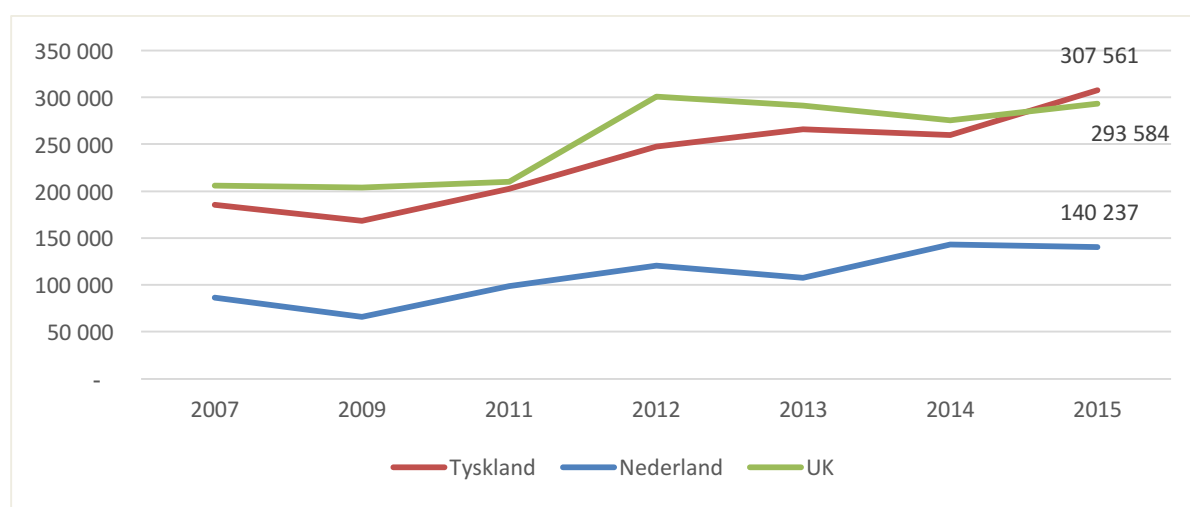
Ser vi på Avinors reisevaneundersøkelse viser denne at antall passasjerer fra markedene Tyskland, Nederland og UK som reiser ut med rutefly fra OSL, og som har besøkt et av Østlandsfylkene, har økt jevnt siden 2007. Den største økningen har kommet fra Tyskland og Nederland, med en vekst på hhv. 66 og 63 prosent fra 2007 til 2015. Fra UK har økningen vært på 43 prosent.

Tyskland og UK er de største markedene, med hhv. 154.000 og 147.000 pax². I 2015 gikk Tyskland forbi UK som det største markedet. Det kommer ca. 70.000 pax fra Nederland.

Fra 2014-2015 har det vært en økning fra Tyskland og UK med hhv. 18 og 7 prosent, mens det fra Nederland har vært en nedgang på 2 prosent.

Det må imidlertid presiseres at det ikke er mulig å skille mellom ferie/fritids- og yrkestrafikk i statistikken, og at mye av denne trafikken omfatter yrkestrafikk.

Tabell 2-2 Antall passasjerer (talt begge veier) som har reist med rutefly ut fra Oslo, og har besøkt et av Østlandsfylkene – totalt per år, 2007-2015. Kilde: Avinor Reisevaneundersøkelse.



Tall fra Avinor viser at utviklingen i antall unike pax på Fagernes lufthavn Leirin i vintersesongen (desember – mars) har variert noe de siste årene. Fra 2013/2014 til 2014/2015 gikk antallet ned med 9,7 prosent. Dette skyldtes at to maskiner måtte omdirigeres til OSL pga. dårlige værforhold. Fra 2014/2015 til 2015/2016 var det en økning på 16,2 prosent. Antall unike pax sist sesong ligger på 1.514, dvs. et høyere antall enn i 2013/2014 sesongen.

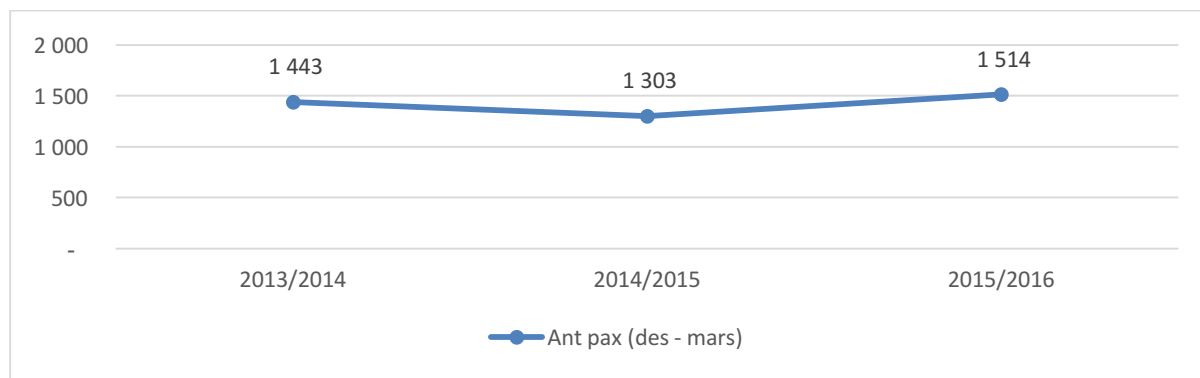
Det er interessant å merke seg at på 90-tallet hadde Fagernes lufthavn Leirin om lag 30.000 internasjonale flygjester bare på sommeren.

Antall flybevegelser de ulike årene har vært som følger (kilde: Avinor):

- Vinter 2013/2014: 29
- Vinter 2014/2015: 26
- Vinter 2015/2016: 26

² Figuren viser antall passasjerer som er talt begge veier. Tallene deles på to for å finne antall pax.

2-4 Utvikling i antall unike pax på Fagernes lufthavn Leirin. Vintersesongen (desember – mars). Kilde: Avinor



En hypotese kan være at chartertrafikk øker til destinasjoner der det er lav frekvens på rutefly. I tilfellet med Leirin ville man da anta at chartertrafikken ville være svært etterspurt ettersom det ikke går rutefly til flyplassen. Avinor har imidlertid ikke tall som gjør det mulig å skille ut chartertrafikk, så denne hypotesen kan ikke testes. På den annen side har Avinor sett at der det settes opp direktefly, som f.eks. Tromsø – London, så øker trafikken til det samme stedet, også via andre destinasjoner. Dette skjer sannsynligvis fordi destinasjonen, i dette tilfellet Tromsø, kommer mer top-of-mind i markedet med direkteflygning.

2.7. Reiselivstrender

I rapporten Norsk reiselivsnæring, Scenario 2025, er det definert syv *viktige* og *sikre* drivkrefter som kommer til å påvirke reiselivsnæringen fram mot 2025:

- Internasjonal turisme vokser
- Økende globalisering og dermed integrering av næringsstrukturen
- Sentralisering og urbanisering – samfunnet konsentreres rundt sentrale områder
- Digitalisering – forenkling og effektivisering
- Klimaendringer – varmere og mer ustabil klima
- Etterspørselstrender – optimalisering av tid
- Økt framvekst av delingsøkonomien

Av spesiell interesse i denne sammenhengen er behovet for optimalisering av tid. Til tross for at vi aldri har hatt kortere arbeidsdager og mere fritid, oppleves tiden som knapp og man blir opptatt av å få mest mulig igjen for tiden man bruker. Trenden gjør at turistene forventer effektivitet i alle ledd av reisen; før, under og etter. Reduksjon av transfertid er dermed et tiltak som svarer opp dette behovet. Endring i klima har bidratt til å gjøre Alpene noe mindre snøsikkert, noe som kan gi alpinanleggene rundt Fagernes lufthavn Leirin et konkurransefortrinn. Den økende sentraliseringen og urbaniseringen vil også kunne bidra til at etterspørselen etter de naturbaserte produktkonseptene til regionen, øker. Man får større behov for avkobling, og flere ønsker seg ut i naturen for å lade batteriene.

2.8. Omsetning for reiselivet fra charterturister til Fagernes lufthavn Leirin vinteren 2015/2016

Omsetningen for reiselivet fra turistene som kom til Fagernes lufthavn Leirin vinteren 2015/2016 er beregnet til 14,6 mill NOK, jf. nedenstående beregning.

Det kom 1 514 pax vinteren 2015/2016, og gjennomsnittlig oppholdstid på vinteren for utlendinger er 7,1 døgn, og de har et gjennomsnittlig døgnforbruk på 1.359 NOK (Turistundersøkelsen til Innovasjon Norge).

Antall pax vinter 2015/2016	Gj.sn. oppholdstid vinter	Gj.sn. døgnetforbruk vinter (NOK)	Omsetning vinterturister charter
1 514	7,1	1359	14 608 435

2.9. Oppsummering

Buskerud og Oppland er i reiselivssammenheng små sammenlignet med regionene som har gått sammen om Scandinavian Mountains. Buskerud og Oppland har imidlertid stor kapasitet til å øke turistvolumet betraktelig, både på overnattingsstedene og på attraksjonene.

Begge fylkene har god økning i kommersielle gjestedøgn generelt, og har økt mer enn landsgjennomsnittet fra 2014 til 2015. De aktuelle markedene å satse på er Tyskland, Nederland og Storbritannia. Begge fylkene har også god økning fra de tre markedene.

Britene bruker i all hovedsak fly (73 prosent) på sin ferietur til Norge på sommeren, mens det blant tyskere og nederlendere er hhv. 21 og 16 prosent som bruker fly.

Fly øker som transportmiddel, og på Gardermoen lufthavn har det fra 2007 til 2015 vært stor økning i antall passasjerer fra de tre aktuelle markedene som også har besøkt Østlandsfylkene. Det har imidlertid vært en liten nedgang fra Nederland fra 2014 til 2015. Samtidig øker nederlandske gjestedøgn mer enn både tyske og britiske i både Buskerud og Oppland. Dette kan tyde på at de nederlandske gjestene i større grad kommer til Norge med andre transportmidler enn fly, som bil og ferge.

Det har vært en økning i antall pax på Fagernes lufthavn Leirin fra 2013 – 2016, men med en nedgang i 2014/2015. Nedgangen skyldtes dårlige værforhold, og viser at flyplassen er sårbar for uforutsette omstendigheter sammenlignet med Oslo Lufthavn Gardermoen.

3. Vurdering av potensialet

3.1. Metode

Det er gjort en overordnet research av tilgjengelige dokumenter samt dialog med relevante destinasjonsselskap, for å kartlegge produkter og leverandører som er aktuelle for utvikling av helårs (sommer og vinter) chartertrafikk til Leirin. Aktørene det er gjort intervju med er følgende: Hemsedal Turisttrafikklag, Beitostølen Resort, Visit Geilo, Nasjonalparkriket, Destinasjon Hardangerfjord, Visit Sognefjord og Visit Lillehammer. I tillegg har vi mottatt innspill fra Norefjell og Gjøvikregionen Hadeland Ringerike Reiseliv.

De destinasjonsselskapene som viser størst interesse for utvikling av Fagernes lufthavn Leirin som privat charterflyplass er Hemsedal Turisttrafikklag, Beitostølen Resort, Visit Geilo og Visit Sognefjord.

3.2. Produkttilbudet; beliggenhet, reisemål, produktkonsepter og kommersielle produkter

3.2.1. Tilgjengelighet

Med bil fra Oslo lufthavn Gardermoen tar det gjennomsnittlig 2 timer og 45 minutter for å komme til de aktuelle destinasjonene. Fra Fagernes lufthavn Leirin vil transfertiden reduseres til gjennomsnittlig 1 time og 15 minutter.

Størst reduksjon i transfer vil det selvfølgelig bli fra Leirin til Beitostølen; ca. 45 minutter fra Leirin mot dagens 3 timer fra Gardermoen. Fra Gardermoen til Geilo tar det ca. 3 timer, mens fra Leirin til Geilo tar det 1 time og 42 minutter. Fra Gardermoen til Hemsedal tar det i dag i underkant av 3 timer, mens det fra Leirin til Hemsedal tar 1 time og 20 minutter, dvs. en halvering av reiseveien.

Flere av aktørene påpeker imidlertid at veinettet fra Gardermoen til regionen er under stadig oppgradering, mens veinettet fra Fagernes lufthavn over Golsfjellet neppe vil forbedres de nærmeste årene. Transfertiden fra Gardermoen vil dermed kunne reduseres ytterligere i årene fremover.

Med tog tar man Bergensbanen fra Gardermoen til Gol og Geilo. Det tar 3,5 timer fra OSL til Gol. Utfordringen for destinasjoner som ikke ligger direkte ved togstasjonen, for eksempel Hemsedal, er at bussene fra Gol til Hemsedal ikke korresponderer med alle togene, slik at ventetiden på Gol kan bli lang.

Transfertiden med tog vil også bli redusert når Ringeriksbanen står ferdig. Den skal etter planen ferdigstilles i 2024/2025 og vil gjøre at togturen fra Gardermoen til Bergen blir 50 minutter kortere. Dette vil også redusere togtiden til Gol og Geilo.

3.2.2. Produktkonsepter

Gjennom intervjuer med aktørene i regionen ble det gjort en overordnet kartlegging av hvilke produktkonsepter en kan levere på.

Overordnet sett er konklusjonen at aktørene kan levere svært godt på både alpint, langrenn, vandring, nasjonalparkopplevelser og rundreise m/natur og kultur.

Når det gjelder sykkel svarer flere at sykkel ikke er noe hovedprodukt for dem, men at sykkel som aktivitet inngår i et bredere «active outdoor» tilbud (bl.a. Beitostølen). Hemsedal er midt i en prosess for å utvikle sykkeltilbudet, og utvikler nå en masterplan for sykkelseting.

På Geilo har en utviklet sykkeltilbudet i Geilo Sommerpark igjennom 5 - 6 år og har også en stor sykkelutleie. Sykkelproduktet er drevet av Geilo Holiday og inneholder:

- Downhill tilbud (heisbasert) både for barn og voksne i sommerparken
- Utleie av alle kategorier sykler (Hallingdal sin største sykkelutleie)
- Shuttlebuss til stisykling tilbud i fjellet
- Selger og markedsfører sykling fra tilbudet som er i Sommerparken til turer på fjellveier, Rallarvegen etc.

Når det gjelder bookbare pakker med overnatting, mat og aktivitet, er tilbakemeldingene at det per i dag ikke er så mange ferdige pakker. Mange av destinasjonene tilbyr en rekke aktiviteter som kan bookes hver for seg og som er tilgjengelige for turoperatører eller andre som vil pakketere.

I november lanserer Geilo Holiday en ny web - og booking løsning. Det vil være et system basert på City Break hvor aktiviteter og overnatting pakkes og selges. Dvs. at det vil være enkelt å pakke sykkel med overnatting på nett, kjøpe og betale. Alle bedriftene på Geilo vil få mulighet til å koble seg til denne portalen og det vil være den eneste kommersielle salgskanalen på Geilo som pakker aktivitetene med overnatting på denne måten. Den vil være på norsk, engelsk og tysk.

I Hemsedal har man blant annet Hemsedal aktiv som har en rekke aktiviteter som er bookbare på nett, hver for seg. De har også tilbud om å være «behjelpelig med forslag og bestilling av overnatting (hytte/leilighet) samt transport dersom ønskelig».

På Beitostølen tilbys Besseggen-pakken som består av overnatting, mat og transport t/r destinasjonen, og t/r Beitostølen-Gjendesheim.

Destinasjon Hardangerfjord har tatt en strategisk beslutning på å ikke lage pakker, men heller vise en liste over tilgjengelige elementer som turoperatørene selv kan sette sammen.

Visit Sognefjord har tematiserte produkter som vandring, brevandring, sightseeing på fjorden, kajakk, ribturer og fjordfiske som kan legges inn i rundreiser som omfatter innland, fjell og fjord.

For oversikt over respondenter og spørreskjema, se vedlegg.

3.3. Produktkonsept, segment og marked

Av segmenter er det først og fremst ferie/fritidssegmentet en satser på med tanke på charter. Det er splitcharter som er aktuelt, dvs. at flere turoperatører kjøper mindre allotments med seter og til sammen fyller opp flyet.

De to store samarbeidskonstellasjonene Norway home of skiing, og Mountains of Norway har definert nedenstående produkter og markeder som fokus i sin markedsføring.

Tabell 3-1 Aktuelle segmenter, produkter og markeder for chartersatsing

Segmenter	Produkter	Markeder
SIT (Special Interest Tourists)	Langrenn	Tyskland (alle produkter)
Aktive naturbaserte	Alpint	Nederland (alle produkter)
Corporate event	Vandring	Storbritannia (ski, sykkel, vandring)
	Sykkel	
	Nasjonalparkopplevelser	
	Rundreise natur/kultur	

I tillegg kom det innspill om at corporate eventmarkedet også er relevant. Biltesting på is er et stort og aktuelt satsingsområde og utgjør per i dag 7 500 gjestedøgn fordelt på fire hotell på Golsfjellet. I Nord-Sverige og Nord-Finland har en ca. 30 000 pax i dette segmentet. Golsfjellet har egen testbane for iskjøring, og har allerede mange bil- og dekkprodusenter som kunder.

3.4. Organisering av fellesoppgaver

Regionen har sterke og velfungerende destinasjonsselskap. De største og nærmeste til Fagernes lufthavn Leirin er VisitGeilo, Hemsedal Turisttrafikklag og VisitValdres. Alle disse selskapene uttrykker stor interesse for chartersatsing på Leirin.

Tilgrensende destinasjonsselskap er Destinasjon Hardangerfjord, VisitSognefjord, Visit Lillehammer, Gjøvikregionen Hadeland Ringerike Reiseliv og Norefjell. Av disse er det kun VisitSognefjord som uttrykker interesse for chartersatsingen. De andre ligger nærmere enten Gardermoen eller Flesland lufthavn, og har dermed ikke samme behov for Leirin. VisitSognefjord ønsker en satsing velkommen og ser stort potensial i særlig rundreiseproduktet som en kombinasjon av fjell og fjord.

Det er etablert to markedsføringssamarbeid; Norway home of skiing og Norwegian Mountains. Norwegian Mountains skal være salgsselskap mot utenlandske markeder, og skal selge fjellet hele året. Selskapet eies av Visit Geilo, Visit Valdres og Nasjonalparkriket Reiseliv.

Norway home of skiing er et salgs- og markedsføringssamarbeid mellom Geilo, Hemsedal, Beitostølen, Trysil og Oslo Vinterpark. Forretningsområdet er salg og en fokuserer på å inngå avtaler med turoperatører som flyr charter til Fagernes lufthavn og også turoperatører som selger reiser med planlagte fly via Gardermoen og Fagernes lufthavn Leirin.

3.5. Teoretisk markedspotensial

For å finne størrelsen på målgruppene i de tre markedene, har vi brukt følgende fremgangsmåte³:

Beregning:

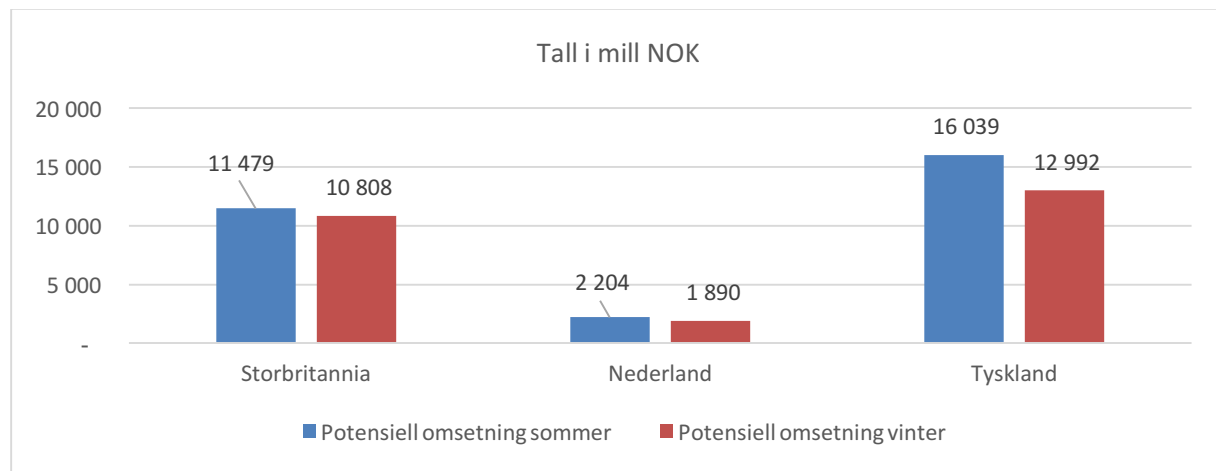
1. Antall personer 18 år + med disponibel inntekt over 200' NOK, med interesse for naturbasert ferie og som har reist på ferie til utlandet de siste tre årene og som svarer at det er sannsynlig at de reiser til Norge de neste 12 måneder. Multiplisert med
2. Potensielt antall gjestedøgn i målgruppen, basert på gjennomsnittlig oppholdstid i Norge, hhv. sommer og vinter. Multiplisert med
3. Gjennomsnittlig døgnforbruk per person på hhv. sommer og vinter (u/transport)

Vi kommer da frem til et teoretisk brutto markedspotensial. Som figuren under viser er dette størst i Tyskland på sommeren (16 mrd. NOK) etterfulgt av Tyskland på vinteren (12,9 mrd. NOK). I Storbritannia er også

³ Kilder: Posisjonsanalysen 2016, Turistundersøkelsen vinter 2015/2016 og sommer 2016, Euromonitor.

potensialet noe større på sommeren enn på vinteren med hhv. 11,5 og 10,8 mrd. NOK. I Nederland er potensialet vesentlig mindre enn i de to andre landene, med hhv. 2,2 mrd. NOK på sommeren og 1,9 mrd. NOK på vinteren.

Figur 3-1 Markedspotensial i mill. NOK. sommer og vinter – pr marked

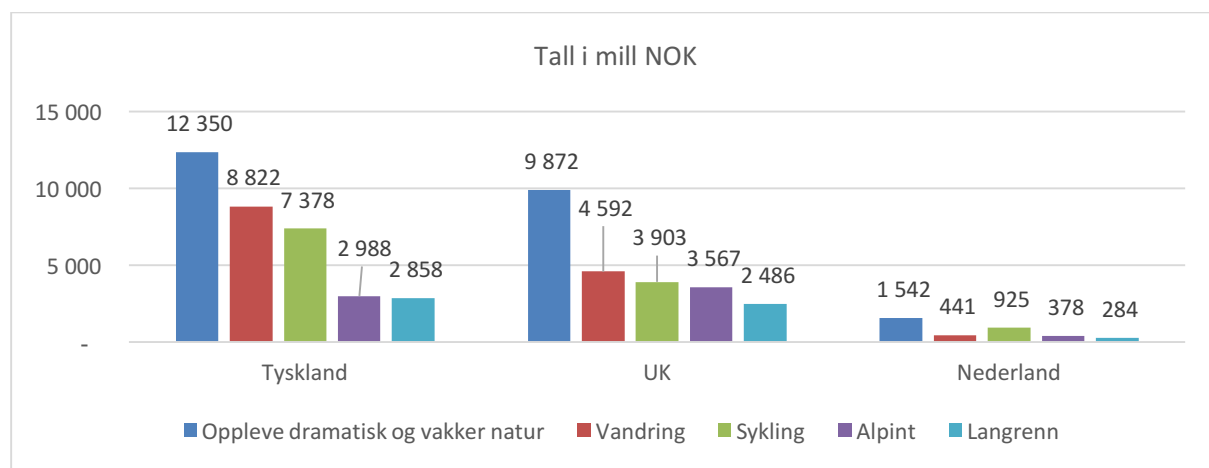


Ved å multiplisere det teoretiske bruttopotensialet med andelen som har interesse for å reise på de ulike ferieformene på ferie i Norge, kommer vi fram til et teoretisk potensial per marked per ferieform.

Da det ikke finnes tall for interesse for rundreise, har vi brukt den svært generelle kategorien «interesse for å oppleve dramatisk og vakker natur». Denne er naturlig nok den største kategorien i alle markedene.

I Tyskland har vandring og sykling stort potensial, og verdien er beregnet til hhv. 8,8 og 7,7 mrd. NOK. Alpint er beregnet til 2,9 og langrenn til 2,8 mrd. NOK. I UK er det også vandring og sykling som har størst potensial, med hhv. 4,5 og 3,9 mrd. NOK, etterfulgt av alpint og langrenn. I Nederland har sykling det største potensialet med 925 mill NOK. Deretter følger vandring, alpint og langrenn. Det er overraskende at potensialet for langrennsferie er så vidt stort i alle tre markedene, og at forskjellen mellom alpint- og langrenn som ferieform ikke er større.

Figur 3-2 Markedspotensial i mill NOK – per ferieform, per marked



3.6. Økonomiske beregninger ved uttak av potensial

Avinor har gjort en vurdering av ulike modeller for drift av Fagernes lufthavn Leirin, deriblant privat eller kommunalt eierskap og drift⁴. I denne modellen er driftskostnadene vurdert til ca. 8 millioner NOK per år.

For å finne ut hvor mange flybevegelser som skal til for å dekke disse driftskostnadene per år, har vi gjort følgende beregninger:

⁴ Rapport: Avinor 2015, «Fagernes lufthavn Leirin, nytt driftskonsept charterflyplass. En vurdering av ulike alternativer».

Iht. Avinor kan man ta utgangspunkt i at en pax gir 175,- i flyplassinntekter. En maskin med 150 pax, vil da gi 26.250,- i flyplassinntekter. For å dekke opp 8 mill. NOK i driftskostnader, må man ha 45.000 pax, dvs. 305 maskiner. Pax-antallet har vi sammenlignet med relevante satsinger og med forutsetning i nivå på satsing som angitt i pkt. 5.1, mener vi dette er realistisk å oppnå over en 3-5 års periode.

Med et gjennomsnittlig døgnforbruk per pax på 1.075,- og gjennomsnittlig oppholdstid per pax på 11 dager, gir dette en omsetning på 500 mill. NOK⁵ for 45.000 pax.

Dette tallet er å selvfølgelig svært omtrentlig, og er beheftet med feilmarginer. Allikevel gir det en pekepinn på det svært store potensialet som ligger i en chartersatsing til Fagernes lufthavn Leirin.

Til sammenligning lå flyplassinntektene vinteren 2015/2016 på 265.000 NOK (beregnet utfra 1.514 pax * 175,-) og 26 flybevegelser.

Veksten det er behov for er stor, men andre regioner har vist at dette er mulig. Eksempelvis har man i Nord-Norge, i forbindelse med Arena Lønnsomme Vinteropplevelser, over en seksårs periode bidratt til at over 60 000 internasjonale gjester per år besøker Tromsø-regionene og andre destinasjoner for å se og oppleve Nordlyset. Dette som et resultat av en tyngre klynge-satsing og målrettet markedsføring av produktkonseptet i utvalgte internasjonale markeder. Innsatsen i klyngeprosjektet som har gått over 5 år har ved siden av produktutvikling og produktorganisering, vært distribusjon, bedret tilgjengelighet, styrket innovasjonskraft, bedret samarbeid mellom bedriftene og kompetanse- og kvalitetsutvikling.

3.7. Turoperatørundersøkelse; kartlegging av interesse for Fagernes lufthavn, Leirin som helårs charterflyplass

For å få et bilde av potensialet for Fagernes lufthavn Leirin som helårs charterflyplass har vi intervjuet et utvalg internasjonale turoperatører i Tyskland, Nederland og Storbritannia.

Turoperatørene er valgt ut etter et sett med kriterier:

- At de opererer produkter tilsvarende de som er og kan utvikles i området i dag.
- At de selger i et eller flere av tre største internasjonale markedene for produktområdet rundt lufthavnen og hvor fly er aktuelt transportmiddel (Tyskland, Nederland og Storbritannia)
- At vi i utvalget har noen som operer i området i dag og noen som ikke gjør det

Vi har i alt spurt 21 turoperatører hvorav 19 har respondert i form av telefonintervju eller svar på spørreskjema. Vi har ikke spurt den største operatøren som benytter Fagernes lufthavn Leirin i dag fordi de allerede er inne i pågående charteroperasjoner.

Av de som har svart er 79 % positiv til å benytte Fagernes lufthavn som charterflyplass i fremtiden. Begrunnelsen for hvorfor disse vil benytte Fagernes lufthavn finner vi i en kombinasjon av at produktkonseptene deres stemmer overens med hva som selges i regionen og beliggenhet.

Mange beskriver beliggenheten til flyplassen som et stort fortrinn og hvor det "å lande midt i opplevelsene" forsterker kvaliteten i reisen. En annen begrunnelse for de som positive til Fagernes lufthavn som charterflyplass er muligheten for helårstrafikk – hvor området har sterke vinterprodukter og hvor det er mulig, også i kombinasjon med deler av Vestlandet, å utvikle både aktivitets- og rundreiseprodukter.

⁵ Kilde: Innovasjon Norge turistundersøkelsen 2016. Døgnforbruket er beregnet som et gjennomsnitt av tyskere, nederlendere og briters døgnforbruk på sommer og vinter, uten transport. Oppholdstid er beregnet som et gjennomsnitt av tyskere, nederlendere og briters oppholdstid på sommer og vinter.

De operatørene som er negative til å benytte Fagernes lufthavn, begrunner det med at de ikke vil benytte andre alternativer enn rutegående fly til Gardermoen eller at de ikke vil satse nok på produktkonsepter eller området, til at charteroperasjoner er forsvarlig.

Fra rundspørringen ser vi at de turoperatørene som er kjent med området i dag eller som deltar i charteroperasjoner til andre destinasjoner, generelt sett er positiv til å delt i charteroperasjoner til Fagernes lufthavn Leirin. Tilsvarende er det slik at de som ikke kjenner området er mindre positive og mindre interessert i charteroperasjoner. Vi tolker dette som at de som ikke har kunnskap om området gjennom en offensiv innsalgsinnsats kan overbevises om å starte charteroperasjoner til Fagernes lufthavn Leirin.

Turoperatørene lister en rekke forutsetninger som må på plass for at de skal kunne satse på charteroperasjoner til området. Disse strekker seg fra muligheter for dekning av økonomisk risiko til kvalitetskrav til leverandørene. Forutsetningene er som følger:

- Risikodeling gjennom charterfond
- Markedsstøtte til markedsføring av et delvis ukjent område
- Tilgjengelige produkter med høy – jevn kvalitet
- Lokal tilrettelegger

Vi oppsummerer kartleggingen blant turoperatørene som meget positive for utvikling av Fagernes lufthavn som charterflyplass. Langt flere enn hva vi forventet er positive til området, produktkonseptene og ikke minst flyplassens beliggenhet som sterkt reduserer transfertiden fra flyplass til destinasjon for opplevelser og opphold. Samtidig legger vi vekt på at utvalget av respondenter er lavt og at en derav må ta en rekke forbehold.

For oversikt over turoperatører og spørreskjema, se vedlegg.

3.8. Forutsetninger for å ta ut potensialet

Flere av de som er omfattet av kartleggingsarbeidet bak denne rapporten er positive til å utvikle Fagernes lufthavn Leirin som en privat drevet helårs charterflyplass. De fleste legger også vekt på at det er flere forutsetninger som må på plass for å få dette til.

I det følgende beskriver vi de forutsetningene som må oppfylles for å utvikle Fagernes lufthavn Leirin som helårsdrevet privat charterflyplass med godkjenning for trafikk for flytyper t.o.m. kategori C, dvs. vingspenn inntil 36 m. Som tidligere nevnt omfatter dette kjente flytyper som alle typer Boeing 737, Airbus opp til Airbus 321, BA146/RJ100. Kapasitetsmessig er plassen best egnet for flytyper med et passasjerantall på rundt 150.

3.8.1. Charterfond

Underveis i kartleggingen er det fra flere hold, både på markeds- og produksiden, nevnt at en risikodekning gjennom et charterfond er en forutsetning for å få til en storstilt satsing på charteroperasjoner til Fagernes lufthavn Leirin.

Vi har sett nærmere på Charterfondet for Nord-Norge. Formålet med charterfondet er å øke bruken av flyplasser i Nord-Norge i lavsesong gjennom å redusere risikoen til charteroperatørene og dermed styrke utviklingen av reiselivsnæringen i regionen. Fondet dekker deler av kostnadene for turoperatører som setter opp charterfly til Nord-Norge, noe som reduserer den økonomiske risikoen for operatørene. Når operatøren har solgt 60 prosent av kapasiteten, tar charterfondet delrisiko for de neste 20 prosent. Dette betyr at det er flere turoperatører som ønsker å ta den risikoen det er å kjøpe seter på et chartret fly, da fondet tar risikoen med eventuelle tomme seter. Charterfondet er i sin helhet finansiert av de tre nordnorske fylkeskommunene og administreres av NordNorsk Reiseliv AS som er landsdelsselskapet for Nord-Norge.

På bakgrunn av at Charterfondet kunne være konkurransevidende og i strid med statsstøtteregulverket har ordningen vært gjennom en notifikasjonsprosess hos ESA, finansiert av de tre nordnorske fylkeskommunene og reiselivsaktører i landsdelen. Initiativtakerne har i sitt notifikasjonsbrev til ESA fokusert på at et charterfond kan forhindre eller redusere fraflytting fra Nord-Norge. Dette som følge av at det skal stimulere til flere flyvninger til nordnorske flyplasser, som igjen skaper næringsutvikling, økt turisme og arbeidsplasser.

ESA godkjente støtteordningen for tre år i juli 2013, men forsinkelser i iverksettelsen gjorde at fondet ikke ble virksomt før i oktober 2014. På forespørsel fra norske myndigheter har ESA akseptert at ordningen kan forlenges til oktober 2017. Forlengelsen vil gi norske myndigheter tilstrekkelig grunnlag for å evaluere hvilken virkning støtteordningen har hatt på utviklingen av reiselivsnæringen og om den har bidratt til å motvirke fraflytting.

Det forutsettes i notifiseringen at de tre fylkeskommunene deltar i fellesskap for at fondet ikke skal virke konkurransevridende lokalt. Charterfondet er organisert som et samarbeidsprosjekt, eid og finansiert av fylkeskommunene i Nordland, Troms og Finnmark. ESA har notifisert ordningen for et maksimumsbeløp på 30 mill NOK for prøveperioden. Etter vår erfaring var det omlag 11 mill NOK i fondet fra starten av. Våre undersøkelser viser at fondet har fungert etter hensikten og at det har stimulert til langt flere charteroperasjoner til Nord-Norge de siste par årene. En del av disse operasjonene ville ikke blitt gjennomført om charterfondet ikke tok en del av risikoen for operasjonene.

3.8.2. Markedsføringsstøtte

De fleste av turoperatørene som har deltatt i kartleggingen nevner at en satsing på salg av produkter i nedslagsfeltet for Fagernes lufthavn, vil kreve støtte fra leverandørene og/eller offentlige programmer for gjennomføring av markeds kampanjer, salgstiltak, presse- og visningsturer, studieturer for ansatte i reisebyråer og turoperatører, samt andre markeds tiltak.

Behovet for markedsføringsstøtte begrunnes med at området er delvis ukjent og at det må større markedsinvesteringer til for å stimulere reiselyst til de ulike destinasjonene og produktene som finnes i området flyplassen naturlig betjener. Markedstiltakene må følges opp av offensive salgstiltak.

3.8.3. Konsept- og produktutvikling

Et annet innspill er at det må utvikles tydelige tematiske satsinger eller produktkonsepter, spesielt i sommersesongen, som fylles med kvalitativt gode produkter, tilrettelagt både for grupper og individuelle. I denne sammenheng nevnes gjennomgående høy kvalitet som krav til produktene, og at disse er tilgjengelige og har volum nok for større grupper såvel som for individuelle.

Behovet for produktutvikling er først og fremst tydelig i sommersesongen og i skuldersesongene. I vintersesongen er det et godt utvalg av alpinprodukter, mens langrenns produktet ikke er like tydelig. Tema eller produktkonsepter som vandring, sykling, fiske, rundreiser fjell&fjord må prioriteres og fylles med tilpassende produkter.

3.8.4. Lokal-regional DMC

Flere nevner behovet for en lokal/regional DMC eller Destination Management Company som kan bistå turoperatørene både i innhenting av priser, kontakt med leverandørene (spesielt de små), pakketering og gjennomføring av turer. Når det gjelder gjennomføring av turer er dette behovet først og fremst i forhold til de mer kompliserte og sammensatte turene – og gjerne rundreiser der det er mange leverandører involvert i turen.

Dette behovet er størst hos de operatørene som ikke kjenner området eller aktørene spesielt godt. De vil ha behov for en lokal, regional profesjonell organisasjon som kan være sentral i produksjon og gjennomføring av turer med utgangspunkt i Fagernes lufthavn Leirin.

3.9. Konklusjoner

Vi konkluderer at det er et potensial både på produkt og markedssiden for å utvikle Fagernes lufthavn som helårs charter flyplass for trafikk med flytyper med et passasjerantall på rundt 150 per fly.

Vi bygger denne konklusjonen på kartlegging av etablerte og tilgjengelige produktkonsepter- og produkter, samt produktkonsepter det er mulig å utvikle og videreutvikle knyttet til flyplassen. Dessuten på tilbakemeldinger fra turoperatører som er positiv til å selge opplevelser med bruk av Fagernes lufthavn Leirin som innkommende flyplass.

Det er flere forutsetninger knyttet til vår konklusjon. Noen av disse handler om produkter som må utvikles, spesielt i vår-sommer-høst sesongen. Turoperatørene nevner risikodeling og markedsstøtte som forutsetninger. De som ikke har erfaring fra å bruke flyplassen eller produsere i det aktuelle området, nevner også en lokal/regional incomingfunksjon eller DMC som forutsetning for å satse på Fagernes lufthavn Leirin.

Forutsetningene kan kun oppfylles gjennom et langsiktig og forutsigbart samarbeid mellom næringsaktørene i aktuelle område og det offentlige virkemiddelapparatet.

4. Kost/nytte vurdering Fagernes vs. Gardermoen

4.1. Workshop 20.9.16

Etter at vi innhentet data gjennom deskresearch og intervjuer (tilbudssiden og distribusjon) gjennomførte vi en workshop med deltakelse fra aktører, destinasjonsselskaper og representanter for virkemiddelapparatet i Oppland og Buskerud. For program og deltakerliste, se vedlegg.

Formålet med workshopen var:

1. Å presentere kartlegging de første resultater av analysen
2. Å få innspill på betydningen av Fagernes lufthavn Leirin som charterflyplass
3. Å diskutere Fagernes lufthavn Leirin opp imot alternativet Gardermoen

I løpet av workshopen ble disse momentene for og i mot å utvikle Fagernes lufthavn Leirin som privat charterflyplass med helårsdrift diskutert:

4.1.1. Argumenter for å utvikle Fagernes

- Redusert transfertid sammenlignet med Gardermoen
 - Reduserte transferkostnader
 - Lander midt i opplevelsene og nær mange nasjonalparker
 - Opprettholde arbeidsplasser og ringvirkninger av flyplassen
 - Skaper nettverk og samarbeid på tvers av regioner
- Leirin vil virke samlende på regionen ved at turistene lander i regionen og man konkurrerer innad i regionen, i motsetning når turistene lander på Gardermoen da man konkurrerer mot hele Østlandsområdet.
- Per i dag har både Oppland og Buskerud lav beleggsprosent. Kommer det vekst – kommer det senger
 - Dette er positivt i et langsiktig perspektiv, da det vil øke fokus på salg og markedsføring av FjellNorge – som vil bidra til utvikling av flere produkter
 - Hvis man gir seg nå – så kommer Leirin aldri tilbake
 - 300 millioner kinesere skal lære å stå på ski – dette er et stort potensielt marked

4.1.2. Argumenter mot å utvikle Fagernes

- Gardermoen bygges stadig ut slik at rutetilbudet blir bedre og bedre
- Mange billigselskaper flyr til Gardermoen – tøff priskonkurranse
- Det kommer ny infrastruktur, bedre veier og Ringeriksbanen i 2025
- Oslo kan være en attraktiv del av pakkene
- Togturen Oslo – Geilo er attraktiv
- Dyr å sette opp individuell transfer på Fagernes
- Alt for mye tid går med til lobbyvirksomhet
- Alt for mange omkamper - prosjekttretthet
- Er det mulig å oppnå det volumet som behøves? Krever svært stor markedsinnsats
- Kanskje det finnes alternative måter å bruke midlene på som vil kunne gi større uttelling
- Det er kostbart å drifte Leirin
- Må ha mange selgere som jobber i markedet for å få tak i turoperatører
- Stort investeringsbehov; min 20 mill i nye anlegg og teknologi. Avinor sier det er godt nok.

4.2. Kost/nytte effekt ved chartertrafikk til Leirin sml Gardermoen

Vi har med bakgrunn i research, intervjuer med aktører og turoperatører samt innspill fra deltakerne i workshop 20.9.16 belyst kost-/nytteeffekt ved chartertrafikk til Leirin kontra å ta turisttrafikken inn med transfer via Oslo Lufthavn Gardermoen. I denne sammenhengen har vi også sett på hvilken virkning dette kan ha på utnytting av markedsmulighetene.

4.2.1. Benytte Gardermoen som flyplass

Reiselivet i Buskerud og Oppland kan få stor effekt av et **forbedret rutetilbud inn til Gardermoen** i form av direkteruter fra ulike markeder både i Europa, Asia og USA. Det samme gjelder det økte tilbudet fra lavprisleiende selskaper. I denne sammenheng er det vesentlig å trekke frem samarbeidet mellom Avinor og Innovasjon Norge for å utvikle etterspørsel etter flyreiser til Norge. De to samarbeidspartnerne har hatt felles og langsiktige samarbeid i USA, Asia og Storbritannia i form av felles mål, planer og finansiering. I tillegg er det gjennomført samarbeidstiltak i Tyskland, Spania og Frankrike, men av litt mer ad hoc-messig karakter. I dette samarbeidet er det OSL og de største flyplassene som er gitt prioritet og som får økt trafikk. Andre reiselivsaktører, destinasjoner og områder er aktivt med i dette markedsføringssamarbeidet. Når OSL Gardermoen nå utvides, er det sannsynlig at det i fortsettelsen også blir gjort en samlet og kraftfull innsats i prioriterte internasjonale markeder for å promotere flyplassen og regionen rundt flyplassen. Destinasjonene som betjenes av Fagernes lufthavn Leirin kan delta i dette arbeidet og sammen med det offentlige virkemiddelapparatet sørge for at området og helårsproduktene blir tilstrekkelig markedsført.

På den annen side må destinasjonene i dette tilfellet konkurrere med andre destinasjoner, og dele oppmerksomheten med blant annet hovedstaden, noe som naturligvis innebærer en risiko. Vi antar det må en omfattende ressursbruk til for at regionene som naturlig kan betjenes av Fagernes lufthavn Leirin skal vinne frem i konkurransen om kunder som lander på Gardermoen.

For enkelte kundegrupper er et **hovedstadsbesøk en viktig del** av den totale opplevelsen og et argument for å bruke Gardermoen som flyplass. Dette gjelder imidlertid ikke alle kundegrupper. Kunder som skal på naturbaserte baseferier som ski-, vandre-, fiskeferie e.l., ønsker å komme raskest mulig fram til destinasjonen for opplevelsen. Det betyr at for produktkonseptene som er definert av aktørene rundt Fagernes lufthavn Leirin er dette ikke så aktuelt, bortsett fra for rundreisekonseptet.

4.2.2. Utvikle Fagernes lufthavn Leirin som helårs charterflyplass

Turoperatørene som kjenner området legger vekt på **redusert transfertid og det å lande midt i opplevelsen**, som det viktigste fortrinnet ved bruk av Fagernes lufthavn Leirin. Dette kan ved vektlegging av vertskapsfunksjonen på Fagernes lufthavn Leirin utvikles til å bli et vesentlig konkurransefortrinn. Spesielt i forbindelse med kortere ferier, som det blir flere og flere av, er redusert transfertid og kostnader, en vesentlig fordel for Fagernes lufthavn Leirin. I lys av utbedring av vei og jernbane på noen av de aktuelle transportstrekninger, kan dette argumentet delvis bortfalle men da først om flere år.

Et **felles prosjekt for å utvikle Fagernes lufthavn Leirin som helårs charterflyplass kan virke samlende** på hele regionen. Fra andre deler av landet ser vi eksempler på suksessrike klynger og nettverk som samarbeider om utvikling og kommersialisering, på tvers av kommune-, destinasjons- og fylkesgrenser. Disse samler også bedrifter, virkemiddelapparatet og kunnskapsinstitusjoner i et sterkt fellesskap. Et prosjekt for utvikling av helårs chartertrafikk til Fagernes lufthavn Leirin vil i tilfelle bli et sammensatt prosjekt som både ivaretar markedssiden, produktutvikling, kompetanse- og kvalitetsutvikling, nettverksbygging og infrastrukturarbeid. Eksempler på slike prosjekter finner vi i Arena-prosjektene Lønnsomme Vinteropplevelser og Innovative Opplevelser.

Kapasitetsutnyttelsen på overnattingsstedene og attraksjonene er per i dag lav, og det er behov for en volumøkning. Ved utvikling av Fagernes lufthavn Leirin som helårs charterflyplass vil gjestene flys direkte inn i området. Konkurransen med andre destinasjoner utenfor nedslagsfeltet til Fagernes lufthavn vil da svekkes, mens konkurransen internt i regionen vil øke. Den sistnevnte konkurransen er imidlertid enklere å håndtere, og en større del av turistene vil bli igjen i regionen.

For å komme opp i det volumet av turister som behøves for å dekke driftskostnadene på Fagernes lufthavn, må det en massiv innsats til. Aktørene har svært god erfaring med direkte kontakt med turoperatører for å selge

seter på chartermaskiner til Fagernes lufthavn Leirin. For å komme opp i et tilstrekkelig volum, må i så fall denne innsatsen styrkes betraktelig. På bakgrunn av lav kjennskap til regionen og lav kunnskap om produkttilbudet, vil en satsing på salg mot turoperatører også være en strategisk viktig vei å gå, da disse kan bidra med produktkunnskap overfor forbrukerne. En helhetlig salgs- og markedsføringsstrategi overfor turoperatører vil være en viktig forutsetning for å fylle charterflyene til Fagernes lufthavn Leirin.

4.2.3. Oppsummering – kost / nytte vurdering

Ressurser som må til for å få effekt av å bruke Gardermoen som flyplass er slik vi ser det noenlunde på samme nivå med hva det vil koste å utvikle Fagernes lufthavn Leirin som helårs charterflyplass. Det er flere fordeler knyttet til bruk av direkteruter og lavpriser inn til Gardermoen, men en sterk konkurranse om gjestene utjevner noe av fordelene.

Dersom en velger å bruke Gardermoen og ruteflytilbud, vil en sannsynligvis ikke få samme drahjelp i markedene gjennom turoperatører og charteroperatører. En vil dessuten måtte investere mer i markedsføring av regionen og produktene da konkurransen om de internasjonale gjestene som benytter Gardermoen er meget stor. Ved å benytte Gardermoen vil en kunne unngå kostnader til et charterfond ved å satse på rutegående flytilbud til Norge. Konsekvensene av dette er en forsterket konkurransesituasjon og for å oppnå tilsvarende vekst som ved bruk av Fagernes som charterflyplass, må kostnader til markedsføring, markedsstøtte og salg økes betraktelig.

Redusert transfertid og kostnader er viktige argumenter for utvikling av Fagernes lufthavn Leirin i et markedsperspektiv. Å lande midt i opplevelsen på en flyplass med særpreg og en velutviklet vertskapsfunksjon, er vesentlige salgsargumenter ovenfor internasjonale distributører. Dette gir et bidrag til økt konkurransedyktighet for reiselivet i regionen, sammenlignet med andre regioner i Norge.

Et felles prosjekt for utvikling av Fagernes lufthavn vil være en katalysator for videre utvikling av reiselivet i regionen. Prosjektet vil kunne virke samlende og utløse ressurser som en ellers ikke ville fått tilgang til. Utvikling av flyplassen vil være et verktøy i en mer omfattende utvikling av reiselivet i regionen.

Alt tatt betraktning vil reiselivet i regionen ha større nytte av å utvikle Fagernes lufthavn Leirin enn å benytte Gardermoen som flyplass.

5. Konklusjoner og anbefalinger

5.1. Konklusjoner

Vår konklusjon er at det er utviklingsmuligheter for Fagernes lufthavn som helårs privat charterflyplass. Vi bygger våre konklusjoner på følgende:

Produktet og regionen

1. Regionen inneholder mange godt tilrettelagte produkter for internasjonale segmenter i dag. Det er stort potensial for å selge mer av eksisterende produkter gjennom mer raffinert pakketering. Dessuten er det store muligheter for å utvikle nye helhetlige produktkonsepter med basis i natur- og lokale kulturressurser
2. Området tar sin andel av den økningen som registreres fra de internasjonale markedene de siste par årene, og er dermed allerede inne i en positiv utvikling
3. Beleggsprosenten og kapasitetsutnyttelsen på flere av anleggene i området er lav. Det er med andre ord tilgjengelig kapasitet på de fleste leveranser i både sommer- og vintersesongen
4. Antall ankomster fra Tyskland, Nederland og UK med fly til Norge, og som også besøker Østlandsområdet er økende.
5. Destinasjonsapparatet er velfungerende i store deler av nedslagsfeltet for flyplassen

6. Konkurransesituasjonen for reiselivet i regionen bedres ved å utvikle Fagernes lufthavn Leirin sammenlignet med at trafikken skal gå over Gardermoen der konkurransen om gjestene er langt sterkere
7. En satsing på utvikling av flyplassen som charterflyplass vil mobilisere private og offentlige aktører til en større og mer omfattende innsats

Markedet

8. Deler av regionen og enkelte av produktene (alpint og vandring) som dekkes av Fagernes lufthavn Leirin er noe kjent i de prioriterte internasjonale markedene i dag. Dette er et godt utgangspunkt for videre utvikling.
9. Det teoretiske markedspotensialet er svært stort for alle de definerte produktkonseptene, i både Tyskland, Nederland og UK.
10. Fagernes lufthavn Leirin har en ideell beliggenhet for charteroperasjoner der gjestene lander «midt i opplevelsen» og hvor en unngår deler av transfer tid- og kostnader. Det kan utvikles en egen vertskapsfunksjon for flyplassen som gjør at opplevelsen starter her
11. Turoperatørene er positive og ser et salgspotensial i charteroperasjoner til Fagernes lufthavn Leirin

Våre konklusjoner har en rekke forutsetninger knyttet til seg. Disse forutsetningene er at turoperatørene/charteroperatørene kan oppnå risikodeling gjennom charterfond. Dessuten at midler koordineres som markedsstøtte til de som selger produkter/opplevelser med bruk av Fagernes lufthavn Leirin samt at det gjennomføres tyngre markeds kampanjer i prioriterte markeder. Og sist men ikke minst, at det over tid satses på produktutvikling spesielt innenfor sommersesongen.

Vi har ikke beregnet eksakt nivå på investeringer, tid og andre ressurser som vil medgå for å utvikle flyplassen. Basert på erfaringer fra andre noenlunde sammenlignbare prosjekter vil utviklingsprosjektet, ikke medregnet eventuelle utbedringer av flyplassen, kunne gjennomføres over en periode på 3 + 2 år og bestå av følgende hovedinnsatser:

- | | | |
|-----------------------|---|------------|
| • Charterfond | : | 15-18 mnok |
| • Markedsstøtte/salg | : | 10-12 mnok |
| • Produktutvikling | : | 5-7 mnok |
| • Kompetanseutvikling | : | 2-3 mnok |

I tillegg kommer nødvendig infrastrukturarbeid. Det er vanskelig å anslå omfanget på dette nå. Anslag for reiselivsomsetning i regionen som følge av at 45 000 pax årlig flyr til/fra Fagernes lufthavn Leirin, som er anslaget for å dekke årlige driftskostnader for flyplassen – er noe i overkant av 500 mnok.

5.2. Anbefalinger

Vårt arbeid er en evaluering av utviklingsmulighetene for flyplassen som privat drevet helårsflyplass. Innenfor den egnethet flyplassen har i dag, mener vi å kunne dokumentere utviklingsmuligheter gitt et sett med forutsetninger. Forutsetningene bør utredes nærmere, og særlig bør det gjøres en beregning av nødvendig investeringsnivå over tid, for at Fagernes lufthavn Leirin kan bidra til en sunn samfunnsøkonomisk drift gjennom økt reiselivsomsetning i regionen.

Vi anbefaler at reiselivsnæringen i området som naturlig dekkes av Fagernes lufthavn Leirin sammen med offentlige virkemiddelaktører, utvikler flyplassen som en helårs charterflyplass. Bakgrunnen for anbefalingen er

at en slik satsing vil kunne bidra til økt reiselivsomsetning i området som en ellers ikke ville fått, eller som det ville vært mer krevende å oppnå dersom en kun satser på bruk av Gardermoen.

Begrunnelsen for vår anbefaling finner vi både i produkt- og i markedspektivet. Produktmessig leverer regionen svært godt på de utvalgte produktkonseptene alpint, langrenn, vandring, nasjonalparkopplevelser og rundreise m/natur og kultur. Det er et stort teoretisk potensial i markedene for de samme produktkonseptene.

Det er også dokumentert interesse blant turoperatører i alle de tre markedene, UK, Tyskland og Nederland for å bruke flyplassen som charterflyplass, gitt risikodekning og markedsstøtte. Det er tilgjengelighet og redusert transfer fra flyplass til området for opplevelser som er hovedargumentet blant turoperatørene.

En satsing på å utvikle Fagernes lufthavn Leirin som privat drevet helårs charterflyplass er krevende, men vil etter vår oppfatning virke samlende. Flere sterke reiselivsdestinasjoner, kommuner og to fylkeskommuner har felles interesse i å utvikle reiselivet i området som flyplassen dekker. Flyplassen blir i dette perspektivet et felles verktøy som på grunn av beliggenhet gir reiselivsaktørene i regionen et konkurransefortrinn. Konkurransefortrinnet kan utløse ny trafikk gjennom koordinert arbeid med produktutvikling, økt markedsadgang, distribusjon og salg, samt kompetanseutvikling over en periode på minimum fem år.

Andre områder som ligger lengre unna markedene enn regionen rundt Fagernes lufthavn Leirin har oppnådd gode effekter gjennom arbeid i klynger som løser sammensatte utviklingsoppgaver. Et eksempel er Arena Lønnsomme Vinteropplevelser i Nord-Norge som over en seksårs periode har bidratt til at over 60 000 internasjonale gjester per år besøker Tromsø-regionene og andre destinasjoner i Nord-Norge for å se og oppleve Nordlyset. Med en samlet produkt- og kompetanseutvikling, felles salgs- og markedsstrategi og koordinert innsats mener vi det samme er mulig for regionen rundt Fagernes lufthavn Leirin.

6. Vedlegg

6.1. Beregning av markedspotensial

Tabell 6-1 Markedspotensial i mulige markeder ift. inntekt. Andeler med 200' NOK i disponibel inntekt etter skatt (de ulike desilers inntektsnivå – i NOK) (2010)

INNETKTS- FORDELING	100 %	90 %	80 %	70 %	60 %	50 %	40 %	30 %	20 %	10 %
Tyskland	72428	93330	109763	125588	140978	158558	180383	210225	260670	...
Nederland	90578	108788	123728	137730	152190	169260	189848	216698	266205	...
UK	64290	80880	95850	111938	128295	147863	17295	204488	260303	...

6.2. Respondenter – reisemålselskap

Leder på følgende reisemålsselskap:

- Hemsedal Turisttrafikklag
- Beitostølen Resort
- Reisemål Destinasjon Hardangerfjord
- Nasjonalparkriket
- Visit Geilo
- Valdres
- Visit Sognefjord
- Visit Lillehammer

6.3. Skjema, intervju med reiselivsaktører

Spørsmål til ledere reisemålsselskaper

Følgende produktkonsepter er av næringsaktørene definert som sentrale: alpin, langrenn, sykkel, vandring og rundreise/baseferier for opplevelse av natur & kultur. De fire første innenfor en radius på 2 ½ - 3 t transfer fra Fagernes Lufthavn Leirin, det siste som en kombinert fjell- og fjordopplevelse

1. Er disse produktkonseptene etter din oppfatning de mest relevante for internasjonale markeder? Om ikke – hvilke skal ut – inn?
2. Hva er de viktigste helhetlige produktene (opplevelse, overnatting, bespisning, transfer) innen de fem ulike produktkonseptene i din region. Hvem eier / organiserer aktuelle produkter? (hvis det er for mye å gi informasjon om på telefon, kan du gjerne sende det på mail?)
3. Hvilke utviklingsmuligheter ser du for nye produkter innenfor de ulike produktkonseptene? Hva skal til for å utløse disse mulighetene?
4. Hvilke internasjonale markeder er primære markeder for hvert av produktkonseptene?
5. Hvem er de viktigste turoperatørene/distributørene innen hvert av produktkonseptene per marked? Har du navn på kontaktperson?
6. Med tanke på å øke antall internasjonale turister i din region, hvor viktig er Fagernes Lufthavn Leirin for tilgjengeligheten sammenlignet med Gardermoen og transfer?

6.4. Respondenter - turoperatørintervjuer, Fagernes lufthavn Leirin

BBI travel	Nederland
Buro Scanbrit	Nederland
Holland International	Nederland
OAD Reizen	Nederland
Pharos Reisen	Nederland
Scandinavian Dreams	Nederland
SNP Natuur Reizen	Nederland
Voigt Travel	Nederland
Brand Aviation	Storbritannia
Discover the World	Storbritannia
Headwater Holidays	Storbritannia
Inghams	Storbritannia
Inntravel	Storbritannia
Taber Holydays	Storbritannia
CTS Studiereisen	Tyskland
Dertour	Tyskland
Sausewind Reisen	Tyskland
Studiosus	Tyskland
Troll Tours	Tyskland
TUI Wolters Reisen	Tyskland
Wikinger Reisen	Tyskland

6.5. Skjema, intervju med turoperatører

Spørsmål til utvalgte turoperatører i UK, Tyskland og Nederland

1. Would you consider this airport an option instead of, or as a supplement to Gardermoen? Why?
2. Transfer from Fagernes to nearby destinations will take approximately 1,5 hours shorter than transfer from Gardermoen. How important would you consider this reduced transfer time be for your charter customers? Why?
3. Are there any differences between summer and winter packages regarding transfer time? Why?
4. Are there other reasons than transfer that will make Fagernes Airport Leirin interesting for you to consider?
5. Which products/concepts would you give priority if you were going to use this airport?
6. How many seats would you consider buying during the winter season and/or the summer season?

Winter:

Summer:

7. What conditions must be present for you to use Fagernes airport?

For instance:

- Risk coverage – for instance charter funding
- Marketing support
- Product specific requirements (for instance: prices, location, group sizes, standard, transfer, car rental)
- Other...?

8. Do you have any other comments regarding development of Fagernes Airport Leirin as a charter airport?

6.6. Deltakerliste og program, Workshop 20.9.16

Program

10.00	Kaffe og noe å bite i
10.20	Velkommen, presentasjon og hensikt, repr. fylkeskommunene
10.40	Potensialet for chartertrafikk til Fagernes lufthavn – hvordan vi gjennomfører oppdraget, Børre Berglund og Anniken Enger
11.00	Gjennomgang av tilbudet/produksiden og potensialberegning v/ Anniken Enger
11.30	Fordeler og ulemper med å bruke Fagernes lufthavn Leirin som charterflyplass sammenlignet med Gardermoen, Børre Berglund
12.00	Lunsj
13.00	forts diskusjon startet før lunsj
14.00	Pause
14.15	Trenger vi Fagernes lufthavn Leirin som charterflyplass? innledning til diskusjon Børre Berglund
15.15	Oppsummering og avslutning, Børre Berglund

Deltakerliste

1. Robert Medik	Jotunheimen Valdres Bilrute
2. Ole Volden-Sandersen	Thon Hotel Fagernes
3. Atle Hovi	Beitostølen Resort
4. Tone Meisdalen	Varaordfører Nord-Aurdal kommune
5. Ivar Odnes	Varaordfører Oppland fylkeskommune
6. Erik Engelen	Valdres Destinasjon
7. Liv Bjerke	Oppland fylkeskommune
8. Arne-Jørgen Skurdal	Gjøvikregionen Hadeland Ringerike Reiseliv
9. Ole K. Haugvik	Buskerud fylkeskommune
10. Knut Nibstad	Storefjell Resort Hotell
11. Andreas Smith-Eriksen	SkiStar Hemsedal
12. Richard Taraldsen	Hemsedal Turisttrafikklag
13. Trevor De Viliers	Norway Home of Skiing
14. Heidi Gran	Gol kommune
15. Ragnhild Kvernberg	Hemsedal/Re Plan
16. Birgit Haugen	Geilo Holiday
17. Anniken Enger	BBR/Aniara Analyse
18. Børre Berglund	BBR

7. Figurer og tabeller

Figur 1-1 Arbeidsmetodikk (BBR AS)	5
Figur 2-1 Kommersielle gjestedøgn, alle overnattingsformer, Buskerud og Oppland, 2014 og 2015. Kilde: SSB ...	7
Figur 2-2 Kommersielle gjestedøgn, alle overnattingsformer, Buskerud og Oppland, 2014 og 2015. Kilde: SSB ...	7
Figur 2-3 Primære transportmiddel på feriereisen til Norge (Turistundersøkelsen sommer 2016)	8
2-5 Utvikling i antall unike pax på Fagernes lufthavn Leirin. Vintersesongen (desember – mars). Kilde: Avinor .	10
Figur 3-1 Markedspotensial i mill. NOK. sommer og vinter – pr marked	14
Figur 3-2 Markedspotensial i mill NOK – per ferieform, per marked	14
Tabell 2-1 Kunngjorte banelengder (www.ippc.no)	5
Tabell 2-2 Antall passasjerer (talt begge veier) som har reist med rutefly ut fra Oslo, og har besøkt et av Østlandsfylkene – totalt per år, 2007-2015. Kilde: Avinor Reisevaneundersøkelse.	9
Tabell 3-1 Aktuelle segmenter, produkter og markeder for chartersatsing.....	13
Tabell 6-1 Markedspotensial i mulige markeder ift. inntekt. Andeler med 200' NOK i disponibel inntekt etter skatt (de ulike desilers inntektsnivå – i NOK) (2010).....	23