

Vurdering av potensialet for cruise- turisme i kommunane Sogndal, Luster og Leikanger



Ståle Brandshaug (Høgskulen i Sogn og Fjordane)

VF Prosjektrapport

Rapport tittel Vurdering av potensialet for cruiseturisme i kommunane Sogndal, Luster og Leikanger.	Rapportnr: 01/08
	Dato: 22. februar 2008
	Gradering: Open
Prosjekttittel Vurdering av potensialet for cruiseturisme i kommunane Sogndal, Luster og Leikanger.	Tal sider: 50
	Prosjektnr
Forskarar Ståle Brandshaug (Høgskulen i Sogn og Fjordane), Stefan Gössling (Vestlandsforsking), Carlo Aall (Vestlandsforsking)	Prosjektansvarleg Ståle Brandshaug (Høgskulen i Sogn og Fjordane)
Oppdragsgjevar Sogndal, Luster og Leikanger kommune	Emneord Cruise, cruiseturisme, trendar, verdiskaping, berekraftig reiseliv, cruisekai, reiseliv, turisme, geoturisme
Samandrag Rapporten skal gje oppdragsgjevarane og reiselivsnæringa i Sogndal, Luster og Leikanger eit betre grunnlag for å vurdere potensialet for utvikling av cruiseturisme i regionen.	
ISBN nr 978-82-428-0277-4 ISSN: 0803-4354	Pris 50 NOK

Forord

Rapporten er fyrste ledd i ein utgreiing av moglegheiter og utfordringar knytt til ei regional cruisesatsing i kommunane Sogndal, Luster og Leikanger. Dei tre kommunane er oppdragsgjevarar, og rapporten er utarbeida vinteren 2007/2008.

Utgreiinga er eit grunnlag for betre samordna innsats av oppdragsgjevarane sin verkemiddelbruk og politiske vurderingar knytt til vidare cruisesatsing i regionen. I tillegg er rapporten eit verktøy for reislivsnæringa og eventuelle investorar i reiselivet.

Underteikna takkar alle involverte for informasjon og gode innspel.

Sogndal, 22. februar 2008

Ståle Brandshaug

Høgskulen i Sogn og Fjordane

Innhald

Figurar og tabellar

Samandrag og konklusjonar

1. Innleiing	1
2 Fakta om cruisemarknaden	2
2.1 ETTERSPORSELSKRITERIAR FOR CRUISEHAVNER	2
2.2 TRENDAR OG UTVIKINGSTREKK I CRUISENÆRINGA.....	2
3. Potensialet for cruiseturisme i dei tre kommunane	5
4. Vurdering av lokale føresetnader for å realisere potensialet for cruiseturisme	7
5. Vurdering av tiltak retta mot cruiseturisme som del av ei samla utvikling av reiselivsnæringa i området	9
5.1 CRUISETURISME SOM DEL AV DEN SAMLA REISELIVSUTVIKLINGA	9
5.2 BEREKRAFTIG REISELIV	9
5.3 GEOTURISME OG BEREKRAFTIG REISELIV	10
5.4 KONSEKVENSNAR AV NOX-AVGIFTA.....	11
5.5 ANDRE UTSLEPP ENN NOX FRÅ CRUISESKIP	13
5.6 VURDERING AV BEREKRAFTA TIL CRUISETURISMEN	14
6. Lokal verdiskaping av cruiseturismen	18
6.1 GENERELT OM VERDISKAPING FRÅ CRUISETURISME	18
6.2 BEREKNING AV VERDISKAPING FRÅ CRUISETURISMEN I OSLO OG ANDRE HAVNER	19
6.3 ANSLAG FOR VERDISKAPINGA AV CRUISETURISME I REGIONEN	22
6.4 NOKRE TILBAKEMELDINGAR KNYTT TIL VERDISKAPING AV HANDEL VED ANLØP I SKJOLDEN.....	26
6.5 VERDISKAPING FRÅ LANDBASERT TURISME.....	27
7. Opplevingar og rundturar	31
7.1 ATTRAKSJONAR OG RUNDTURAR	31
7.2 TILRETTELEGGING AV MOTTAKSKAPASITETEN I REGIONEN	34
7.3 INFRASTRUKTUR OG KAPASITET PÅ VEGNETTET.	35
7.4 URNES STAVKYRKJE SOM EKSEMPEL PÅ AVKLARING AV TÅLEGRENSER FOR TURISTBESØK.....	37
7.5 CRUISEDESTINASJONANE EIDFIJORD, OLDEN/GEIRANGER OG FLÅM.....	38
8. Guideopplæring og behovet for guidar	41
8.1 EKSISTERANDE GUIDEOPPLÆRING OG GUIDAR I REGIONEN.....	41
8.2 SAMARBEID OM GUIDEOPPLÆRING OG GUIDAR.....	41
8.3 EUROPEAN CRUISESERVICES BRUK AV EIGNE GUIDAR OG BUSSAR	42
9. Kailøysingar i regionen	43
9.1 MOGLEGE KAILØYSINGAR I REGIONEN	43
9.2 SKJOLDEN CRUISEKAI	43
9.3 SOGDAL SOM POTENSIELL CRUISEHAVN	44
9.4 TENDERKAI I KAUPANGER OG LEIKANGER	45
9.5 VURDERING AV ALTERNATIVE KAILØYSINGAR I REGIONEN	46
9.6 KONKLUSJON.....	49

Kjelder

Figurar og tabellar

<i>Figur 1: Drivstoff-forbruk per dag per passasjer etter skipsstørrelse</i>	<i>13</i>
<i>Tabell 1: Oversikt over cruisetrafikken på Vestlandet (Horwath Consulting, 2008).....</i>	<i>4</i>
<i>Tabell 2: Framlegg frå NHO-reiseliv og Innovasjon Norge til konkretisering av omgrepet berekraftig reiseliv i ein norsk samanheng.....</i>	<i>9</i>
<i>Tabell 3: Framlegg til strategiske problemstillingar for ei reiselivsutvikling basert på målet om ei berekraftig utvikling og geoturismeprinsippa.....</i>	<i>11</i>
<i>Tabell 4: Cruiseturisme vurdert i forhold til 4 overordna særtrekka ved berekraftige turistar</i>	<i>17</i>
<i>Tabell 5: Gjennomsnittleg registrert forbruk pr. passasjer i Oslo, Bergen og Tromsø – gjennomsnittleg forbruk for Tyskarar og engelskmenn i parentes (TØI, 2005)</i>	<i>21</i>
<i>Tabell 6: Taxfreeomsetning fordelt på total antall passasjerar ved eit utval norske cruise havner i 2005.....</i>	<i>21</i>
<i>Tabell 7: Anslag av verdiskapingspotensialet for cruiseturisme i Sogndal, Luster og Leikanger.....</i>	<i>24</i>
<i>Tabell 8: Turistkonsum for utvalte utanlandske feriemarknader rangert etter forbruk pr. døgn og besøk (Kilde: TØI, Gjesteundersøkelsen 2005: TØI rapport 813/2005).....</i>	<i>27</i>
<i>Tabell 9: Anslag av turistforbruk for bil- og flyturistar pr. døgn og pr. destinasjon (kjelde: TØI, 2006)</i>	<i>28</i>
<i>Tabell 10: Forbrukt pr. døgn og pr. destinasjon for cruise-, bil og flyturistar.....</i>	<i>29</i>
<i>Tabell 11: Attraksjonar, turar og aktivitetar på www.sognefjordcruise.com</i>	<i>31</i>
<i>Tabell 12: Kapasitet og kommentarar knytt til sentrale stader/turar for cruisemarknaden i regionen</i>	<i>32</i>
<i>Tabell 13: Eksempel på sentrale attraksjonar og turar i Eidfjord, Olden/Geiranger og Flåm.....</i>	<i>38</i>
<i>Tabell 14: Nokre innspel om Eidfjord som cruisedestinasjon.....</i>	<i>39</i>

Samandrag og konklusjonar

Om cruisemarknaden

Cruise Norway/Horwath Consulting har eit sett etterspørselskriteriar, eller "sjekklister" for anløpsstader/cruisehavner som rederia bruker i utveljing av cruisehavner:

- Kjent namn (Nordkapp)
- Unikt tilbod (døme: Flåmsbana og Geirangerfjorden)
- Breitt tilbod av utflukter og opplevingar.
- Miljø og tryggleik (vennleg, sikkert og reint)
- Havna sin infrastruktur (Effektiv i land/ombordstiging, m.m og praktiske/tekniske kaiforhold)
- Rom for framtidig vekst/utviding (kaiforhold, areal på land og antall kaier)
- Rutevurderingar (Logistikk og marknadsforhold)

Potensialet for cruiseturisme i dei tre kommunane i eit 10-15 års perspektiv

To overordna forhold knytt til cruisesatsing:

- Satsing på cruisemarknaden bør sjåast opp mot alternativ satsing på andre reiselivsmarknader og/eller andre formål. Bygging av kaianlegg er kostnadskrevjande og har avgrensa sekundærverdi og direkte avkastning samanlikna med investeringar i andre reiselivstiltak.
- Viss ein ynskjer å satse på cruisemarknaden, må ein i tillegg til sjølve kailøysinga sikre: (1) tilgang til kompetanse/personar for å kunne utvikle og marknadsføre alle nødvendige sider av cruisesatsinga, (2) samarbeide med reiselivsnæringa om utvikling, tilpassing og presentasjon av gode tur- og opplevingsprodukt, (3) opplæring og etablering av ei stor mengde guidar innafor 4-5 språk, (4) tilgang til tilstrekkelig mengde bussar for turar og transport, (5) vilje hjå lokalbefolkninga til å satse på cruise, då anløpa med fleire hundre passasjerar samtidig påverkar mottaksstaden tydeleg.

Realisering av potensialet for utvikling av cruiseturisme i regionen er avhengig av fleire forhold: attraksjonane/turane, havnefasilitetane, sals- og marknadsarbeid og organisering og samarbeid i regionen. Potensialet for cruiseturismen i regionen vi kunne ligge på nivå med t.d. Olden og Eidfjord (40-50 anløp pr. år) i løpet av 3-5 år gitt at:

- det praktiske *mottaksapparatet* ved havna/ne fungerer,
- at ein lukkast med noko utvikling av *infrastrukturen knytt til attraksjonane/ turane* (bl.a. kapasitetsauke på brebåten og ferja Solvorn – Urnes),
- ein får etablert ein *stabil guidestyrke* på 15-30 guidar (hovudsakleg engelsk og tysk + nokre som kan italiensk, spansk og fransk) og
- ein klarer å oppretthalde og *gradvis auka sals- og marknadsinnsatsen* retta mot rederia og landoperatørane.

Både Flåm og Geiranger nærmar seg kapasitetsgrensene, noko som truleg vil gi trafikk til andre fjordhavner som t.d. Skjolden og Olden. Det kan vera eit alternativ for regionen å prøve aktivt å legge opp til noko mindre volum i cruisemarknaden enn t.d. Flåm og Geiranger (jobbe aktivt med "early warning systems" mot rederia), og heller framstå som ein "roleg", eksklusiv og noko mindre masseturisme-prega cruisedestinasjon.

Vurdering av lokale føresetnader for å realisere potensialet for cruiseturisme

Følgjande punktvisse svar på tre sentrale spørsmål er knytt til vurderinga av potensialet for cruiseturisme i regionen:

1) Kva skal til for at rederia vil velje regionen i framtida?

- 1-2 godt tilrettelagte, unike, volumbaserte ekskursjonar /"spydspissar" saman med minst 3-4 andre godt fungerande, kreative opplevingar/turar + evne til kontinuerleg fornying/nye turar og opplevingar.
- Betra infrastruktur og mottakskapasitet (t.d. båten Nigardsbreen og talet på guidar)
- God marknadsbearbeiding og informasjon mot rederia og landoperatørane – tore å vera tydeleg og annleis i forhold til t.d. Flåm og Geiranger som produkt
- Næringa og kommunane må samla sett ynskje cruiseturisme og legge til rette for den

2) Kva er innsalsargumenta for regionen?

- Skjolden er eit roleg, nytt alternativ til bl.a. Flåm – hald på denne "rolege" profilen.
- Innerst i verdas lengste fjord – Sognefjorden – "In the heart of peaceful Fjord Norway"
- Nærleiken til dei unike fjord-produkta Jostedalsbreen/Nigardsbreen, Jotunheimen nasjonalpark og Urnes stavkyrkje + 2 gode turar: 1) Kaupanger/museet/kaupanger stavkyrkje og Kaupanger hovudgard/Sogndal + 2) Fjærland/Norsk Bremuseum/Bokbyen/Fjærlands-fjorden (ferje)/Leikanger (Sognefjord turisthotell og Henjatunet)/Sogndal

3) Kva kan regionen gjere for å bli attraktiv?

a) Produktutvikling (opplevingar og turar)

- Nigardsbreen + Sognefjellet + Urnes stavkyrkje + Kaupanger m/Sogn Folkemuseum (merk: lag aktivitetar/musikk/spel etc. på museet for å styrke opplevinga) er klare produktstyrker i regionen + Fjærland/Fjærlandsfjorden. I tillegg mange moglegheiter til utvikling av mindre aktivitetar som vandring, aktivitetar på fjorden (padling, båttur, fiske etc.), Hjortefarmen, Sogndalsdalen, Bestebakken, lokal mat, og anna bruk av natur- og kulturlandskapet/kulturarv i Sogn.
- Det er viktig å ha fokus på høgst mogleg lokal verdiskaping i produktleddet gjennom f.eks. mange kontaktpunkt med omsetnadsmoglegheiter på ekskursjonane

b) Sal/marknadsføring:

- Styrking av profilen "Skjolden – Sognefjord – in the heart of Fjord Norway"
- Påverknad av rederia og landoperatørane
- Aktiv kontakt med og informasjon til skipa før anløp.
- Utvikling av bilder, tekst, fakta etc.
- Messedeltaking
- Bidra til generell styrking og profilering av Norge og Fjord Norge som reisemål og samtidig synleggjere Sognefjorden og Sogn som reisemål.

c) Samarbeid/organisering:

- Felles organisering knytt til Reisemål Sogndal og Luster (RSL) av cruisesatsinga i regionen.
- Cruisesatsinga krev ideelt sett minimum 2 stillingar – 1 på sal/marknad/produktutvikling og 1 på handling & guideservice.

- Vidareutvikling av havnevesenfunksjon (alle praktiske/tekniske mottakstenester for cruiseanløp og andre skipsanløp) knytt til- eller i nært samarbeid med RSL. Dei fleste cruisehavnene i Norge har eit eksisterande/fungerande havnevesen som samarbeider med reisemålsselskapa om cruisesatsinga.

Vurdering av tiltak retta mot cruiseturisme som del av ei samla utvikling av reiselivsnæringa i området

Når det gjeld tiltak retta mot cruiseturisme som ein del av den samla reiselivsutviklinga i regionen, så bør ein sjå på følgjande:

- *Volumavgrensing* (totale anløp pr. år og pr. dag) og trafikkstyring ("timing" av turar) vil vera viktig for handtering av cruisetrafikken, spesielt for å unngå for mange anløp samtidig ("early warning system" mot rederia ved t.d. meir enn 2 anløp samtidig) og ved vesentleg auke ut over 50 - 60 anløp pr. år for å unngå overfylte attraksjonar og moglege negative opplevingar/ inntrykk for landbaserte turistar i området.
- *Moderat tilpassing over tid* (stegvise investeringar) av infrastruktur og attraksjonar for å auke mottakskapasiteten etter behov for å unngå kortsiktig baserte overfinansieringar privat og offentleg.
- *Cruiseturisme og berekraft.* Cruiseturisme er saman med annan turisme gjenstand for globale og nasjonale vurderingar knytt til korleis ein framleis kan oppretthalde verdiskapinga i reiselivet innafør rammene av lokal og global miljømessig berekraft.

Følgjande vurderingar av cruiseturisme kan gjerast knytt til fem sentrale kriterier for berekraftige turistar (sustainable tourists):

Tabell 1: Cruiseturisme vurdert i forhold til 4 overordna særtrekka ved berekraftige turistar (Sustainable tourists)

KRITERIER	VURDERING AV CRUISETURISME	KOMMENTAR
1. Reiseavstand og transportmåte heim – reisemål og på reisemålet	Ikkje avklart - vurderinga krev nærare samanlikning mellom cruiseturisme og anna turisme	Kort reiseavstand til kjelde-marknadne, men høge CO2-utslepp og andre utslepp per passasjer og passasjerkilometer
2. Opphaldstid per reisemål	Kort opphald per reisemål	5-7 og 10-12 havner per 7 og 10 - 15 dagar reise
3. Stoppestader per reise	Mange stoppestader per reise	Rundturbaserte opplevingar per reisemål
4. Lokal miljø- og samfunnsvennleg åtfærd på reisemålet	Store volum krev tilrettelegging og styring av trafikken	Ved god styring og tilrettelegging av anløp/trafikken/turane treng ikkje samfunnspåverkinga bli større enn ved landbasert gruppeturisme
5. Loka verdiskaping	Lågare enn for landbasert turisme	60-80% per person per destinasjon samanlikna med landbasert turisme

Lokal verdiskaping av cruiseturismen

Det er tre forbrukskategoriar for direkte verdiskaping ved eit cruiseskipsanløp (Horwath Consulting, 2006):

- *Skipa*: Skipa betalar statlege avgifter og havneavgifter og kjøper varer og tenestar både til sjølve skipet og til passasjerar og mannskap.
- *Mannskapet*: mannskapet kjøper ulike tenestar til dømes telefon, lege og tannlege. Og nyttar seg elles av same tilbod som andre passasjerar
- *Passasjerane*: passasjerane kjøper utflukter til opplevingar og attraksjonar og handlar i butikkar.

Dette forbruket resulterer, i tillegg til den direkte effekten hjå leverandørar av varer og tenestar, i såkalla indirekte og induserte verknadar (Horwath Consulting, 2006).

Tabell 2: Anslag av verdiskapingspotensialet for cruiseturisme i Sogndal, Luster og Leikanger.

VERDISKAPING	Pr. totale passasjerar	Pr. aktive passasjerar	1 SKIP	20 SKIP	30 SKIP	40 SKIP
Organiserte utflukter	165	275	165.000	3.300.000	4.950.000	6.600.000
Individuelt forbruk på land (handel etc.)*	75	250	75.000	1.500.000	2.250.000	3.000.000
Mannskap på land**	30	150	12.000	240.000	360.000	480.000
Skipsforbruk*** (avgifter, varer og tenester)	60	60	60.000	1.200.000	1.800.000	2.400.000
Sum dir. effekt, passasjerar	240	525				
Sum dir. effekt, passasj. og mannsk.	270	675				
Sum dir. effekt, inkl. skipsforbruk	330	735	312.000	6.240.000	9.360.000	12.480.000
Indirekte effekt	95		95.000	1.900.000	2.850.000	3.800.000
Gjenkjøpseffekt	160		160.000	3.200.000	4.800.000	6.400.000
Sum indirekte effekt/gjenkjøp	255		255.000	5.100.000	7.650.000	10.200.000

Per totale passasjerar: verdiskaping per gjennomsnittleg 1.000 passasjerar per skip

Per aktive passasjerar: verdiskaping per passasjer som er på organiserte utflukter og/eller på land på eigen hand.

Utnytting av dette potensialet krev stor grad av tilrettelegging for handel/ tenestekjøp i Skjolden og ytterlegare tilrettelegging av sentrumsområde og handelstilboda i Sogndal sentrum (souvernirar, lokale varer/råvarer, kafear, kioskar, gangstiar etc.). Det er vidare usikkerheit knytt til innteningsmoglegheitene knytt til havneavgifter og tenestosal til skipa, vurdering av indirekte effekt av cruisesatsinga i regionen, og berekning av gjenkjøpseffekten.

Verdiskaping av landbasert turisme vs. Cruiseturisme

Følgjande oppsummerar sentrale område knytt til verdiskaping av cruiseturisme vs. landbasert turisme:

- Direkte verdiskaping frå registrert overnatingstrafikk i Sogndal, Luster og Leikanger sommaren 2006 kan grovt estimerast til ca. kr. 100 mill. i direkte, og kr. 130 mill. inklusiv indirekte effektar.
- Direkte effektar av cruiseturismen utgjere ca. kr. 12,5 mill, dvs. ca. 10 % av samla direkte økonomisk effekt for reiselivet i Sogndal/Luster/Leikanger (ved ca. 40 anløp og 40.000 passasjerar).
- Direkte verdiskapinga lokalt per døgn per destinasjon kan bereknast til ca. kr. 836 – 1.114 per besøkande (gjennomsnittleg forbruk på kr. 557 pr. døgn for bil- og flyturistar med 1,5 – 2

gjestedøgn pr. destinasjon), mot kr. 735 per cruisepassasjer. (65-90% samanlikna med landbasert turistar).

- Indirekte effekt og gjenkjøpseffekt kan ein rekne med er tilsvarande eller noko lågare frå cruiseturismen ut frå antakinga om større, lokal overrislingseffekt av landbasert turisme, verdiskaping frå landbasert turisme som ikkje er registrert av SUB, turistar som bur hjå slekt/venner og landbasert dagsturisme.
- Potensialet for verdiskaping frå landbasert turisme, og då særleg knytt til individuelt reisande, er relativt stor med mogleg gjennomsnittleg forbruk per dag på 2-3 gonger det nasjonale gjennomsnittsforkbruket på kr. 557 per gjestedøgn, og med ei lenger opphaldstid på 3 - 5 dagar per reisemål (kr. 3.500 – 8.500 per besøkande per destinasjon) Det er tilsvarande verdiskapingspotensiale innafor luksuscruise/superyachtmarknaden (ca. kr. 10.000 pr. passasjer), men volumpotensialet frå landbasert turisme er vesentleg større.

Følgjande forhold er sentrale når det gjeld vurdering av verdiskaping frå cruiseturisme:

- Volumet og andelen av cruiseturistar er lågt samanlikna med landbasert turisme (mindre enn 2% av total verdiskaping i norsk reiseliv i 2005, og potensialet i regionen er i rapporten berekna til mindre enn 10% av total verdiskaping frå turismen). Konsentrasjon i tid og rom – både sesongkonsentrasjon (hovuddelen av anløp på vestlandet var i 2007 mellom 20. juni og 10. august) og pr. dag (anløp av fleire skip einskilde dagar og 500 – 1000 passasjerar i land pr. skip pr. dag)
- Stor grad av tilrettelegging og spesialisering i kaianlegg, bussar, guidar, og logistikk for mottak (avgrensa fleirbruksmoglegheiter, men kan også skape nødvendig tilrettelegging av infrastruktur, opplevingar og tilbod etc.)
- Ein andel del av turistforkbruket går til bussar og guidar – lokal verdiskaping er såleis delevis avhengig av om bussar og guidar har lokal forankring eller om dei vert levert frå aktørar utanfor regionen
- Utnytting av verdiskapingspotensialet er avhengig av lokal tilrettelegging for opplevingar og handel på destinasjonen
- Berekning av lokal verdiskaping krev lokale undersøkingar pr. destinasjon – tala i denne rapporten er anslag og tal utrekna frå andre havner (Oslo, Bergen, Tromsø, Nordkapp og Lofoten)
- Forkbruk pr. aktive passasjer (inkludert forkbruk frå mannskap og skipa) er høgare pr. døgn (kr. 735) enn gjennomsnittleg forkbruk pr. døgn frå bil- og flyturistar (kr. 557), men forkbruket pr. bil- og flyturist er større pr. destinasjon ut frå gjennomsnittleg opphaldstid på 1,5 – 2 døgn pr. destinasjon (kr. 834 – 1.114)
- Forkbruket frå individuelle, landbaserte turistar har for delar av marknaden høgare forkbruk pr. døgn (kr. 1.100 – 1.700 eller meir) og lengre opphaldstid pr. destinasjon (3-5 døgn eller meir) enn gjennomsnittstala syner (kr. 3.500 – 8.500 eller meir pr. passasjer pr. destinasjon). Det er tilsvarande potensiale for høgare verdiskaping frå cruisepassasjerar (ca. kr. 10.000 pr. passasjer) innafor super/megayachtmarknaden, men denne marknaden er svært avgrensa volummessig.
- Vurdering av miljøbelastning frå cruiseturisme vs. ulike former for landbasert turisme må koplatt til verdiskapingsvurderingane – dette området krev nærare undersøkelser og analysar (sjå kapittel 5).

Opplevingar og rundturar

Behovet knytt til utvikling av opplevingar og turar i regionen kan kort oppsummerast som følger:

- 1-2 hovudattraksjonar med høg kvalitet og mottakskapasitet – fyrtårn og trekkplaster (Jotunheimen, Nigardsbreen/Jostedalsbreen og Urnes Stavkyrkje)
- 2-4 gode, velfungerande dags- og halvdagsturar (helst rundturar – ikkje bra med retur same veg) knytt til hovudattraksjonane: A) Jotunheimen/Sognefjellet/Lom m/retur same veg – B) Nigardsbreen med aktivitetar og Breheimsenteret m/retur same veg (1/2-dagstur) – C) Urnes Stavkyrkje/Solvorn rundtur som kan køyrast begge vegar – D) Sogndal/Kaupanger m/stavkyrkja, hovudgården, museet m/retur same veg og/eller tenderløysing i Kaupanger – E) Sogndal/Fjærland m/breen og Bremuseet m/retur same veg – alternativ tender av/på i Fjærland, F) Sogndal/ Fjærland/Fjærlandsfjorden/Leikanger/Sogndal m/Bremuseet, breen, fergeturen, Henjatunet, Sognefjord turisthotell (med eventuell tenderløysing i Leikanger)
- Minst 3-4 tilbod utanom hovudattraksjonane. Småskala tilbod – t.d. Munthehuset, Hjortefarmen, vandring, padling, fjordcruise etc. (to typar tilbod: med og utan (lett) fysisk aktivitet)

Regionen er ikkje førebudd på store volummottak av cruiseturistar, men heller ikkje på små eksklusive Skip opp til ca. 1000 passasjerar kan ein handtere i dag, men dei store skipa med 2-3000 passasjerar krev meir tilrettelegging. Kapasitet og tilrettelegging av trafikk på hovudattraksjonane og stoppestadene er knytt til fire tiltak:

- 1) Trafikkfordeling:
 - a. Fordeling av trafikken på formiddag og ettermiddag
 - b. Dele opplegget ved attraksjonen/lunsjstaden
 - c. Styre trafikken til ulike tider på attraksjonen/stoppestaden ved å ha bussavgangar med litt mellomrom, anna køyrerute og innlagte fotostopp/ sightseeing. Eksempel her kan vera at ein deler gruppa og bussane slik at ein del av passasjerane vert køyrt frå Skjolden – Solvorn, og så med ferja til
- 2) Kapasitetsutviding: Gradvis permanent utviding av kapasitet på attraksjonen/lunsjstaden/kaffestoppet, eller tilrettelegging for ekstra kapasitet i høgsesongen.
- 3) Fleire tilbod: Etablering av 1-3 gode og attraktive hovudopplevingar/turar med høg kapasitet og i tillegg utvikle fleire småskala opplevingar/turar med plass til 10-50 (evt. inntil 100) passasjerar.
- 4) Styring av anløpa: ein kan prøve å spreie anløpa på flest mogleg dagar for å unngå mottak av fleire skip samtidig ("Early Warning systems")

Når det gjeld kapasitet på vegnettet, så er det nokre avgrensingar knytt til vegstandard i regionen, men ved tilrettelegging av mottakskapasiteten og 40-50 cruiseanløp i året ser det ikkje ut til at desse infrastrukturmessige avgrensingane vil vera kritiske.

Guideopplæring og behovet for guidar

Reisemål Sogndal og Luster (RSL) driv lokal guideopplæring knytt til cruisesatsinga i regionen, og ein hadde i 2007 ca. 15 operative guidar. Vidareutvikling av guidetilbodet er stoppa i 2008 som følgje av finansieringssituasjonen etter at Sogndal kommune valte å ikkje vidareføre fellesfinansieringa av cruisesatsinga.

Behovet for talet på guidar vil sjølvsagt vera avhengig av talet på skip og turar per år, men Andre Kvamskog (Norway Cruisehandling) meiner at ein bør jobbe mot utvikling av inntil 30 gode, tilgjengelege guidar viss ein ynskjer å satse på cruise i regionen. Det er avgjerande at guidane er stabile over tid (erfaring), har god utdanning og lokalkunnskap, tilgjengelege språk (engelsk, tysk men også t.d. søreuropeiske språk; italiensk, spansk, fransk) og at dei er tilgjengelege når det er behov for dei.

Kailøysingar i regionen

Mottaksapparat og drift av kaien har to hovuddelar:

- Vertskaps- og mottaksapparat på land ved ankomst - fast kontaktperson, aktivitetar og mottaksarrangement på land, bussar og guidar (logistikk.)
- Havnevesenfunksjon – praktiske mottakstenester, sikkerheit (ISPS-krav), drifting og vedlikehald på kaien.

Ein har fire moglege kailøysingar for nordsida av Sognefjorden i Luster, Sogndal og Leikanger:

- Djupvasskai i Skjolden
- Djupvasskai Skjolden + tender i Kaupanger og/eller Leikanger (for rundturar)
- Djupvasskai i Skjolden + djupvasskai i Sogndal (for auka mottak og rundturar)
- Djupvasskai i Skjolden + djupvasskai i Sogndal + tender i Kaupanger og/eller Leikanger

Følgjande vert tilrådt knytt til alternative kailøysingar i regionen:

- *Samarbeid om utvikling av opplevingar, turar, sal og marknadsføring – uansett.* Uavhengig av om det vert utvikla kaianlegg og tenderløysingar i Sogndal, Kaupanger og Leikanger, så er ein avhengig av eit felles samarbeid i Luster, Sogndal og Leikanger om utvikling av opplevingar, turar, sal og marknadsføring av heile regionen som cruisedestinasjon.
- *Samla satsing i regionen med utgangspunkt i Skjolden.* Sjølv om Skjolden havn har utfordringar knytt til seglingslengd og tilrettelegging av infrastruktur og attraksjonar, og Sogndal kan seiast å ha ein noko betre beliggenheit som potensiell cruisehavn i regionen, så kan det argumenterast for at ein ut i frå kostands-, verdiskapings- og konkurranseaspektet med bygging av djupvasskai i Sogndal heller bør samlast om ei cruisesatsing med Skjolden som felles djupvasskai der ein jobbar saman om utvikling av gode opplevingar/turar og vurderer tilrettelegging av tenderløysingar på Kaupanger og/eller Leikanger knytt til landturane.
- *Tenderkaiar i Kaupanger og/eller Leikanger er ikkje nødvendig* – det kan vera betre (enklare for skipa og lågare tilretteleggingsgrad/ kostnader lokalt) å satse på i land- og ombordstigning frå ei, felles hovudkai som utgangspunkt for turar i regionen.

Tilrådingane om ei samla, regional cruisesatsinga med utgangspunkt i Skjolden heng saman med fem forhold:

- Skjolden havn vert realisert som fullverdig djupvasskai i 2010, og er inne i ein aktiv etablering som cruisehavn for regionen med tunge investeringar frå privat investor, kommunen og fylkeskommunen.

- Skjolden havn har nærleik til sentrale attraksjonar/opplevingar som Jotunheimen, Nigardsbreen og Urnes stavkyrkje, og til trass for lang seglingslengde kan havna profitere marknadsmessig på denne produkt nærleiken og det at ein kjem til endes i verdas lengste fjord, Sognefjorden, langt frå masseturisme og ”mas” – ”The peaceful Heart of Fjord Norway”
- Etablering av ei djupvasskai i Sogndal vil kunne bli ei parallellsatsing til Skjolden innafor det same produktområdet, og vil i lang tid konkurrere med Skjolden om anløp.
- Etablering av ei djupvasskai i Sogndal vil krevje vesentlege grunninvesteringar (10 mill eller meir), tilretteleggings og driftskostnader (500’ – 1.000’ kr. pr. år) der kommunen må rekne med å ta ansvar for eit vesentleg bidrag. I tillegg må ein skaffe/kjøpe tenester knytt til ei rekkje stillingar og funksjonar knytt til mottaks- og drifts/vedlikehaldsarbeidet. Desse investeringane og utfordringane må av investorar og kommunen sjåast opp mot tilsvarende økonomisk og praktisk innsats innafor anna reiselivssatsing, næringsutvikling og/eller andre kommunale oppgåver.
- Investeringar i cruisekai og mottaks/driftsapparat knytt til mottaka er omfattande, og er isolert sett ingen investering med god inntening/avkastning. Hovuddelen av den lokale verdiskapinga ligg hjå næringsaktørane, og ikkje ved sjølve kaienlegget.

I den vidare prosessen bør ein konsentrere seg om:

- oppbygging av regionen som cruisedestinasjon med utgangspunkt i Skjolden.
- å bestemme seg for kva type reiselivsutvikling ein ynskjer i Sogndal og resten av regionen, t.d kvar og korleis ein ynskjer cruiseturisme og anna turismeutvikling.
- utvikling av ein regional reiselivsplan for Sogndal, Luster og Leikanger og/eller heile Sogn som verktøy i ein slik prosess.

Ein bør også greie ut vidare kva konsekvensar og verdiskaping ei eventuell cruisekai i Sogndal vil gi. Eit tiltak i dette arbeidet kan vera å intervju reiselivsnæringa, tilstøytande næring (handel, transportselskap etc.) og lokalbefolkninga kva haldningar ein har til satsing på cruiseturisme i regionen og ei eventuell kaietablering i Sogndal i tillegg til kaienlegget i Skjolden. Ein må vurdere finansieringsgrunnlaget for ei eventuell, framtidig kaietablering i Sogndal, og vidare vikling bør ikkje baserast på tilfeldige utspel frå einskildaktørar, synsing eller kommunale prestisjeprosjekt utan kunnskapsbasert konsekvensutredning. Marknads- og verdiskapingshensyn bør vega tyngre enn andre politiske og lokale ynskje, og Sogndal, Luster og Leikanger må samlast om ein felles cruisesatsing på nordsida av Sognefjorden.

1. Innleiing

Kommunane Luster, Sogndal og Leikanger gjennomfører ei felles satsing for å auke omfanget av cruiseturisme i dei tre kommunane, jf vedlagd prosjekttomtale. Kommunane ønskjer å nyttiggjere seg kompetansen innafor reiseliv ved Høgskulen i Sogn og Fjordane og Vestlandsforskning (HSF/VF) (Forskingssenteret for berekraftig reiseliv og geoturisme) som del av denne satsinga. Oppdragsgjevarane ønskjer m.a. å få vurdert følgjande:

- Potensialet for cruiseturisme i dei tre kommunane i eit 10-15 års perspektiv
- Vurdering av lokale føresetnader for å realisere dette potensialet
- Vurdering av tiltak retta mot cruiseturisme som del av ei samla utvikling av reiselivsnæringa i området.

Det er vidare ønskjeleg at HSF innafor den økonomiske ramma som er til disposisjon for kommunane og Reisemål Sogndal og Luster (RSL) for spørsmål og faglege vurderingar knytt til framtidig cruisesatsing i regionen.

Oppdraget vart løyst av prosjektansvarleg Ståle Brandshaug (HSF). Carlo Aall (VF) har vore medforfattar i kapittelet om berekraftig reiseliv. Det er innhenta informasjon frå andre ved HSF/VF, cruisenæringa i Norge, andre norske cruisehavner, og frå reiselivsnæring og kommunane i regionen. Oppdraget er fyrste ledd i ein utgreiing av moglegheiter og utfordringar knytt til ei regional cruisesatsing. I det vidare arbeidet er nødvendig med meir detaljerte analysar og berekningar. Prosjektansvarleg er tilgjengeleg for oppdragsgjevarane for innspel og rådgjeving i det vidare arbeidet.

Datagrunnlag for rapporten er henta frå følgjande kjelder:

- Telefonintervju med landoperatørar, rederi og guide/operatørselskap (European Cruiseservice, Nordic Cruiseservices, Norway Cruisehandling, Fred Olsen, Voss og Fjordane guideservice))
- Telefonintervju med utvalde personar i reiselivsnæringa og kommunar i regionen (inkludert Reisemål Sogndal og Luster og Sogn Næring)
- Telefonintervju med ansvarlege ved utvalde, norske cruisehavner (Eidfjord og Olden/Geiranger, i tillegg til intervju med andre havner i 2007 – sjå neste punkt)
- Bacheloroppåva ”Cruiseturisme i Luster” ved HSF (2007)
- Rapport 03/07 (VF/HSF) ”Reiselivet i Sogn og Fjordane – oversyn, kommentarar og strategiske problemstillingar” og statistikkvedlegget til rapporten
- Tilgjengeleg materiale om verdiskapingsberekningar og vurdering av berekraft for cruiseturisme (nasjonalt og internasjonalt)
- Horwath Consulting sine rapportar om cruiseturisme frå 2006 – 2007 (”Cruiseport Nordkapp, 2006”, ”The Impacts of Cruisetourism to Oslo, 2006”, ”En oversikt over cruisenæringa i Norge, 2007”)
- Cruise Norway (”Markedsplan 2006 – 2007”) og statistikk frå www.cruise-norway.no
- Statistikk og rapportar frå SSB, TØI (”Gjesteundersøkelsen 2005” og ”Utenlandske turistars forbruk i Norge 2005”), og www.statistikknett.com (SSB-basert statistikk) og innsamla og bearbeida reiselivsstatistikk ved HSF
- Boka ”Cruise Ship Tourism” (R.Dowling, 2005)
- Diverse relevant litteratur, rapportar, notat og nettstader. Kjeldevisningar til desse er oppgitt i form av fotnotar og tilvisningar i rapporten

2. Fakta om cruisemarknaden

2.1 Etterspørselskriteriar for cruisehavner

Cruise Norway/Horwath Consulting har utvikla eit sett etterspørselskriteriar, eller "sjekklister" for anløpsplassar/cruisehavner som rederia bruker i utvelging av cruisehavner:

- Kjent namn (Nordkapp)
- Unikt tilbod (døme: Flåmsbana og Geirangerfjorden)
- Breitt tilbod av utflukter og opplevingar.
- Miljø og tryggleik (vennleg, sikkert og reint)
- Havna sin infrastruktur (Effektiv i land/ombordstiging,m.m og praktiske/tekniske kaiforhold)
- Rom for framtidig vekst/utviding (kaiforhold, areal på land og antall kaier)
- Rutevurderingar (Logistikk og marknadsforhold)

Det er likevel slik at det er økonomi, inntening og moglegheit for å fylle skipa som er dei viktigaste beslutningsparametra for kvar skipa skal settast inn i trafikk (Cruise Norway marknadsplan 2006 - 2007).

2.2 Trendar og utvikingstrekk i cruisenæringa

Norge er ein av verdas største cruiseland rekna i talet på anløp. Norge har meir enn 30 aktive havner som i 2006 hadde 1.550 anløp med til saman 370.000 passasjerar. 10 av havnenen hadde meir enn 50 anløp i 2006. Talet på passasjerar har auka med 2,6 sidan 1997, og talet på cruiseskip har auka med 1,5 i sama periode (Horwath Consulting, 2006).

Cruisenæringa er den delen av reiselivet som har hatt størst vekst i verda dei siste 20 åra. Cruise Norway (Markedsplan 2006-2007) spår at det vil vere ca 16 millionar cruiseturistar i 2009. I tillegg ser ein og ei trend til at den auka tonnasjen på skipa og cruisepassasjerar som reiser fleire gonger (repeaters), pressar reieria til å tilby nye destinasjonar. Veksten i cruisemarknaden for Norge er avhengige av verdssituasjonen og ein har tidlegare antekke ein årleg passasjervekst på 7-8 % for cruise til Nord-Europa, herunder Norge. Frå 2000-2006 har skipsanløpa i Norge auka med 310 anløp, det tilsvarar ca. 25 % auke i perioden. På grunn av større skip har veksten på passasjersida vore relativt større. Cruiseflåten tel 280 skip med til saman 250.000 senger. Norge har 30 Cruisehavner, og Bergen er størst. Flåm er nr 4 i tal anløp (138 i 2006). 10 havner har over 30 anløp/år. På 10 år har talet på anløp auka med 50 %, og talet på passasjerar med 160%. I 2006 var det 370 000 pass og ca 1550 anløp i Norge. Havnene Flåm og Geiranger nærmar seg kapasitetsgrensa (Horwath Consulting, 2007).

Cruise til Norge startar som regel i enten København, Amsterdam eller ein av dei britiske havnene. Den viktigaste havna er Bergen, som vert besøkt på dei fleste Norgescruisa. Cruisa kan elles grovt delast i to:

- Dei *kortare/vekescruisa* som har Bergen og ein eller fleire av vestlandsfjordane som hovudmål
- Dei *lengre* cruisa på minst 10 dagar som har Nordkapp som mål (av og til også Svalbard)

37 skip under bygging/i ordre for levering innan 2012 med gjennomsnittleg 2.600 senger. Skipsstorleik og passasjertal pr skip er såleis aukande. Gjennomsnitt i 2006 var 890. Gjennomsnitt for nye skip i 2007 var 1700 senger. Gjennomsnitt for skip som vert sjøklare i 2007- 2010 er 2600 – 3000. Større skip medfører mellom anna krav til større kaianlegg, auka press på infrastruktur på land, krav til auka dimensjonar og kapasitet på landanlegg (transport, attraksjonar/service m.m.), og lokal verdiskaping i små havner vert relativt sett mindre.

Ein særskild type cruiseskip er sokalla "superyachts". Dette er private båtar (40-150m) , som går i cruise/chartertrafikk når eigarane sjølv ikkje nyttar skipa. Det er 4500 slike, og per januar 2007 var ytterlegare 777 superyachts i bestilling. Tal anløp i Norge er aukande, men totalomfanget er ukjent. Desse har høgt forbruk i havn.

Kai gjev lenger liggetid. Tender er tidkrevjande, og upopulært hjå passasjerane. Selskapa ynskjer ikkje å marknadsføre nye havner som er basert på tenderløysing.

Horwath Consulting omtaler mellom anna følgjande trendar og utviklingstrekk i cruisenæringa (Horwath Consulting, 2007 og Cruise Norway, 2006):

Marknaden:

- Gjennomsnittsalderen på cruisepassasjerane er ca. 60 år, men synkande i Norge. Ca 80% er europearar (tyskarar, engelskmenn og søreuropearar). Dei som går i land dreg stort sett på organiserte utflukter. Ein mindre del brukar tid for seg sjølv i havn. I dei større bysentra er andelen som i land på eigen hand større.
- Størst vekst frå den europeiske marknaden - USA: 33% auke, UK: 25% auke, Tyskland: 10% auke. Vekst også frå Frankrike, Italia og Spania
- Marknadsandeler i 2005: Tyskland (34%), UK (34%) og USA (13%) - Italia (7%), Spania (5%) og Frankrike (4%)
- Passasjerane vert yngre og talet på barnefamiljar og fleire generasjonsgrupper/storfamiljar som vel cruise aukar. I Norge har ein noko høgare snittalder blant passasjerane (advanced cruisers). Eittersom cruisepassasjerane sin gjennomsnittsalder går ned, aukar kravet til aktivitetar både om bord og på land, og kombinasjonsreiser der det inngår ein før- eller ettercruise ferie er aukande (Snittalder ned frå 51 til 48 år; -2 år pr. år)

Etterspørsel:

- Global vekst i cruisemarknaden på 9% dei siste åra, og ei forventa vekst på 8-10% per år (også for Nord-Europa)
- Etterspørselen etter temabaserte cruise aukar, f.eks. naturbaserte cruise i Norge og Alaska, i tillegg til ynskje om meir lærerik ferie (golf, dykking, matlaging, kunsthistorie, kulturhistorie etc.) Dette kjem blant anna at "yngre eldre" og aktive passasjerar har ynskje om spennande og lærande aktivitetar om bord og i land.
- Individuell informasjonssøk, bestilling og søk på eigenhand etter aktivitetar/ opplevingar i ankomsthavnene er aukande.
- Internettbestillingar aukar i takt med at gjennomsnittleg alder på passasjerane synk
- Vekes cruise utgjer den største delen av cruisemarknaden og etterspørselen etter 14 dagers cruise vert mindre. Cruiseturistane er hyppige ferietakarar og både fyrstegongsreisande og "repeaters" tek 2-3 feriar pr. år. Dette har påverka tida cruiset varar. Vekescruise varer i 5-9 dagar. Det er 5-7 anløpshavner pr. vekescruise og 10-12 på Nordkappcruise

- Det vert større variasjon i tilbodet – frå svært rimelege til dyre cruise (budsjett 60%, luksus 2%)
- Cruisesesongen vert lenger (ultimo mai – ultimo september), men hovudsesongen er framleis juni – august.

Anna:

- Nasjonale varemerke som fjord, viking, troll o.l. sel
- Moglegheiten for gjensal aukar. Dette resulterer i ein kamp om ”first-timers” som ein kan bygge opp lojaliteten hjå
- Ein stor andel gjenkjøp hjå einstilte rederi gjer at rederia er på jakt etter nye havner og nye opplevingar. Utfordringa er å utforme seglingsplanar som held på eksisterande kundar og tiltrekk nye
- Rederia fastset seglingsplanane - ikkje landoperatørane
- Dei 4 største rederia har 80% av marknaden (og har Norge i sine program)

Talet på anløp, passasjerankomster og gjennomsnittleg passasjerar ved havner på vestlandet i 2006 – 2007 fordeler seg som vist i tabellen under.

Tabell 1: Oversikt over cruisetrafikken på Vestlandet (Horwath Consulting, 2008)

Havn	2007			2006		
	anløp	passasjer-ankomster	gj.snitt antall passasjerer	anløp	passasjer-ankomster	gj.snitt antall passasjerer
Stavanger	56	69 192	1 236	68	62 128	914
Eidfjord	52	46 115	887	53	43 034	812
Ulvik	26	18 200	700	24	19 487	812
Bergen	231	198 918	861	249	218 185	876
Flåm	128	120 756	943	138	115 342	836
Gudvangen	47	23 500	500	67	55 999	836
Olden	41	39 900	973	66	53 060	804
Fjærland	3	2 500	833			
Skjolden	5	2 599	520			
Sogndal	1	40	40	0	0	
Vik	22	19 996	909	27	24 541	909
Måløy*	3	600	200			
Selje*	1	200	200			
Nordfjordeid*	1	200	200			
Delsum Sogn og Fjordane	252	210 291	532	298	248 942	846
Geiranger	144	136 364	947	155	139 693	901
Hellesylt*	100	94 697	947	108	97 009	901
Ørsta	1	150	150	0	0	
Øye*	4	3 200	800			
Ålesund	68	57 420	844	54	41 821	774
Molde	28	22 042	787	29	11 750	405
Åndalsnes	20	15 000	750	24	20 554	856
Kristiansund	9	11 250	1 250	7	4 241	606
Sum Vestlandet	991	882 839	891	1 069	906 844	849

* noen av havnene har estimert antall passasjerer der tall ikke har vært tilgjengelige hos havnene. Kilde: Havnenes anløpslister bearbejdet av Horwath Consulting

3. Potensialet for cruiseturisme i dei tre kommunane

Skal ein satse på cruiseturisme eller landbasert turisme? Det treng ikkje vera eit enten/eller – ein kan satse på begge deler samtidig, men det kan også vere slik at ein må – eller av ulike grunnar bør – velje. Cruisemarknaden er noko meir spesialisert enn landbasert turisme, og landbasert turisme er noko meir variert og har gjennomsnittleg høgare verdiskaping per besøkande (sjå kap. 4.3), men det kan vera mange fordeler og moglegheiter knytt til utvikling av cruiseturisme. Når det gjeld cruisesatsing, så bør ein nemne følgjande:

- **Satsing på cruisemarknaden bør sjåast opp mot alternativ satsing på andre reiselivsmarknader og/eller andre formål.** Bygging av kaianlegg er kostnads-krevjande og har avgrensa sekundærverdi og direkte avkastning samanlikna med investeringar i andre reiselivstiltak.
- **Viss ein ynskjer å satse på cruisemarknaden, må ein i tillegg til sjølve kailøysinga sikre:** (1) tilgang til kompetanse/personar for å kunne utvikle og marknadsføre alle nødvendige sider av cruisesatsinga, (2) samarbeide med reiselivsnæringa om utvikling, tilpassing og presentasjon av gode tur- og opplevingsprodukt, (3) opplæring og etablering av ei stor mengde guidar innafor 4-5 språk, (4) tilgang til tilstrekkelig mengde bussar for turar og transport, (5) vilje hjå lokalbefolkninga til å satse på cruise, då anløpa med fleire hundre passasjerar samtidig påverkar mottaksstaden tydeleg.
- **Planlegging for vekst er nødvendig** for dei fleste destinasjonane som satsar på cruiseturisme (Horwath Consulting, 2008).

Potensialet for utvikling av cruiseturisme i regionen er vanskeleg å anslå, men ut i frå forventa vekst i cruisemarknaden (til trass for NOx-avgifta), attraktiviteten til fjord-Norge og Sognefjorden som reisemål, næringa sine signal om behovet for fleire havner/cruisedestinasjonar i Sognefjorden (merk: rederia og landoperatørane vil alltid vera positive til nye havner – utfordringa er å skape lokal berekraft og lønsemd for cruisesatsinga) og potensialet for vidare tilrettelegging av turar/opplevingar knytt til unike hovudattraksjonane i regionen som Jostedalsbreen (Nigardsbreen), Jotunheimen og Urnes stavkyrkje, kan potensialet for cruiseturismen i regionen kome på nivå med t.d. Olden og Eidfjord (40-50 anløp pr. år) i løpet av 3-5 år gjitt at:

- det praktiske mottaksapparatet ved havna/ne fungerer,
- ein lukkast med noko utvikling av infrastrukturen knytt til attraksjonane/ turane (bl.a. kapasitetsauke på brebåten og ferja Solvorn – Urnes),
- ein får etablert ein stabil guidestyrke på 15-30 guidar (hovudsakleg engelsk og tysk + nokre som kan italiensk, spansk og fransk), og:
- ein klarer å oppretthalde og gradvis auka sals- og marknadsinnsatsen retta mot rederia og landoperatørane.

Skjolden vil i fyrste omgang kunne oppfattast som *alternativ* havn til Flåm (skipa vil truleg ikkje velje både Flåm og Skjolden på same turen), men regionen har likevel eit produktmessig potensiale til å framstå som ein sjølvstendig cruisedestinasjon på linje med t.d. Olden og Eidfjord. Både Flåm og Geiranger nærmar seg kapasitetsgrensene, noko som truleg vil gi trafikk til andre fjordhavner som t.d. Skjolden og Olden. Eidfjord har hatt ein aktiv satsing på cruiseturisme både marknads- og produktmessig dei siste 4-6 åra, og auka frå 13 anløp i 2004 til 27 anløp i 2005 og vidare til høvesvis 53 og 52 anløp i 2006 og 2007. Eidfjord har brukt 1 – 1,3 mill. per år, involvert 2-3 stillingar ved reisemålsselskapet og engasjerer ca. 40 personar i det totale mottaksapparatet ved kvart cruiseanløp.

Utvikling med vesentleg auke ut over 40-50 skip i året i regionen (Sogndal/Luster/Leikanger) er avhengig av noko meir tilpassing/utvikling i infrastrukturen og/eller mangfaldet av opplevingar/attraksjonar. Regionen har sannsynlegvis potensiale til å bli attraktivt nok for meir enn 40-50 årlege anløp. Dette avhenger også av kva volummessig nivå ein planmessig ynskjer for cruiseturismen i regionen. Det bør løpande setjast klare volummessige mål for utviklinga i cruiseturismen i regionen, og ein må vurdere cruiseturismen i forhold til innsats på anna reiselivsutvikling og i forhold til kva type cruisedestinasjon ein ynskjer å vera.

Det kan vera eit alternativ for regionen å prøve aktivt å legge opp til noko mindre volum i cruisemarknaden enn t.d. Flåm og Geiranger (jobbe aktivt med "early warning systems" mot rederia), og heller framstå som ein "role", eksklusiv og noko mindre masseturisme-prega cruisedestinasjon. Dette kan passe viss ein samtidig ynskjer å utvikle regionen i tråd med prinsipp for geoturisme, berekraftig reiseliv og forvaltning av verdsarvområda. I tillegg til noko volumavgrensing på anløpa kan ein strategi vera å prøva å få flest mogleg små, eksklusive cruisearty med kjøpeterke turistar til å kome til regionen (superyachts). Eksempel på dette er anløp av Hebreadian Princess i Fjærland i sommar med 40 svært kjøpeterke passasjerar som ynskjer skreddarsydde opplevingar på land. Cruisesspesialisten i Bergen er operatør for dette anløpet. Innafor det sokalla Super-/megayacht-marknaden er det ca. 860 registrerte skip i dag, der 80% av marknaden er i middelhavet. Den nordeuropeiske marknaden er liten, men er forventa å vekse. Oslo hadde ca. 10 slike skip i 2006 (Horwath Consulting, 2006).

Når det gjeld storleiken på cruiseskipa, så kan det vera ein fornuftig tanke frå regionen og rederia å styre unna dei største skipa i byrjinga. Rederia styrer og tilpassar dette sjølve, men destinasjonen kan også vera bevisst ein slik mogleg startegi i starten. I følge Andre Kvamskog i Norway Cruisehandling så har det vore ein del utfordringar knytt til skip med ca. 2000 passasjerar i Eidfjord, noko som kan ha overføringsverdi til mottakskapasiteten i regionen.

4. Vurdering av lokale føresetnader for å realisere potensialet for cruiseturisme

Realisering av potensialet for utvikling av cruiseturisme i regionen er avhengig av fleire forhold: attraksjonane/turane, havnefasilitetane, sals- og marknadsarbeid og organisering og samarbeid i regionen. I forhold til føresetnader for å realisere potensialet for cruiseturisme i regionen, kan gi nokre innleiande stikkord knytt til tre sentrale spørsmål:

1) Kva skal til for at rederia vil velje regionen i framtida?

- 1-2 godt tilrettelagte, unike, volumbaserte ekskursjonar /"spydspissar" saman med minst 3-4 andre godt fungerande, kreative opplevingar/turar + evne til kontinuerleg fornying/nye turar og opplevingar.
- Betra infrastruktur og mottakskapasitet (t.d. båten Nigardsbreen og talet på guidar)
- God marknadsbearbeiding og informasjon mot rederia og landoperatørane – tore å vera tydeleg og annleis i forhold til t.d. Flåm og Geiranger som produkt
- Næringa og kommunane må samla sett ynskje cruiseturisme og legge til rette for den

2) Kva er innsalsargumenta for regionen?

- Skjolden er eit roleg, nytt alternativ til bl.a. Flåm – hald på denne "rolege" profilen.
- Innerst i verdas lengste fjord – Sognefjorden – "In the heart of peaceful Fjord Norway"
- Nærleiken til dei unike fjord-produkta Jostedalsbreen/Nigardsbreen, Jotunheimen nasjonalpark og Urnes stavkyrkje + 2 gode turar: 1) Kaupanger/museet/kaupanger stavkyrkje og Kaupanger hovudgard/Sogndal + 2) Fjærland/Norsk Bremuseum/Bokbyen/Fjærlands-fjorden (ferje)/Leikanger (Sognefjord turisthotell og Henjatunet)/Sogndal

3) Kva kan regionen gjere for å bli attraktiv?

Svaret på dette spørsmålet er mellom anna knytt til tre område:

1) Produktutvikling (opplevingar og turar)

- Nigardsbreen + Sognefjellet + Urnes stavkyrkje + Kaupanger m/Sogn Folkemuseum (merk: lag aktivitetar/musikk/spel etc. på museet for å styrke opplevinga) er klare produktstyrker i regionen + Fjærland/Fjærlandsfjorden (godt produkt men ikkje unikt - Olden, Vik og Balestrand nyttar også Fjærland/Fjærlands-fjorden). I tillegg mange moglegheiter til utvikling av mindre aktivitetar som vandring, aktivitetar på fjorden (padling, båttur, fiske etc.), Hjortefarmen, Sogndalsdalen, Bestebakken, lokal mat, og anna bruk av natur- og kulturlandskapet/kulturarv i Sogn.
- Det er viktig å ha fokus på høgst mogleg lokal verdiskaping i produktleddet gjennom f.eks. mange kontaktpunkt med omsetningsmoglegheiter på ekskursjonane (betalte attraksjonar, guidingar, aktivitetar etc., moglegheit for kjøp av souvernirar, lokal mat og andre varer/tenester, og nødvendige lunsj/kaffestopp). Dette er kanskje ei særleg utfordring knytt til auka lokal kommersialisering av turane til Jotunheimen (bl.a. ved utnytting av kaffestopp ved Sognefjellshytta og guiding/turar/enkle aktivitetar og sal av lokale produkt knytt til ekskursjonane).

2) Sal/marknadsføring:

- Styrking av profilen ”Skjolden – Sognefjord – in the heart of Fjord Norway”
- Påverknad av rederia og landoperatørane er det mest sentrale i sals/marknadsarbeidet mot cruisemarknaden. Rederia distribuerer hovudsakleg cruisa gjennom reisebyrå, men booking på internett er aukande.
- Sal/marknad: reise til rederia med proffe presentasjonar; tekniske spesifikasjonar, utflukter/attraksjonar, innsal som en rolig destinasjon i hjerte av Fjord Norway – innerst i verdens + informasjon/argument/nyheiter landoperatørane.
- Aktiv kontakt med og informasjon til skipa før anløp.
- Utvikling av bilder, tekst, fakta, korte videosnuttar og kontinuerleg oppdaterte bransjenettsider (ein har domenet www.Sognefjordcruise.com for cruise til Skjolden i dag) til bruk for i innsalet mot rederia og landoperatørane, og til innsal frå rederia og reisebyråa mot kundane.
- Messedeltaking: Seatrade i Miami + europeisk messe vekselvis kvart år i Hamburg og Italia (Genova eller Napoli).
- Gradvis auka innsats (i profesjonalitet og omfang) knytt til påverknad og informasjon ovanfor rederia og landoperatørane (møter, deltaking på messer og oppfølging ved telefon, e-post, sending av materiell og oppdatering av nettsider/bransjenett med informasjon til kontaktane/nettverket)
- Bidra til generell styrking og profilering av Norge og Fjord Norge som reisemål og samtidig synleggjere Sognefjorden og Sogn som reisemål er viktig for å auke kjennskapen til regionen for å framstå som meir attraktiv for også som cruise-destinasjon (for kundane og rederia). Marknadsundersøkelser (bl.a. UDIs omdømmeundersøkelse) dei seinaste åra i dei viktigaste målgruppene i Storbritannia, Tyskland og USA konkluderer med at Norge er både ukjent og usynleg (Horwath Consulting, 2007).

3) Samarbeid/organisering:

- Felles organisering knytt til Reisemål Sogndal og Luster (RSL) av cruisesatsinga i regionen. Samarbeid om sal/marknadsføring av regionen som cruisedestinasjon, samt samarbeid om utvikling av gode turar, opplevingar betra infrastruktur og vidareutvikling av opplevingar/attraksjonar.
- Cruisesatsinga krev minimum 1 stilling knytt til sal/marknadsføring, produkttilrettelegging og mottakshandtering på kaien. I tillegg bør ein ha ein eigen stilling/delstilling knytt til guideutvikling og –handtering. Ideelt sett bør ein såleis ha 2 stillingar – 1 på sal/marknad/produktutvikling og 1 på handling & guideservice.
- Vidareutvikling av havnevesenfunksjon (alle praktiske/tekniske mottakstenester for cruiseanløpa og andre skipsanløp) knytt til- eller i nært samarbeid med RSL. Dei fleste cruisehavnene i Norge har eit eksisterande/fungerande havnevesen som samarbeider med reisemålsselskapa om cruisesatsinga.

5. Vurdering av tiltak retta mot cruiseturisme som del av ei samla utvikling av reiselivsnæringa i området

5.1 Cruiseturisme som del av den samla reiselivsutviklinga

Når det gjeld tiltak retta mot cruiseturisme som ein del av den samla reiselivsutviklinga i regionen, så bør ein sjå på følgjande:

- Volumavgrensing (totale anløp pr. år og pr. dag) og trafikkstyring ("timing" av turar) vil vera viktig for handtering av cruisetrafikken, spesielt for å unngå for mange anløp samtidig ("early warning system" mot rederia ved t.d. meir enn to anløp samtidig) og ved vesentleg auke ut over 50 - 60 anløp pr. år for å unngå overfylte attraksjonar og moglege negative opplevingar/ inntrykk for landbaserte turistar i området.
- Moderat tilpassing over tid (stegvise investeringar) av infrastruktur og attraksjonar for å auke mottakskapasiteten etter behov for å unngå kortsiktig konsentrert finansieringsbehov frå private og offentlege aktørar.
- Cruiseturisme og berekraft. Cruiseturisme er saman med annan turisme gjenstand for globale og nasjonale vurderingar knytt til korleis ein framleis kan oppretthalde verdiskapinga i reiselivet innafør rammene av lokal og global miljømessig berekraft.

I kapittel 5.2 – 5.6 vil vi gå nærare inn på det siste punktet – spørsmålet om "berekraft".

5.2 Berekraftig reiseliv

FNs organ for reiseliv World Tourism Organisation (WTO) definerar berekraftig reiseliv ut frå tre forhold:

- Miljømessig berekraft
- Økonomisk berekraft
- Sosial berekraft

NHO reiseliv og Innovasjon Norge har freista å "oversetje" denne tilnærminga til norsk, og har i prosjektet "Berekraftig reiseliv 2020" gitt eit framlegg til konkretisering av innhaldet i omgrepet berekraftig reiseliv som vist i tabellen under¹.

Tabell 2: Framlegg frå NHO-reiseliv og Innovasjon Norge til konkretisering av omgrepet berekraftig reiseliv i ein norsk samanheng

Bevaring av natur, kultur og miljø	Styrking av sosiale verdier	Økonomisk levedyktighet
1. Kulturell rikdom	5. Lokal livskvalitet og sosial verdiskaping	9. Økonomisk levedyktige og konkurransedyktige reiselivsdestinasjonar gjennom lokal verdiskaping
2. Landskapets fysiske og visuelle integritet	6. Lokal kontroll og engasjement	10. Økonomisk levedyktige og konkurransedyktige reiselivsbedrifter
3. Biologisk mangfold	7. Jobbkvalitet for reiselivsansatte	
4. Rent miljø og ressurseffektivitet	8. Gjestetilfredshet og trygghet; opplevingskvalitet	

¹ Gulset, E-M, Henriksen, A. (2007): "Berekraftig reiseliv 2020 – et innspill til nasjonal reiselivsstrategi". Lysarkpresentasjon laga på bakgrunn av eit forprosjekt (udatert).

Ved utgangen av 2007 la regjeringa fram "Nasjonale strategi for reiselivsnæringene". Her er for første gong berekraftig reiseliv løfta fram som eitt av dei overordna måla for reiselivsutviklinga. Heilt generelt seier meldinga at (Nærings og handelsdepartementet, 2007: 27) "Regjeringens mål er å bidra til å utvikle og fremme Norge som et bærekraftig reisemål". Målet vert utdjupa på følgjande måte (op.cit): "Regjeringen ønsker å utvikle og fremme Norge som bærekraftig reisemål på en måte som tar vare på og styrker natur, kultur og miljø, sosiale verdier og økonomisk levedyktighet i et langsiktig perspektiv". Vi finn med andre ord igjen noko av den same tredelinga som WTO har lagt til grunn i si definisjon av berekraftig reiseliv. Samstundes seier regjeringa at dei (op.cit) "legger Brundtlandkommisjonens definisjon av bærekraft og FNs definisjon av og mål for et bærekraftig reisemål til grunn for hva som er et bærekraftig reiseliv, og viser vidare til definisjonen frå Brundtlandrapporten: "En bærekraftig utvikling er en utvikling som tilfredsstiller dagens generasjoners behov uten at det går på bekostning av framtidige generasjoners muligheter for å tilfredsstille sine behov"

Målet om ei bærekraftig utvikling er eit overordna mål som er meint å vere gyldig i svært ulike samanheng; for ulike nasjonar, for ulike folkegrupper og for ulike næringar. For at berekraftmålet skal kunne gje grunnlag for konkrete tiltak er det difor naudsynt å spesifisere målet i forhold til alle dei ulike samanheng der målet skal nyttast. I denne samanhengen er det ei spesifisering på tre nivå; frå det globale til det nasjonale; frå det generelle til reiselivsnæringa; og frå reiselivsnæringa generelt til cruiseturisme spesielt. Det inneber at det kan vere forskjellar på kvar av desse tre nivå. Berekraftig reiseliv globalt treng ikkje innebere heilt det same som berekraftig reiseliv i Norge, og berekraftig reiseliv i Norge treng ikkje innebere heilt det same som berekraftig cruiseturisme i Norge.

Gitt at det er slik regjeringa si reiselivsstrategi hevdar, at det er Brundtlandrapporten og FN sin definisjon av berekraftig utvikling som skal vere førande for kva bærekraftig reiseliv i Norge skal innebere, så er det viktig å peike på at Brundtlandrapporten gjer ein viktig avklaring når det gjeld utviklingsdelen av berekraftmålet. "Utvikling" gjeld ikkje alle formar for (økonomisk) utvikling, men er avgrensa til dei *grunnleggjande* behova. Vidare presiserar Brundtlandrapporten at utviklingsmålet gjeld spørsmålet om ei meir rettvis økonomisk fordeling langs to dimensjonar: globalt rettferd (altså spørsmålet om ei meir rettvis fordeling mellom den fattige og rike del av verda) og generasjonalt (altså spørsmålet om at også dei framtidige generasjonane har rett til å få tilfredsstilt sine grunnleggjande behov). Desse presiseringane er viktig når vi skal prøve å overføre berekraftmålet til reiselivsutvikling globalt, og vidare til reiselivsutvikling i Norge og (i siste instans) til cruiseturisme i Norge.

5.3 Geoturisme og bærekraftig reiseliv

I rapporten "Reiselivet i Sogn og Fjordane – oversyn, kommentarar og strategiske problemstillingar" utgitt i 2007 freistar vi å drøfte nettopp desse spørsmåla, og kople omgrepet bærekraftig reiseliv saman med omgrepet *geoturisme*². Internasjonalt vert geoturisme definert på følgjande måte³:

Geotourism adds to these principles [sustainable tourism] by building on geographical character – 'sense of place' - to create of tourism that emphasizes the distinctiveness of its locale, beneficial to visitor and resident alike. Geotourism is defined as tourism that supports the geographical character of a place – its environment, culture, heritage, aesthetics, and the well-being of its citizens.

² <http://www.vestforsk.no/www/download.do?id=665>

³ <http://www.nationalgeographic.com/travel/sustainable/sustainable.html>

Det sentrale poenget her er at geoturismeomgrepet supplerar berekraftig reiseliv ved nettopp å fokusere på dei sosiale og økonomiske forholda som lett fell utafør berekraftomgrepet, om ein skal halde seg til den opphavslege definisjonen av berekraftomgrepet frå Brundtland-rapporten. I den omtalte rapporten gjorde vi ei tredeling av dei utfordringane vi meiner reiselivet står overfor som er lik den tredelings WTO gjev, men med den viktige forskjellen at berre ei av utfordringane vert knytt eksplisitt til målet om ei berekraftig utvikling (tema 1 i tabellen under); dei to andre tema vert i større grad knytt til målet i norsk reiselivspolitik om å leggje geoturisme til grunn for all reiselivsutvikling (tema 2 og 3 i tabellen under).

Tabell 3: Framlegg til strategiske problemstillingar for ei reiselivsutvikling basert på målet om ei berekraftig utvikling og geoturismeprinsippa

Tema for problemstillingane	Dei strategiske problemstillingane
Tema 1: Styrke berekrafta	1. Korleis styrke miljøprofilen i næringa? 2. Korleis utnytte verneområde som reiselivsressurs? 3. Korleis utnytte friluftsliv som reiselivsressurs?
Tema 2: Styrke den lokale forankringa	4. Korleis involvere lokalsamfunna sterkare i reiselivsutviklinga? 5. Korleis styrke samarbeidet mellom store og små aktørar i reiselivet? 6. Korleis sikre lønnsmda i små aktivitetsbaserte reiselivsbedrifter?
Tema 3: Styrke det lokale særpreget	7. Korleis utvikle stadbundne produkt som t.d. mat som reiselivsressurs? 8. Korleis utvikle eit meir kunnskapsintensivt reiseliv?

Om vi tek utgangspunkt i den konkretiseringa som er gitt i tabellen over, som gjeld berekraftig reiseliv og geoturisme ”på norsk”, så kan vi peike på følgjande konkrete berekraft- og geoturismeutfordringar som gjeld spesielt for cruiseturisme:

- Minst mogleg og reduserte⁴ utslepp frå transport mellom heimlassen til reisemålet/reisemåla
- Mest mogleg og aukande miljøvennleg åtferd på reisemålet
- Minst mogleg konflikt med lokalsamfunnet
- Høgst mogleg verdiskaping lokalt⁵

I det vidare i dette kapittelet vil vi diskutere dei to første utfordringar – altså dei vi har knytt til berekraftdelen (tema 1) i tabellen over. Dei utfordringane som gjeld lokal verdiskaping og forholdet til lokalsamfunnet diskuterer vi i neste kapittel.

5.4 Konsekvensar av NOx-avgifta

Nox-avgifta har som målsetting å redusere dei årlege utsleppa av nitrogenoksider (NOx) til 156.000 tonn i 2010 (Gøteborgprotokollen av 1999), og det vart 1. januar 2007 innført ei NOx-avgift på 15 kroner pr. kg. NOx (kr. 15,36 pr. kg. i 2008) for skip, fiskefartøy, luftfart og dieseldrevet jernbane, samt motorar, kjelar og turbinar i energianlegg i industrien. Etter forhandlingar mellom Miljøverndepartementet og fleire næringslibvsorganisasjonar vart partane i januar 2008 einige om ei avtale for fritak av NOx avgift i 3 år og oppretting av eit privat klimafond for næringslivet. Fritaket forutset tilslutning til avtalen frå rederia/cruise-selskapa, og innbetaling av ein avgiftssats pr. kg. NOx til fondet.

⁴ Kyotoavtalen krev reduksjon på 20 prosent utslepp av drivhusgassar fram til 2020 for alle sektorar i EU

⁵ Lokalverdiskaping handlar om høgst mogleg forbruk per gjestedøgn, at størst mogleg andel av verdiskapinga kjem lokalsamfunnet til gode, og både konsentrasjon og spreining av verdiskapinga i tid (sesongutviding i reiselivet)

Næringa forpliktar seg i avtalen til å redusere samla NO_x-utslepp med 30.000 tonn innan 2010. Verksemdar som sluttar seg til avtalen betalar inn til fondet i forhold til NO_x-utsleppa deira, og fondet gir støtte til NO_x-reduserende tiltak. For cruisenæringa er satsen forventa å bli ca. 3-5 kr. pr. kg. NO_x (Horwath Consulting, 2007). Hensikten er å utløyse dei mest kostnadseffektive NO_x-reduserande tiltaka først. Størrelsen på fondet er anslått til 1,5 milliarder kroner etter tre år. Fondet og ordninga er avhengig av godkjenning frå EFTAs kontrollorgan ESA. I følge Miljøverndepartementet er ein usikker på om avtalen blir godkjent. ESA kjem truleg til å behandle avtalen innan sommaren 2008⁶.

Med utgangspunkt i avgiftssatsen på kr. 15 pr. kg. NO_x, har European Cruise Service (ECS) berekna at avgifta kan utgjere meir enn kr. 100.000 dagleg for dei store cruiseskipa, noko som utgjere ein total meirkostnad på totalt ca. kr. 350-400 per passasjer for eit 8 dagar cruise i Norge rekna ut frå 2000 passasjerar pr. skip. Horwath Consulting (2007) viser til at dei totale avgiftene i Norge vil utgjere minst 70 mill kr., noko som i 2006 (370.000 cruisepassasjerar) ville utgjort ein meirkostnad på kr. 190 pr. passasjer. Viss NO_x fondet vert godkjent av ESA og satsane for cruiseskip vert 3-5 kr. pr. kg. NO_x vil meirkostnadane bli hhv. ca. kr. 130 og kr. 63 pr. passasjer.

Nokre aktørar i bransjen fryktar ein nedgong i talet på anløp og anløpshavner som følgje av Nox-avgifta, mens andre hevder at veksten og etterspurnaden på Norgescruise er så stor at nedgongen vert minimal. Dei hevder at nedgongen i 2007 og 2008-sesongen kjem som ein følgje av at rederia ikkje kunne kompensere for avgifta ved prisauke i 2007, og at nedgongen berre er ein midlertidig reaksjon på avgifta. Horwath Consulting si analyse frå 2007 bereknar ca 22 % reduksjon i næringa, som før dette var i sterk vekst. Arthur Kordt i European Cruise Services meiner at det er usikkert å seie noko om vekst framover, men at dei mest positive prognosane, tilseier ei framleis vekst på 8-10 prosent årleg dei neste 10-15 åra, ei dobling kvart 7-8 år framover, medan dei mest negative prognosane tilseier ei stagnering eller rein nedgang i cruiseturisme i Norge.

NO_x-avgifta kan altså få to fylgjer: (1) reieria vel å gå til havn sjeldnare (færre anløp i Norge per tur), og/eller dei vel å kansellere turar til Norge - (2) alternativt vil Nox-avgifta berre ha marginal innverknad på talet på cruiseanløp og besøkte havner. Det er for tidleg å gi nokre indikasjonar om dei varige verknadene av NO_x-avgifta for cruisenæringa før etter 2009-sesongen. Det er forøvrig rimeleg å anta at:

- ei liknande avgift vil bli innført i resten av Europa i løpet av nokre få år,
- kostnadsauken pr. passasjer er så marginal (uavhengig av NO_x-fondet) at den kan vise seg å ha avgrensa verknad på antall anløp fordi etterspurnaden etter Norgescruise er stor og aukande
- NO_x-avgifta kan eventuelt ha ein midlertidig verknad på etterspurnaden, og då kanskje mest for nye, ukjende havner

Ut over dette vil det framleis vera etterspørselskriteria rederia nyttar for utvelging av havner og seglingsruter som vil vera avgjerande for talet på anløp (sjå kap. 2.1).

⁶ Informasjon etter kontakt med Finansdepartementet, februar 2008

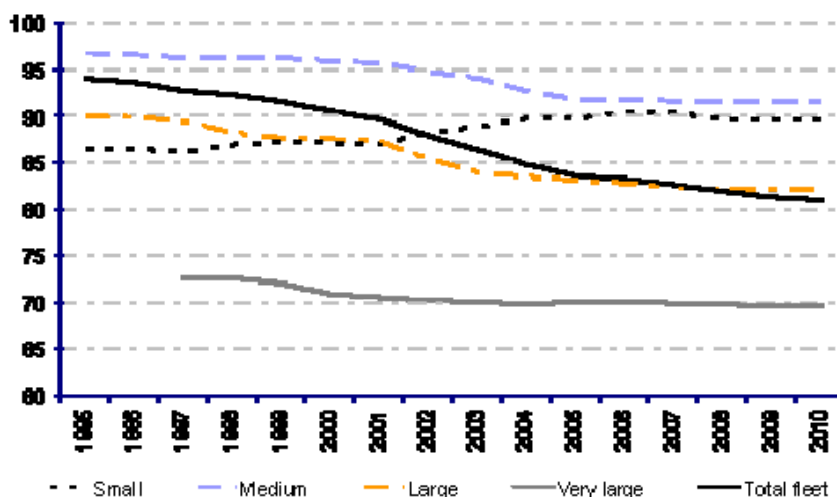
5.5 Andre utslepp enn NOx frå cruiseskip

I tillegg til utslepp av NOx og andre avgassar (t.d. CO2 og svovel) hadde dei store cruiseskipa i 2000 følgjande gjennomsnittleg utslepp i løpet av eit vekescruise (Bluewater Report on Cruise Tourism, 2000):

- 4,5 mill. liter kloakkvatn
- 950.000 liter vaskevatn
- 500 liter fotokjemikaliar, 22,5 liter rensesvæske (PERC), 50 liter brukt måling og 22,5 liter med andre kjemikaliar.
- 8 tonn søppel
- 112.500 liter olje-blanda vatn/forureina vatn (frå drivstoff, olje, spillvatn frå maskinar, avfall som t.d. filler, metallspon, måling, glas og vaskemiddel etc.)

Tala og konsekvensane av utsleppa har endra seg sidan 2000 ut frå at skip har blitt større og at utslepps- og avfallshandteringa er betre på moderne skip. Direkte så handlar utsleppa om utfordringar knytt til global og nasjonal/ regional berekraft og internasjonale regelverk meir enn lokal berekraft (tilsvarande som med CO2-utsleppa), då størstedelen utsleppa vert gjort i open sjø og ikkje ved havnenen eller innseglingane. Likevel har lokalsamfunnet eit nasjonalt og globalt ansvar i reiselivsutviklinga når det gjeld kva type turisme og kva marknader ein satsar på. Eit eksempel er at sertifiserte økoturismebedrifter i Norge ikkje kan marknadsføre seg utanfor Europa pga. den globale forureininga knytt til oversjøiske flygningar (Retningslinjer for økoturismebedrifter, GRIP 2007).

Moderne skip har mindre forureining og utslepp enn eldre skip (mindre avgassar og meir miljøvennleg avfallshandtering). Det er ca. 35 skip under bygging/i ordre per 2007 med levering fram til 2010. Skipa vert stadig større, og desse vil i gjennomsnitt kunne ta ca. 2.600 passasjerar. Utsleppa frå motorane består av ulike forbindingar NOx, partiklar, svovel og CO2. Tiltak for reduksjon i eit av desse elementa kan innebære auka av eit anna. Gjennom bruk av ny teknologi, og som følgje av fleire passasjerar per skip, har utslepp per passasjer ein nedadgåande kurve frå 1995 – 2010 (Horwath Consulting, 2007):



Note: Small (2-10 tGT), Medium (10-30tGT), Large (30-100 tGT), and Very Large (100+ tGT).

Kilde: MSR-Consult & Lloyd's Register Fairplay/Cruise Baltic

Figur 1: Drivstoff-forbruk per dag per passasjer etter skipsstørrelse

Det er mellom anna to forhold som bør leggest til i tolkinga av figuren:

- Nedgangen i drivstoff-forbruk per passasjer kjem, i tillegg til meir miljøvennlege skip, frå aukande andel passasjerar per skip
- Sjølv om drivstoff-forbruket per passasjer er nedadgåande, må ein i tillegg måle den absolutte utsleppsauken frå tilveksten i cruisetrafikken

Frå 2006/2007 er det stilt internasjonale krav til bruk av reinaste kvalitet bunkersolje (reduisert svovelinnhald), og frå 2010 er det varsla ytterligare skjerpa krav. Avfallhandtering og utslepp av væske har lenge hatt stor merksemd og internasjonale reglar, og moderne skip har meir avanserte og miljøvennlege løysingar for handtering og gjenbruk av avfall om bord. Vidare er alle havner pålagt å ha opplegg for kildesortering av avfall frå cruiseskip.

Når det gjeld luftforureining frå skip i havn, så er den einaste kjente, store undersøkinga gjort i København (264 cruiseanløp i 2004 – danske miljøvernmyndigheiter, miljøprosjekt nr. 978 2005: *Vurdering av krydstoktskibenes bidrag til luftforurening*) der ein konkluderte med at cruiseanløpa ikkje når opp til EU sine grenseverdier og at partikkelutsleppa var ubetydelege. Fjordane er i større grad sårbare for utslepp enn opne hav- og kystområde. I følgje Horwath Consulting (2008) så har SFT og NILU på oppdrag frå miljøverndepartementet berekna utsleppa ved cruiseskipsanløp i Geiranger. Dei vurderer at utsleppa ikkje er over grenseverdier eller er farlig for naturen/økosystema i fjordlandskapet.

Støy frå cruiseskipa sine hjelpemotorar er normalt ikkje eit problem når skipa ligg i havn. For å eliminere både forureining og støy under liggetid i havn vert det arbeida internasjonalt med prosjekt for tilkopling av landstrøm, noko som er forventa å bli ei framtidig løysing (Horwath Consulting, 2007).

Norske havner har blitt kritisert for å stille for svake miljøkrav til cruisenæringa, m.a. kunne kaiane ha stilt krav om tilkopling til straumforsyning frå land og forbod mot å produsere straum med eige (diesel)agregat.

Stranda havnevesen KF (Geiranger) er eit døme på at det etter kvart vert stilt strengare miljøkrav. Dei har frå 2008 innført følgjande miljømessige restriksjonar:

- Totaltonnasjen på same tidspunkt skal ikkje overstige GRT 150.000 (tilsvarande ca. 5.000 passasjerar), uavhengig av reell mottakskapasitet.
- Skip med søppelforbrenning/utslepp må slå desse av når ein kjem innfor havnedistriktet
- Ved tendring så skal motorar ved skipets side og kaisida slåast av

Desse restriksjonane handlar mest om lokale ureining, men er likevel interessant i vår samanheng.

5.6 Vurdering av berekrafta til cruiseturismen

Meir enn 80% av cruiseturistane i Norge er europearar. Dei to største marknadene er England og Tyskland (68% i 2005). Geografisk sett så er cruiseturistane innfor eit relativt "berekraftig", geografisk område når det gjeld avstand mellom heimen og reisemålet/ reisemåla. Berekraften i denne settinga er vidare avhengig av to ting til:

(1) Korleis passasjerane kjem seg til og frå skipa i heimlandet; og (2) kor miljøvennleg er transport med cruiseskipet samanlikna med korleis landbaserte turistar kjem seg til- og rundt i Norge (fly, eigen bil, leigebil, buss, bobil, båt). Til (1), så finnes det ingen god statistikk. Eksempel på store snuhavner for cruiseskip til/frå Norge er Southampton, Dover, Amsterdam og København. Dette er havner med nærleik til store flyplassar og/eller område som har stort befolkningsgrunnlag (Horwath Consulting, 2007). Kor stor del av inn-transporten som skjer med fly, privatbil eller kollektiv transport har vi ikkje data for. Heller ikkje for (2) finnes det nokon gode oversikter. Vi har gode tal for utslepp per utført transportarbeid for andre transportmiddel (fly, buss, privatbil osv), men det finst ikkje gode gjennomsnittstal for cruisebåtar. Det problematiske her er den store variasjonen i storleik på båtane, passasjertal, alder på båten og val av kvalitet på drivstoffet – noko som til saman gjer at det venteleg er store variasjonar i utslepp per utført transportarbeid (personkilometer). Difor kan også slike gjennomsnittstal – om dei vart produsert – tilsløre den faktiske situasjonen i ein konkret destinasjon eller for ein andel av skipa, om ein da altså ikkje hentar inn dei faktiske tala.

Eit eksempel på ein slik konkret talfesting frå eitt cruiseselskap er Carnival Cruiselines (som har 42% av cruisemarknaden i verda). Dei skriv i sin årlege miljørapport (2007) at skipa i flåten deira i gjennomsnitt slepp ut 712 kg CO₂ per kilometer – tilsvarande 401 g CO₂ per passasjerkilometer – noko som t.d. er 36 gonger høgare enn CO₂-utsleppa frå togtransport i Europa og meir enn tre gonger så mykje per passasjer samanlikna med eit standard Boeing 747 fly eller ei passasjerferge⁷. Transportforskar Paul Peeters (Universitetet i Breda, Nederland) antek at utsleppa av CO₂ ligg på 2-300 kr. pr. passasjer pr. døgn. Dette gjer at cruiseskip er svært energi- og utsleppsintensive i reiselivssamanheng. I tillegg kjem utsleppa av kloakk, vatn, olje etc. og søppelproduksjonen og det at cruisepassasjerane ofte kombinerer fly og anna transport til/frå havna med sjølve cruiset. Magasinet Our Planet som vert gitt ut av FNs miljøprogram, reknar gjennomsnittleg 3,5 kg avfall pr. cruisepassasjer per dag samanlikna med 0,8 kg pr. fastbuande på cruisedestinasjonen.

Cruisereferia arbeider også i nokon grad for å redusere miljøbelastninga frå skipa. Royal Caribbean oppgir i sin årsrapport frå 2007 t.d. at dei har installert rensesystem for avløpsvatn ombord for meir enn 600 mill. kr. og gassturbinar i nye skip, og bruker biodiesel der det er tilgjengeleg ved bunkring. Forøvrig bør det nevnt at det framleis ikkje vert installert renseanlegg for avløpsvatn på alle nye skip.

Det er såleis slik at utslepp frå cruiseturisme rekna pr. utført transportarbeid er relativt høgt samanlikna med andre transportmiddel. Men cruiseturisme er meir enn transport til og frå ein destinasjon ”på land”. Opphaldet på båten inkluderar overnatting, bespisning og til ein viss grad også sjølve ”opplevinga”. Slik sett er det ikkje rett å samanlikne utslepp frå cruise med utlepp frå transportetappane med fly, privatbil osv for andre typar reiseliv. For å samanlikne berekrafta mellom cruiseturisme og landbasert turisme må ein ta med alle formar for utslepp og miljøbelastning knytt til overnatting, bespisning, oppleving osv. Det bør likevel nevnt at den høgste verdien av CO₂-utslepp som er registrert frå hotell er ca. 100 kg. pr. gjestedøgn. For dei fleste hotell og overnattingsstader i Norge er verdiane langt lågare enn dette (Stefan Gössling, Universitetet i Lund). Sjølv om ein treng meir informasjon og analysar for å kunne samanlikne cruisturisme direkte med ulike former for landbasert turisme når det gjeld nøyaktige verdiar for utslepp og verknader på miljøet, så kan ein likevel konkludere med at cruiseturisme har relativt høge utslepp og at ein må ta miljøutfordringa for cruisturisme på alvor på same måten som for resten av reiselivet.

⁷ Referanse: <http://www.telegraph.co.uk/travel/739287/Flying-three-times-greener-than-cruising.html>

Under har vi oppsummert forholdet mellom cruiseturisme og den delen av prinsippa vist i Tabell 3 som gjeld berekraft:

- Cruiseturisme har høge utslepp til luft (CO₂ og NO_x) per passasjerkilometer samanlikna med andre transportformer innan reiselivet.
- Usikkert korleis cruiseturisme kjem ut samanlikna med andre formar for reiseliv om vi inkluderar miljøbelastning frå overnatting, bespising, oppleving; og om vi inkluderar all transport frå bustad til og innan destinasjon.
- Når det gjeld lengst mogleg opphaldstid per reisemål, så er ikkje cruiseturisme optimalt berekraftig. Skipa oppsøker 5-7 havner i Norge per vekescruise, og 10 – 12 anløp på Nordkappcruise (Cruise Norway, 2006)
- Når det gjeld færrest mogleg stoppestader pr. reise så er heller ikkje cruiseturisme optimalt berekraftig (unngå mest mogleg reising/rundturar), då og aktivitetane på reisemålet er basert på dags- og halvdagsturar i området.
- I forhold til mest mogleg miljøvennleg og lokalsamfunnsvennleg åtferd på reisemålet/måla så vil cruisemarknaden kunne samanliknast med landbasert gruppeturisme, med unntak av eventuelle negative konsekvensar for lokalbefolkninga og andre turistar som følgje av stor konsentrasjon av turistar på land og på turar/attraksjonsbesøk samtidig. Dette er ikkje eit stort problem i mange havner, sjølv om ein vil kunne oppleve dette i t.d. Flåm og Geiranger.

Vi har over omtalt nokre sider ved utslepp knytt til cruiseturisme. Eit grunleggjande problem er likevel at vi ikkje har eit samla oversyn over miljøproblema frå cruisetrafikken i Norge. Vi veit ikkje kor store dei samla utsleppa av NO_x eller drivhusgassar er; vi veit ikkje det samla omfanget av avfallet og korleis avfallet vert handsama; og vi veit ikkje kor store dei samla utsleppa av kloakk og forureina vatn er. Dette plasserar cruiseturisme i ei særstilling i reiselivssamanheng, særleg om vi ser på cruisebåtane som eit transportmiddel. For alle andre transportmiddel som vert nytta i reiselivet har vi svært detaljerte oversyn over utslepp totalt og utslepp per utført transportarbeid (personkilometer). Det har vi altså ikkje for cruise-turisme. Men no er cruisebåtane noko meir enn berre transportmiddel; dei står samstundes for overnatting, bespising og underhaldning. Den sida av cruisenæringa er meir på line med situasjonen for resten av reiselivet. Vi har heller ikkje gode oversyn nasjonalt om den samla miljøpåverknaden frå overnatting, bespising og attraksjonar. Forskjellen er at for cruise-turisme er det nok langt enklare å skaffe eit slikt oversyn enn for resten av reiselivet. Slik sett kan cruisenæringa utan alt for stor innsats endre seg frå å vere den delen av reiselivsnæringa vi veit *minst* om når det gjeld miljøproblem til den vi veit *mest* om, i og med at det er relativt få ”studieobjekt” vi har å gjere med samanlikna med den samla situasjonen for resten av reiselivet.

I tabellen på neste side har vi oppsummert drøftingane i kapittel 5, der vi har sett saman vurderingane av cruiseturismen opp mot berekraftmålet og prinsippa om geoturisme. Når det gjeld lokal verdiskaping av cruiseturisme, så er dette omtala i kapittel 6.

Tabell 4: Cruiseturisme vurdert i forhold til 4 overordna særtrekka ved berekraftige turistar

KRITERIER	VURDERING AV CRUISETURISME	KOMMENTAR
1. Reiseavstand og transportmåte heim – reisemål og på reisemålet	Ikkje avklart - vurderinga krev nærare samanlikning mellom cruisturisme og anna turisme	Kort reiseavstand til kjelde-marknadne, men høge CO2-utslepp og andre utslepp per passasjer og passasjerkilometer
2. Opphaldstid per reisemål	Kort opphald per reisemål	5-7 og 10-12 havner per 7 og 10 - 15 dagar reise
3. Stoppestader per reise	Mange stoppestader per reise	Rundturbaserte opplevingar per reisemål
4. Lokal miljø- og samfunnsvennleg åtferd på reisemålet	Store volum krev tilrettelegging og styring av trafikken	Ved god styring og tilrettelegging av anløp/trafikken/turane treng ikkje samfunnspåverkinga bli større enn ved landbasert gruppe-turisme
5. Loka verdiskaping	Lågare enn for landbasert turisme	60-80% per person per destinasjon samanlikna med landbasert turisme

6. Lokal verdiskaping av cruiseturismen

6.1 Generelt om verdiskaping frå cruiseturisme

Når det gjeld lokal verdiskaping - høgst mogleg verdiskaping/pengeforbruk pr. person pr. døgn - så vil cruiseturisme kunne vera ein viktig del av totalmarknaden i sommarsesongen for attraksjonar/anlegg/opplevingstilbydarar og lunsj/stoppestader som tek imot og har omsetnad frå cruiseturistane (men ikkje nødvendigvis ein sentral del – i 2006 utgjorde cruiseturistane 10-16 prosent av totalbesøket på dei tre best besøkte attraksjonane i Oslo 15% av trafikken med Flåmsbana i Flåm). I tillegg kjem omsetninga knytt til havneavgifter, tenester/varer i havn, bruk av guidar og bussar og forbruk på handel og servering knytt til turane og passasjerar og mannskap som går i land på eiga hand (klede, gåver, souvernirar etc. + restaurantar, kafear, kioskar, telefon- og posttenester etc.).

Det er vanskeleg å berekne økonomiske verknader av cruiseanløp, og undersøkingar gjennomført i Oslo eller Bergen har berre i avgrensa grad overføringsverdi til andre, mindre havner. Berekning av lokal verdiskaping frå cruiseturisme i regionen krev såleis nærare undersøkingar og analysar, men vi vil i kapittel 6.3 likevel gi anslag på verdiskapingspotensialet frå cruiseturisme i regionen. Det er derimot verdt å merka seg at utnytting av dette potensialet krev auka tilrettelegging for cruiseturismen i forhold til dagens nivå.

Vi reknar gjerne med tre forbrukskategoriar for direkte forbruk ved eit cruiseskipsanløp (Horwath Consulting, 2006):

- *Skipa*: Skipa betalar statlege avgifter og havneavgifter og kjøper varer og tenestar både til sjølve skipet og til passasjerar og mannskap.
- *Mannskapet*: mannskapet kjøper ulike tenestar til dømes telefon, lege og tannlege. Og nyttar seg elles av same tilbod som andre passasjerar
- *Passasjerane*: passasjerane kjøper utflukter til opplevingar og attraksjonar og handlar i butikkar.

Dette forbruket resulterer, i tillegg til den direkte effekten hjå leverandørar av varer og tenestar, i såkalla indirekte og induserte verknadar. Disse verknadane kan utgjere like mykje som den direkte effekten, i følgje Horwath Consulting (2006), og då på følgjande tre måtar:

1. Cruiseskipsbesøket fungerer som ei form for visningstur. Det vert sagt at ca 30 prosent av cruiseturistane kjem att som "vanlege" turistar. Også undersøkingar frå fleire havner viser at cruiseturistar i stor grad har ynskje om å returnere til destinasjonane, men kor mange som faktisk gjer det veit ein ikkje.
2. Cruiseskipa påverkar attraksjonen og er viktig både for den turistmessige og vanlege infrastrukturen. Til dømes bidreg cruiseturistane til å oppretthalde infrastruktur ved at dei er storforbrukarar av attraksjonar. Mange ville utan cruisebesøk hatt større økonomiske problem. Cruiseturistane bidreg og til god utnytting av t.d. transportmateriell, og då særleg bussar.
3. Cruiseskipsbesøkande har og ein profilforsterkande effekt for destinasjonen. Eitt eller fleire cruiseskip i havna kan bidra til eit inntrykk både for turistane og innbyggjarane om at dei "er på rett stad". Reiselivsdirektør Anne Beth Skjæveland ved destinasjon Eidfjord hevder at cruiseskipa gir ein stoppeffekt for forbipasserande bilturistar.

Når det gjeld punkt 1) ovanfor så er det som tidlegare nemnt usikkert kor stor gjenkjøps-effekten frå cruisemarknaden er, og om han skil seg frå gjenkjøpseffekten frå landbasert turisme. Punkt 2) peikar på eit viktig moment om at cruisetrafikk kan gi eit viktig bidrag til trafikk på nokre attraksjonar og anlegg (avgrensa til ca. 15% av totalomsetninga på attraksjonar i Oslo og Flåm, samt avhengigheit av at t.d. bussar og guidar har lokal forankring). Når det gjeld punkt 3) så kan cruiseskipa ha ein positiv signaleffekt til andre turistar/forbipasserande, men også det motsette ved ein på negativt vis vert oppfatta som ein masseturismedestinasjon ut frå at skipa ligg i havn og at det er mange passasjerar på turar/utflukter ("people pollution"). Heller ikkje her er det tilgjengeleg gode undersøkingar som kan dokumentere denne positive/negative effekten fullt ut.

Følgjande forhold er sentrale når det gjeld vurdering av verdiskaping frå cruiseturisme:

- Volumet og andelen av cruiseturistar er lågt samanlikna med landbasert turisme (mindre enn 2% av total verdiskaping i norsk reiseliv i 2005, og potensialet i regionen er i rapporten berekna til mindre enn 10% av total verdiskaping frå turismen). Konsentrasjon i tid og rom – både sesongkonsentrasjon (hovuddelen av anløp på vestlandet var i 2007 mellom 20. juni og 10. august) og pr. dag (anløp av fleire skip einskilde dagar og 500 – 1000 passasjerar i land pr. skip pr. dag)
- Stor grad av tilrettelegging og spesialisering i kaianlegg, bussar, guidar, og logistikk for mottak (avgrensa fleirbruksmoglegheit, men kan også skape nødvendig tilrettelegging av infrastruktur, opplevingar og tilbod etc.)
- Ein andel del av turistforbruket går til bussar og guidar – lokal verdiskaping er såleis delevis avhengig av om bussar og guidar har lokal forankring eller om dei vert levert frå aktørar utanfor regionen
- Utnytting av verdiskapingspotensialet er avhengig av lokal tilrettelegging for opplevingar og handel på destinasjonen
- Berekning av lokal verdiskaping krev lokale undersøkingar pr. destinasjon – tala i denne rapporten er anslag og tal utrekna frå andre havner (Oslo, Bergen, Tromsø, Nordkapp og Lofoten)
- Forbruk pr. aktive passasjer (inkludert forbruk frå mannskap og skipa) er høgare pr. døgn (kr. 735) enn gjennomsnittleg forbruk pr. døgn frå bil- og flyturistar (kr. 557), men forbruket pr. bil- og flyturist er større pr. destinasjon ut frå gjennomsnittleg opphaldstid på 1,5 – 2 døgn pr. destinasjon (kr. 834 – 1.114)
- Forbruket frå individuelle, landbaserte turistar har for delar av marknaden høgare forbruk pr. døgn (kr. 1.100 – 1.700 eller meir) og lengre opphaldstid pr. destinasjon (3-5 døgn eller meir) enn gjennomsnittstala syner (kr. 3.500 – 8.500 eller meir pr. passasjer pr. destinasjon). Det er tilsvarande potensiale for høgare verdiskaping frå cruise-passasjerar (ca. kr. 10.000 pr. passasjer) innafør super/megayachtmarknaden, men denne marknaden er svært avgrensa volummessig.
- Vurdering av miljøbelastning frå cruiseturisme vs. ulike former for landbasert turisme må koplata til verdiskapingsvurderingane – dette området krev nærare undersøkingar og analysar (sjå kapittel 5).
-

6.2 Berekning av verdiskaping frå cruiseturismen i Oslo og andre havner

I Horwath Consulting sin rapport "The Impacts of Cruisetourism to Oslo 2006" reknar ein følgjande verdiskaping av cruiseanløpa i Oslo (156 skip i 2006):

- *Passasjerar:* gjennomsnittleg kr. 250 per passasjer på turar med utgangspunkt i landoperatørane sine prisar til cruiseselskapa. Ca. 120.000 av 206.000 passasjerar var med på turar i 2006. I tillegg er forbruket frå passasjerar som går i land på eigenhand berekna til kr. 30 mill, totalt til saman kr. 76 mill.
- *Mannskapet:* Når det gjeld mannskapet så er forbruket berekna til eit gjennomsnitt på ca. 20 Euro (160 NOK) per person i Oslo, i tillegg til eventuelle utgifter dekkja av skipsagenten (tannlege, lege, hotell etc.), totalt 0.9 mill Euro (7,2 mill NOK).
- *Skipsforbruk:* Skipa sitt samla forbruk er berekna til 4,8 mill Euro (38,5 mill NOK) i Oslo i 2006, der ca. kr. 9 mill er havneavgifter og ca. kr. 20 mill til Kystverket og kr. 9,5 mill er andre havnetenester/varer.
- *Indirekte effekt:* Det er berekna ein indirekte effekt på 9,4 mill Euro (ca. 75,5 mill NOK) i Oslo i 2006. Dette utgjer eit verdiskapingspåslag på ca. 42 prosent av direkte økonomisk effekt.
- *Gjenkjøpseffekten:* I tillegg er ca. 8 prosent gjenkjøp rekna inn som framtidig verdiskaping, noko som er berekna til 9,6 mill Euro (ca. 77 mill NOK) isolert til forbruk i Oslo. Dette utgjer ca. kr. 4.667 per person.

Samla forbruk frå cruiseturismen i Oslo i 2006 vart berekna til kr. 255,5 mill frå passasjerar, mannskap, skipsforbruk, indirekte effekt og gjenkjøpseffekt. Ut frå dei 156 anløpa Oslo hadde i 2006 vert dette kr. 1,8 mill. per skip og kr. 1.380 per passasjer. Når det gjeld berekna passasjerforbruk på ekskursjonar og landbesøk på eigenhand, så stemmer dette bra overens med Transportøkonomisk institutt (TØI) sine berekningar for året før (Gjesteundersøkelsen 2005, rapp. 813/2005) der forbruk ved ekskursjonane var berekna til kr. 33 mill. (mot kr. 46 mill. i Horwath Consulting si undersøking) og landturar på eigen hand til kr. 30 mill (tilsvarande Horwath Consulting si undersøking). Oslo hadde 145 anløp og 185.000 passasjerar i 2005, mot 156 anløp og 206.000 passasjerar i 2006. TØI berekna ikkje effekten av mannskapet, skipsforbruket, indirekte effekt og gjenkjøpseffekt.

Andelen passasjerar som ikkje var på tur i Oslo i 2006 var ca. 86.000 passasjerar i 2006. Viss ein reknar at ca. 2/3 av desse gjekk i land på eigenhand (ca. 60.000 passasjerar), så vert gjennomsnittleg forbruk per passasjer på kr. 500. TØI sin gjesteundersøking frå 2005 anslår at 14 prosent av passasjerane ikkje gjekk i land på eigen hand i Oslo i 2005. I undersøkinga var gjennomsnittet for Oslo, Bergen og Tromsø 19 prosent som ikkje var med på ekskursjon og 17 prosent som ikkje var i land på eigenhand, men med individuelle forskjellar der berre 4 prosent ikkje gjekk i land på eigenhand i Bergen, og berre 2 prosent ikkje var med på ekskursjon i Tromsø.

Gjennomsnittleg forbruk ved landbesøk på eigenhand varierer frå kr. 531 i Oslo, kr. 320 i Bergen og kr. 280 i Tromsø. Vidare er det store forskjellar mellom ulike nasjonalitetar. Land som Italia, Spania, Frankrike og Nederland ligg høgst med kr. 772 per person, amerikanarar har eit snittforbruk på kr. 550, tyskarar kr. 315 og britar kr. 248 (merk: forskjellane skuldast delevis forbruksmønster, men også det at hovuddelen av passasjerane får søreuropeiske land og USA vart intervjuet av TØI i Oslo). Gjennomsnittleg forbruk vert ut i frå dette kr. 437 per passasjer, der størstedelen av forbruket går til shopping (58 prosent), og dernest servering (19 prosent).

Elles står område som daglegvarer, transport, attraksjonar/opplevingar og ”andre utgifter” for gjennomsnittleg ca. 6 prosent av forbruket kvar. Av alle passasjerane som gjekk i land oppgir 13 prosent at dei ikkje hadde noko forbruk, 54 prosent at dei brukte mindre enn kr. 200 (inkludert dei med kr. 0 i forbruk), mens 20 prosent hadde eit forbruk på over kr. 600. Det er berre når det gjeld shopping at meir enn 60 prosent seier at dei har hatt forbruk, og ikkje på dei andre vare- og tenestegruppene.

Tabell 5: Gjennomsnittleg registrert forbruk pr. passasjer i Oslo, Bergen og Tromsø – gjennomsnittleg forbruk for Tyskarar og engelskmenn i parentes (TØI, 2005)

Forbrukskategori	Forbruk NOK	Del forbruk
Servering	82 (59)	19%
Daglegvare	27 (15)	6%
Shopping	255 (158)	58%
Transport	28 (19)	6%
Attraksjonar/ opplevingar	21 (14)	5%
Anna	24 (17)	6%
Gj. Snitt forbruk	437 (282)	100%

Registrering av taxfreeomsetning fordelt på totalt antall passasjerar på skipa ved 7 havner i Norge i 2005 syner gjennomsnittleg omsetning på kr. 32 per passasjer (Cruise Norway, 2005):.

Tabell 6: Taxfreeomsetning fordelt på total antall passasjerar ved eit utval norske cruise havner i 2005

Havner	Anløp	Pax	Pax pr. anløp	Andel på tur	Taxfree oms.	Shopping pr. pax
Bergen	246	190.000	772		13,3 mill	70
Geiranger	165	130.000	788	74%	2,7 mill	21
Flåm	131	91.500	698	52%	2,1 mill	24
Tromsø	95	51.500	542		1,1 mill	22
Ålesund	57	40.600	712	41%	1,9 mill	47
Olden/Nordfjord	53			60%		
Stavanger	47	40.966	871	35%	0,6 mill	14
Molde	42	17.472	416			
Vik	34					
Eidfjord (Voss)	27	15.500	574		0,4 mill	25

Når det gjeld gjennomsnittleg forbruk per landbesøk (havn) på eigenhand for cruiseskip som besøker andre havner enn Oslo, så reknar TØI eit gjennomsnittsforkbruk på kr. 320 per passasjer. For ekskursjonane om bord, så var gjennomsnittsprisen om bord kr. 840, men der

amerikanarane betalte desidert høgast pris (kr. 1.963), engelskmennene kr. 727, tyskarane kr. 655, og andre land kr. 629. Når det gjeld den lokale verdiskapingsandelen av gjennomsnittlege ekskursjonsprisar om bord, så reknar TØI med ca. 40 prosent provisjon til skipa (reduksjon frå kr. 840 til kr. 504) og ca. 40% igjen til operatørane (reduksjon frå kr. 504 til kr. 302).

Viss ein fordeler totale havneavgifter i Oslo i 2006 på antall skip, vert det gjennomsnittleg ca. kr. 58.000 per skip, og ca. kr. 44 per passasjer i 2006 (Horwath Consulting, 2006). Då er ikkje inntekter knytt til Kystverket, los og andre havnetenester teke med (vatn, ISPS, avfallshandtering etc). Viss ein ser vekk frå inntektene til Kystverket, så var det om lag tilsvarande omsetning knytt til andre havnetenester i Oslo i 2006, dvs. totalt ca. kr. 120.000 per skip og kr. 90 per passasjer. Dette kan ikkje utan vidare brukast som normtal for andre havner, då havneavgifta og kjøp av havnetenester vil variere. I Eidfjord var gjennomsnittleg havneavgift per skip ca. kr. 27.000 i 2007 (tilsvarande ca. kr. 30 per passasjer), når andre havnetenester og inntekter til Kystverket ikkje er medrekna.

6.3 Anslag for verdiskapinga av cruiseturisme i regionen

Når det gjeld verdiskaping av cruiseturismen i vår region, så er det vanskeleg å anslå dette nøyaktig, men med utgangspunkt i kapittel 4.3.2 så kan potensialet for den lokale verdiskaping bereknast som følger:

Passasjerar

Vi kan rekne gjennomsnittleg kr. 250-300 per passasjer på ekskursjonar. Viss ein tek utgangspunkt i at ca. 50-60 prosent reiser på utflukt ved ca. 20 anløp og ca. 20.000 passasjerar så vert dette ca. kr. 3,3 mill. Ved 40 anløp og 40.000 passasjerar (tilsvarande anløp og passasjertal som for Olden og Eidfjord) så vert dette ca. kr. 6,6. mill. I tillegg kjem eventuelt forbruk på varer og tenester i løpet av turane (kjøp av souvernirar, lokal mat etc.).

Når det gjeld verdiskaping frå passasjerar som går i land på eigenhand, så kan ein for regionen forvente eit gjennomsnittforbruk på kr. 250 per passasjer. Andelen shopping er gjennomsnittleg på ca. 60 prosent av totalforbruket. Andelen passasjerer som vel å gå i land på eigenhand vil variere avhengig av tilbodet på land, kva havner som har vore besøkt og skal besøkast i etterkant, og kva land passasjerane kjem i frå. Når det gjeld Skjolden så er tilbodet og omsetnaden frå passasjerar som går i land marginalt ut frå eksisterande tilrettelegging og tilbod ved kaien. Sogndal som potensiell cruisehavn vil ha noko større forventa omsetnad frå cruisepassasjerar i sentrum, men også her vil det truleg vera ei avgrensa verdiskaping og behov for tilrettelegging av sentrumsområde og utvida/tilpassa tilbod i sentrum (souvernirbutikkar, lokal mat, kioskar, kafear etc.) om ein skal få til ei høgareverdiskapinga i sentrum får cruisepassasjerane.

I Flåm var registrert taxfreeomsetnad per skip ca. kr. 16.000 i 2005, og i Bergen kr. 54.000 per skip (Cruise Norway, 2005). Det vil ofte vera ein del verdiskaping på land som ikkje vert registrert som taxfreeomsetning ved ombordstigning, men ein bør likevel vera nøkterne i anslaga for regionen ut frå bl.a. avgrensa tilrettelegging og attraktivitet for handel på reisemålet samanlikna med havner som t.d. Bergen og Oslo.

Viss ein reknar at andelen passasjerar på utflukt er 50-60 prosent, og at andelen av dei attverande passasjerer som går i land på eiga hand ligg på ca. 50 prosent (noko lågare andel enn i byane) og eit gjennomsnittleg forbruk på kr. 250 per person, så vil potensialet ligge på ca. 6000 passasjerar (ved 20 anløp og 20.000 passasjerar) som kan legge igjen kr. 1,5 mill. per sesong (andel shopping ca. 60 prosent /kr. 0,9 mill.) og ca. kr. 3 mill. (andel shopping ca. kr. 1,8 mill.) per sesong ved 40 anløp og 40.000 passasjerar. Det er viktig å vere klar over at utnytting av dette potensialet krev stor grad av tilrettelegging for handel/ tenestekjøp i Skjolden og ytterlegare tilrettelegging av sentrumsområde og handelstilboda i Sogndal sentrum (souvernirar, lokale varer/råvarer, kafear, kioskar, gangstiar etc.)

Mannskapet

Når det gjeld mannskapet så er det vanskeleg å anslå andelen av mannskapet som vil gå i land. Andelen er avhengig av det same som for cruisepassasjerar som ynskjer å gå i land på eigenhand, i tillegg til tilgjengelegheit på og behovet for andre tenester (tannlege, lege, hotell etc.). Viss ein reknar med at mannskapet tilsvare ca. 40 prosent av passasjerkapasiteten om bord på dei store skipa, og at 20 prosent av mannskapet går i land og har eit gjennomsnittleg personleg forbruk på ca. kr. 150 per person (tilsvarende som i Oslo) vil dette gi eit potensiale for ca. kr. 240.000 per sesong ved 20 anløp og 20.000 passasjerar, og ca. kr. 480.000 ved 40 anløp og 40.000 passasjerar. Anna tenestekjøp for mannskapet betalt av skipet er ikkje medrekna. Det er også svært usikkert om ein så stor andel av mannskapet vil gå i land å bruke pengar i dei små havnene.

Skipsforbruk

Skipa sitt samla forbruk i avgifter, varer og tenester er vanskeleg å anslå presist, men viss ein reknar havneavgifter og tenestekjøp (utanom inntekter til Kystverket) på ca. 60.000 – 120.000 per skip, så vil dette ligge på totalt kr. 1,2 mill. – 2,4 mill ved 20 anløp og kr. 2,4 – 4,8 mill. ved 40 anløp. Her er det viktig å vere klar over at det er knytt stor usikkerheit til denne berekninga. Her må ein sjå nærare på reell innteningsmoglegheit knytt til havneavgifter og tenestosal til skipa, og i tillegg berekne inntekter til Kystverket.

Indirekte effekt

Det ligg ikkje berekningsgrunnlag for vurdering av indirekte effekt av cruisesatsinga i regionen (verdi av infrastrukturutvikling og overrisling til andre næringar), men ein kan eventuelt addere forventa total verdiskaping med 1,2 (20 prosent i indirekte effekt), men dette er ein høgst usikkert multiplikatorverdi.

Gjenkjøpseffekten

Viss ein nytter tilsvarende gjenkjøpseffekt på 8% som i Horwath Consulting nytta i verdiskapingsrapporten for Oslo (Horwath Consulting, 2006), og eit gjennomsnittleg forbruk på t.d. kr. 2.000 per person (ut frå nasjonalt gjennomsnittleg turistforbruk på ca. kr. 800 per døgn gonga med 2,5 dagar opphald i regionen – noko som er lågare enn berekningane for tilbakevendande turistar i Oslo; kr. 4.667), så vert denne verdiskapingseffekten kr. 3,2 mill. ved 20 anløp og 20.000 passasjerar og kr. 6,4 mill ved 40 anløp og 40.000 passasjerar. I tillegg til gjenkjøpseffekten kan ein prøve å måle effekten av eventuelt meirforbruk frå forbipasserande turistar som vel å stoppe på grunn av at det ligg cruiseskip til havn (jfr. erfaringar frå t.d. Eidfjord).

Samla sett så kan dette gi potensiale for ei total verdiskaping ved 20 anløp og 20.000 passasjerar på ca. kr. 6 - 7 mill. per sesong i direkte økonomisk effekt, kr. 3,2 mill i gjenkjøpseffekt og samla indirekte effekt (inkludert indirekte effekt av gjenkjøpseffekten) på ca. kr. 2 mill., til saman kr. 11-12 mill. per år. Ved 40 anløp og 40.000 passasjerar vil det kunne bli kr. 12 - 13 mill. per sesong i direkte økonomisk effekt, kr. 6,4 mill i gjenkjøpseffekt og samla indirekte effekt (inkludert indirekte effekt av gjenkjøpseffekten) på ca. kr. 3 – 4 mill., til saman kr. 22 – 23 mill. per år. Utnytting av dette potensialet krev som nemnt til rettelegging for handel på land og vidareutvikling av turtilbodet og verdiskapinga frå turane.

Når det gjeld indirekte økonomiske effektar og gjenkjøpseffekt frå cruisemarknaden, så er det viktig å nemne at dette er effektar som også vil gjelde for landbasert turisme. Gjenkjøpseffekten frå landbasert turisme vil truleg vera like høg som frå cruiseturisme, utan at ein har nokon god dokumentasjon på denne effekten. Når det gjeld indirekte effektar av landbasert turisme så er det vanleg å nytte ein multiplikatorfaktor på 1,3 – 1,5 av direkte økonomiske effektar, avhengig av type turisme og tilboda på reisemålet. Grunnen til at forslaget til multiplikatoreffekten for cruisemarknaden i regionen er foreslege noko lågare (1,2) er ei antaking om at overrislingseffekten lokalt frå cruisemarknaden er noko lågare enn for landbaserte turistar som nyttar seg aktivt av fleire tenester og tilbod under reise og opphaldet (t.d. varehandel, tenestekjøp, drivstoff, transport, andre opplevingar etc.).

Tabell 7: Anslag av verdiskapingspotensialet for cruiseturisme i Sogndal, Luster og Leikanger.

VERDISKAPING	Pr. totale passasjerar	Pr. aktive passasjerar	1 SKIP	20 SKIP	30 SKIP	40 SKIP
Organiserte utflukter	165	275	165.000	3.300.000	4.950.000	6.600.000
Individuelt forbruk på land (handel etc.)*	75	250	75.000	1.500.000	2.250.000	3.000.000
Mannskap på land**	30	150	12.000	240.000	360.000	480.000
Skipsforbruk*** (avgifter, varer og tenester)	60	60	60.000	1.200.000	1.800.000	2.400.000
Sum dir. effekt, passasjerar	240	525				
Sum dir. effekt, passasj. og mannsk.	270	675				
Sum dir. effekt, inkl. skipsforbruk	330	735	312.000	6.240.000	9.360.000	12.480.000
Indirekte effekt	95		95.000	1.900.000	2.850.000	3.800.000
Gjenkjøpseffekt	160		160.000	3.200.000	4.800.000	6.400.000
Sum indirekte effekt/gjenkjøp	255		255.000	5.100.000	7.650.000	10.200.000
Sum direkte, indirekte og gjenkjøpseffekt	585		567.000	11.340.000	17.010.000	22.680.000

Per totale passasjerar: verdiskaping per gjennomsnittleg 1.000 passasjerar per skip

Per aktive passasjerar: verdiskaping per passasjer som er på organiserte utflukter og/eller på land på eigen hand.

* Individuelt forbruk på land er avhengig av tilrettelegging for handel, og varierer mykje i ulike havner. I Flåm var registrert taxfreeomsetnad per skip ca. kr. 16.000 i 2005, og i Bergen kr. 54.000 per skip (Cruise Norway, 2005). Det vil derimot vera ein del verdiskaping på land som ikkje vert registrert som taxfreeomsetning ved ombordstigning.

** I tillegg kjem tenester for mannskapet betalt av skipet

*** Det er stor usikkerheit knytt til berekning av verdiskapinga frå skipa. Dette er utanom havneavgifta avhengig av kva typar varer og tenester som vert tilbydt og nytta av skipa.

Tala i tabellen tek utgangspunkt i gjennomsnittleg 1.000 passasjerar per skip. Dette er noko høgare enn det faktiske gjennomsnittet hjå havner på vestlandet, som i 2007 var 891 passasjerar. I 2007 hadde Bergen gjennomsnittleg 861 passasjerar per skip, Eidfjord 887, Flåm 943, Olden 973, Geiranger 947. Skjolden hadde totalt 2599 passasjerar på sine 5 anløp i 2007, noko som gir eit gjennomsnitt på 520 passasjerar per anløp (Horwath Consulting, 2007 – sjå tabell 1).

Gjennomsnittleg tal på passasjerar per skip er som tidlegare nemnt veksande (større skip frå 2010), og berre frå 2006 til 2007 vaks gjennomsnittleg passasjertal frå 849 til 891 (+ 5

prosent) ved havnene på vestlandet. Med tilsvarende årleg vekst vil gjennomsnittleg passasjertal nå 1.000 passasjerar per skip i løpet av 2-3 år. Uavhengig av talet på passasjerar per anløp, så kan ein nytte tala for forbruk ”per totale passasjerar” og ”per aktive passasjerar” i tabellen ovanfor til utrekning av verdiskaping per skip. Verdiskapinga per passasjer ligg ut frå ovannemnte på kr. 270 per totalt antall passasjerar per skip, og kr. 675 per passasjer som enten er på landtur og/eller går i land på eigen hand. Til samanlikning er verdiskapinga frå registrerte⁸ overnattingsgjester på land ca. kr. 836 – 1.114 per gjest per reisemål (sjå omtale under).

I ei undersøking av verdiskapinga frå cruiseskip i Nordkapp i 2005 (Horwath Consulting, 2006) vart samla forbruk for skip, mannskap og passasjerer utrekna pr. passasjer berekna til kr. 780, noko som stemmer bra overens med berekninga på kr. 735 pr. passasjer inklusiv skipet sine avgifter og forbruk ovanfor (tabell 7). Berekning av forbruk frå cruise-passasjerar i Lofoten i 2005 (Horwath Consulting, 2008), syner eit direkte forbruk på kr. 631 pr. aktive passasjer (kr. 441 på organiserte turar og kr. , 190 på individuelt forbruk i land). Det vert rekna at 70% av passasjerane er på turar eller går i land på eigen hand, noko som gir eit gjennomsnittleg forbruk på kr. 442 pr. totale passasjerar. Desse tala avviker noko frå berekningane ovanfor (tabell 7), der det er rekna kr. 525 i gjennomsnittleg forbruk per aktive passasjer (kr. 275 på organiserte turar og kr. 250 i individuelt forbruk i land). I ei undersøking av verdiskapinga frå cruiseturisme i Alaska for havnene Juneau, Ketchikan, Sitka og Haines (McDowell, 2000) vart forbruket pr. passasjer berekna frå 55 \$ til 125 \$ (ca. kr. 385 – 875) og forbruket pr. mannskap frå 5 \$ til 20 \$ (ca. kr. 35 – 140) i dei ulike havnene.

Kva berekningsgrunnlag som bør nyttast for ei meir nøyaktig vurdering av verdiskaping lokalt i regionen er vanskeleg å anslå. Lokal/regional verdiskaping frå cruiseturisme er som tidlegare påpeika avhengig av ein rekkje forhold og grad av tilrettelegging:

Passasjerane:

- Grad av tilrettelegging for handel på land i tilknytning til kaien (souvernirar, lokale varer/råvarer, kafear, kioskar etc.) og tilgjengeleggjering av desse tilboda (gangstiar, parkområde og anna infrastruktur)
- Grad av kommersialisering av ekskursjons- og opplevingstilboda ift. mellom anna betaling ved inngang på attraksjonar og bruk av lokale transportmidlar (utanom turbussane – t.d. brebåten, ferja Solvorn – Urnes, båtturar på fjorden etc.). Kommersialisering av t.d. Jotunheimen er ei utfordring for regionen.
- Moglegheiter for å kjøpe lokale souvernirer/varer/råvarer/tenester knytt til ekskursjonane
- Utvikling av ei rekkje små og mellomstore opplevingstilbod og aktivitetar som kan supplere dei store ekskursjonane/attraksjonane både for organiserte grupper og individuelle førespurnader.

Mannskapet:

- Som ovanfor knytt til det individuelt tilrettelagte tilbodet på land, i tillegg til kva type nødvendige tenester som kan nyttast av mannskapet, t.d. tannlege, lege etc.

⁸ I tillegg kjem overnatting ikkje registrert av SSB (10-15 prosent), besøk av venner/familie (15-25 prosent) og dagsbesøkande turistar.

Skipa:

- Nivå på havneavgifter og andre avgifter knytt til havneanløpet
- Grad av tenestetilbod til skipa (vatn, straum, varer, tenester etc.). Denne omsetnaden er størst i snuhavner og hovudhavner, men det er eit potensiale for sal av t.d. lokale råvarer og landstraum til skipa.

Vidare vil verdiskapinga per passasjer variere mellom ulike typar cruise, der spesielt superyacht-marknaden vil ha låge passasjertal med svært høg kjøpekraft og spesialiseringsmoglegheiter per passasjer/gruppe.

Andre økonomisk/samfunnsøkonomiske relaterte vurderingar som bør nemnast er fleirbruk av tilbod og tenester som følgje av tilrettelegginga for cruiseturisme; t.d. guidestyrke, auka kapasitet på attraksjonane, betre infrastruktur etc. for tilreisande og fastbuande. Vidare kan verdiskapinga som følgje av cruisesatsinga gi grunnlag for auka verdiskaping i reiselivsnæringa ut frå t.d. auka profileffekt for reisemålet og auka kundegrunnlag (gjenskjøps-effekten), auka erfaring/profesjonalitet og auka positivt fokus på reiselivsutvikling i regionen. Det er viktig at kommunane og reiselivsnæringa/investorar balanserer og prioriterer økonomisk og praktisk ressursbruk på cruiseturisme vi. anna turisme. Dette krev at ei set klare mål og prioriteringar for økonomisk/praktisk innsats, samt nivå og ynskja resultat knytt til cruiseturisme og landbasert turisme, noko som kan gjerast ved å utvikle ein analysebasert, målretta, konkret reiselivsplan i samarbeid mellom kommunane og reiselivsnæringa i regionen.

6.4 Nokre tilbakemeldingar knytt til verdiskaping av handel ved anløp i

Skjolden

Nokre cruiseskip vil handle inn bær og vatn frå Luster når dei er i Skjolden. Passasjerar og mannskap vil kjøpe utflukter, men me veit ikkje kor mange prosent av passasjerane som vil gå i land. Landaktivitetar vert kjøpt om bord og er organisert som gruppeturar/aktivitetar. Aktivitetane er hovudsakleg for minimum 40 personar(nok til å fylle ein buss), då dette er det som gir best økonomisk vinst for agentar og rederia. Det er vanleg at cruiseagentane pressar prisar på destinasjonane og sel dyrt om bord. Her vert billetter til utflukter gjerne selt til 4-5 gonger av den opphavlege prisen. (TØI, 2005). Ca. 65 prosent av de cruisepassasjerane som i besøker Fjord-Norge, kjem som tidlegare nemnt frå Tyskland og Storbritannia (fordelt med ca. halvparten frå kvar nasjon). Tyskland og England er dei marknadene som gjennomsnittleg legg igjen minst pengar på handel. Dersom dei har bestemt seg for å shoppe under cruiset, gjør dei dette gjerne i større byar som Stavanger, Bergen, Ålesund og Trondheim. På Reisemål Sogndal og Luster (RSL) sin besøksrunde til rederia i Tyskland i 2006, tok ein spesielt opp shopping-spørsmålet med ni ulike selskap der ein diskuterte Skjolden sin foreløpige mangel på shoppingstilbod. Det ble gitt signal om at det var viktig at passasjerane kunne få anledning til å kjøpe lokale souvernirar i Skjolden, eller på dei attraksjonane som blei besøkt under utfluktene. Dette behovet vert det jobba med kontinuerleg i regionen. Vidare var det interesse for at passasjerane kunne få kjøpe lokale produkt som bær, frukt, syltetøy, handverk etc på kaien under opphaldet i Skjolden.

6.5 Verdiskaping frå landbasert turisme

Verdiskaping frå landbasert turisme i Norge

Total verdiskaping i norsk reiseliv vart berekna til kr. 50 mrd. (kr. 75 mrd. inklusiv indirekte effektar) i 2006, og eksportverdien av norsk reiseliv (utanlandske turistar) var kr. 25 mrd. (kr. 36 mrd. inklusiv indirekte effektar). Eksportverdien av cruise vart berekna til ca. kr. 1 mrd. (4 prosent av total eksportverdi av norsk reiseliv, og mindre enn 2 prosent av samla verdiskaping i reiselivet). Ei oversikt frå 2004 at samla registrert omsetnad frå overnattings-turismen på ca. kr. 1,3 mrd i Sogn og Fjordane fordeler seg med kr. 395 mill. på overnatting, kr. 320 mill. på varekjøp, kr. 264 mill. på servering, kr. 194 mill. på andre produkt/tenester og kr. 155 mill. kr. på transport (SSB/www.statistiknett.com).

Utanlandske turistar i Norge hadde i 2004 eit samla turistkonsum på ca. 24 milliardar kroner, med eit gjennomsnittleg forbruk på kr. 718 pr. døgn og 5.847 pr. besøk. Turistane bruker ein større del av feriebudsjettet til servering og opplevingar og mindre til transport. Gjennomsnittleg opphaldstid og turistforbruk varierer mellom marknadene og innan ulike segment i marknaden. Feriegjester frå Italia, USA og Storbritannia har høgst forbruk pr. døgn og gjennomsnittleg opphaldstid på 9, 11 og 8 dagar i landet, noko som gjer at dei også har størst totalforbruk pr. Norgesbesøk. Tyskland og Nederland er dei 4. og 5. mest betalingsdyktige marknadene, medan Sverige, Frankrike og Danmark legg igjen minst pengar på Norgesbesøket (TØI, Gjesteundersøkelsen 2005: TØI rapport 813/2005).

Tabell 8: Turistkonsum for utvalte utanlandske feriemarknader rangert etter forbruk pr. døgn og besøk (Kilde: TØI, Gjesteundersøkelsen 2005: TØI rapport 813/2005).

Marknad	Gjestedøgn	Gj. opphald i Norge	Kr. pr. døgn	Kr. pr. besøk	Totalforbruk
Italia	427.000	9,3	1.592	14.806	679.784.000
USA	1.217.000	11	1.136	12.496	1.382.512.000
Storbritannia	1.646.000	8	1.066	8.528	1.754.636.000
Tyskland	5.396.000	10,5	733	7.697	3.955.268.000
Nederland	1.383.000	10,2	636	6.487	879.588.000
Danmark	3.082.000	6,8	573	3.896	1.765.986.000
Frankrike	756.000	8,5	557	4.735	421.092.000
Sverige	2.955.000	4	386	1.544	1.140.630.000

Verdiskaping frå landbasert turisme og cruiseturisme generelt

Forbruket frå landbasert turisme i Norge vart sommaren 2005 berekna til gjennomsnittleg kr. 718 per person per døgn (TØI, 2005). Av dette var kr. 324 forhåndsbetalte utgifter (transport og overnatting) og kr. 394 forbruk per person per døgn i Norge. Gjennomsnittleg forbruk hjå bilturistar varierer mykje avhengig av overnattingsmåte, med eit gjennomsnittleg forbruk per døgn sommaren 2005 på ca. kr. 1.071 for hotellgjester, kr. 545 for hyttegjester, kr. 409 for campinggjester og kr. 346 for dei som besøker slekt og venner. Forbruket per gjestedøgn varierer vidare sterkt mellom bilturistar og flyturistar, hhv. Kr. 494 totalt døgnforbruk for bilturistar (kr. 342 betalt i Norge) og kr. 1.111 for flyturistar (479 betalt i Norge) sommaren 2005. Viss ein derimot berre ser på turistar som oppheld seg frå 1-15 netter i Norge (Gjennomsnittleg opphaldstid i 2006 var 7,2 døgn), så er forbruket per gjestedøgn kr. 339 betalt i Norge for bilturistar og tilsvarende kr. 578 for flyturistar. 35 prosent av turistane til Norge kom med fly i 2006, og andelen reisande med fly er veksande.

Viss ein anslår at ca. 60-70 prosent av forhåndsbetalte utgifter er knytt til transport til/frå Norge, så vil bilturistar (1-15 dagar i Norge) gjennomsnittleg bruke kr. 395 per gjestedøgn i Norge (lokalt forbruk utanom transport til/frå), og flyturistar (1-15 dagar) kr. 858 per gjestedøgn. Gjennomsnittleg forbruk per gjestedøgn per destinasjon (uvekta) vert då ca. kr. 627 for bil- og flyturistar samla, og ca. kr. 557 per gjestedøgn viss ein vektar forbruket ut frå andelen bilturistar og flyturistar i 2006. Berekningane er gjennomsnittsberekningar ut frå alle overnattingsmåtar⁹, og inneheld ikkje tal frå gruppereisande (t.d. bussturistar).

Tabell 9: Anslag av turistforbruk for bil- og flyturistar pr. døgn og pr. destinasjon (kjelde: TØI, 2006)

	Forbruk pr. døgn (kr.)			Forbruk pr. destinasjon (kr.)	
	Totalt	I Norge ved 1-15 dagar opphald	Gjennomsnitt (vekta for andel bil/fly)	Ved 1,5 dagar opphald	Ved 2 dagar opphald
Bilturistar (65%)	494	395	557	834	1.114
Flyturistar (35%)	1.111	858	557	834	1.114

Landbasert ferie/fritidstrafikk varierer mykje avhengig av kva type turisme det er snakk om, kva nasjonalitet turistane har mm. Ulike undersøkingar av forbruk syner ein variasjon frå kr. 350 – 2.500 per person per døgn for ferie/fritidsmarknaden, og 1.500 – 4.500 per person per døgn for forretningsrelatert trafikk (MICE-marknaden) og ei gjennomsnittleg opphaldstid på 1,5 – 4 døgn per destinasjon Gjennomsnittleg gjestedøgn per destinasjon i Sogn er 1,5 døgn, men her er det store variasjonar mellom ulike turistsegment. Bussgrupper står framleis for ein stor del av volumet på hotella i Sogn om sommaren, men det er ein auke i talet på individuelt reisande som vert 2-3 netter på same destinasjon. Vidare utgjer hytte og campingovernattingane ein større andel av totaltrafikken enn hotellovernattningar, og her er opphaldslengda fleire gjestedøgn per destinasjon (3-7). Størstedelen av forretningsmarknaden er hovudsakleg konsentrert utanom sommarsesongen (juni – august), men noko trafikk kan reknast i juni og august. Forbruk per person per døgn frå cruisepassasjerar vil også variere mykje avhengig av bl.a. type cruise (lågpriscruise vs. Høg kjøpekraft hjå Superyacht-cruise), nasjonalitet på passasjerane og tilbodet på destinasjonane, men ein kan likevel seie at landbasert turisme har eit høgare gjennomsnittleg lokalt forbruk per destinasjon ut frå gjennomsnittleg forbruk per person per døgn og gjennomsnittleg opphaldslengde per person per destinasjon. Dette gjeld spesielt for individuelt basert trafikk, då landbasert gruppetrafikk gjennomsnittleg har lågare forbruk per gjestedøgn og kortare opphaldstid per destinasjon.

Verdiskaping frå landbasert turisme og cruiseturisme i regionen

Sommaren 2006 var det ca. 250.000 overnattingar på hytte/camping i Sogn, og ca. 200.000 ferie/fritids gjestedøgn ved hotella, totalt 450.000 gjestedøgn. Viss ein reknar ei gjennomsnittleg direkte forbruk på kr. 557 (sjå ovanfor) per person per døgn, så kan ein anslå total direkte forbruk til ca. kr. 251 mill. Viss ein i tillegg reknar ein multiplikatoreffekt på 0,3 for indirekte økonomisk effekt, vert verdiskapinga på ca. kr. 326 mill i Sogn sommaren 2006. Tala er ikkje fordelte på dei ulike kommunane i regionen, men viss ein reknar med at 2/5 av omsetninga ligg i Sogndal, Luster og Leikanger, og 2/5 i Aurland/Flåm/Lærdal og 1/5 i Balestrand/Vik, så kan ein grovt estimere ca. kr. 100 mill. i direkte forbruk i Sogndal, Luster og Leikanger, og kr. 130 mill. i verdiskaping inklusiv indirekte effektar.

⁹ Viss ein tek tilsvarende føresetnader som ovanfor og vektar mellom andelen bil- og flyturistar, så vert gjennomsnittleg forbruk pr. døgn etter overnattingsmåte kr. 821 for hotellgjester og kr. 376 for hytte/campinggjester og eit gjennomsnittleg forbruk på kr. 599 viss ein vektar bil- og flyturistar likt.

I kommunane Sogndal, Luster og Leikanger er det 10-15 prosent av totale overnattings-einingar som ikkje er med i SSB-statistikken (Hana-rapporten, 2004). Vidare syner nasjonal statistikk at 25 prosent av utanlandske turistar i Norge bur hjå venner og kjente (Innovasjon Norge, 2006). Kor stor andelen av turistane som bur hjå venner og kjente i Sogn er ikkje registrert. Omsetning frå overnatting som ikkje vert dekke av SSB-statistikken (små overnattingseiningar, hytter, gardsturisme o.l.), eventuell gjenkjøpseffekt frå førstegongs-besøkande og forbruk frå dagsbesøkande turistar og turistar som bur privat hjå venner og familie er såleis ikkje medrekna i tala for verdiskaping frå landbasert reiseliv i regionen. Det er ikkje berekningsgrunnlag for nøyaktig anslag av denne verdiskapinga, men ein kan sannsynlegvis rekne eit påslag på minst 10-20 prosent på anslaget av direkte turistkonsum i regionen.

Direkte forbruk lokalt (per destinasjon) per landbaserte gjest kan bereknast ved å nytte gjennomsnittleg forbruk per gjest på kr. 557 gonga med gjennomsnittleg opphald på 1,5 – 2 dagar per destinasjon, dvs. ca. kr. 836 – 1.114 per besøkande (ut frå totalt tal på *registrerte* overnattingsgjester), mot kr. 735 per cruisepassasjer. Gjennomsnittleg, direkte forbruk frå cruiseturistar (inkludert mannskap og skipsforbruk) utgjer ut frå dette eit forbruk per gjest per destinasjon på 65-90 prosent samanlikna med gjennomsnittsforkonsumet frå landbasert turistar per destinasjon. Viss ein berre ser på forbruk per døgn, så er forbruket per aktive cruise-passasjer (inkludert mannskap og skipsforbruk) kr. 178 (+32%) meir enn for gjennomsnittleg forbruk frå bil- og flyturistar. Om ein skal rekne forbruk pr. døgn eller pr. gjest pr. destinasjon for å samanlikne cruiseturisme og landbasert turisme kan diskuteras, men i forhold til forbruk pr. gjest er det relevant å ta med at landbaserte turistar oppheld seg fleire dagar på reisemålet med spreiding av verdiskapinga på andre typer føretak som t.d. overnattingsbedrifter og daglegvarehandel. Dette er også relevant i forhold til vurdering av miljømessig berekraft, der lengst mogleg opphaldstid pr. destinasjon er ynskjeleg. Eit viktig forhold når det gjeld lokal verdiskaping frå cruiseturistar er at ein vesentleg del av forbruket på organiserte turar, som utgjer den største delen av forbruket, går til transport (bussar) og guidar. Graden av lokal verdiskaping frå cruiseturisme er såleis delevis avhengig av om transporten og guidane er lokalt forankra, eller om dei vert levert av eksterne aktørar.

Tabell 10: Forbrukt pr. døgn og pr. destinasjon for cruise-, bil og flyturistar

Forbruk pr. tuirst pr. døgn og pr. destinasjon	Kr.
Aktive cruisepassasjer (organiserte turer og individuelt forbruk på land)	525
Aktive cruisepassasjer (inkl. mannskap og skipsforbruk)	735
Bilturistar (alle overnattingsmåter – kun hotell: kr. 1.071)	395
Flyturistar (alle overnattingsmåter – kun hotell: kr. 1.447)	858
Gjennomsnitt for bil og flyturistar med 1-15 dagar opphald i Norge (alle)	557
Gjennomsnitt pr. destinasjon for bil- og flyturistar (alle)	834-1.114

Indirekte verdiskaping knytt til overrislingseffektar og gjenkjøp kan seiast å vera om lag tilsvarande for landbaserte- og cruiseturistar, eller nok høgare frå landbasert turisme knytt til større lokal overrislingseffekt. Viss ein nyttar desse anslaga på direkte verdiskaping frå landbasert turisme, og samstundes nyttar anslaga på verdiskaping frå cruiseturismen i regionen ovanfor (kap. 6.3), så kan ein vurdere direkte effektar av cruiseturismen til å utgjere ca. 10 prosent (kr. 12,5 mill) av samla, direkte økonomisk effekt for reiselivet i Sogndal/Luster/Leikanger (125.5 mill.) ved ca. 40 anløp og 40.000 passasjerar.

Når det gjeld berekning av verdiskapingsandel inklusiv indirekte effekt og gjenkjøpseffekt, så er dette vanskeleg å anslå då ein ikkje har gode nok berekningstal for desse effektane frå det landbaserte reiselivet, men ein kan rekne med omtrent tilsvarende eller noko lågare verdiskapingsandel for cruise-turismen av totale økonomiske verknader frå turismen i regionen ut frå ei antaking om større, lokal overrislingseffekt av landbasert turisme, verdiskaping frå landbasert turisme som ikkje er registrert av SSB, turistar som bur hjå slekt/venner og landbasert dagsturisme.

Når det gjeld forbruket frå landbasert turisme så vil denne variere mykje mellom ulike marknader og segment, både i forhold til forbruk per gjest og opphaldstid per reisemål. Moglegheitene for tiltrekking av ulike marknader og segment vil vera større for landbasert turisme enn for cruisemarknaden, verdiskapinga vil vera høgare per gjest, og konsentrasjonen av gjester vil kunne spreia meir over tid. Cruisemarknaden krev meir spesialisert tilrettelegging, infrastruktur og logistikk knytt til mottak og ekskursionar for turistane. Potensialet for forbruket frå landbasert turisme, og då særleg knytt til individuelt reisande, er relativt stor med mogleg gjennomsnittleg forbruk per dag på 2-3 gonger det nasjonale gjennomsnittsforbruket på kr. 557 per gjest per døgn, og med ei lenger opphaldstid på 2 - 5 dagar per reisemål, noko som kan gje eit potensielt forbruk på kr. 3.500 – 8.500 per besøkande per destinasjon. Det er tilsvarende verdiskapingspotensiale innafor luksuscruise/superyachtmarknaden, men volumpotensialet frå landbasert turisme er vesentleg større.

Satsing på cruisemarknaden kan vera ein viktig del av den totale reiselivssatsinga i eit område, men marknads- og produktutviklingsinnsatsen og verdiskapingspotensialet må samanstillast med innsatsen og verdiskapingspotensialet innafor ulike former for landbasert turisme (gruppereisande vs. individuelt reisande, utlendingar vs. Nordmenn, etterspurnad og forbruksmønster, type opplevingar etc.) og berekraft.

7. Opplevingar og rundturar

7.1 Attraksjonar og rundturar

Tabellen under viser attraksjonar, ekskursjonar og aktivitetar som er profilert på www.sognefjordcruise.com for Skjolden cruisehavn.

Tabell 11: Attraksjonar, turar og aktivitetar på www.sognefjordcruise.com

ATTRAKSJONAR	TURAR	AKTIVITETAR
<ul style="list-style-type: none">- Jostedalsbreen nasjonalpark- Jotunheimen nasjonalpark- Sognefjellsvegen (turistveg)- Urnes stavkyrkje- Feigumfossen (218 m.)- Breheimsenteret- Sogn folkemuseum- Saffhuset (Lerum)- Munthehuset	<ul style="list-style-type: none">- Explore the Roof of Norway (Jotunheimen)- Explore the blue ice world (Nigardsbreen)- Sognefjord Culture and history (Urnes, Sogn folkemuseum mm)	<ul style="list-style-type: none">- Rafting (Jostedalen)- Sommer Skiing (Jotunheimen)- Riding Fjord Horses (Jostedalen)- Visit a Stag Farm (Hjortefarmen)- Fishing- Hiking/Nordic Walking- Glacier Lake Kayaking (Jostedalen)- Glacier Walks (Jostedalen)- Helicopter Flights (Veitastrand)- Historic Walk (Sengjaberget)

Utfordringane knytt til vidareutvikling og tilrettelegging av eksisterande attraksjonar, turar og aktivitetar vert det arbeida aktivt med i RSL. Vidare er det utfordringar knytt til å utvikling og tilrettelegging for fleire tilbod i heile regionen.

Når det gjeld turar, så gjeld nokre overordna forhold:

- Ein må ha minst 1-2 store attraksjonar/dags- eller halvdagsturar som ”spydspissar”
- Tidspunkt: halvdagsturar frå 08:30/09:00 – 12:00 og 13:30 – 17:00/18:00, og dagsturar: 08:30/09:00 – 17:00/18:00
- Rundturar – unngå tur/retur same veg, spesielt på dagsturar men helst også på halvdagsturane (optimalt med rundturar, men tur/retur same veg kan fungere)
- Stopp: Halvdagsturar må ha kaffestopp/toalettstopp, og heildagsturar må ha lunsjstopp.
- Kapasitet på transport, guidar, veg/stoppunkt, hovudaktiviteten/attraksjonen og lunsj/kaffestoppestaden er avgjerande.

Det er vanleg at cruiseskipa ligg på destinasjonen frå 08:00 – 17:00, men store avvik kan forkomme. Regionen må både kunne tilby minst ein dagstur med interessant innhald, i tillegg til fleire halvdagsturar. Det er ekstra attraktivt med eit aktivt sentrum på destinasjonen (Horwath Consulting, 2007).

Jotunheimen (sightseeing, turar, aktivitetar/vandring/guiding etc.), Jostedalsbreen (Nigardsbreen og andre deler av breen) og Urnes stavkyrkje har kanskje størst potensiale som hovudattraksjon for cruisemarknaden i regionen, men også Fjærland med Norsk Bremuseum/ Bøyabreen/bokbyen og Kaupanger med stavkyrkja/ hovudgarden/museet er ein sentral del av produkttilbodet i form av besøk og landturar (dags- og halvdagsturar) knytt til- og mellom desse attraksjonane. Det viktigaste vil vera å bygge opp 1-2 av desse som store volumattraksjonar for cruisemarknaden, samtidig som ein tilrettelegg dei andre attraksjonane i landturprogram og utviklar nokre småskalaopplevingar/ turar (stads/bygdeguiding, båtturar på fjorden, vandring etc.) og tilbodet for dei passasjerane som går i land på eigen hand (infra-

struktur som gangstiar, benker, parkanlegg o.l. i tillegg til handelstilbod, særleg souvernirar/lokale/nasjonale råvarer, og kioskar/kafear/enkle spisestader). Turar/rundturar knytt til Sogn folkemuseum/Kaupanger, Jotunheimen/Lom, Nigardsbreen og Fjærland har kanskje størst potensiale til å bli dei viktigaste volumattraksjonane/turane for cruisemarknaden i regionen.

Behovet knytt til utvikling av opplevingar og turar i regionen kan kort oppsummerast som følgjer:

- **1-2 hovudattraksjonar** med høg kvalitet og mottakskapasitet – fyrtårn og trekkplaster (Jotunheimen, Nigardsbreen/Jostedalbreen og Urnes Stavkyrkje)
- **2-4 gode, velfungerande dags- og halvdagsturar** (helst rundturar – ikkje bra med retur same veg) knytt til hovudattraksjonane: A) Jotunheimen/Sognefjellet/Lom m/retur same veg – B) Nigardsbreen med aktivitetar og Breheimsenteret m/retur same veg (1/2-dagstur) – C) Urnes Stavkyrkje/Solvorn rundtur som kan køyrast begge vegar – D) Sogndal/Kaupanger m/stavkyrkja, hovudgården, museet m/retur same veg og/eller tenderløysing i Kaupanger – E) Sogndal/Fjærland m/breen og Bremuseet m/retur same veg – alternativ tender av/på i Fjærland, F) Sogndal/Fjærland/Fjærlandsfjorden/ Leikanger/Sogndal m/Bremuseet, breen, fergeturen, Henjatunet, Sognefjord turisthotell (med eventuell tenderløysing i Leikanger)
- **Minst 3-4 tilbod utanom hovudattraksjonane** Småskala tilbod – t.d. Munthehuset, Hjortefarmen, vandring, padling, fjordcruise etc. (to typar tilbod: med og utan (lett) fysisk aktivitet)

Nokre erfaringar frå prøvecruise til Skjolden i 2006-2007 frå Fred Olsen Line når det gjeld turar er mellom anna:

- Heildagstur til Urnes og Sogn folkemuseum m/lunsj på Sogndal Hotell fungerte godt.
- Turane til Jotunheimen vart godt mottekne hjå passasjerane.
- Kajakkurar på fjorden har selte bra for Fred Olsen Line i Flåm (men ikkje i Solvorn på prøveturen i 2007) til tross for at marknaden (engelskmenn) er gjennomsnittleg vesentlig eldre enn det amerikanarar og tyskarar på cruise i Norge (70-75 år).

Kapasitet og kommentarar knytt til nokre sentrale attraksjonar/turar for cruisemarknaden i regionen er vist i tabellen under.

Tabell 12: Kapasitet og kommentarar knytt til sentrale stader/turar for cruisemarknaden i regionen

STAD/TUR	KAPASITET	KOMMENTARAR
Jotunheimen	Stor	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Kommersialisere tilbodet mest mogleg</u> for ekskursjonar til Jotunheimen knytt til t.d. bruk av Sognefjellshytta/ Turtagrø og turar/aktivitetar/guiding etc. innafør berekraftige tålegrenser • <u>Erfaringar:</u> Jotunheimen opp til Sognefjellshytta har vore veldig vellykka. Tur innom kraftstasjonen i Fortun og 10-15 min. vandring med utsikt; skigåing (langrenn) i Jotunheimen og Safaritur til Nørdstedalseter. • <u>Kontinuerleg dialog med forvaltningsnivåa</u> for området vert viktig for å sikre optimal bruk av naturressursane innafør berekraftige tålegrenser • <u>Mottakskapasitet:</u> udefinert – 10 bussar eller meir samtidig (500 besøkande eller meir samtidig)
Sognefjellshytta	80 eller fleire	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Kommersialisere tilbodet mest mogleg</u> for cruisepassasjerar knytt til mat, kaffestopp og handel (souvernirar, lokale produkt/råvarer, lokal mat etc.) • <u>Mottakskapasitet:</u> 2-3 bussar (100 - 120 besøkande)

Nigardsbreen	Avgrensa	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Kapasiteten</u> på turar på breen er avhengig av kapasitet på brebåten og guiding. • <u>Andre aktivitetar</u>: hesteriding, kajakk, rafting, og guida fisketurar mm. • <u>Mottakskapasitet</u>: 2 bussar (100 besøkande) samtidig
Brebåten (Jostedalsrypa)	100/time (24 pr. tur)	<ul style="list-style-type: none"> • <u>24 pr. tur – 4 turar i timen</u> (ca. 100 personar/time) • <u>Det er planar for ny båt</u> med dobbel passasjerkapasitet frå 2009-sesongen (50 passasjerar per tur – 200 per time). • <u>Det er gjort vedtak</u> i Luster kommune om betydeleg utbetring av stien frå parkeringsplassen til breen for auka tilgjenge (bl.a. bruer, trapper, tau å halde seg i) • <u>Mottakskapasitet frå 2009</u>: 4 bussar (200 besøkande) samtidig
Breheimsenteret i Jostedalen	150/time	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Mat/kaffi</u>: 75 personar (+ ca. 30 på uteområde ved fint vær) • <u>Breheimsenteret er eit alternativ</u> og/eller supplement til turane til sjølve breen • <u>Mottakskapasitet</u>: 3 bussar (150 besøkande) samtidig
Turtagrø Hotell	80 - 130	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Mottakskapasitet</u>: 2 bussar (ca. 80) til lunsj og inntil 3 bussar (ca. 130) til kaffe/te
Jostedal Hotell	130 - 200	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Mottakskapasitet</u>: 3 bussar (ca. 150 besøkande) til lunsj og 4 bussar til kaffe/te
Pyramiden senter (senterkafèen)	Ca. 100	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Mottakskapasitet</u>: 2 bussar (ca. 100 besøkande)
Urnes stavkyrkje	50 per visning	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Urnes stavkyrkje</u> er saman med Nigardsbreen og Jotunheimen blant dei viktigaste, unike attraksjonane i regionen • <u>Dialog med riksantikvaren</u> om bruk og tilrettelegging av kyrkja og omgjevnad i tråd med verdsarvforvaltninga (Unesco) vert sentralt ved vidare reiselivsutvikling • <u>Viktig med aktivitet utanom visning i kyrkja</u> (vandring, guiding, tradisjonell musikk, spel e.l.) • <u>Mottakskapasitet</u>: 2 bussar (100 besøkande) samtidig
Ferje Solvorn - Urnes	Maks 2 bussar	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Mottakskapasitet</u>: 2 bussar (100 besøkande) per tur
De Heibergske Samlingar – Sogn folkemuseum	350-400	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Kapasitet</u> er avhengig av tilrettelegging og vær (ca. 200 innandørs) • <u>Lunsj</u>: 30-40 faste plasser, kan utvide til 150-200 etter avtale (avhengig av vær og utstilling) • <u>Sogn folkemuseum bør tilretteleggast</u> med spel, levandegjering av utstillinga, lokal mat, tradisjonell musikk etc., noko dei sjølve både kan og vil – her ligg det eit stort potensiale for cruisegrupper. • <u>Mottakskapasitet</u>: 8 bussar samtidig (400 besøkande)
Sogn Fjord-museum, Kaup.	Ca. 100	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Mottakskapasitet</u>: 2 bussar samtidig (100 besøkande)
Kaupanger stavkyrkje	50 per visning	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Viktig med aktivitet utanom visning i kyrkja</u> (vandring, guiding, tradisjonell musikk, spel e.l.) • <u>Mottakskapasitet</u>: 2 bussar samtidig (100 besøkande)
Kaupanger hovudgård	30-40 per visning	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Mottakskapasitet</u>: 1 buss samtidig (50 besøkande)
Norsk Bremuseum	300/time	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Norsk Bremuseum, Fjærland og Bøyabreen</u> er ein viktig del av produktporteføljen for cruisemarknaden i regionen • <u>Mottakskapasitet</u>: 6 bussar samtidig (300 besøkande)
Lunsj, Fjærland	Ca. 240	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Mundal Hotell</u>: 100, Fjærland Fjordstue: 50, Brevass-hytta: 90 • <u>Mottakskapasitet</u>: 3 bussar samtidig (250 besøkande)
Ferje Fjærland - Hella		<ul style="list-style-type: none"> • <u>Ferja mellom Fjærland og Hella</u> er ei god oppleving i seg sjølv og ei moglegheit for rundturar Skjolden – Sogndal – Fjærland – Leikanger. • <u>Mottakskapasitet</u>: avhengig av anna trafikk. Ved bestilling: minst 4 bussar

Quality Hotel Sogndal	200- 250	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Lunsj/kaffe</u>: ca. 200 – 250 • <u>Mottakskapasitet</u>: 5 bussar (250 besøkande)
Hofslund Fjord Hotel		<ul style="list-style-type: none"> • <u>Tek ikkje imot lunsj/kaffegrupper</u> per i dag.
Norlandia Park Hotel	50	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Mottakskapasitet</u>: 1 buss (ca. 50 besøkande)
Vesterland Resort Norlandia	Inntil 800	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Lunsj/kaffe</u>: ca. 800 etter avtale; kan også dekke ute (buffet) • <u>Mottakskapasitet</u>: 16 bussar samtidig (800 besøkande)
Sogningen storsenter	Ca. 100	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Mottakskapasitet</u>: 2 bussar (ca. 100 besøkande)
Sognefjord hotell	200	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Lunsj/kaffe</u>: ca. 200 • <u>Mottakskapasitet</u>: 4 bussar samtidig (200 besøkande)
Henjatunet	45	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Ca. 45</u> (mat + omvisning på garden; kulturell løype m/sider og lefse + stølstur på Stokkseter) • <u>Mottakskapasitet</u>: 1 buss (50 besøkande)

I tillegg til attraksjonane/turane nemnde i tabellen ovanfor har regionen svært mange eksisterande og potensielle opplevingar/turar. Det har mellom anna vore prøvd ut og selt ein del helikopterturar til Veitastrand frå Gaupne i prøvesesongen 2006/2007. Vidare er Munthe huset (inkl. Lerum saftfabrikk og bl.a. Syltetøykurs) og Feigumfossen eksempel på andre attraksjonar. Når det gjeld Feigumfossen er ei utfordring at det ikkje er gode nok parkeringsmoglegheit eller sikre nok forhold til å stoppe og sleppe av turistane. I tillegg til dei organiserte turane som vert selde på skipa, er det ein utfordring for å auke verdiskapinga lokalt er t.d. å utvikle gode tilbud/attraksjonar som ikkje er kostnadskrevjande lokalt, f.eks lokalguiding og aktivitetar som vert kjøpt individuelt på land av passasjerane.

7.2 Tilrettelegging av mottakskapasiteten i regionen

Regionen er ikkje førebudd på store volummottak av cruiseturistar, men heller ikkje på små eksklusive grupper/skip. Vidare satsing krev produkttilpassing uansett, noko RSL allereie er i gong med. Utfordringar knytt til mottakskapasitet er ikkje berre knytt til cruiseturistar, men til heile mottaksapparatet viss ein ynskjer å auke reiselivssatsinga frå småskala til ei meir organisert, profesjonell reiselivsnæring. Skip opp til ca. 1000 passasjerar kan ein handtere i dag, men dei store skipa med 2-3000 passasjerar krev meir tilrettelegging. Kapasitet og tilrettelegging av trafikk på hovudattraksjonane og stoppestadene er knytt til fire tiltak:

1) Trafikkfordeling:

- a. Fordeling av trafikken på formiddag og ettermiddag (ein formiddagstur og ein ettermiddagstur til same stad), i tillegg til å:
- b. Dele opplegget ved attraksjonen/lunsjstaden slik at passasjerane vert delt i 2 grupper - den eine gruppa har eit alternativt opplegg når den andre gruppa er inne på attraksjonen/lunsjstaden/ kaffestoppet, og
- c. Styre trafikken til ulike tider på attraksjonen/stoppestaden ved å ha bussavgangar med litt mellomrom, anna køyrerute og innlagte fotostopp/sightseeing. Eksempel her kan vera at ein deler gruppa og bussane slik at ein del av passasjerane vert køyrt frå Skjolden – Solvorn, og så med ferja til Urnes og tilbake til skipet, mens resten av gruppa køyrer motsett veg frå Skjolden – Urnes, og så med ferja til Solvorn og tilbake til skipet.

Tilsvarande kan det vera eit alternativ å køyre ein del av gruppa frå Sogndal – Fjærland og vidare med Fjærlandsferga til Hella og tilbake til skipet, mens den andre gruppa køyrer Sogndal – Hella og med ferja til Fjærland og tilbake til skipet. Vidare kan desse turane tilbyr ein både som føremiddagsturar og ettermiddagsturar.

- 2) **Kapasitetsutviding:** Gradvis permanent utviding av kapasitet på attraksjonen/ lunsjstaden/kaffestoppet, eller tilrettelegging for ekstra kapasitet i høgsesongen (bemanning og/eller fysiske løysingar som midlertidige bygg/telt og midlertidige opplevingstilbod ved attraksjonen, f.eks. guida vandring eller underholdning som t.d. lokal musikk, dans, salsboder etc. i området rundt attraksjonen, slik at ein kan dele passasjerane i grupper ved ankomst).
- 3) **Fleire tilbod:** Etablering av 1-3 gode og attraktive hovudopplevingar/turar med høg kapasitet (Jotunheimen, Nigardsbreen/andre deler av breen, Urnes stavkyrkje, Kaupanger m/stavkyrkja, hovudgarden og museet, Fjærland m/Bremuseet, breen og Bokbyen + evt. Sogndal som handle/lunsjstopp) ved store passasjertal, og i tillegg utvikle fleire småskala opplevingar/turar med plass til 10-50 (evt. inntil 100) passasjerar, f.eks. gardsbesøk, Hjortefarmen, Munthehuset, stads/byvandring, båttur på fjorden, shoppingtur til Sogndal, vandring etc. for å avlaste hovudattraksjonen i periodar.
- Slike tilbod vil uansett vera viktige å utvikle som ein del av opplevingstilboda ved destinasjonen for både cruisemarknaden og landbaserte turistar. I Nordfjord har ein t.d. utvikla vandring og Opplev Design/Factoryoutlet (besøk på Ricco Vero, Moods of Norway etc. som aktivitetsprodukt i tillegg til volumattraksjonane/turane)
- 4) **Styring av anløpa:** ein kan prøve å spreie anløpa på flest mogleg dagar for å unngå mottak av fleire skip samtidig, og eventuelt freiste å styre trafikken til andre havner når ein ikkje har mottakskapasitet. "Early Warning systems" vert bruk av havnene mot rederia for å halde oversikt over mottak pr. dag for å unngå for stor grad av felles anløp samtidig.

7.3 Infrastruktur og kapasitet på vegnettet.

Når det gjeld kapasitet på vegnettet, så er det nokre avgrensingar knytt til vegstandard i regionen, men ved tilrettelegging av mottakskapasiteten (sjå kap 5) og 40-50 cruiseanløp i året ser det ikkje ut til at desse infrastrukturmessige avgrensingane vil vera kritiske.

Eventuelle avgrensingar knytt til vegstandard i regionen eksisterer mellom Skjolden og Gaupne, vegen mellom Skjolden og Urnes, vegen frå hovudvegen ned til Skjolden, vegen ned til Kaupanger/Amla og delvis knytt til vegen frå Skjolden opp til Sognefjellet (når det gjeld stoppeplassar og parkeringsområde). Det er også utfordringar knytt til parkering for fleire bussar samtidig i Solvorn, ved Urnes stavkyrkje, ved Nigardsbreen og på Sognefjellet. Avgrensa kapasitet på rebåten og ferja mellom Solvorn – Urnes er også ein utfordring ved fleire bussar samtidig. Løysingen på desse utfordringane er prinsipielt samanfallande med dei fire tiltaka for kapasitetstilrettelegging ovanfor, men krev i stor grad samarbeid og finansiering med vegvesenet, fylket og staten. Ein utfordring er vegstrekninga frå Gaupne – Skjolden – Sognefjellet som har status som nasjonal turistveg, og der utvidings- og tilretteleggingstiltak må avklarast i forhold til turistvegstatusen.

Eventuelle infrastrukturtilpassingane knytt til vegnett og trafikkavvikling i regionen kan overordna oppsummerast som følgjer (Skjolden og Sogndal - vegstandard, parkering, stoppeplassar etc.):

- Rv 55 mellom Gaupne - Skjolden og Leikanger – Hella ved store bussvolum samtidig (merk: det krev relativt stor andel skip og passasjerar på tur før dette vert eit problem – meir enn 10-15 bussar samtidig per dag)
- Tilpassing og eventuell utbetring av Turistvegen over Sognefjellet (Rv 55) på strekninga Gaupne – Skjolden og vidare opp til Jotunheimen. Etter synfaring ettersomaren 2007 vurderer ein no moglegheitene for fleire utkøyringsplassar, stoppeplassar og snuplassar for bussar.
- Rv 5 Kaupanger –Amla kan vera eit problem knytt til store tal bussar samtidig, tilsvarande som for deler av Rv 55.
- Fylkesvegen mot Jostedalsbreen/Nigardsbreen er god nok, men det siste stykket mot Nigardsbreen kan eventuelt trenge noko opprusting ved stort tal bussar samtidig.
- Fylkesvegen mellom Skjolden og Urnes stavkyrkje (sørsida av fjorden) har avgrensa kapasitet til mottak av mange busar samtidig.
- Vegen til Veitastromd er vurdert ikkje å ha stor nok kapasitet ved stort tal bussar samtidig.

Det er viktig at ein nøyaktig identifiserer infrastrukturmessig utfordringar knytt til vegnette og avklarar dette i samarbeid med vegvesenet, fylkeskommunen og kommunane før det vert eit problem ved ei eventuell, vesentleg auke i cruisetrafikken. Dette vil kunne gjerast gradvis i løpet av dei komande åra, der ein legg opp til både å justere/regulere trafikkvolumet etter kapasiteten og motsett. Elles er det sentralt å peike på at det er to ulike innfallsvinklar til korleis ein skal forhalde seg til dei infrastrukturelle kapasitetsgrensene:

- logistikk og styring av cruisetrafikken i grupper og på ulike tidspunkt og i totalt passasjervolum som til ein kvar tid vert tekne imot i regionen
- tilpassing og utvikling av infrastrukturen for å utvide kapasitetsgrensene over tid. Begge innfallsvinklane bør nyttast.

Når det gjeld kapasitetsutfordringane ved Urnes og ferje Urnes – Solvorn, så kan ein styre trafikken med t.d. maks fire bussar samtidig, der ein køyrer to bussar får kvar side av fjorden. Når det gjeld ferga så vil det i periodar i sommarsesongen vera ideelt med maksimalt éin buss i tillegg til anna trafikk per avgang. Ein del av dei store skipa vil kunne ha 10-12 bussar på utflukt samtidig (5-600 passasjerar), mens dei større skipa med 2.000 passasjerar kan ha 1.200 passasjerar på utflukt samtidig (ca. 24 bussar). Volum- og kapasitetsmessig knytt til infrastruktur og mottakskapasitet så har ein moglegheit til å spreie desse med den største volumandelen til Jotunheimen (ca. 50 prosent av bussane 10-12 bussar) og resten fordelt med mindre andeler til t.d. Nigardsbreen, Urnes, Kaupanger og Fjærland (4-6 bussar kvar stad). Vidare kan ein også tenkje seg deling av halvdagsturar på føremiddag og ettermiddag, t.d. med åtte bussar til Urnes – fire om føremiddagen og fire om ettermiddagen.

Her finns det mange kombinasjonsmoglegheiter og fordeling på små og store opplevingar/attraksjonar/turar som gjer at ein kan spreie trafikken og verdiskapinga i heile regionen, noko som igjen gjer at infrastruktur og mottaksapparatet kan takle anløp av store skip med mange passasjerar på utflukt samtidig. Utfordringane i forhold til dette ligg på å styre mottak av antall skip samtidig for å unngå 3-4 skip samtidig, og å gjere fleire produkt/turar så attraktive at rederia og passasjererna vert interessert i fleire utflukter og ikkje berre ynskjer ein eller to hovudekskursjonar.

7.4 Urnes stavkyrkje som eksempel på avklaring av tålegrenser for turistbesøk

I brev frå Riksantikvaren til Luster kommune 7. september 2007 uttrykkjer Riksantikvaren uro for kyrkjebygget (Urnes stavkyrkje, UNESCO verdsarv) og omgjevnadene når det gjeld eventuell auke i turistbesøket til kyrkje som følge av framtidig cruiseturisme. Dett gjeld i høve til slitasje, tryggleik og måten ein kan oppleve kyrkja på. Det vert antyda i brevet at småskala turisme truleg vil vera meir teneleg en meir volumbasert turisme som t.d. cruiseturisme for stavkyrkja og miljøet. Riksantikvaren påpeiker faren for negative verknader av naudsynte infrastrukturtiltak knytt til auka konsentrasjonar av turistar samstundes (t.d. parkeringsanlegg, vegutbygging etc.), og meiner at det er formålsteneleg at ein ikkje legg opp til store mengder besøkande samstundes frå cruiseskip, t.d. ved at tilkomsten til kyrkja skal skje med båt (ikkje frå fylkesvegen frå Skjolden), eller at bussane parkerer i Solvorn for ferjeoverfart av passasjerane derifrå. Begge desse løysingane vil gje mindre trong for infrastrukturtiltak for trafikk på Ornes, men vil kunne gje nokre utfordringar knytt til trafikkavvikling og parkering i Solvorn. I brevet frå Riksantikvaren står mellom anna at:

Riksantikvaren vil setje i gong arbeid med å lage ein forvaltningsplan for verdsarven Urenes stavkyrkje, i samsvar med ålmenne krav frå UNESCO.. / .. Verknaden av turistskipkaia i Skjolden vil få mykje å sei for korleis forvaltningsplanen skal innrettast.

Urnes stavkyrkje og området rundt kyrkja er eit eksempel på område i regionen, saman med fleire andre område som t.d. Nigardsbreen og Kaupanger stavkyrkje, der ein bør prøve å definere tålegrensene (carrying capacities) for totalt turistbesøk per tidseining (t.d. per time, ½-dag og dag). Eksempel frå andre land på denne typen tålegrense er grensa på 2.500 besøkande per dag ved Macchu Pichu-tempelet i Peru, der ein etter 5-6.000 besøkande per dag hadde tydelege utfordringar knytt til slitasje og bevaring. Når det gjeld tålegrensene må ein rekne inn både gruppebesøk og besøk av einskildturistar og fastbuande i ulike periodar/dagar i høgsesongen. Når det gjeld Urnes stavkyrkje og Riksantikvaren sine innspel så kan ein mellom anna gje følgjande innspel:

- Det er bra at Riksantikvaren tek ei aktiv haldning til utfordringa knytt til talet på turistbesøk i framtida.
- Det er viktig at reiselivsnæringa/reisemålsselskapet, kommunen, Riksantikvaren og andre interessentar har ein tett og open dialog framover om korleis ein kan og skal tilrettelegge for turistbesøk i framtida, og at ein prøver å ivareta både bevarings- og bruksomsyn i denne dialogen (merk: tilsvarande gjeld for all natur- og kulturressursbruk i reiselivet)
- Det er viktig at ein ikkje berre opplev auka besøkstal som ein trussel, men også som ein moglegheit til å vidareutvikle, oppruste og tilgjengeleggjere området ytterlegare i tråd med formidling og vern av verdsarven samtidig som ein sikrar verdiskaping i reiselivet

Når det gjeld tålegrenser (carrying capacities) og avgrensing av besøket ved Urnes stavkyrkje knytt til cruiseturismen, så ligg utfordringa i å:

- Avgrense det totale talet på cruiseskip per sesong og per dag (t.d. maks 60 skip per sesong og 2-3 skip per dag, tilsvarande ca. 30.000 passasjerar på tur per sesong og ca. 1.000-1.500 passasjerar per dag fordelt på alle attraksjonane/turane i regionen)
- Styre turane til kyrkja logistikkmessig for å unngå store grupper samstundes, f.eks ved å tillate maks 2 bussar/100 passasjerar samstundes på besøk ved kyrkja og/eller ved å legge til rette for forslaga til Riksantikvaren med tilkomst berre med båt eller ferje utan bussar (merk: dette er ei utfordring knytt til tid og det at passasjerane må gå eit stykke frå båten/ferja og opp til kyrkja)

- Tilrettelegge gradvis for større mottakskapasitet ved- eller i tilknytning til kyrkja (t.d. ved utvikling av eit besøkssenter slik som ved Borgund stavkyrkje eller ved tilrettelegging for guida vandring, historiske musikkopplevingar, spel e.l. i området utanfor/i nærleiken av kyrkja).

Tilsvarende vurderingar og etablering av tålegrenser for t.d. Nigardsbreen, Kaupanger stavkyrkje, Jotunheimen m.fl. bør gjerast. Det vil vera svært ulike tålegrenser for dei ulike attraksjonane (Jotunheimen vil i utgangspunktet ha langt større tåleevne enn Urnes stavkyrkje), og tålegrensa vil i tillegg kunne endre seg (opp eller ned) over tid avhengig av ørvig turistutvikling og natur- og kulturverninteresser.

7.5 Cruisedestinasjonane Eidfjord, Olden/Geiranger og Flåm

Cruisedestinasjonane Eidfjord, Olden/Geiranger og Flåm er nokre av dei havnene det er interessant å sjå på ved utvikling av cruiseturisme i regionen. I tabellen nedanfor ser vi eksempel på nokre sentrale attraksjonar og turar ved desse attraksjonane:

Tabell 13: Eksempel på sentrale attraksjonar og turar i Eidfjord, Olden/Geiranger og Flåm

<p>EIDFJORD</p> <p>Spydspiss: Vøringsfossen (+ gode turar)</p>	<p>Vøringsfossen: hovudattraksjon (ca. 5-600) Same tur m/Hardangervidda Natursenter (kapasitet ca. 200 til lunsj/kaffe og omvisning) Sima Kraftverk og Kjeåsen (høgdegard) Geilo med Tog til Voss og tilbake (120 maks. – populær tur – lunsjstopp Geilo) Kinsarvik – Utne – Hardanger folkemuseum – Kvanndal – Ulvik – Eidfjord</p>
<p>OLDEN/GEIRANGER</p> <p>Spydspiss: Briksdalsbreen (+ gode turar og Kjenndalsbreen)</p>	<p>Briksdalsbreen: 700 lunsj (hovudutflukt) Bødalsbreen (120-150 pr. dag) NB: ikkje tilrettelagt for cruise, men ein viktig aktivitet Landturar frå Geiranger: Stryn sentrum + Loen; inntil 40 bussar pr. dag m/lunsjstopp ved bruk av alle hotella Lodalen/Kjenndalsbreen (kort, flat tur), båt på Lovatnet: 60 pr. tur * 5-6 pr. dag 350 pr. dag Scenic Stryn – Strynefjellet m/Nasjonalt park-senteret (styre trafikken for å unngå 10 bussar samtidig; 4-500 passasjerar kapasitet; køyrer til ulike tidspunkt innlagt m/fotostopp) Nordfjord panorama (sightseeing m/kaffestopp) Behov: 1-2 volumturar + ein del aktivitetar; vandring, Opplev Design/Factory outlets (Ricco Vero, Moods of Norway etc.)</p>
<p>FLÅM</p> <p>Spydspiss: Flåmsbana (+ mange gode og varierte turar)</p>	<p>Flåmsbana = hovudattraksjonen (2-300 pr. tur frå cruise, men det er mange turar = det som gjer Flåm attraktiv) Flåm – Voss (to veger start med buss eller tog) Opp – ned til Vatnahalsen (200 stk.) Østerbø – buss op/ned (kaffestopp ca. 100) Geilo – start tog eller buss – lunsj Geilo (120 stk)</p>

<p>FLÅM (forts.)</p> <p>Spydspiss: Flåmsbana (+ mange gode og varierte turar)</p>	<p>Filefjell – Lærdal - Tyin (to vegar: Tyin først eller stavkyrkja Borgund fyrst – mange lunsjstoppmoglegheiter) 09 – 17-18</p> <p>Lærdal – Borgund – Snøvegen (fjellvegen) tilbake m/kaffestopp (Lindstrøm Hotell)</p> <p>Båttur Flåm – Gudvangen – buss Stalheim – tilbake til Flåm (begge vegar ca. 200 maks)</p> <p>Busstur til Stalheim og tilbake til Tvindefossen – kaffestopp på Stalheim</p> <p>Stalheim og ”grottene”/gruvene ”White magic caves”</p> <p>Undredal og Stalheim – kyrkja i Undredal smak av geitost</p>
---	--

Olden har 64 påmeldte skip til 2008-sesongen. Dei har om lag 25.000 passasjerar på utflukt i løpet av sesongen. I tillegg kjem ca. 35.000 passasjerar på dagstur frå Geiranger med lunsjstopp i Stryn/Loen som fyller opp anlegga når dei elles stort sett står tomme på dagen. Det er ikkje uvanleg med 45 bussar samtidig for lunsjstopp, men då vert alle fasilitetane i området nytta. Ved Briksdalsbreen har ein kapasitet til 700 til bords samtidig, og kan ta imot 700 før og 700 etter lunsj same dag. Til saman har Olden ca. 20 ulike utflukter på programmet (Kjenndalsbreen, Lovatnet med båt, Scenic Stryn, Nordfjord panorama, vandreturar, farmvisit, factory outlets mm.). Reisemålsselskapet brukar ca. kr. 300.000 per år på cruise-satsinga, men kan i tillegg bruke havnesjefen på sal av cruise. I tillegg er det etablert ei eigen cruisegruppe som jobbar med sal og utvikling av cruise i Nordfjord.

I tabellen under har vi vist nokre karakteristika ved *Eidfjord* som cruisedestinasjon (etter samtale med reiselivssjef Anne Beth Skjæveland, desember 2007). *Eidfjord* har hatt ei svært god utvikling som cruisedestinasjon dei siste 3-4 åra, men reiselivssjefen erkjenner at det har kosta, og kostar framleis, mykje tid, pengar og menneskekraft.

Tabell 14: Nokre innspel om *Eidfjord* som cruisedestinasjon

<p>Omfang av cruisestasinga</p>	<ul style="list-style-type: none"> • I overkant av 50 anløp i 2006 og 2007 • 40personar involverte i mottak, sikkerheit, etc. – stor logistikkdel og mottaksapparat. • Kostnad pr. år drifting over 1 mill. kr. (1,2 – 1,5 inkl. sal/marknadsføring) • Cruise som fokus, men har tilsett ein ny person som skal ta seg av øvrig reiselivssatsing. • 3 tilsette i reisemålsselskapet • Mykje arbeid med tilrettelegging for ISPS-krava • Toalettkapasitet infrastruktur etc. har blitt tilpassa volumturisme.
--	---

<p>Tilbod og trendar</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Vøringsfossen og nasjonalparksenteret = hovudattraksjon • Sentrale turar: bl.a. Rosendal, Geilo og Hardanger folkemuseum • Halvdagsutflukter står for 60-70% av turane • Andre mindre aktivitetstilbod i nærregionen • Trend: liker aktivitetar å oppleve noe – ønskjer å finne aktivitetar på egne aktivitetar • Cruise = høge tal for repeaters (same rederi, båtar og reisande) – krev vidareutvikling og nye tilbod heile tida. • Voss og Lofthus (Italiensk og Spansk) • Busser (Bergen + omland)
<p>Verdiskaping</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Overnattingsnæringen vil tene på gjenbesøk • Handel: matvarer og souvernirbutikkar etc. • Cruise har hatt stoppeffekt på gjennomgangstrafikk; desse legger ofte igjen meir enn cruisepassasjerane.

8. Guideopplæring og behovet for guidar

8.1 Eksisterande guideopplæring og guidar i regionen

RSL driv lokal guideopplæring knytt til cruisesatsinga i regionen, og ein hadde i 2007 ca. 15 operative guidar. I 2006 vart det gjennomført guidekurs i 3 deler, og det vert stadig jobba med rekruttering av guidar. Under opplæring av guidar har det t.d. vore gjennomført testturar med Gann i Skjolden i 2006, inklusiv test av rundturane/ aktivitetar, test på tyske grupper m/evalueringsskjema og testtur med buss for at guidane skulle få prøve seg. RSL bruker Norsk Guideforbund sin opplæringsmanual og opplæringsmalar, i tillegg til at ein samarbeider med Guideservice i Nordfjord. RSL hadde i 2007 30 personar med variabel breidde i språk og kvalitet med interesse for guiding, der ca. 15 av desse er veldig gode/ferdig opplærde guidar. Merk: vidareutvikling av guidetilbodet er stoppa i 2008 som følge av finansieringssituasjonen etter at Sogndal kommune valte å ikkje vidareføre fellesfinansieringa av cruisesatsinga.

Behovet for talet på guidar vil sjølvsagt vera avhengig av talet på skip og turar per år, men Andre Kvamskog (Norway Cruisehandling) meiner at ein bør jobbe mot utvikling av inntil 30 gode, tilgjengelege guidar viss ein ynskjer å satse på cruise i regionen. Det er avgjerande at guidane er stabile over tid (erfaring), har god utdanning og lokalkunnskap, tilgjengelege språk (engelsk, tysk men også t.d. søreuropeiske språk; italiensk, spansk, fransk) og at dei er tilgjengelege når det er behov for dei. Det siste krev ofte ein delvis profesjonalisering av guiderolla ut frå størst mogleg oppdragsmengde i løpet av sesongen.

Cruisenæringa bestiller tett opptil ankomst (inntil 24 timar før ankomst), men det er eit utviklingstrekk at passasjerane sjølve bestiller turar på nett og ofte før cruiset tek til. Den korte bestillingstida før ankomst er ei utfordring knytt til ekskursjonar med både mange og få deltakarar. Lokalt så bør ein prøve å få ned bestillingstida til 1 veke (eller mindre) hjå underleverandørane, og eventuelt gå inn med midlertidige garantiar frå reisemålsselskapet for å dekke opp avlyste turar/guidar i ein overgangsperiode i cruisesatsinga. Dette gjeld også i forhold til guidar og bussar. Det var ca 26 bussar tilgjengeleg for utflukter i regionen i 2007.

8.2 Samarbeid om guideopplæring og guidar

Voss og Fjordane Guideservice (VFG) ynskjer at det skal skje meir knytt til guideutdanning i Norge generelt og regionen spesielt. Ei løysing kan vera felles kursing av guidar med VFG og avtale på etterbruk i eige område/region. Ei anna løysing kan vera å etablert eit nytt selskap – ein større samarbeidsløysing mellom Voss, Sogn og f.eks Hardanger eller Nordfjord – der ein prøve å holde guidane til oppdrag i sine lokalområde, men at ein kan guide i andre område på ”krise”-dagar. Her kan ein t.d. sjå på moglegheiter for eit samarbeid med Høgskulen i Sogn og Fjordane eller andre om guideopplæring. Norges Guideforbund (NG) krev at ein bruker NG sin plan og ein autorisert guide hjå NG som sensor for å ha autorisert guideutdanning. I tillegg må guidane bli medlem i NG for å vera autorisert. Ut over dette kan ein tenke seg ein utvida autorisasjonsordning der Innovasjon Norge vert involvert i forhold til den nye, nasjonale reiselivsstrategien. Både NG og Ingjerd Dymbe Anda i VFG var med på utvikling av ei nasjonal guideutdanning ved Høgskulen i Stavanger (avd. Norsk hotellhøgskule) på byrjinga av 90-talet som ein bruke som utgangspunkt. Denne utdanninga eksisterer ikkje lenger.

8.3 European Cruiseservices bruk av egne guidar og bussar

European Cruiseservices (ECS) handlar om lag 50- 70% av cruiseanløpa i Norge i dag, og tek stadig marknadsandeler frå dei andre landoperatørane. Viss ECS fortsett å vokse som i dag, vil dei om få år kunne dominere landoperatørmarknaden enno sterkare i Norge.

På ECS sine nettsider står det at “...we are in the process of building the largest cruise ship service company in Northern Europe Our for both shore excursions and ships agency operations. Our intention is NOT to build a network of cooperating companies but to provide our own excellent local service in combination with the most efficient administrative routines available”. Dette kan tolkast positive i retning av at ECS ynskjer på styrke kvaliteten på landturane, men det gir seg samtidig utslag i mellom anna at ECS no har hand om bussar frå bl.a. Bergen (og andre stader) som i stor grad vert nytta ved utflukter i Hordaland og deler av Sogn og Fjordane (t.d. Flåm). Vidare har ECS også hand om guidar i bl.a Oslo, Kristiansand, Bergen (hovudbasen), Olden, Geiranger, Trondheim, Lofoten, Tromsø som vert nytta ved cruiseanløpa knytt til ECS. Dette betyr at behovet for tilgong på lokale bussar og guidar er- og vil bli lågare i framtida viss ECS fortsett å vekse slik dei har gjort fram til no. Dette kan oppfattast positivt ved at ein i mindre grad er avhengig av lokal tilrettelegging av guidar og bussar, og at ein er sikra nok tilgjengelege guidar og bussar ved anløpa, men det vil samtidig kunne slå noko negativt ut når det gjeld lokal verdiskaping. Vidare kan det i verste fall føre med seg lågare lokalkunnskap hjå guidar og sjåførar som igjen kan føre til lågare kvalitet på guidinga og turopplevingane, i tillegg til at ECS vil kunne havne i ein monopol-liknande posisjon som kan føre med seg tøffe forhandlingar om pris og prioritering av anløpsstader sjølv om det hovudsakleg er rederia som avgjer seglingsrutene. Om dette vert resultatet eller ikkje er usikkert, men det er viktig at cruisedestinasjonane er kjend med ECS sin struktur, og tilrettelegg for utvikling og samarbeid ut frå dette. ECS seier sjølve at dei ynskjer å bruke lokale busser og guidar viss dette er tilgjengelige (ref. samtale med Arthur Kordt desember 2007).

Ein bør framleis bygge opp ein lokal guidestyrke og busstilbod, men at omfanget kanskje bør gjerast noko mindre enn om ECS ikkje nytta egne guidar og bussar. Når det gjeld lokal tilgong på bussar frå Fjord1, så er den bra i høysesongen, men utfordringane er noko større knytt til eventuell sesongutviding i mai/juni og august/september. Regionen bør halde fram arbeidet med å bygge opp den lokale guidestyrken, gjerne i eit samarbeid med Voss og Fjordane guideservice og andre guideselskap i Sogn og Fjordane, Hordaland og eventuelt Møre for styrking av ein felles guidestyrke for Sogn, Hordaland og Møre.

9. Kailøysingar i regionen

9.1 Moglege kailøysingar i regionen

Mottaksapparat og drift av kaien har to hovuddelar:

- **Vertskaps- og mottaksapparat på land ved ankomst** - fast kontaktperson, aktivitetar og mottaksarrangement på land, bussar og guidar (logistikk.)
- **Havnevesenfunksjon** – praktiske mottakstenester, sikkerheit (ISPS-krav), drifting og vedlikehald på kaien.

Når det gjeld ISPS sikkerheit på land (sikring, avsperring og sikkerheitspersonell ved ankomst etc. for at uvedkommande ikkje skal ha tilgong til skipa ved kai) så skal djupvasskai i Skjolden byggast etter desse krava, og er planlagt med terminalbygg som skal sluse passasjerane gjennom. Med denne løysinga vil området også sjå fint ut reint estetisk. Det vil ikkje bli nødvendig med gjerder eller andre infrastrukturmessige sikkerheitstiltak i kaiområdet.

Djupvasskaien i Skjolden vil stå ferdig medio mai 2010. Moglegheiter for kaietablering i Sogndal vert utreda nærare av Sogn Næring i 2008. Vidare har tenderkaiannlegg i Kaupanger og Leikanger for i land/ombordstigning knytt til landturar vore nemnt som moglegheiter.

Ein har såleis fire moglege kailøysingar for nordsida av Sognefjorden i Luster, Sogndal og Leikanger:

- Djupvasskai i Skjolden
- Djupvasskai Skjolden + tender i Kaupanger og/eller Leikanger (for rundturar)
- Djupvasskai i Skjolden + djupvasskai i Sogndal (for auka mottak og rundturar)
- Djupvasskai i Skjolden + djupvasskai i Sogndal + tender i Kaupanger og/eller Leikanger

Fjærland kan eventuelt også brukast som tender for av/påstiging, men det krev ekstra seglingslengde inn og ut Fjærlandsfjorden som i dei fleste tilfelle ikkje er ei god løysing.

9.2 Skjolden cruisekai

Skjolden cruisekai ligg midt i storslått natur og i rolige og fredelige omgjevnader, utan nærleik til støy og forureining. Eit viktig kriterium for rederia og passasjerane nærleik til dei store attraksjonar. Skjolden er i ferd med å etablere seg som cruisehavn, og jobbar aktivt med produktutvikling og sal/marknadsføring av heile regionen som cruisedestinasjon.

Fordeler med cruisekaien i Skjolden kan samanfattast i følgjande punkt:

- Ferdigfinansiert fullskalahavn (djupvasskai i tråd med internasjonale krav)

- Nærleik til dei viktigaste attraksjonane i regionen: Nigardsbreen, Jotunheimen, Urnes stavkyrkje + tilgong til sentral dagstur til Sogndal – Kaupanger m/stavkyrkja og folkemuseet og eventuelt Fjærland m/museet. Breen og ferjetur på Fjærlandsfjorden (merk: Fjærland vert også nytta av Olden + ved tenderanløp i Vik og Balestrand)
- Innerst i verdas lengste fjord, Sognefjorden, mellom fjord, fjell (Jotunheimen nasjonalpark) og bre (Nigards/Jostedalsbreen) – ”the heart of Fjord Norway”.
- Ein roleg, småskaladestinasjon som alternativ til t.d. Flåm og Geiranger
- Lokalbefolkninga blir mindre direkte påverka ved anløp i Skjolden enn i t.d. Sogndal (merk: dette kan også vera ein bakdel knytt til verdiskaping og profileffekt)

Skjolden si styrke i forhold til at du kjem inn til hjarta av fjord-Norge lengst inne i verdas lengst fjord – Sognefjorden - tett på opplevingar som Jotunheimen, Jostedalsbreen og Urnes stavkyrkje – vart bekrefta i samtalar med ulike rederi i 2006 og 2007 (Reisemål Sogndal og Luster).

Utfordringar med cruisekaien i Skjolden kan samanfattast i følgjande punkt:

- Manglar ”sentrum” – tiltrekkande område for ilandstigande passasjerar som ikkje er på utflukt (merk: Olden har litt av dei same utfordringane – lite tilbod på sjølve kaien, men dei har framleis mykje besøk og tek manglande sentrumstilbod igjen på gode turar/opplevingar)
- Noko lengre seglingslengde enn t.d. Flåm og Geiranger, og i forhold til ei eventuell kailøysing i Sogndal (merk: det er delte meininger hjå landoperatørane om dette er ein bakdel eller ikkje – seglinga inn fjorden er uansett ikkje vesentleg lenger enn turen til Flåm og Geiranger, i tillegg til at turen til sjølve ”hjarta av fjord-Norge” – vekk frå kvardagen og masseturisme, noko som kan blir ein profil og eit innsalsargument for Skjolden). Skjolden ligg 153 (283 km) nautiske mil frå Bergen, berre 26 (48 km) nautiske mil lenger segling enn Flåm som ligg 127 (235 km) nautiske mil frå Bergen. Turen frå Bergen til Skjolden tilsvarer ca. 1 natt segling for cruiseskipa.
- Nokre vegmessige infrastrukturutfordringar på vegen mellom Skjolden og Gaupne og Skjolden – Urnes viss det kjem store passasjervolum/bussar samtidig, men det meste av trafikken kan i lang tid løysast ved planlegging og timing av skip og turar.

Utfordringar knytt til utvikling/tilrettelegging av attraksjonane/turane og infrastrukturen for å takle trafikkvolumet frå cruiseanløpa (t.d. brebåten, ferja Solvorn – Urnes o.l.) er uavhengig av kvar passasjerane stig i land (havner) i regionen. Relativt lang seglingslengd og sterk konkurranse med andre etablerte havner krev utvikling av gode produkt/opplevingar og kontinuerleg sals/marknadspåverknad i fellesskap på nordsida av Sognefjorden (samarbeid mellom næringa og kommunane Sogndal, Luster og Leikanger), men på same tid så er nærleiken til Flåm og kjerneprodukta i fjord-Norge styrker for havna.

9.3 Sogndal som potensiell cruisehavn

Fordeler ved ei eventuell cruisekai i Sogndal kan samanfattast i følgjande punkt:

- Sentrumsfasilitetar for i ilandstigande passasjerar som ikkje er på utflukt
- Kortare seglingslengd enn Skjolden (merk: dette treng ikkje nødvendigvis vera ein fordel – sjå punktet om ”lang seglingslengde” ovanfor)

- Noko betre utgangspunkt for turar mot Fjærland/Skei og Lærdal/Borgund/Aurland, men det er ikkje sikkert at dette er dei viktigaste opplevingane i den regionale cruisepakka – Skjolden sin nærleik til breen, Jotunheimen og Urnes stavkyrkje kan vera vel så viktig. Fjærland/Skei og Lærdal/Borgund/Aurland er dessutan produktområde som vert brukt aktiv av Flåm og Olden, dvs. ikkje unike tilbod.
- Noko betre infrastrukturløysingar vegmessig ut frå kaianlegget i sentrum enn Skjolden.

Utfordringar ved ei eventuell cruisekai Sogndal kan samanfattast i følgjande punkt:

- Fare for stor dobbelinvestering og konkurranse med Skjolden som allereie nyetablert havn i regionen (sal av dei same opplevingane/turane frå to havner i same produktområde + store kostnader og personressursar knytt til utvikling og drift av kai- og mottaksanlegg for cruiseskip når ein allereie har eit fullfinansiert anlegg i nabokommunen).
- Noko lenger til sentrale attraksjonar som Nigardsbreen og Jotunheimen, og til rundturane knytt til Urnes stavkyrkje.
- Fare for stort fokus og ressursar/midlar knytt til etablering av cruisekai i Sogndal framfor regionalt samarbeid om sal marknadsføring og utvikling av turar/opplevingar med utgangspunkt i Skjolden som regional cruisehavn, og/eller bruk av ressursar på anna reiselivsutvikling i kommunen/regionen (t.d. hotellplanane på Gilde-tomta, auka satsing på- og tilrettelegging for landbasert turisme generelt)

Samanlikna med Skjolden vil djupvasskai i Sogndal ha si styrke knytt til bruk av sentrum for passasjerar som går i land på eiga hand, i tillegg til kortare veg til landturar til Fjærland (rundtur Sogndal – Fjærland – Leikanger – Sogndal) og Kaupanger, samtidig som produkta i Luster er tilgjengelege. Vidare er seglingslenda kortare til Sogndal enn til Luster, og Sogndal har ein noko betre trafikk/vegmessig infrastruktur enn Skjolden, men også i Sogndal vil mogleg verdiskaping i sentrum vera avhengig av meir innbydande sentrumsfunksjonar og etablering av souvernirutsal, kioskar, museum og andre interessante tilbod for individuelle passasjerar som går i land.

Det er det rimeleg å tru at ei djupvasskai i Sogndal i lang tid vil konkurrere om skipa med kaien i Skjolden (konkurrere og/eller alterere, dvs. eit år Skjolden, neste år Sogndal), sjølv om ECS meiner det er trafikk nok til feire havner i regionen. Vidare vil ei kaietablering i Sogndal krevje relativt store investeringar og eit godt fungerande mottaksapparat på land (havnevesenfunksjon: teknisk mottak, drifting og vedlikehald, og vertskapsfunksjon: logistikk, guidar, bussar, aktivitetar ved mottak av skip). Desse kostnadene har vore mogleg i Luster som følge av store økonomiske bidrag frå ein privat investor, kommunen og fylkeskommunen (40 mill. i kaianlegg, 300' pr. år i sal/marknadsføring + kostnader knytt til drift, vedlikehald, guideopplæring etc.).

9.4 Tenderkai i Kaupanger og Leikanger

Når det gjed moglege tenderkailøysingar i Kaupanger og Leikanger gjeld følgjande:

- Tenderkai i Leikanger og/eller Kaupanger kan vera eit alternativ til djupvasskai i Sogndal, noko som opnar for landturar med av- eller påstiging i Kaupanger og/eller i

Leikanger med rundturar inklusiv tur på Fjærlandsfjorden – Fjærland – Sogndalsdalen – Sogndal – Skjolden og turar til/frå Kaupanger. I tillegg er tenderanløp i Fjærland med tur til/frå Skjolden som nemnt eit eksisterande, men mindre aktuelt alternativ.

- Tenderkaiane er ikkje nødvendige – det kan vera betre (enklare for skipa og lågare tilretteleggingsgrad/ kostnader lokalt) å satse på i land- og ombordstigning frå ei, felles hovudkai som utgangspunkt for turar i regionen.

9.5 Vurdering av alternative kailøysingar i regionen

Arthur Kordt i *European Cruise Service (ECS)* gav i samtalar med HSF i desember 2007 følgjande synspunkt på Skjolden og Sogndal som cruisehavner:

- Regionen må ha eit alternativt til Skjolden når det gjelder dei store skipa – ein klarer ikkje å lage utflukter frå Skjolden for 2-3000 menneske.
- ECS har guidar, busser, produkt frå før - Sogndal får trafikk uansett og har ein stor strategisk upside ved sin lokalisering med eit sentrum for passasjerane og gode utfluktsmoglegheiter.
- Produktforskjellen mellom Skjolden – Sogndal er at ein frå Sogndal vil ha kortare veg til rundturar i fleire retningar enn Skjolden – Fjærland, Gaularfjellet, Gudvangen, Lærdal og Vik
- Skjolden og Sogndal vil begge kunne ha anløp. Sogndal er ein måte å diversifisere trafikken på; passasjerane skal køyrast ut og rundt i området
- Skjolden kan bli ei typisk nisjehavn innerst i Sognefjorden med nærleik til Nigardsbreen, Jotunheimen og Urnes stavkyrkje. Ein kan satse på skip inntil 1000 passasjerar og nisjecruise i Skjolden, og større skip i Sogndal. ECS prøver å lage nisjeprodukt for mindre grupper og mindre skip, og betener både dei største og dei minste rederia.
- Sogndal kan bli ”nye Olden” (Geiranger var stor; så kom Olden – neste kan bli Sogndal. Overkapasitet frå Geiranger og Flåm vil komme til Olden og Sogndal)
- Sogndal kan bli ein cruisehavn enten ein vil eller ikkje. Ofte framtvinger havner seg sjølv utan lokal forankring og lokale vedtak.
- Norge har 370.000 cruisepassasjerar i dag – i løpet av 5-10 år vil vi sjå 500.000 passasjerer – fjord-Norge treng nye havner.
- Norge har plass til 1 mill. passasjerer, og det vil vera marknad nok til både Skjolden og Sogndal sjølv om turproduktet er mykje det same.

Eit råd frå Andre Kvamskog i *Norway Cruisehandling* er at rederia og landoperatørane alltid ynskjer seg flest mogleg nye havner og reisemål, men at lokalmiljøa (næringa og kommunane) bør tenke seg nøye om i forhold til ressursbruken knytt til både kaibygging og oppfølging av cruisesatsinga. Erfaringsmessig er kan det vera vilje og forståing for bygging av ei cruisekai, men manglande forståing for ressursbruken knytt til t.d. guideopplæring, sal/marknadsføring, etablering av mottakstenester, vurdering av verdiskapingspotensialet etc. Vidare er det viktig å nemne at cruisesatsing ofte skjer med utgangspunkt i allereie eksisterande infrastruktur, kaianlegg og havnevesenfunksjonar, og ikkje der ein må etablere dette for å realisere cruisesatsinga.

Alternativ reiselivssatsing må vurderast opp mot cruisekai i Sogndal – f.eks. storhotell på Slakteritomta med knyting mot Sogndal Hotell (Choice-kjeda), mogleg nytt shoppingsenter og sentrumsopprusting inklusiv mogleg frigjerung av arealet for Lerum sitt fabrikkområde og utvikling av Nestangen-området/Folkehøgskulen. Rasjonelt regionalt samarbeid er eit anna motiv: kvifor skal ein ha to konkurrerande cruisekaiar i to nabokommunar som sel det same produktet og den same regionen? Her vil det vera bere å styrke samarbeidet rundt eksisterande investeringar i cruisemottak Skjolden, og samarbeide om samla verdiskaping knytt til utvikling av gode tur- og produktløysingar på land.

Sogndal og Leikanger ”slepp” såleis å involverast i kostnader knytt til kai-investeringane, og ein kan konsentrere seg om å tilrettelegge for maksimal lokal verdiskaping frå cruiseturistane i regionen, og styrke samarbeidet om marknadsføring og sal av regionen som cruisedestinasjon og reisemål for landbasert turisttrafikk.

Cruisesatsinga i regionen er berre finansiert av Luster Kommune i 2008. Viss ein ynskjer ei vidare cruisesatsing i regionen så må Sogndal Kommune og næringsaktørar bidra aktivt i den vidare finansieringa. Redusert finansiering frå Sogndal kommune har gitt RSL utfordringar i høve til det etablerte arbeidet knytt til produktutviklinga, marknadsføringa og guideservicen. Guideservicen vert foreløpig redusert inntil auka finansiering frå Sogndal kommune og andre aktørar er avklara. Fellesfinansiering av cruisesatsinga er ein kritisk suksessfaktor for å kunne satse på cruise i området. Brei deltaking frå kommunane og aktørar med økonomiske interessert knytt til cruise i regionen er nødvendig. Verdiskapinga frå cruiseturismen (Skjolden cruisekai) er fordelt på næringsaktørar i både Luster (Urnes, Nigardsbreen, Munthehuset mm.) og Sogndal kommune (Sogn Folkemuseum, Fjærland, Sogndal sentrum v/lunsjstopp og shopping mm.) samt nokon i Leikanger ved rundturar til Fjærland/Fjærlandsfjorden med eventuelt stopp i Leikanger (Sognefjord Hotell, Henjatunet mm.) Sjå kapittel 5 for meir om produkt- og turtilbodet i regionen. Samarbeid og samfinansiering av cruisesatsinga må såleis etablerast uavhengig av kvar og kor mange kaianlegg som eventuelt vert utvikla i regionen.

Følgjande vert *tilrådd* knytt til alternative kailøysingar i regionen:

- **Samarbeid om utvikling av opplevingar, turar, sal og marknadsføring – uansett.** Uavhengig av om det vert utvikla kaianlegg og tenderløysingar i Sogndal, Kaupanger og Leikanger, så er ein avhengig av eit felles samarbeid i Luster, Sogndal og Leikanger om utvikling av opplevingar, turar, sal og marknadsføring av heile regionen som cruisedestinasjon.
- **Samla satsing i regionen med utgangspunkt i Skjolden.** Sjølv om Skjolden havn har utfordringar knytt til seglingslengd og tilrettelegging av infrastruktur og attraksjonar, og Sogndal kan seiast å ha ein noko betre beliggenheit som potensiell cruisehavn i regionen, så kan det argumenterast for at ein ut i frå kostands-, verdiskapings og konkurranseaspektet med bygging av djupvasskai i Sogndal heller bør samlast om ei cruisesatsing med Skjolden som felles djupvasskai der ein jobbar saman om utvikling av gode opplevingar/turar og vurderer tilrettelegging av tenderløysingar på Kaupanger og/eller Leikanger knytt til landturane.
- **Tenderkaiar i Kaupanger og/eller Leikanger er ikkje nødvendig** – det kan vera betre (enklare for skipa og lågare tilretteleggingsgrad/ kostnader lokalt) å satse på i land- og ombordstigning frå ei, felles hovudkai som utgangspunkt for turar i regionen.

Når det gjeld samarbeid – uansett – så gjeld dette spesielt knytt til sal/marknadsføring av regionen som cruisedestinasjon og utvikling av opplevingar/turar for cruiseturistar (med overføringsverdi til landbasert turisme). Reisemål Sogndal og Luster er etablert og eigd av reiselivsnæringa og kommunane med ansvar for sal/marknadsføring av regionen og pådrivarrolla for produktutvikling og prosjektutvikling i reiselivet. Samarbeidet om cruisesatsinga bør såleis løysast gjennom Reisemål Sogndal og Luster (RSL), men ein kan også vurdere å etablere ein felles prosjektorganisasjon knytt til RSL med spesielt ansvar for sal/marknadsføring og produktutvikling overfor cruisemarknaden. Samarbeid med og kontinuerleg delfinansiering frå næringa og kommunane er ein føresetnad for sal/marknadsførings- og produktutviklingsarbeidet. Ikkje minst er det eit vesentleg offentleg ansvar knytt til infrastruktur og vertskapsfunksjonen (vegnett, kaianlegg, gangvegar, benkar etc.)

Vidare er det naturleg å samarbeid med selskap som t.d. Sogn Næring om næringsretta utviklingstiltak og produktutvikling. Når det gjeld organiseringa og driftsfinansieringa knytt til kaianlegga, så treng ein i ikkje nødvendigvis å integrere dette i samarbeidsløysinga. Her vil det vera behov for ein havnevesenfunksjon med ansvar for drift, vedlikehald og praktisk mottakshandtering som kan løysast som eigen organisasjon ved dei til ein kvar tid eksisterande kaianlegga i regionen. Det kan likevel seiast at viss det vert bygd andre kaianlegg i regionen (t.d. i Sogndal, Kaupanger, Leikanger), så kan det vera ein fordel også å samarbeide om ein felles havnevesenfunksjon knytt til alle havneanlegga slik ein t.d. ser i Nordfjord.

Tilrådingane om ei samla, regional cruisesatsinga med utgangspunkt i Skjolden heng saman med fem forhold:

- **Skjolden havn vert realisert** som fullverdig djupvasskai i 2010, og er inne i ein aktiv etablering som cruisehavn for regionen med tunge investeringar frå privat investor, kommunen og fylkeskommunen.
- **Skjolden havn har nærleik til sentrale attraksjonar/opplevingar** som Jotunheimen, Nigardsbreen og Urnes stavkyrkje, og til trass for lang seglingslengde kan havna profitere marknadsmessig på denne produktnærleiken og det at ein kjem til endes i verdas lengste fjord, Sognefjorden, langt frå masseturisme og ”mas” – ”The peaceful Heart of Fjord Norway”
- **Etablering av ei djupvasskai i Sogndal vil kunne bli ei parallellsatsing til Skjolden** innafor det same produktområdet, og vil i lang tid konkurrere med Skjolden om anløp.
- **Etablering av ei djupvasskai i Sogndal vil krevje vesentlege grunninvesteringar** (10 mill eller meir), tilretteleggings og driftskostnader (500’ – 1.000’ kr. pr. år) der kommunen må rekne med å ta ansvar for eit vesentleg bidrag. I tillegg må ein skaffe/kjøpe tenester knytt til ei rekkje stillingar og funksjonar knytt til mottaks- og drifts/vedlikehaldsarbeidet. Desse investeringane og utfordringane må av investorar og kommunen sjåast opp mot tilsvarande økonomisk og praktisk innsats innafor anna reiselivssatsing, næringsutvikling og/eller andre kommunale oppgåver.
- **Investeringar i cruisekai og mottaks/driftsapparat knytt til mottaka er omfattande**, og er isolert sett ingen investering med god inntening/avkastning. Hovuddelen av den lokale verdiskapinga ligg hjå næringsaktørane, og ikkje ved sjølve kaianlegget.

9.6 Konklusjon

Situasjonen er no slik at ein allereie er ein moderne djupvasskai under utvikling i regionen og ein etablert sals-/marknads og produksatsing, dvs. at ein no kan fokusere på samarbeid om regional verdiskaping som følge av grunninvesteringa i Luster ved å konsentrere seg om felles sals/marknadsarbeid og utvikling av gode opplevingar og turar i heile regionen. Sjølv om Sogndal kanskje hadde vore eit betre geografisk havnepunkt i regionen, kan ein framleis nytte produkta i heile regionen ut frå cruisehavna i Skjolden (Kaupanger, Sogndal, Fjærland).

Asbjørn Nes har utvikla utkast til ei ny type fleksibel kailøysing som alternativ modell for ei eventuell cruisekai i Sogndal. Kailøysinga kan vise seg å bli like effektive og langt billigare enn tradisjonelle djupvasskaiar, og prototypen avventar no teknisk test på NTNU. Til trass for moglegheitene med denne kailøysinga tilrådest det at Sogndal uansett utset planane om kaibygging i ut frå eit kostands- og konkurransemessig perspektiv i t.d. 3-5 år, og i mellomtida samarbeideom:

- oppbygging av regionen som cruisedestinasjon med utgangspunkt i Skjolden.
- å bestemme seg for kva type reiselivsutvikling ein ynskjer i Sogndal og resten av regionen, t.d kvar og korleis ein ynskjer cruiseturisme og anna turismeutvikling.
- utvikling av ein regional reiselivsplan for Sogndal, Luster og Leikanger og/eller heile Sogn som verktøy i ein slik prosess.

Ein bør også utrede vidare kva konsekvensar og verdiskaping ei eventuell cruisekai i Sogndal vil gi. Eit tiltak i dette arbeidet kan vera å intervjuje reiselivsnæringa, tilstøytande næring (handel, transportselskap etc.) og lokalbefolkninga kva haldningar ein har til satsing på cruiseturisme i regionen og ei eventuell kaietablering i Sogndal i tillegg til kaianlegget i Skjolden. Vidare må ein vurdere finansieringsgrunnlaget for ei eventuell kaietablering i Sogndal.

I tillegg til forståing for investerings- og drifts/mottaksaspektet ved cruisesatsing, må ein også få forståing for verdiskapingspotensialet ved cruiseturisme vs. anna turisme, berekraft-aspektet ved ulike former for reiselivsutvikling og behovet for produktutvikling knytt til kvalitet og volum på t.d. guidar, bussar og hovudattraksjon(ar) for cruisemarknaden. Eidfjord har Nasjonalparksenteret og Vøringsfossen, Olden/Geiranger har Briksdalsbreen, Lodalen/Kjennedalsbreen, Scenic Stryn, Nordfjord Panorama og store lunsjstopp i Loen/Stryn for landturane frå Geiranger, og Flåm har Flåmsbana og mange gode rundturar. Regionen treng å tilrettelegge tilsvarende volumattraksjonar/turar for å kunne satse tungt på cruiseturisme, i tillegg til bl.a. oppbygging av ein betydeleg guidestamme, tilgong på bussar og tilrettelegging av infrastruktur (vegnett og mottakskapasitet på attraksjonar). Dette er ei utvikling som krev investeringsvilje i både privat og offentleg sektor, og som må tilpassast gradvis i løpet av fleire år (3-10 år).

Ein må jobbe vidare med å betre faktagrunnlag og konsekvensutreding om cruisesatsinga. Cruisesatsinga må gå frå å vera eit lokalt symbolprosjekt til regionalt, konsekvensutreda og kunnskapsbasert nærings- og samfunnsutviklingsprosjekt. Ein bør sjå nærare på kva cruisesatsinga krev av private og offentlege aktørar knytt til infrastruktur, mottaksapparat, produktutvikling og marknads/salsarbeid, samt kva som er kostnaden og kven som skal ha ansvar for dei ulike delane.

Cruisesatsinga inneber mellom anna avklaring av ansvar og finansiering (investering) for fysisk tilrettelegging og drifting av infrastruktur og attraksjonar. Politisk vilje og kapital til investeringar (infrastruktur, vedlikehald, havnevesen, sikkerheit, langsiktig marknadsføring/sal, guideopplæring etc.) og privat investerings- og gründervilje (guidar, bussar, attraksjonar, opplevingar, turtilbod, souvernirutsal, kioskar, økonomisk deltaking i langsiktig marknadsføring/sal etc.) er avgjerande for vidare satsing på cruise marknaden.

Vidare reiselivsutvikling bør ikkje baserast på tilfeldige utspel frå einskildaktørar, synsing eller kommunale prestisjeprosjekt utan kunnskapsbasert konsekvensutredning. Marknads- og verdiskapingshensyn bør vega tyngre enn andre politiske og lokale ynskje, og Sogndal, Luster og Leikanger må samlast om ein felles cruisesatsing på nordsida av Sognefjorden.

Kjelder

Aall, Carlo og Brandshaug, Ståle: *Reiselivet i Sogn og Fjordane – oversyn, kommentarar og strategiske problemstillingar* (inkludert statistikkvedlegget til rapporten), Vestlandsforskning/Høgskulen i Sogn og Fjordane, rapport 03/07

Claudia Copeland, Claudia: *CRS Report for Congress: Cruise Ship Pollution - Background, Laws and Regulations, and Key Issues*, Congressional Research Service, 2007

Cruise Norway: *Markedsplan 2006 – 2007*, 2005

Dowling, Ross K.: *Cruise Ship Tourism*, Cabi International 2006

Gulset, E-M, Henriksen, A: *Bærekraftig reiseliv 2020 – et innspill til nasjonal reiselivsstrategi*, lysarkpresentasjon laga på bakgrunn av eit forprosjekt (udatert).

Horwath Consulting: *Cruiserapport Nordkapp – betydning, utvikling og virkninger*, 2006

Horwath Consulting og TØI: *The Impacts of Cruisetourism to Oslo 2006 – Executive Summary*, 2006

Horwath Consulting: *En oversikt over cruisenæringen i Norge*, Innovasjon Norge rapport nr. 2, 2007

Horwath Consulting: *Cruiseturisme Sogn og Fjordane*, Innovasjon Norge, 2008

Mc Dowell Group: *The Economic Impacts of the Cruise Industry in Southeast Alaska*, 2000

Schmidt, Kira: *Cruising for Trouble: Stemming the Tide of Cruiseship Pollution*, Bluewater Nerwork, 2000

Skamsar, Liv og Torstad, Gunnhild: *Cruiseturisme i Luster – vurdering av infrastrukturelle endringar*, Bacheloroppgåve ved Høgskulen i Sogn og Fjordane 2007

TØI: *Gjesteundersøkelsen 2005*, TØI rapport 813/2005

TØI: *Utenlandske turistars forbruk i Norge 2005*, TØI rapport 823/2006

Internettreferansar/anna: sjå fotnoter i rapporten