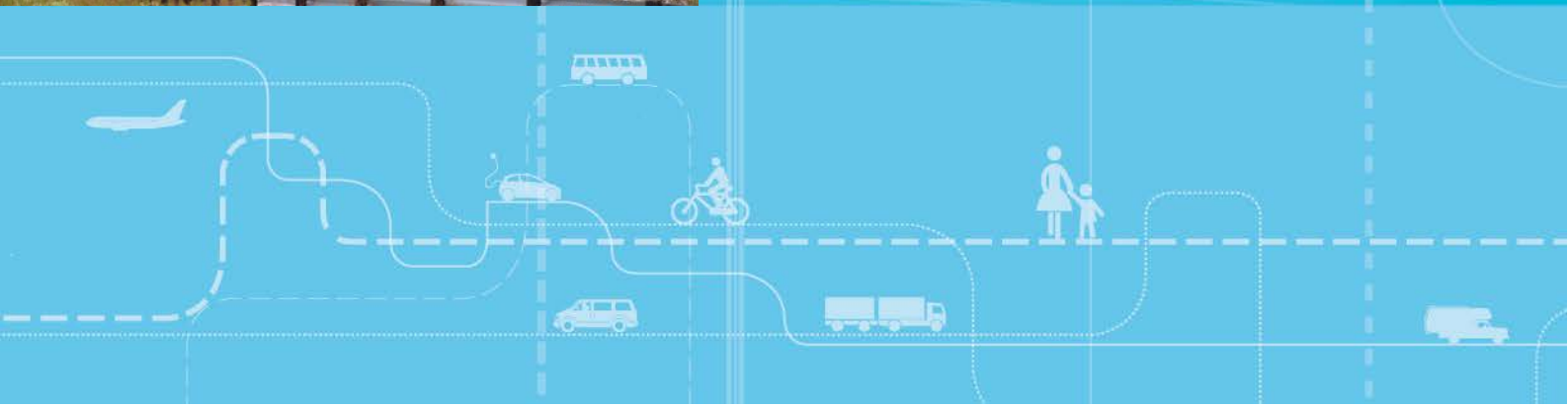


Covid-19 og reiselivet i Hallingdal

En pilotstudie av effektene av koronapandemien i 2020



Covid-19 og reiselivet i Hallingdal

En pilotstudie av effektene av koronapandemien i 2020

Jan Vidar Haukeland
Petter Dybedal
Iratxe Landa-Mata
Frants Gundersen
Knut Bjørn Stokke

Forsidebilde: Shutterstock

Transportøkonomisk institutt (TØI) har opphavsrett til hele rapporten og dens enkelte deler. Innholdet kan brukes som underlagsmateriale. Når rapporten siteres eller omtales, skal TØI oppgis som kilde med navn og rapportnummer. Rapporten kan ikke endres. Ved eventuell annen bruk må forhåndssamtykke fra TØI innhentes. For øvrig gjelder [åndsverklovens](#) bestemmelser.

Tittel: Covid-19 og reiselivet i Hallingdal – En pilotstudie av effektene av koronapandemien i 2020

Forfattere: Jan Vidar Haukeland, Petter Dybedal, Iratxe Landa-Mata, Frants Gundersen, Knut Bjørn Stokke

Dato: 03.2021

TØI-rapport: 1833/2021

Sider: 43

ISSN elektronisk: 2535-5104

ISBN elektronisk: 978-82-480-2365-4

Finansieringskilder: Regionale forskningsfond, RFF Viken, Regionrådet for Hallingdal, Transportøkonomisk institutt

Prosjekt: 4927 – HALLINGREIS

Prosjektleder: Jan Vidar Haukeland

Kvalitetsansvarlig: Eivind Farstad

Fagfelt: Regional utvikling og reiseliv

Emneord: Covid-19, reiseliv, Hallingdal, effekter, pilotstudie

Title: Covid-19 and tourism in Hallingdal – A pilot study of the corona virus pandemic in the Hallingdal region in 2020

Authors: Jan Vidar Haukeland, Petter Dybedal, Iratxe Landa-Mata, Frants Gundersen, Knut Bjørn Stokke

Date: 03.2021

TØI Report: 1833/2021

Pages: 43

ISSN Electronic: 2535-5104

ISBN Electronic: 978-82-480-2365-4

Financed by: Regionale forskningsfond, RFF Viken, Regional Council for Hallingdal, Transportøkonomisk institutt

Project: 4927 – HALLINGREIS

Project Manager: Jan Vidar Haukeland

Quality Manager: Eivind Farstad

Research Area: Regional Development and Tourism

Keyword(s): Covid-19, tourism, Hallingdal region, effects, pilot study

Sammendrag:

Reiselivsnæringen i Hallingdal ble hardt rammet av covid-19 i 2020, og nedgangen i antallet gjestedøgn var betydelig i mars-juni, i august og i november, særlig som følge av bortfallet av utenlandske tilreisende. De norske besøkstallene gikk også sterkt tilbake i mars-mai og på slutten av året, men det var likevel et markant oppsving i kommersielle gjestedøgn i skolens sommerferie. Hyttebruken samt salg og nybygging av hytter har vokst i 2020, og detaljvarehandelen økte derfor samlet sett fram til og med august.

Dette regionale kvalifiseringsprosjektet (pilotstudien) identifiserer flere viktige forskningsspørsmål i lys av pandemien: Hva blir de langsiktige effektene på økonomi og sysselsetting? Hvordan kommer Hallingdal ut sammenliknet med andre reiselivsområder i Norge? Hvilken verdiskaping har de omfattende satsingene på fellesgoder i utmarka gitt? Hvilke muligheter representerer hytteturismen, og hvordan kan bærekraftige reiselivsprodukter videreutvikles? Hvilke endringer kan spores i etterspørselen etter naturbaserte aktiviteter og opplevelser i kjølvannet av covid-19, og hvordan har de naturbaserte reiselivsbedriftene klart å omstille seg?

Summary:

The tourism industry in the Hallingdal region was hit severely by Covid-19 in 2020, as the decline in the number of guest nights was significant in March-June, in August and in November, mainly as a result of the loss of foreign visitor traffic. Still, a marked upswing was noticed in domestic commercial guest nights during the schools' summer holidays. The use of cabins as well as sales of private cabins grew in 2020, and the retail trade therefore increased its overall turnover up to end of August.

The pilot study identifies important research questions due to the pandemic; i.e. the long-term effects on the region's economy and employment, Hallingdal's post corona position compared to other tourism areas, economic side effects of investments in infrastructure for nature-based tourism activities, opportunities represented by increased use of private cabins, potentials for additional sustainable tourism products, changes in the demand for nature-based activities and experiences, and the tourism companies' innovations and adaptations in the wake of the crisis.

Language of report: Norwegian

Transportøkonomisk Institutt
Gaustadalléen 21, 0349 Oslo
Telefon 22 57 38 00 - www.toi.no

Institute of Transport Economics
Gaustadalléen 21, N-0349 Oslo, Norway
Telephone +47 22 57 38 00 - www.toi.no

Forord

Reiselivet har over tid blitt en stadig viktigere næring i Hallingdalregionen, og de seks kommunene Flå, Nesbyen, Gol, Hemsedal, Ål og Hol er helt avhengige av turismen for lokal verdiskaping og sysselsetting. Covid-19-pandemien, som helt uventet slo inn vinteren 2020, førte til en omfattende krise i reiselivsnæringen nasjonalt og internasjonalt. På denne bakgrunn har det vært ansett som påkrevd å kartlegge virkningene av dette sjokket for Hallingdal og å analysere mulighetene for ny, bærekraftig vekst i reiselivet i regionen i etterkant av pandemien.

Denne rapporten oppsummerer pilotstudien av de umiddelbare effektene av covid-19-pandemien i Hallingdal og identifiserer sentrale problemstillinger for videreføring i et mulig hovedprosjekt. Dette regionale kvalifiseringsprosjektet startet opp 1. august 2020 og ble avsluttet ved utgangen av februar 2021. Prosjektet er finansiert av Regionalt forskningsfond, RFF Viken, Regionrådet for Hallingdal/Flå kommune (prosjektansvarlig) og Transportøkonomisk institutt (TØI).

TØI har hatt det faglige ansvaret for gjennomføringen av dette regionale kvalifiseringsprosjektet, med Norges miljø- og biovitenskapelige universitet (NMBU) som samarbeidspartner. Jan Vidar Haukeland (TØI) har vært prosjektleder, og har utarbeidet rapporten i samarbeid med Petter Dybedal (TØI), Iratxe Landa-Mata (TØI), Frants Gundersen (TØI) og Knut Bjørn Stokke (NMBU). Dybedal har gjort de statistiske analysene av markedsendringer og struktur i reiselivsnæringen (kapittel 3 og 4), Landa-Mata har organisert, gjennomført og oppsummert store deler av intervju materialet (kapittel 3, 4 og 5), Gundersen har analysert økonomiske effekter (kapittel 5) med utgangspunkt i tilgjengelig statistikk, og Stokke har bidratt til intervjuing og analyser av implikasjoner for kommunal planlegging og verneområdeforvaltning (kapittel 6). Administrasjonskonsulent Trude Kvalsvik har stått for redigeringen av rapporten, og forskningsleder Eivind Farstad har kvalitetssikret innholdet.

Alle som deltok i intervjuene, takkes for at de delte sin tid og sine kunnskaper og erfaringer med prosjektgruppen. En spesielt stor takk rettes til administrasjonen i Regionrådet for Hallingdal, som deltok i to dialogmøter med forskere i prosjektet, for de mange verdifulle og konstruktive innspillene til rapporten.

Til tross for medvirkning fra andre, er det forskergruppen som står faglig ansvarlig for rapporten og dens eventuelle feil og mangler.

Oslo, mars 2021

Transportøkonomisk institutt

Bjørne Grimsrud
Direktør

Frants Gundersen
Konstituert avdelingsleder

Innhold

Sammendrag

Summary

1	Innledning	1
1.1	Bakgrunn.....	1
1.2	Formål.....	2
1.3	Rapportstruktur	2
2	Metoder	3
2.1	Statistiske analyser av foreliggende materiale	3
2.2	Intervjudata	4
2.3	Dialogmøter	5
3	Endrede markedsforutsetninger	6
3.1	Volumer og strukturer i det nasjonale og internasjonale markedet	6
3.2	De besøkendes etterspørsel etter varer, tjenester, naturopplevelser og -aktiviteter.....	10
4	Videreføring av eksisterende og utvikling av nye reiselivsprodukter	15
4.1	Muligheter for videreføring av eksisterende naturrelaterte reiselivsprodukter.....	15
4.2	Potensialer for nye og innovative naturrelaterte reiselivsprodukter	19
5	Økonomiske effekter av endringene i vinter- og sommersesongen 2020	22
5.1	Næringsstruktur og dynamikk	22
5.2	Implikasjoner for kommunal og fylkeskommunal næringspolitikk basert på egne intervjudata	26
6	Implikasjoner for kommunal arealplanlegging og utmarksforvaltning i verneområdene	31
6.1	Analyse av egne intervjudata.....	31
7	Oppsummering og forslag til videre refleksjoner	36
7.1	Hovedresultater fra analysene.....	36
7.2	Anbefalinger for et mulig hovedprosjekt.....	41
	Referanser	43

Sammendrag

Covid-19 og reiselivet i Hallingdal

En pilotstudie av effektene av koronapandemien i 2020

TØI rapport 1833/2021

Forfattere: Jan Vidar Haukeland, Petter Dybedal, Iratxe Landa-Mata, Frants Gundersen og Knut Bjørn Stokke
Oslo 2021 43 sider

Reiselivsnæringen verden over ble hardt rammet av covid-19 i 2020, og Hallingdalregionen i Norge har også i høy grad fått merke de negative virkningene av den globale pandemien gjennom dette året etter nedstengningen av samfunnslivet i mars måned. Nedgangen i antallet gjestedøgn var betydelig i mars-juni, i august og i november. Særlig det nesten totale fraværet av utenlandske tilreisende etter at pandemien slo inn forklarer mye av denne nedgangen. De norske besøkstallene gikk også sterkt tilbake i mars-mai og på slutten av året, men det var likevel et markant oppsving i kommersielle gjestedøgn i skolens sommerferie. Også hyttebruken samt salg og nybygging av hytter har vokst i 2020, og resultatet har vært at delvarehandelen samlet sett økte i perioden fram til og med august. Spesielt innen salg av bygge- og interiørvarer ol., men også innen detaljomsætning for dagligvarer i sommerferienekene, var det en merkbare vekst. Antallet konkurser har ikke økt i 2020, snarere tvert om, mens den registrerte arbeidsledigheten har økt mye i alle kommunene med unntak av Flå.

Intervjuer med nøkkelinformanter i Hallingdalregionen viser at nordmenns økte interesse for å feriere i Norge antas å være en vedvarende trend, og at friluftslivet har styrket sin posisjon relativt sett som følge av covid-19 – noe som kommer til uttrykk i økt interesse for kjøp av fritidsbolig og hyttelin. I denne forbindelse frambevises det at naturbaserte opplevelser som kan gjentas flere ganger, har gode muligheter for å lykkes. Men det pekes på at dette også krever god tilrettelegging, gjennom både effektiv markedsføring og god produktutvikling, slik at de naturbaserte tilbudene blir enkle å både finne fram til og å bruke. Mye tyder på at man til en viss grad har lykkes med dette ettersom antallet bedrifter innen turledelse og guiding har økt fra 2017.

I Flå kommune er det lite som tyder på at hyttebyggingen har økt presset på verneområdene. I Hol er det løpende kontakt mellom verneområdeforvaltningen, kommunal sektor og VisitGeilo, og det anses å være god koordinering når det gjelder besøksforvaltningstiltak i randsonene til Hallingskarvet nasjonalpark. Dette vurderes som viktig ettersom pandemien har ført til mer bruk av aktivitetstilbud som turguiding i utmarka, og generelt har det vært flere besøkende i naturområdene. I en periode med økende besøk, med mer biltrafikk, flere turgåere, syklistene o.l. har det vært viktig å få på plass en besøksstrategi som i stor grad kanaliserer ferdsele til prioriterte stier og deler av nasjonalparken. Det er viktig at tiltak innenfor vernegrensene og i randsonene, dvs. ved innfallsportene, er godt koordinerte for å sikre både gode opplevelser for de besøkende og fortsatt ivaretagelse av verneverdiene.

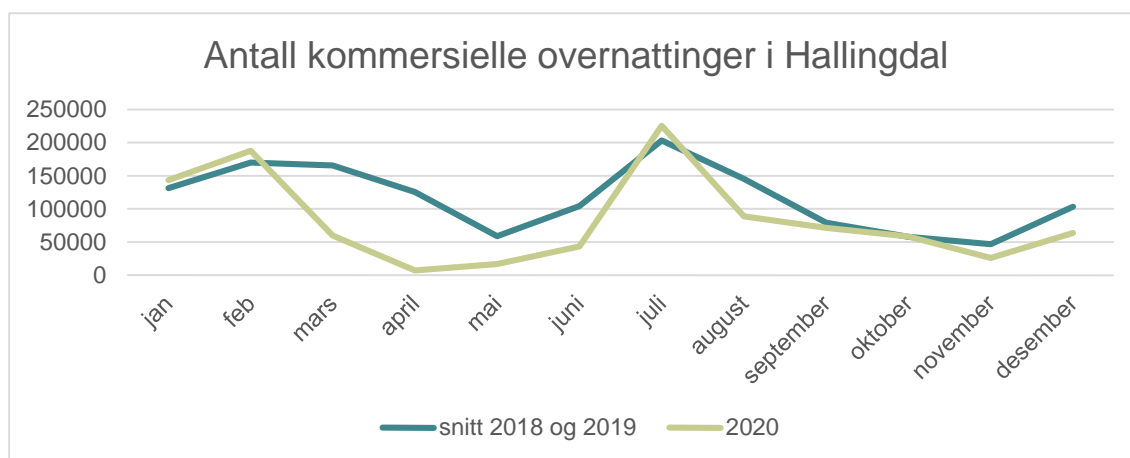
Reiselivet i Hallingdal og effektene av covid-19

Reiselivet er en svært viktig næring i Hallingdalregionen, og de seks kommunene, Flå, Nesbyen, Gol, Hemsedal, Ål og Hol, er i stor grad avhengige av turismen for lokal verdiskaping og sysselsetting. Koronapandemien, som uventet slo inn vinteren 2020, og den påfølgende krisen i reiselivsnæringen som følge av nedstengningen av samfunnet, stengte grenser og krav om sosial distansering utover året, har gjort det påkrevd både å undersøke effektene av pandemien og å se nærmere på potensialene for videre utvikling av reiselivet. Utmarksressursene inkludert store verneområder utgjør et viktig ressursgrunnlag for reiselivet i regionen, og spørsmålet er nå hvordan disse naturverdiene kan komme til bærekraftig anvendelse gitt de endrede forutsetningene.

Endrede markeder

Analysen av markedsendringene baserer seg på bearbeiding av forliggende overnattingsstatistikk fra Statistisk Sentralbyrå og intervjuer med sentrale aktører i regionen. *Den statistiske analysen av endringer i besøkstallene* viser følgende hovedtrekk for Hallingdal totalt (eksklusive Flå kommune):

- Stor nedgang i antall gjestedøgn i perioden mars-juni, i august og i november (figur S1).
- Nedgangen på i alt ca. 360.000 overnattinger (-28 prosent) henger sammen med den bortimot totale utestengningen av utenlandske reisende. Antallet utenlandske gjestedøgn sank med 55 prosent, eller knapt 268.000. Ser vi bort fra januar og februar, gikk den utenlandske trafikken ned med 82,6 prosent (tabell S1).



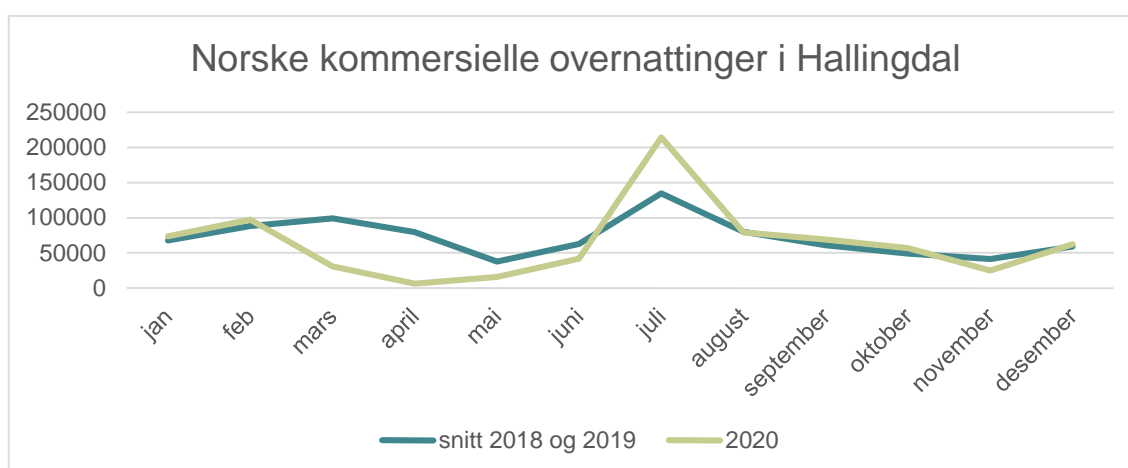
Figur S1: Antall overnattinger i hotell, camping og hyttegrend per måned i Hallingdal eksklusive Flå kommune i 2018/2019 og 2020. Kilde: SSB overnattingsstatistikk og statistikknett.no.

Tabell S1: Antall overnattinger i hotell, camping og hyttegrend per måned i Hallingdal eksklusive Flå kommune i 2018/2019 og 2020. Kilde: SSB overnattingsstatistikk og statistikknett.no.

	gjennomsnitt 2018 og 2019	Sum gjestedøgn			Norske gjestedøgn		Utenlandske gjestedøgn	
		2020	Endring i antall gjestedøgn	Endring i prosent	Endring i antall gjestedøgn	Endring i prosent	Endring i antall gjestedøgn	Endring i prosent
januar-februar	301 201	331 252	30 051	10,0	14 972	9,6	15 075	10,4
mars-mai	350 241	83 845	-266 396	-76,1	-163 579	-75,5	-102 834	-76,9
juni-august	453 185	358 032	-95 153	-21,0	57 271	20,6	-152 424	-86,8
sept.-oktober	137 567	130 163	-7 404	-5,4	15 704	14,3	-23 107	-83,7
nov.-desember	150 110	89 728	-60 382	-40,2	-13 223	-13,2	-47 168	-95,1
Sum året	1 392 304	993 020	-399 284	-28,7	-88 855	-10,3	-310 457	-58,4
Sum mars-des	1 091 103	661 768	-429 335	-39,4	-103 827	-14,7	-325 532	-84,2

- Nedgangen er relativt jevnt fordelt (målt i prosent) over månedene fra mars til november. Totalt gikk antall gjestedøgn ned med 39,4 prosent i perioden mars-november sammenliknet med gjennomsnittet for samme periode i 2018 og 2019.

- Den norske trafikken gikk ned med 14,7 prosent i perioden mars-november. Hovedtyngden av tapet kom i mars-mai, mens det var en oppgang i norske besøk i periodene juni-august og september-oktober.
- Oppgangen i sommermånedene kan tilskrives juli måned (figur S2), da antallet norske gjestedøgn i juli 2020 var nesten 60 prosent høyere enn gjennomsnittet for juli 2018 og juli 2019.
- Ser vi på hvorledes utviklingen har vært i de forskjellige Hallingdalkommunene i 2020 for månedene mars til og med desember, sammenliknet med gjennomsnittet for de samme månedene i 2018 og 2019, er nedgangen størst i Hemsedal og Hol (ned 48,7 og 42,9 prosent).



Figur S2: Antall norske overnattinger i hotell, camping og hyttegrend per måned i Hallingdal eksklusive Flå kommune i 2018/2019 og 2020. Kilde: SSB overnattingsstatistikk og statistikknett.no.

Intervjudataene med private og offentlige aktører i Hallingdalregionen bekrefter hovedinntrykkene fra den statiske analysen; de fleste informantene har erfart at antallet besøkende i regionen for perioden mars-oktober har gått ned totalt sett. Endringene i besøksstruktur har imidlertid vært enda mer markante. Tidspunktet som pandemien inntraff på, forklarer hvordan de ulike delene av reiselivsnæringen er blitt påvirket, siden de baserer seg på ulike type markeder i ulike sesonger.

Mer spesifikt pekes det på at i 2020 har strømmen av tilreisende primært vært konsentrert til skolens ferier, til fellesferien og til helgene ellers. De besøkende var helt fraværende på grunn av reiserestriksjonene i mars-april, men tilstrømmingen økte betraktelig i sommer-sesongen, og spesielt i juli, for å så gå bratt ned etter at skolen startet. Utover høsten er man så kommet tilbake til et mer normalt nivå igjen. Enkelte intervjuede framhever også at besøket utenfor sommerferien er blitt klart størst i helgene, mens ukedagene utover høsten har vært roligere enn tidligere år.

I 2020 har de besøkende i første rekke vært nordmenn, og økningen i sommer skyldes norske gjester som var på sommerferie og som ikke kunne reise utenlands pga. covid-19-pandemien. Mange av disse var hyttegjester, enten disse var barnefamilier, voksne eller pensjonister. Fritidsboligene i hytteområdene har generelt sett vært brukt mer enn før. Det har også vært barnefamilier som har oppholdt seg noen dager i regionen, og nordmenn på reise mellom øst og vest.

På den andre siden har antallet gjester fra tradisjonelle europeiske markeder som Sverige, Danmark, Tyskland og Nederland, og særlig fra fjernmarkedene, blitt kraftig redusert.

F.eks. er de asiatiske bussturistene som pleier å stoppe og handle på vei til Oslo/Bergen i Flå, blitt helt borte.

Spesielt merkes nedgangen i den mer organiserte delen av reiselivet, dvs. i kurs/konferanse- og gruppemarkedet og i antallet leirskoler. Bortfallet av internasjonale gjester og de mer spesialiserte markedene legges særlig merke til på hverdager og utenfor skoleferien, når nordmenn i mindre grad kan reise.

Endringer i etterspørsel etter varer, tjenester, naturopplevelser og -aktiviteter

Den statistiske analysen av besøkendes etterspørsel etter varer, tjenester viser følgende hovedtrekk:

- Samlet omsetning i detaljhandel (unntatt salg av motorvogner) gikk ned med 28,4 prosent i mars og april 2020 sammenliknet med gjennomsnittet for mars og april i 2018 og 2019 (tabell S2).
- Omsetningen økte så markant i periodene mai-juni og juli-august, noe vi med stor sikkerhet kan si henger sammen med at hyttefolket vendte tilbake, samt at norske gjester fylte opp de kommersielle sengene (og vel så det!) i juli.
- Samlet økte omsetningen i detaljhandelen med 5,6 prosent i perioden mars-august i 2020 sammenliknet med gjennomsnittet for mars-august i 2018 og 2019.

Tabell S2: Omsetning i detaljhandel (NACE gruppe 47) i Hallingdal etter mva-termin. Kilde: SSB spesialutkjøring.

	Gjennomsnitt 2018/2019	2020	endring	endring %
Januar-februar	410071	438494	28424	6,9
Mars - april	505236	361566	-143670	-28,4
Mai-juni	400271	476964	76694	19,2
Juli-august	571555	721786	150231	26,3
Sum mars-august	1477061	1560316	83255	5,6

- Foretaksgruppen dagligvarer viser omtrent samme bilde som den totale omsetningen i detaljhandelen (tabell S3).
- Et tilsvarende bilde finner vi igjen innen handel med klær, sko, sportsutstyr og andre fritidsartikler, bortsett fra at nedgangen i mars-april var ekstra markant.
- Salg av drivstoff falt også mer enn dagligvarehandel i mars-april, men her økte ikke handelen de påfølgende månedene, slik at samlet salg gikk ned med over 10 prosent i perioden mars-august i forhold til samme periode i 2018/2019.
- Salg av bygge- og interiørvarer viser et atypisk bilde. Det var sterk økning i alle to-måneders periodene, men lavest i mars-april.

Tabell S3: Omsetning i detaljhandel for utvalgte næringsgrupper innen detaljhandel i Hallingdal etter mva-termin. Kilde: SSB spesialutkjøring.

	47.1 Detaljhandel med dagligvarer		47.3 Detaljhandel med drivstoff til motorvogner		47.5 Bygge- og interiørvarer, elektriske artikler etc		47.6 + 46.7 Klær/sport/fritid/spesialforretninger	
	omsetning 2020 mill kr	endring i prosent 2028/19-2020	omsetning 2020 mill kr	endring i prosent 2028/19-2020	omsetning 2020 mill kr	endring i prosent 2028/19-2020	omsetning 2020 mill kr	endring i prosent 2028/19-2020
jan-feb	202	5,5	54	-4,9	52	36,3	63	4,1
mars-april	171	-27,8	41	-35,6	46	20,3	50	-42,6
mai-juni	195	22,1	58	-7,9	72	47,5	75	23,5
juli-august	316	31,8	89	5,9	87	29,0	113	28,8
mars-august	683	7,2	188	-10,7	205	32,7	238	1,0
Data tilgjengelige fra følgende kommuner	Nes, Gol, Hemsedal, Ål, Hol		Flå, Nes, Gol, Hol		Flå, Nes, Gol, Ål, Hemsedal		Gol, Ål, Hol, Hemsedal	

Intervjuene viser også at informantene mener at etterspørselen etter varer og tjenester, naturopplevelser og -aktiviteter har vært klart påvirket av koronasituasjonen:

Det har vært et oppsving i varehandelen, og det har vært større omsetning enn vanlig i perioder. Dette skyldes at nordmenn har konsentrert ferieforbruket til sommerferien i Norge, og dels at de besøkende også har ønsket å støtte opp om lokalt næringsliv – i hvert fall i en tidlig periode av pandemien. Både bygg- og anleggssektoren, varehandelen og aktivitets- og opplevelsestilbydere har nytt godt av dette.

På den annen side har (delvis) serveringsnæringen og kurs- og konferansearrangørene hatt en svært vanskelig periode.

Grunnlaget for videreføring av eksisterende og utvikling av nye naturbaserte reiselivsprodukter.

Det statistiske materialet fra SSB viser at det til sammen var 94 overnattingsvirksomheter i Hallingdal som rapporterte til SSB (tabell S4).

Tabell S4: Antall overnattingsbedrifter i Hallingdal og Krødsherad per august 2020.

	Flå	Nesbyen	Gol	Hemsedal	Ål	Hol	Hallingdal
I alt	4	12	19	20	14	25	94
Hotell og liknende	1	3	8	7	4	10	33
Campingplasser	1	5	6	4	4	3	23
Hyttegrender og vandrerhjem	2	4	5	9	6	12	38

Kilde: SSB overnattingsstatistikk.

Disse hadde til sammen 11 116 senger tilbudt i august 2020. Videre var det totalt sett 63 virksomheter i serveringssektoren i Hallingdal i 2017, og i 2020 i alt 66 virksomheter.

Sysselsettingen per 1. januar har gått relativt mye ned de siste årene, fra 320 i 2017 til 257 i 2020 (tabell S5).

Tabell S5: Antall serveringssteder og antall sysselsatte i Hallingdalkommunene per 1.1 2017 og 1.1 2020.

	2017			2020			Antall nye virksomheter
	Antall virksomheter	Antall virksomheter uten sysselsatte	Antall sysselsatte	Antall virksomheter	Antall virksomheter uten sysselsatte	Antall sysselsatte	
Flå	2	0	23	4	2	19	1
Nesbyen	5	1	20	7	3	22	2
Gol	14	4	55	9	2	49	9
Hemsedal	17	1	130	24	6	105	9
Ål	4	2	14	5	3	12	3
Hol	21	7	78	17	8	50	5
Hallingdal	63	15	320	66	25	257	29

Kilde: Virksomhets- og foretaksregisteret (VoF).

Tabell S6: Antall turismerelaterte virksomheter og antall sysselsatte i Hallingdal per 1.1 2017 og 1.1 2020. Eksklusive overnattingsvirksomheter og persontransport.

	2017			2020			Antall nye virksomheter
	Antall virksomheter	Virksomheter uten sysselsatte	Antall sysselsatte	Antall virksomheter	Virksomheter uten sysselsatte	Antall sysselsatte	
Reisebyråvirksomhet/Reisearrangørvirksomhet	4	0	6	5	2	9	2
Turistkontorvirksomhet og destinasjonselskaper	6	3	13	8	4	16	2
Guider og reiseledere	5	2	3	13	11	2	10
Opplevelser, arrangement og aktiviteter	33	18	44	35	17	64	12
Drift av kulturhistoriske museer, bygninger etc	8	3	31	8	3	21	0
Sum	56	26	97	69	37	112	26

Innenfor andre turismerelaterte virksomheter (tabell S6) var det i alt 56 virksomheter i drift i per 1.1.2017 og 68 per 1.1.2020. Flest virksomheter finner vi innen «Opplevelser, arrangement og aktiviteter», 33 i 2017 og 34 i 2020. Man kan ellers merke seg at størst vekst i antall virksomheter er kommet innen næringskategorien «Guider og reiseledere», som økte fra 5 til 13.

I følge virksomhetsregisteret fantes det i 2017 10 turbussforetak i Hallingdal i 2017 og åtte i 2020. Antall sysselsatte utgjorde 72 i 2017 og 68 i 2020. De aller fleste var sysselsatte i Nettbuss (Vy buss) og i Geilo turbusser, til sammen 60 i 2017 og 54 i 2020.

Intervjudataene viser at det er blitt enda bedre vilkår for videreutvikling av naturbaserte produkter som resultat av koronapandemien:

Nordmenns økte interesse for å feriere i Norge er trolig en vedvarende trend, og friluftslivet har generelt styrket sin posisjon relativt sett som følge av covid-19. Muligheter for videreføring av eksisterende naturbaserte reiselivsprodukter kobles også til økt interesse for fritidsbolig og hytteliv. I denne forbindelse framheves det at naturbaserte opplevelser som kan gjentas flere ganger, har gode muligheter for å lykkes:

Naturbaserte opplevelser anses som en trygg og sunn ferieform. Det vil bli en økende etterspørsel etter f.eks. unike overnattingsstilbud, tilrettelagte tilbud (stier, løyper for ski og sykkel, klatreparker, *Via Ferrata*, premiering for å nå turmål, finne fram, osv.). Salg av lokal

(økologisk) mat, lokale kulturtilbud, miljøvennlig lokaltransport, guidede vandre- og sykkel-turer mv. vil ha gode utviklingsmuligheter.

Men det pekes på at dette også krever god tilrettelegging, gjennom både effektiv markedsføring og god produktutvikling, slik at de naturbaserte tilbudene blir enkle å både finne fram til og å bruke.

De økonomiske effektene og implikasjonene for kommunal og fylkeskommunal næringspolitikk

I *den statistiske næringsanalysen* har vi også sett på videre ringvirkninger av pandemien. Med reiselivet som viktig næring er det ikke overraskende at pandemien i 2020 rammer regionen spesielt hardt. Imidlertid er det to faktorer som kan dempe virkningen. For det første innførte regjeringen en del støtteordninger for næringslivet som mistet omsetning pga. pandemien. For det andre har Hallingdal svært mange fritidseiendommer.

Pandemien har derfor generelt sett ikke gitt flere konkurser i Norge, og faktisk var antall konkurser i juli og august 2020 de laveste vi har hatt i de senere år, og vi må helt tilbake til 2007 for å finne like lave tall i to etterfølgende måneder (også det juli og august). Tallene for september til november 2020 har steget igjen, men ligger likevel under gjennomsnittet for tilsvarende måneder de siste årene.

De lave konkurseratene i siste halvdel av 2020 kan tyde på at de offentlige virkemidlene har hatt god effekt. I Hallingdal er det faktisk bare registrert fem konkurser siden 1. juli og til uke 51 i 2020. De tre foregående halvårene hadde hhv. åtte, syv og seks konkurser. Hallingdals store hyttebefolkning har gitt lokal etterspørsel og dermed sysselsetting, og konkurstatistikken viser at regionen, til tross av de problemene som er nevnt ovenfor, kom ganske godt ut av pandemien.

Det er imidlertid to faktorer som utfordrer dette bildet: For det første er det usikkert om lave konkurser bare er en utsettelse av problemene. De fleste virksomheter har en viss buffer, og vil i det lengste utsette en konkurs. Offentlige virkemidler kan dermed først og fremst brukes til å utsette konkursen. For det andre, og i forlengelse av det første, var en utbredt handlemåte for reiselivsbedrifter å både motta offentlig støtte (og dermed unngå konkurs) og å permittere ansatte. Så selv om virksomheten ikke forsvant, så forsvant aktivitetene og sysselsettingen. Dette ser vi delvis av statistikken for arbeidsledige (tabell S7). I alle kommunene bortsett fra Flå har antall arbeidsledige steget. Økningen har også vært relativt stor. Ser en bort fra Flå, har økningen vært mellom 84 (Nesbyen) og 492 (Hemsedal) prosent for de andre kommunene.

Tabell S7: Antall helt arbeidsledige i Hallingdal etter kommune per desember 2020 og endring fra desember 2019

	Antall ledige des. 2020	Prosent av arbeidsstyrken	Endring i antall ledige fra des. 2019
3039 Flå	8	1,5	-1
3040 Nesbyen	35	2	16
3041 Gol	87	3,4	66
3042 Hemsedal	71	4,9	59
3043 Ål	46	1,8	22
3044 Hol	94	3,7	72
Resten av Norge	106600	3,8	45971

Kilde: NAV (2021).

Næringslivet i Hallingdal er altså relativt solid, med stor privat sektor og med en hyttebefolkning som gir ekstra lokal etterspørsel. Men reduksjon i aktivitetsnivået, og dermed økt arbeidsledighet, kan tyde på at næringslivet har en del utfordringer de nærmeste årene.

Intervjudataene her drøftet i stor grad de økonomiske effektene og implikasjonene for kommunal og fylkeskommunal næringspolitikk:

De økonomiske effektene av koronapandemien vurderes som betydelige. Virkningene har vært ulike for forskjellige sesonger og deler av næringslivet. Spesielt hardt har det gått utover skisentrene, som mistet deler av vintersesongen i mars/ april, og overnattingsbedrifter som har hatt utenlandske gjester («midtuketurister»). Kurs- og konferansemarkedet har ligget nede, det samme gjelder eventselskaper, dvs. bedrifter som står for ulike typer av arrangementer, artister innen kultur og idrett, kollektivtransporttilbydere o.l.

I sum gjør disse problemene at også destinasjonsselskapene sliter pga. bortfall av inntekter fra medlemsbedriftene som følge av omsetningssvikten. Dette oppfattes som en ond sirkel, fordi hele regionen taper på at innsatsen til produktutvikling og markedsføring må reduseres. Det antas at vintersesongen 2020/21 vil bli vanskelig, og det trengs også omstilling til helårsdrift og utvikling av flere produkter.

Ringvirkningene av problemene i disse sentrale delene av reiselivsnæringen er merkbare. F.eks. er det vanskelig for overnattingsvirksomhetene å holde på ansatte i fulle stillinger når gjestene uteblir i perioder. Mange informanter er derfor opptatt av omfanget og innretningen på de offentlige tiltakspakkene.

Oppfatningene er at kapital og stimulerings tiltak bør innrettes mot de virksomhetene som har størst ringvirkninger lokalt. Bedriftene trenger også forutsigbare kompensasjonsordninger, og både bedriftsrettede tiltak for å styrke innovasjon og entreprenørskap og mer generelle satsinger som kan komme flere til gode, trekkes fram. Det bør være en god blanding av akutte krisepregede tiltak og mer langsiktige satsinger, som f.eks. videreføring av den vellykkede terrengsykkelsatsingen i Hallingdal.

Ved siden av markedsføring og produktutvikling, pekes det også på at det er behov for ressurser til kompetanseutvikling og nettverksbygning samt infrastrukturtiltak for å skape mer «robuste strukturer». Mange peker på at både kommuner og fylkeskommunen har virkemidler som har vært brukt, og flere berømmer også den offentlige innsatsen (selv om meningene her er noe delte).

Generelt uttrykkes et ønske om en aktiv kommunal næringspolitikk og kompetanse på næringsutvikling i kommunal sektor. Det pekes på flere viktige offentlige verktøy og tiltak, som at fylkeskommunen har en del virkemidler (økonomiske tilskudd, kompetanseheving, støtte til innovasjon og entreprenørskap, rådgiving, mv.), og at kommunene finansierer «Hallingdal etablerersenter» som kan bistå nyetablerere med både kunnskap, veiledning og info om støtteordninger mm. Kommunene har også næringsrådgivere/-utviklere som kan bistå med veiledning, samt at alle kommunene har sine ordinære «næringsfond» e.l. som virksomheter kan søke tilskuddsmidler fra, i tillegg til krisepakke fra staten. Imidlertid hevdes det også at disse virkemidlene ikke er tilstrekkelige, og det pekes også på at primærkommunene i virkeligheten har begrenset med ressurser å sette inn.

Kommunal planlegging og forvaltning for tilrettelegging og bærekraftig bruk av utmarksressursene i verneområdene

Intervjudataene peker i retning av at besøksmønsteret som følge av pandemien har ført til mer bruk av aktivitetstilbud som turguiding i utmarka, og generelt har det vært flere besøkende i naturområdene. Mer trafikk med flere biler, flere turgåere, sykklister o.l. har vært observert.

Det økende «besøkstrykket» skyldes mer omfattende bruk av de eksisterende hyttene enn i tidligere år, og det har også vært en økning i salg av hyttetomter og i bygging av nye hytter.

De fleste informantene gir uttrykk for at ekspansjonen i nye hytter har gunstige økonomiske ringvirkninger i kommunene, men det påpekes også av enkelte informanter at det er viktig å ha en aktiv arealplanlegging og forvaltning av naturområdene for å håndtere dette på en bærekraftig måte.

I Flå kommune er det lite som tyder på at hyttebyggingen har økt presset på verneområdene, og det er generelt lite kontakt med fylkesmannen/ statsforvalteren om forvaltningen av disse områdene. I Hol er dette organisert annerledes ved at verneområdeforvaltningen, kommunal sektor og VisitGeilo har hatt tett kontakt, og oppfatter at de er godt koordinerte når det gjelder besøksforvaltningstiltak i randsonene til Hallingskarvet nasjonalpark. For Hallingskarvet nasjonalpark er det også forvaltningen delegert til et interkommunalt nasjonalparkstyre bestående av kommunepolitikere og fylkespolitikere. Samtidig har nok ordningen med Hol som nasjonalpark-kommune bidratt til høy bevissthet om å tenke helhetlig og samarbeide på tvers. Innenfor nasjonalparken har man også iverksatt en besøksstrategi som i stor grad kanaliserer ferdselen til prioriterte stier og deler av parken. Det er viktig at tiltak innenfor vernegrensene og i randsonene/ ved innfallsportene er godt koordinerte for å sikre både gode opplevelser for de besøkende og ivaretagelse av verneverdiene.

Anbefalinger for et mulig hovedprosjekt

Basert på våre analyser og supplert med dialoger i formidlings- og dialogmøter 1. februar og 23. februar med administrasjonen for Regionrådet for Hallingdal, har vi definert hva som bør kunne være de videre forskningsutfordringene å sette fokus på i et hovedprosjekt. Pilotprosjektet har vært relativt bredt anlagt, mens hovedprosjektet bør ha et mer fokusert og avgrenset forskningsopplegg. Like fullt vil potensialer og flaskehals for videre vekst og bærekraftig reiselivsutvikling være et bakteppe for et mulig hovedprosjekt:

- A) Pilotprosjektet har avdekket de økonomiske effektene av covid-19-pandemien på kort sikt, men hvordan utvikler bildet av konkurser og sysselsettingstallene seg på lengre sikt (dvs. i et 1-4 års perspektiv etter utbruddet vinteren 2020) i Hallingdal?
- B) Hvordan kom reiselivsnæringen i Hallingdal ut på lengre sikt sammenliknet med andre regioner i Viken med andre typer reiseliv (kurs- og konferanseregionen Øvre Romerike, sommerturismeområdene langs Oslofjorden) og sammenliknbare regioner i landet for øvrig (andre hytteregioner, distrikter med hovedvekt på andre typer av turisme, landsdeler)? Hvordan har reiselivsnæringen klart seg gjennom pandemien sammenliknet med andre næringer som ikke er relatert til reiseliv?
- C) Hallingdalkommunene investerer betydelige midler til fellestiltak i utmarka for å stimulere reiselivet og sikre en bærekraftig bruk av naturressursene. Sykkelsatsingen har vært omfattende, og det legges til rette med løyper, stier og tilhørende infrastrukturtiltak. Hva er effektene av disse fellesgodetiltakene på verdiskaping innen reiselivet og tilhørende næringer i regionen?
- D) Hytteomsetningen, hyttebyggingen og bruken av hyttene i Hallingdal har fått en ny omdreining som følge av koronapandemien. Flere besøkende bruker mer tid på hytta, med hyppigere besøk, også utenom ferier/helger, og lengre oppholdstid per tur og per år. Hvordan påvirker denne endringen vertskommunenes økonomi, tjenestetilbud inkludert helse og velferd, varehandel, krav til samferdsel, energibruk,

krav til beredskap, IKT/bredbånd, hytteservice, utleie av privathytter, etc.? Hvilke ytterligere potensialer representerer hytteturismen («Hyttehallingen») for Hallingdal?

- E) Pilotstudien viser at bærekraftige opplevelses- og aktivitetstilbud basert på utnyttelse av lokale natur- og kulturressurser styrker sin posisjon i Hallingdal. Hvordan kan denne bærekrafttrenden utnyttes til å videreutvikle reiselivet i regionen i årene fremover?
- F) Nordmenn har under koronaperioden så langt «kastet seg over» naturbaserte opplevelser innenlands. Kan man se noen tendenser til varige økninger/ endringer i etterspørselen etter naturbaserte opplevelser ved nærmere ettersyn? Vil endringene manifestere seg ulikt blant norske og utenlandske tilreisende etter at grensene er åpnet opp og reiserestriksjonene er blitt opphevet?
- G) Hvordan klarte de små naturbaserte reiselivsbedriftene seg som følge av pandemien, dvs. i hvilken grad og på hvilken måte har de omstilt seg mht. produktutvikling, innovasjon etc. som følge av endret og ny etterspørsel etter aktiviteter og opplevelser?

Det tas forbehold om at reiselivet er et dynamisk system, og at forutsetningene som covid-19 legger, også kan også endre seg i tiden frem mot et eventuelt hovedprosjekt.

1 Innledning

1.1 Bakgrunn

Den forskningsbaserte litteraturen sier lite om hvordan pandemier påvirker reiselivet i Nord-Europa. Dette skyldes at det er relativt sjelden at alvorlige pandemier hjemsøker vår del av verden, og at vi må relativt langt tilbake i tid for å finne en situasjon som kan sammenliknes med den som nå er oppstått. Vanligvis oppfattes reiselivet som en relativt «robust» næring, med stor evne til å komme tilbake etter kriseaktige og alvorlige tilbakeslag (Ioannides og Gyimoty, 2020). Institusjonelle rammer i form av sesongpregete reguleringer av ferie og fritid i skole- og arbeidsliv, tunge økonomiske investeringer og -interesser, sosiale normer og forventninger legger sterke føringer på reiseaktiviteten i moderne samfunn. Denne mobiliteten kan vanskelig stanses eller hemmes i stor grad uten drastiske tiltak og i det omfanget som vi har vært vitne til i 2020 etter at pandemien slo inn i Norge. Men i 2020 har altså reiselivet like fullt vært preget av et samfunnsmessig sjokk som er uten sidestykke i de siste tiårene. Koronapandemien, som uventet slo inn senvinteren 2020, og den påfølgende krisen i reiselivsnæringen som følge av nedstengningen av samfunnet, stengte grenser og krav om sosial distansering, gjør at potensialene for en ny, bærekraftig vekst bør undersøkes. Vi vet ikke hvor lenge denne situasjonen vil vare, men det er grunn til å tro at det som er blitt kalt «den nye normalen» (Hall et al., 2020), vil prege i hvert fall den første perioden etter koronaen er kommet under en slags samfunnsmessig kontroll: Reell og antatt helserisiko med å reise vil føre til at både tilreisende og tilbydere vil være mer forsiktige og ta forhåndsregler mht. hvor og når man vil reise, hva man ønsker å gjøre under oppholdet og hvordan man vil oppføre seg (Haukeland og Fredman, 2021).

De første studiene av effektene av koronautbruddet tyder på at naturområdene har styrket sin stilling som attraktivt reisemål ved at befolkningen i enda større grad søker seg ut i grønne områder i rekreasjonssammenheng (Venter et al., 2020); naturen har i de fleste tilfeller plass nok for dem som oppholder seg der til å unngå at man kommer for tett på andre mennesker.

Slik sett er det også grunn til å anta at distriktene vil kunne komme relativt sterkere ut fordi de vil oppfattes som tryggere besøksmål enn større byer og områder med stor trengsel der faren for smitte er større (Bieger et al., 2020). Den oppståtte situasjonen medfører videre at det nasjonale/regionale reiselivsmarkedet vil bli langt viktigere enn før, både absolutt og relativt sett. Samtidig er det grunn til å tro at reiser i større grupper, basert på kollektive transportløsninger som buss, cruise, etc., vil tape terreng til personbiltransport og sykkel (der dette er mulig) (Bieger et al., 2020). Også større hoteller, med mange gjester og begrenset plass, vil framstå som mindre attraktive overnattingssteder sammenliknet med mer fysisk skjermede alternativer som utleieleiligheter og -hytter, privateide hytter, bobiler, campingvogner og telt. Utendørsaktiviteter vil styrkes relativt sett framfor aktiviteter og arrangementer som foregår innendørs (Bieger et al., 2020). Underliggende markedstrender, uavhengig av koronasituasjonen, peker for øvrig i retning av søken etter bærekraftig turisme og et tydelig fokus på helsebringende aktiviteter (Haukeland et al., 2021).

Dette bakteppet danner også rammer for denne studien av situasjonen i reiselivet i Hallingdal i 2020. For å realisere vekst- og utviklingspotensialene og dermed konkurranse-

kraften under de nye forutsetningene som covid-19-pandemien har skapt, trengs forskningsbasert, dvs. systematisk opparbeidet, kunnskap. Det er lite etablert kunnskap om hvilke muligheter dagens spesielle situasjon gir, og en oppdatert analyse er derfor en viktig forutsetning for videre utvikling.

Reiselivet har over tid blitt en stadig viktigere næring i Hallingdalsregionen, og de seks kommunene – Flå, Nesbyen, Gol, Hemsedal, Ål og Hol – er helt avhengige av turismen for lokal verdiskaping og sysselsetting. Utmarka representerer det viktigste ressursgrunnlaget for reiselivet i regionen, og spørsmålet er nå hvordan disse naturverdiene kan komme til bærekraftig anvendelse gitt de endrede forutsetningene.

1.2 Formål

Med denne bakgrunnen har vi i denne pilotstudien undersøkt fire aspekter knyttet til den videre utviklingen av reiselivet i Hallingdal: i) Endrede markedsforutsetninger, ii) Grunnlaget for videreføring av eksisterende og utvikling av nye reiselivsprodukter, iii) Økonomiske effekter av endringene i vinter- og sommersesongen 2020 samt implikasjoner for kommunal og fylkeskommunal næringspolitikk, og iv) Kommunal planlegging for tilrettelegging og bærekraftig bruk av utmarksressursene knyttet til verneområdene i regionen. Gjennom disse analysene og formidlings- og dialogmøter med administrasjonen i Regionrådet for Hallingdal har vi definert videre forskningsutfordringer som kan bli nærmere belyst i et oppfølgende hovedprosjekt.

Det er viktig å understreke at selv om pilotstudien er relativt bredt anlagt, er den likevel begrenset i tid og omfang. Et viktig formål har vært å klargjøre sentrale forskningsspørsmål i et eventuelt hovedprosjekt om forutsetningene for fornyet verdiskaping i reiselivet i Hallingdal i kjølvannet av covid-19, der det legges opp til et mer fokusert og avgrenset forskningsdesign i neste fase.

1.3 Rapportstruktur

Rapporten redegjør i det etterfølgende for bruken av undersøkelsesmetoder (kapittel 2), og dernest presenteres de ulike empiriske analysene:

Endrede markedsforutsetninger (kapittel 3), potensialer for videreføring av eksisterende og utvikling av nye reiselivsprodukter (kapittel 4), økonomiske effekter og nye betingelsene for kommunal/ fylkeskommunal politikkkutforming for reiselivet og tilknyttede næringer (kapittel 5) og endrede premisser for bærekraftig bruk av utmarksressursene knyttet til verneområdeforvaltning (kapittel 6).

Til slutt trekkes trådene sammen i en oppsummering (kapittel 7), der vi på basis av disse analysene og dialogmøter med representanter for Regionrådet for Hallingdal identifiserer sentrale temaer/ problemstillinger som bør bli grundigere undersøkt i et hovedprosjekt.

2 Metoder

2.1 Statistiske analyser av foreliggende materiale

Foreliggende data omfatter overnattingsstatistikk, detaljhandelsstatistikk og oversikt over virksomheter etter virksomhetsområde (næringskode). Innenfor dette forprosjektet har vi ikke hatt tilgang til regnskapsdata, for eksempel omsetningsdata for 2020 for skiheiser, museer, opplevelsesarrangører, turarrangører etc.

2.1.1 Markedsutvikling 2018-2020

Analysen baseres på besøkstall og kapasitetstall for hotell, camping og hyttegrend fra SSBs overnattingsstatistikk. Vi sammenlikner måned for måned i 2020 med samme måneder i 2018 og 2019.

Ut fra det som publiseres på kommunenivå i 2020, er analysen begrenset til samlet antall overnattinger i kommunen i hoteller, camping og hyttegrender.

Før 2020 publiserte ikke SSB kapasitetstall eller overnattingstall på kommunenivå (kun på fylkesnivå) på sine nettstedet. Separate tall for kommuner ble før 2020 publisert på nettstedet statistikknett.no, basert på tilgang til databasen fra SSBs overnattingsstatistikk. Dette nettstedet publiserer ikke lenger kommunedata (fra og med 2020), ut fra følgende begrunnelse: «*Statistisk sentralbyrå har endret sitt opplegg for publisering av overnattingsstatistikken fra 2020. Dette opplegget gjør det inntil videre ikke mulig å videreføre den publiseringen av statistikk for regioner og kommuner - slik vi hittil har gjort det på Statistikknett.*»

Fra og med 2020 publiserer SSB i sin statistikkbank (ssb.no) tall på kommunenivå for kapasitet (antall bedrifter, antall senger etc.), men når det gjelder overnattinger er det kun publisert tall samlet for hotell o.l., camping og hyttegrend (fordelt på nasjonaliteter). SSB-tallene gis for hver måned.

En annen begrensning, som følger av SSBs anonymitetshensyn (tall oppgis kun hvis det er minst tre bedrifter i samme kategori i kommunene), er at det ikke publiseres egne overnattingstall for Flå kommune. I statistikknett.no sine tall er Flå til og med 2019 slått sammen med Nesbyen (daværende Nes kommune), mens i SSBs tall for 2020 er Flå slått sammen med Krødsherad. Det betyr at vi ikke har tall verken for 2020 eller for årene før for Flå kommune. Dette betyr videre at tallene for Hallingdal 2018 og 2019 inkluderer Flå (slått sammen med Nes), mens tallene for 2020 ikke gjør det. Dette gjør likevel relativt små utslag på de endringene vi undersøker her.

For sentrale parametere, som endringer i antall overnattinger og i omsetning detaljhandel fra 2018/2019 til 2020, er det foretatt sammenlikninger med andre regioner i Sør-Norge.

2.1.2 Analyse av detaljhandel

Detaljhandelen, både dagligvarer, bekledning, sports- og fritidsutstyr, innrednings- og byggevarer, er et viktig område for verdiskaping relatert til turisme. I enkelte kommuner som TØI tidligere har undersøkt (Hol, Trysil m. fl.) står tilreisende for om lag halvparten av omsetningen i detaljhandelen (Dybedal 2016, Dybedal 2017). Tilreisendes forbruk i detaljhandelssektoren er i Hallingdalkommunene antatt å i stor grad være knyttet til eie og

bruk av fritidsbolig i kommunen. I noen kommuner i regioner som Hallingdal vil også en del handel være knyttet til gjennomgangstrafikk og noe til handelslekkasjer.

Det finnes naturlig nok ikke noen statistikk for overnatting i private fritidsboliger. Detaljhandelsdata kan være en god og interessant indikator på endringer i omfanget av turisme – spesielt fritidsboligturisme – i et område som Hallingdal. Vi må imidlertid også være oppmerksomme på at detaljhandelen påvirkes av endrede handlemønstre i lokalbefolkningen. For eksempel det at befolkningen bruker mindre penger på feriereiser, og dermed sannsynligvis mer på lokal handel, og at det i nedstengningsperioden og senere kan ha vært foretatt færre handleturer til steder utenfor Hallingdal.

Som målevariabel er det mest hensiktsmessig å bruke omsetning per innbygger, dette gir en sammenliknbar størrelse ikke bare over tid, men også mellom kommuner. I en analyse av turismens betydning for Hol kommune (Dybedal 2016) ble det for eksempel gjort anslag på den turistrelaterte omsetningen ved å sammenlikne detaljhandelsomsetning per innbygger i Hol med omsetning per innbygger i Buskerud (minus byene) og med tall for forbruk av slike varer per person fra SSBs forbruksundersøkelser.

Datagrunnlaget er materiale fra SSBs statistikk for detaljhandel. Dataene omfatter omsetning eksklusive mva for detaljhandel (utenom salg av motorkjøretøyer) for varegruppe NACE¹ 47 og 9 undergrupper (47.1-47.9). Vi ser her på detaljhandel samlet (NACE 47), og på noen hovedgrupper («3-siffernivå»):

- Dagligvarehandel i butikker med bredt utvalg (NACE 47.1)
- Detaljhandel med drivstoff til motorvogner (NACE 47.3)
- Butikkhandel med andre husholdningsvarer i spesialforretninger (NACE 47.5, omfatter bygge- og innredningsvarer, elektriske varer etc)
- Butikkhandel med bøker, musikkartikler og andre fritidsartikler i spesialforretninger og annen butikkhandel i spesialforretninger (NACE 47.6 og 47.7, omfatter for eksempel klær og skotøy, ur-, gull- og sølvvarer, foto, og sports- og fritidsartikler)

Anonymitetshensynet (minst tre foretak i hver kategori) gjør at det blir noe «prikking» for undergruppene, det vil si at det ikke oppgis tall (men et kolon) for noen av kategoriene på 3-siffernivå for enkelte av de seks kommunene i Hallingdal.

Disse dataene publiseres ikke av SSB i offisielle statistikker, men må spesialbestilles fra SSB. TØI har nå en database med detaljhandelsdata (NACE 47.1-47.9) på kommunenivå for seks årlige terminer (januar/februar, mars/april, osv.) for årene fra og med 2016, og basen oppdateres løpende etter hvert som nye data blir tilgjengelige. Dataene for hver termin er klare fra SSB ca 4,5 måneder på etterskudd.

2.2 Intervjudata

Pga. koronasituasjonen der ingen intervjuer kunne foretas ansikt-til-ansikt, ble det sendt ut et enkelt spørreskjema til ulike aktører i Hallingdal via epost. Henvendelsen gikk ut til 43 enkeltpersoner som representerte ulike samfunnssektorer i de seks Hallingdalkommunene foruten Regionrådet i Hallingdal og Viken fylkeskommune. Personer med relevante stillinger for næringsutvikling og areal- og samfunnsplanlegging i kommunal sektor ble identifisert og forespurt om å delta i undersøkelsen. Det samme gjaldt personer med stillinger i destinasjonsselskaper, private reiselivsbedrifter, eiendomsutviklingsselskaper o.l. Mange av informantene vi forsøkte å nå var ikke tilgjengelige eller de viste til andre i sin

¹ EUs standard for næringsgruppering, tilsvarer norsk standard for næringsgruppering (SN2007)

organisasjon som vi allerede hadde tatt kontakt med, og noen ønsket ikke å delta. I alt fikk vi inn svar fra 17 personer. Blant fire av disse ble informasjonen hentet inn via personlige intervjuer i Teams. De intervjuede dekker alle kommuner og representerer et tverrsnitt av de samfunnssektorene, offentlig og private, som vi forsøkte å nå i undersøkelsen. Intervjuene ble foretatt fra midten av oktober til starten av desember i 2020.

Intervjuene var strukturert slik at alle deltakerne fikk spørsmål om endringer i reiselivs-markedet som følge av koronaen. Referanseperioden for undersøkelsen er perioden fra pandemien brøt ut i midten av mars og fram til og med oktober måned. De informantene som representerte reiselivsnæringen, fikk i tillegg spørsmål om muligheter for videreføring av eksisterende og utvikling av nye reiselivsprodukter i lys av pandemien, mens de som var representanter for offentlig sektor fikk utfyllende spørsmål knyttet til endrete betingelsene for kommunal/ fylkeskommunal politikkutforming for reiselivet og tilknyttede næringer. Endelig fikk arealplanleggere og verneområdeforvaltere – i tillegg til spørsmål om endret reiselivsmarked – spørsmål om nye premisser for kommunal planlegging og verneområdeforvaltning for tilrettelegging og bærekraftig bruk av utmarksressursene i tilknytning til verneområdene.

Spørsmålene var åpne og eksplorerende i sin karakter, og mange av svarene overlappet de andre temaene. Temaområdene er nært beslektet, så dette er verken et overraskende eller problematisk utfall. For analytiske formål har vi bearbeidet og kategorisert materialet for å oppnå en konsistens i presentasjonen og drøftingene av resultatene.

2.3 Dialogmøter

Den opprinnelige planen var å presentere og drøfte de viktigste resultatene og konklusjonene i dialogmøter med regionale representanter for reiselivsnæringen og kommunale/ fylkeskommunale myndigheter. Pga. pandemien ble det i praksis vanskelig å gjøre dette i tilknytning til eksisterende møtefora (med avlysninger og utsettelse av planlagte møter). Representanter for forskergruppen hadde derfor to erstattende møter (i februar 2021) med administrasjonen i Regionrådet i Hallingdal for å diskutere rapportens innhold og forslag til videre undersøkelser i et mulig hovedprosjekt.

3 Endrede markedsforutsetninger

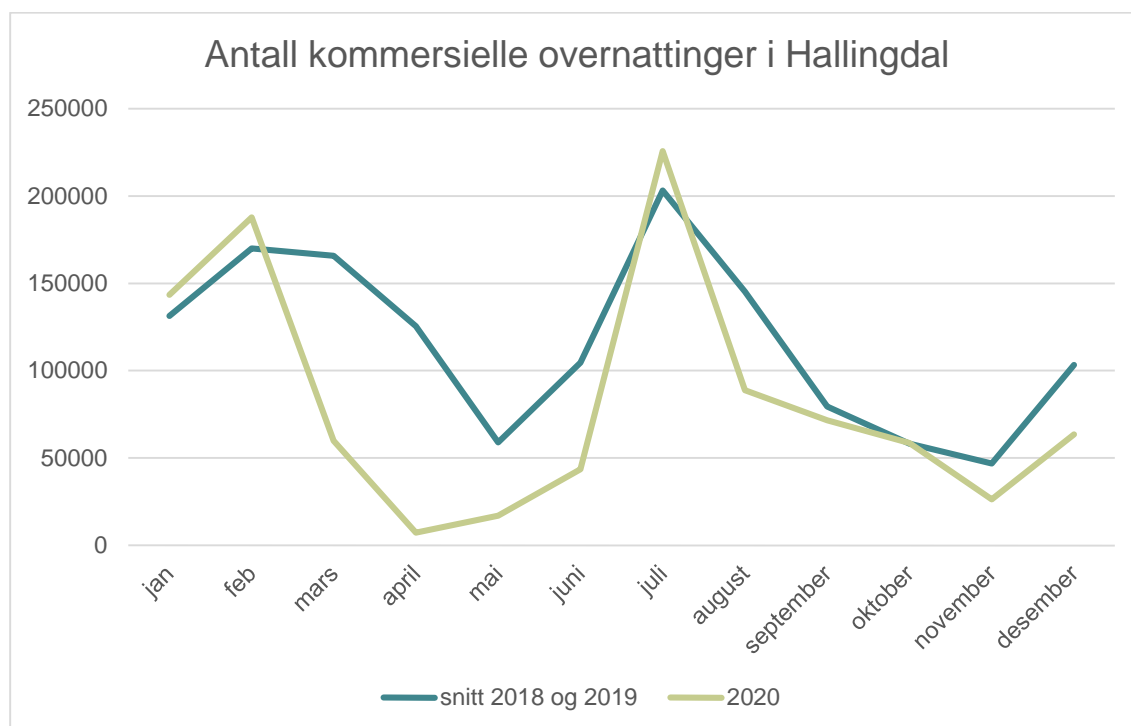
I det følgende vil endringene i reiselivsmarkedene i Hallingdal som følge av utbruddet av covid-19 i 2020 først bli presentert gjennom analyser av foreliggende og videre bearbejdede besøksdata og ved analyser av intervjuene som er foretatt i regionen. Deretter følger en statistisk analyse av konsekvensene for omsetningen av ulike typer detaljhandelsvarer som blir fulgt opp av en gjennomgang av intervjudata om effektene på etterspørselen etter varer, tjenester, naturopplevelser og -aktiviteter.

3.1 Volumer og strukturer i det nasjonale og internasjonale markedet

3.1.1 Analyse av tilgjengelig besøksstatistikk - regionen

Sammenlikningen måned for måned for overnattingstall er gjort ved å se månedene januar-desember 2020 mot gjennomsnittet av 2018- og 2019-tall for hver måned.

For Hallingdal totalt (eksklusive Flå kommune) var det stor nedgang i antall gjestedøgn i perioden mars-juni, i august og i november og desember (figur 3.1)



Figur 3.1: Antall overnattinger i hotell, camping og hyttegrenn per måned i Hallingdal eksklusive Flå kommune i 2018/2019 og 2020. Kilde: SSB overnattingsstatistikk og statistikknett.no.

Nedgangen på i alt nesten 400 000 overnattinger (28,7 prosent) henger sammen med den bortimot totale utestengningen av utenlandske reisende (tabell 3.1). Antallet utenlandske

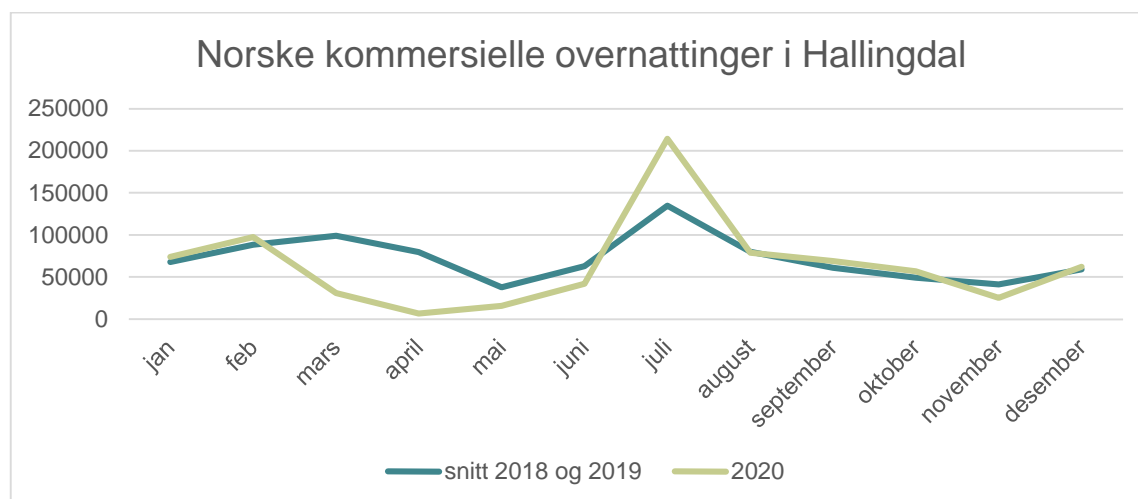
gjestedøgn sank med 58,4 prosent, eller ca 310 000. Ser vi bort fra januar og februar, gikk den utenlandske trafikken ned med 84,2 prosent. Nedgangen er relativt jevnt fordelt (målt i prosent) over månedene fra mars til desember. Totalt gikk antall gjestedøgn ned med 39,4 prosent i perioden mars-desember sammenliknet med gjennomsnittet av samme periode i 2018 og 2019.

Tabell 3.1: Overnattinger i hotell, camping og hyttegrenn per måned i Hallingdal eksklusive Flå kommune i 2018/2019 og 2020. Antall overnattinger og prosentvis endring. Kilde: SSB overnattingsstatistikk og statistikknett.no.

	gjennomsnitt 2018 og 2019	Sum gjestedøgn			Norske gjestedøgn		Utenlandske gjestedøgn	
		2020	Endring i antall gjestedøgn	Endring i prosent	Endring i antall gjestedøgn	Endring i prosent	Endring i antall gjestedøgn	Endring i prosent
jan-feb	301 201	331 252	30 051	10,0	14 972	9,6	15 075	10,4
mars-mai	350 241	83 845	-266 396	-76,1	-163 579	-75,5	-102 834	-76,9
juni-august	453 185	358 032	-95 153	-21,0	57 271	20,6	-152 424	-86,8
sept-oktober	137 567	130 163	-7 404	-5,4	15 704	14,3	-23 107	-83,7
Nov-desember	150 110	89 728	-60 382	-40,2	-13 223	-13,2	-47 168	-95,1
Sum året	1 392 304	993 020	-399 284	-28,7	-88 855	-10,3	-310 457	-58,4
Sum mars-des	1 091 103	661 768	-429 335	-39,4	-103 827	-14,7	-325 532	-84,2

Den norske trafikken gikk ned med 16,6 prosent i perioden mars-november. Hovedtyngden av tapet kom i mars-mai, mens det var en oppgang i norske besøk i periodene juni-august og september-oktober.

Oppgangen i sommermånedene kan ene og alene tilskrives juli måned (figur 3.2). Antallet norske gjestedøgn i juli 2020 var nesten 60 prosent høyere enn gjennomsnittet for juli 2018 og juli 2019.



Figur 3.2: Antall norske overnattinger i hotell, camping og hyttegrenn per måned i Hallingdal eksklusive Flå kommune i 2018/2019 og 2020. Kilde: SSB overnattingsstatistikk og statistikknett.no.

3.1.2 Besøksstatistikk kommunene

De virkningene vi har beskrevet for Hallingdalsregionen som helhet, finnes også igjen i kommunene, men i noe varierende omfang (tabell 3.2). Nedgangen i 2020 for månedene mars til og med desember, sammenliknet med gjennomsnittet for de samme månedene i

2018 og 2019, er størst i Hemsedal og Hol (ned 48,7 og 42,9 prosent). Gol kommer noe bedre ut enn disse to kommunene, men en god økning i januar/februar 2020 i Hemsedal, gjør at Hemsedal har lavere prosentvis nedgang i 2020 som helhet enn Hol, og omtrent samme nedgang som Gol.

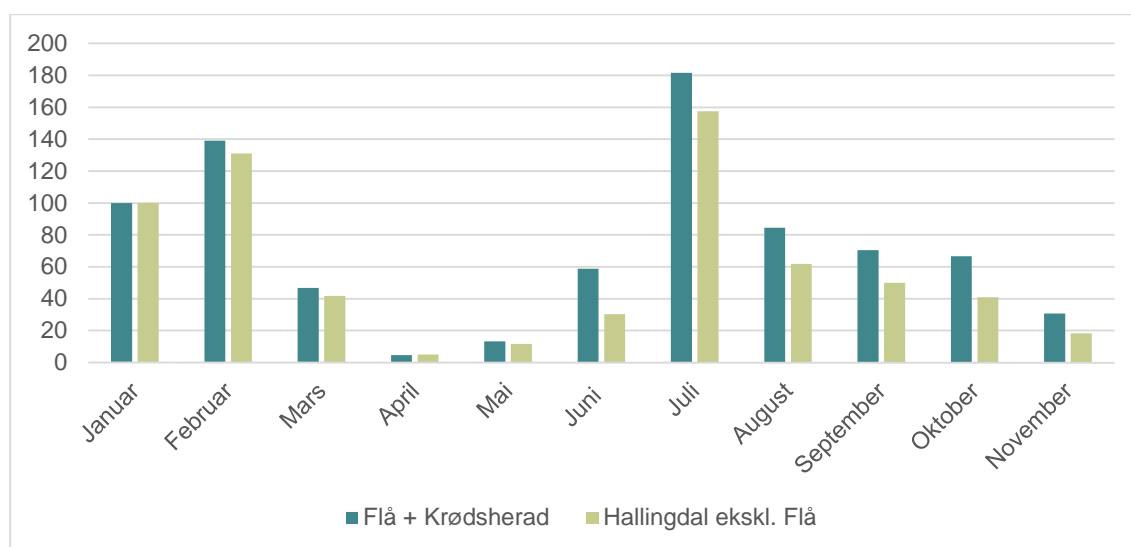
I tallene for Nesbyen kommune for 2018 og 2019 ligger det inne overnattinger i Flå kommune, mens tallene for 2020 kun gjelder Nesbyen. Likevel ser man mindre nedgang relativt sett enn i Hol, Hemsedal og Gol.

Ål kommune, som til vanlig har langt færre gjestedøgn enn Hol, Hemsedal og Gol, har en utvikling i 2020 som er ganske annerledes enn i de andre kommunene.

Tabell 3.2: Overnattinger i hotell, camping og hyttegrend i Hallingdalkommunene eksklusive Flå i 2018/2019 og 2020. Antall overnattinger og prosentvis endring. Kilde: SSB overnattingsstatistikk og statistikknett.no.

	totalt antall gjestedøgn			prosentvis endring (2020 - snitt 2018/2019)				
	snitt 2018/2019	2020	endring	hele året	mars- desember	mars-mai	juni- august	september- desember
3040 Nesbyen ²	28 497	21 566	-6 931	-24,3	-28,9	-60,5	-24,0	-15,4
3041 Gol	356 366	264 910	-91 456	-25,7	-32,8	-75,2	-12,4	-28,7
3042 Hemsedal	403 179	293 052	-110 127	-27,3	-48,7	-76,2	3,4	-33,9
3043 Ål	101 627	105 305	3 678	3,6	2,7	-60,2	28,5	1,8
3044 Hol	503 317	331 434	-171 883	-34,1	-42,9	-79,7	-35,3	-18,1

Overnattinger i Flå er som nevnt slått sammen med tallene for Nes (Nesbyen) kommune fram til og med 2019, og slått sammen med Krødsherad i 2020. Vi kan gi et litt omtrentlig bilde av antatt utvikling i Flå ved å foreta en enkel sammenlikning med totalt gjestedøgns-tall for Hallingdal (minus Flå) per måned i 2020 (figur 3.3).



Figur 3.3: Relativ utvikling i antall kommersielle gjestedøgn månedsvis 2020³. Flå og Krødsherad sammenliknet med Hallingdal (minus Flå). Januar 2020 = 100.

² Tallene for 2018 og 2019 inkluderer overnattinger i Flå kommune.

³ Tall for desember 2020 er ikke tilgjengelige («prikket» ut av SSB).

Figuren viser at det var omtrent samme mønster i den relative utviklingen fra måned til måned i Flå/Krødsherad som i Hallingdal totalt (eksklusive Flå). Antallet gjestedøgn i månedene mars-november – sett i forhold til antallet gjestedøgn i januar og februar – er imidlertid høyere i Flå/Krødsherad enn i Hallingdal utenom Flå.

3.1.3 Analyse av egne intervjudata

Det generelle inntrykket fra intervjuene er at antall besøkende i regionen for perioden mars-oktober har gått ned totalt sett, men enkelte intervjuede mener også at besøket har økt eller holdt seg stabilt i denne perioden.

Derimot er det konsensus blant de intervjuede om at fordelingen av besøkende har vært annerledes i år sammenliknet med tidligere år. I 2020 har strømmen av tilreisende vært primært konsentrert til skolens ferier, til fellesferien og til helgene ellers. Mens de besøkende var helt fraværende på grunn av reiserestriksjonene i mars-april, økte besøket betraktelig i sommersesongen, og spesielt i juli, for å så gå bratt ned etter at skolen startet. Utover høsten er man så kommet tilbake til et mer normal nivå. Enkelte intervjuede framhever også at besøket utenfor sommerferien er blitt klart størst i helgene mens ukedagene utover høsten har vært roligere enn tidligere år. Noen utvalgte sitater fra intervjuene er vist i *kursiv* nedenfor.

De intervjuede knytter disse endringene i sesongs- og ukesfordelinger til endringer i markedsstrukturen. Men unntak av pensjonister – *«de kommer alltid, men da på forsesong og seinsesong»* – og private hytteeiere har det vært betydelige endringer i sammensetningen av tilreisende.

I 2020 har de besøkende i første rekke vært nordmenn, og økningen i sommer skyldes norske gjester som var på sommerferie og som ikke kunne reise utenlands pga. covid-19-pandemien. Mange av disse var hyttegjester, enten disse var barnefamilier, voksne eller pensjonister. Fritidsboligene i hytteområdene har generelt sett vært brukt mer enn før. Det har også vært barnefamilier som har oppholdt seg noen dager i regionen, og nordmenn på reise mellom øst og vest.

I tillegg til at økningen i sommer primært kan forklares av *«restriksjoner på utenlandsreiser og tilsvarende økt interesse for å besøke eget land»*, pekes det også på at fjellet forbindes med trygghet og mindre fare for smittespredning:

«Det oppleves nok trygt å være i fjellet. Mindre folk og mindre fare for smittespredning. Mange forbinder fjellet med frisk luft. Det er også god plass her. Godt å komme seg bort fra byene»

Enkelte intervjuede trekker også fram egenskaper ved destinasjon som forklaring på økningen i besøk i sommer:

«God tilgjengelighet, og så har naturen i Hallingdal høy attraksjonskraft»

Bjørneparken nevnes som eksempel på *«et produkt som treffer i forhold til de barnefamiliene» med god plass ute, og dette så de med en gang i mai. Jeg kan tenke meg at mange barnefamilier ønsket seg å komme seg ut av den lille leiligheten i Oslo»*

På andre siden har nedgangen i internasjonale gjester vært voldsom. Antall gjester fra tradisjonelle europeiske markeder som Sverige, Danmark, Tyskland og Nederland og *«særlig fra fjernmarkedet»* er blitt kraftig redusert. F.eks. er de asiatiske bussturistene som pleier å stoppe og handle på vei til Oslo/Bergen i Flå, blitt helt borte.

Spesielt merkes denne nedgangen i den mer organiserte delen av reiselivet: *«Kurs/konferanse og stor del av gruppemarkedet er (...) nesten helt borte»*, og *«Leirskoler har minket i antall»*. Bortfallet av internasjonale gjester og disse mer spesialiserte markedene legges særlig merke til på hverdager og utenfor skoleferien, når nordmenn i mindre grad kan reise.

Informantene mener at covid-19 og påfølgende reiserestriksjoner og karantenereregler forklarer nedgangen blant utlendinger: Det er blitt «*usikkerhet rundt grensepasseringer og muligheten til å reise*» og økt «*frykt for smittefare i grupper av reisende*». Også økonomiske faktorer tillegges vekt; «*mye utrygghet rundt økonomi o.l. i disse landene*» og «*økonomiske utfordringer gjør at man tar seg kanskje ikke råd til å bruke penger på reiser*».

Oppsummert kan vi si at informantene mener at endringene i besøksomfang for perioden mars-oktober er merkbare for Hallingdalsregionen, mens endringene i besøksstruktur vurderes som betydelige. Det er også viktig å nevne at tidspunktet som pandemien inntraff på, forklarer hvordan de ulike delene av Hallingdalregion er blitt påvirket, siden de tiltrekker seg ulike type markeder i ulike sesonger.

3.2 De besøkendes etterspørsel etter varer, tjenester, naturopplevelser og -aktiviteter

3.2.1 De besøkendes etterspørsel etter detaljhandelsvarer

Generelt – økning i flere bransjer

Det vi er ute etter å undersøke her, er i hvilken grad pandemien har gitt redusert omsetning i detaljhandelen i Hallingdal som følge av færre turistbesøk. Bakteppet er reduksjonen i besøk til regionen, spesielt det besøksfallet som kom da det ble forbud mot å reise til fritidsbolig utenfor egen kommune i perioden 19. mars – 21. april, og reduksjonen i utenlandske besøkende. På den annen side førte restriksjoner på utenlandsreiser til stor trafikk av nordmenn på reise i eget land i sommerferiemånedene, som også ga utslag i Hallingdal.

For Norge som helhet har økt feriering i Norge og tilnærmet full stans i grensehandelen bidratt i positiv retning for detaljvarehandelen, den har slett ikke gått ned som følge av pandemien, men gått betydelig opp. Tall fra SSBs detaljhandelsstatistikk viser en omsetningsvekst på 15,5 prosent fra perioden januar-august 2019 til samme periode i 2020 for «detaljhandel unntatt med motorvogner». Bransjevinneren under pandemien er (ifølge et oppslag i Dagbladets nettutgave 6.10.2020) Vinmonopolet (vekst på 24 prosent), men SSBs tall viser også betydelig vekst i salg av planter og blomster (18 prosent), dagligvarer (15,5 prosent), bygge- og interiørvarer (19 prosent), elektriske husholdningsapparater (17 prosent) og sportsutstyr (10 prosent). Dessuten har netthandel (ikke varespesifisert) økt med 35 prosent.

Det er imidlertid også bransjer som har opplevd nedgang på landsbasis, for eksempel skotøy (ned 20 prosent) og klær (ned 12 prosent). SSBs tall viser også en nedgang i salg av drivstoff på 12,4 prosent.

Detaljhandel i Hallingdal samlet

Når vi videre ser på utviklingen i detaljhandelsomsetningen i Hallingsdalskommunene fra 2019 til 2020, må vi se endringene i lys av den betydelige oppgangen i slik handel blant Norges innbyggere generelt, som sannsynligvis også vil gjelde innbyggerne i Hallingdal.

Samlet omsetning i detaljhandel (unntatt salg av motorvogner) gikk ned med 28,4 prosent i mars og april 2020 sammenliknet med gjennomsnittet for mars og april i 2018 og 2019 (Tabell 3.3).

Dette antas å henge sammen med forbudet mot reiser til fritidsbolig utenfor egen kommune. En tidligere studie fra TØI om økonomiske virkninger av reiseliv i Hol

(Dybedal 2016) viste at tilreisende står for omtrent halvparten av den årlige omsetningen i detaljhandelen i kommunen. Siden hytteforbudet gjaldt i bare drøyt halvparten av perioden mars-april (riktignok inkludert påsken), kan det være rimelig å anta at nedgangen på 28 prosent i hovedsak skyldes bortfallet av besøkende

Omsetningen økte deretter markant i periodene mai-juni og juli-august, noe vi med stor sikkerhet kan si henger sammen med at hyttefolket vendte sterkt tilbake, samt at norske gjester fylte opp de kommersielle sengene (og vel så det!) i juli. Samlet økte omsetningen i detaljhandelen med 5,6 prosent i perioden mars-august i 2020 sammenliknet med gjennomsnittet for mars-august i 2018 og 2019.

Tabell 3.3: Omsetning i detaljhandel (NACE gruppe 47) i Hallingdal etter mva-termin. Kilde: SSB spesialutkjøring. Millioner kroner og endring i prosent.

	snitt 2018/2019	2020	Endring mill kroner	endring %
Januar-februar	410,1	438,5	28,4	6,9
Mars-april	505,2	361,6	-143,7	-28,4
Mai-juni	400,3	477,0	76,7	19,2
Juli-august	571,6	721,8	150,2	26,3
Sum mars-august	1 477,1	1 560,3	83,3	5,6

Foretaksgruppen dagligvarer (47.1 Butikkhandel med bredt vareutvalg) viser omtrent samme bilde som den totale omsetningen i detaljhandelen (tabell 3.4). Et tilsvarende bilde finner vi igjen innen handel med klær, sko, sportsutstyr og andre fritidsartikler, bortsett fra at nedgangen i mars-april var ekstra markant. Salg av drivstoff (47.3 Detaljhandel med drivstoff til motorvogner) falt også mer enn dagligvarehandel i mars-april, men her økte ikke handelen de påfølgende månedene, slik at samlet salg gikk ned med over 10 prosent i perioden mars-august i forhold til samme periode i 2018/2019. På landsbasis går også bensinsalget nedover etter hvert som el-bilandelen øker. Salg av bygge- og interiørvarer viser et atypisk bilde. Det var sterk økning i alle to-måneders periodene, men lavest i mars-april.

Tabell 3.4: Omsetning i detaljhandel for utvalgte næringsgrupper innen detaljhandel i Hallingdal etter mva-termin. Millioner kroner og endring i prosent. Kilde: SSB spesialutkjøring.

	47.1 Detaljhandel med dagligvarer		47.3 Detaljhandel med drivstoff til motorvogner		47.5 Bygge- og interiørvarer, elektriske artikler etc		47.6 + 46.7 Klær/sport/fritid/spesialforretninger	
	omsetning 2020 mill kr	endring i prosent 2028/19-2020	omsetning 2020 mill kr	endring i prosent 2028/19-2020	omsetning 2020 mill kr	endring i prosent 2028/19-2020	omsetning 2020 mill kr	endring i prosent 2028/19-2020
januar-februar	202	5,5	54	-4,9	52	36,3	63	4,1
mars-april	171	-27,8	41	-35,6	46	20,3	50	-42,6
mai-juni	195	22,1	58	-7,9	72	47,5	75	23,5
juli-august	316	31,8	89	5,9	87	29,0	113	28,8
mars-august	683	7,2	188	-10,7	205	32,7	238	1,0
Data tilgjengelige fra følgende kommuner	Nes, Gol, Hemsedal, Ål, Hol		Flå, Nes, Gol, Hol		Flå, Nes, Gol, Ål, Hemsedal		Gol, Ål, Hol, Hemsedal	

Detaljhandel i kommunene i Hallingdal

Vi har her begrenset oss til å se på utvikling i samlet omsetning i detaljhandel, det vil si hele næringskode 47 («Detaljhandel, unntatt med motorvogner») samlet (tabell 3.5).

I Hallingdalregionen gikk som nevnt detaljhandelen opp 5,6 prosent (tabell 3.2) i perioden mars-august 2020 sammenliknet med gjennomsnittet for tilsvarende periode i 2018 og 2019. Det er relativt store variasjoner fra kommune til kommune. Gol og Ål ligger relativt høyt på plussiden, mens Flå, Hol og Nesbyen bikker over på minussiden.

Tabell 3.5: Samlet omsetning i detaljhandel etter kommune og periode. Endring i 2020 i prosent sammenliknet med gjennomsnitt samme periode 2018 og 2019. Millioner kroner og endring i prosent.

	Omsetning i mill kr, gjennomsnitt 2018 - 2019	Prosentvis endring i omsetning				Sum mars-august
		Januar-februar	Mars - april	Mai-juni	Juli-august	
Flå	230	22,7	-25,2	-4,2	5,9	-6,4
Nesbyen	370	-1,9	-29,5	8,9	15,5	-1,1
Hemsedal	376	6,6	-32,8	32,3	29,5	4,9
Gol	798	12,5	-18,5	29,7	37,8	17,6
Ål	393	3,3	-9,7	19,2	22,5	11,3
Hol	686	2,9	-44,7	14,6	27,0	-2,9

3.2.2 Analyse av egne intervjudata

Intervjudataene peker i retning av at endringene i besøksstruktur også har ført til endringer i etterspørsel etter varer, tjenester, naturopplevelser og -aktiviteter. Informantene rapporterer at de besøkende har handlet mer, at de har brukt mer av tilbudet og ønsket generelt å være aktive:

«Gjestene bruker mer av tilbudet – handler mer og benytter seg i større grad av aktivitets-/ opplevelses-tilbudet»

«Det er stor etterspørsel i varehandel innen sport, samt dagligvare»

«Det har vært et stort konsum på tjenester i juli i år»

«Stort sett alle butikene har tatt igjen det tapte fra mars/ april, og gått forbi fjorårets omsetningsmessig. Det har vært en ekstremt bra sommer og høst for varehandel»

«Gjestene ønsker i enda høyere grad å være i aktivitet i ferien sin»

«Aktiviteter var viktig. Mange barn ga større etterspørsel etter aktiviteter i nærområdet»

De intervjuede la også merke til at gjestene hadde større kjøpekraft enn tidligere år, og etterspurte produkter og tjenester med god kvalitet:

«Vi ser en stor endring i kjøpekraft, og vi så at nordmenn vil ha aktiviteter, klær med god kvalitet, gode opplevelser fremfor å tenke pris. Nordmenn la igjen masse penger i kommunen i juli, så dette er en annen type adferd enn hva vi har sett tidligere»

«Hyttene våre uten dusj og toalett var vanskeligere å få leid ut i år, de store hyttene med dusj og toalett var mest etterspurte»

Det ble påpekt at dette kunne ha noe å gjøre med nordmenns preferanser, men også med at norgesferie ble årets første ferie, og også hovedferie, for de fleste besøkende:

«Gjestene har høy betalingsvilje. Tidligere har kanskje norgesferien vært i tillegg til utenlandsferien, og dermed har det vært litt mindre forbruk. I år har det vært hovedferiem»

«Generelt så har mange nordmenn først utenlandsreise, og denne legges gjerne til sommeren. På slike ferier brukes det en del penger. Siden denne ferien ble holdt i Norge i år, har vi sett at tendensen var å bruke mer, prøve mer aktiviteter og reise igjennom Norge»

De intervjuede hadde derimot ulike meninger om hvordan det gikk med etterspørselen etter serveringstjenester, her er inntrykket at omsetningen både har gått opp og ned:

«Det kan virke som at mange av gjestene har benyttet seg av en større del av tilbudet på innen servering og aktivitet/opplevelse»

«Vi hadde økt omsetning på salg av mat i Kafeteriaen»

«Det har også vært mindre besøk på restaurantene»

«Her er det liten bevegelse, men trolig vil det bli mere aktivitet når det nasjonale skjenkeforbudet oppheves»

Intervjupersonene har ellers inntrykk av at de besøkenes atferd også har endret seg på andre måter, bl.a. ved at *«folk reiser mer med venner når de bruker hytta»* og at de har holdt mer avstand til andre ettersom de har foretrukket å være *«sammen med familie og nære venner»*.

Oppfatningene er ellers at følgende typer av bedrifter har klart seg best i Hallingdal-regionen i koronaperioden: Bygg- og anleggsvirksomheter (inkludert håndverkere), varehandel (både dagligvare og annen detaljhandel innen sport, klær) og tjenestetilbydere, spesielt aktivitets-/opplevelsestilbydere og spisesteder (etter hvert).

Flere informanter mente også at det var et større ønske om å benytte lokale leverandører. En av de intervjuede forklarte dette som en følge av «dugnadsånden»

«Definitivt. Særlig blant hytteiere fornemmer jeg en «dugnadsånd». De vet at fjelldestinasjonene hadde det tungt når siste del av skisesongen røyk, og har bevisst brukt tjenester og handlet lokalt på destinasjonen for å hjelpe med gjenoppbyggingen. Vet eksempelvis om mange som har handlet elstisykkel i Hallingdal. Denne kunne de også kjøpt i byen – men det er et bevisst valgt å handle i hyttekommunen».

En annen intervjuperson mente imidlertid at denne «dugnadsånden» minsket etter hvert:

«I perioden frem til sommeren var det mye fokus på å handle lokalt for å «redde» lokalt næringsliv, men etter hvert som fremtidsutsiktene ikke var så uoversiktlige og dystre, så virker dette fokuset til å ha blitt litt mindre»

En annen informant fremhevet også at denne betydningen ikke ble framhevet godt nok:

«Ikke godt nok, tror jeg. Jeg tror kultur og reiseliv ikke har fått god nok anerkjennelse og blitt løftet godt nok frem i forhold til hvor mange arbeidsplasser det skaper og ikke minst hvor mye penger disse sektorene bidrar til. Handler man ikke lokalt, så har vi ikke en lokal handelsstand (...), og alt blir sentralisert. Det er ikke gunstig (...). Det er mye snakk om internettlekkasje, men jeg håper også at det er lokale forretninger med netthandel og at ikke «all» netthandel går til utlandet og storbyer»

En tredje intervjuperson forklarte økt interesse for å benytte seg av lokale leverandører som en bieffekt av de besøkenes kjøpekraft og preferanser, i tråd med det som nevnt ovenfor:

«Ikke som hovedformål å støtte lokalnærings, men som en god bieffekt tenker jeg mange har gjort seg noen tanker om. Nordmenn som ferierer her, har generelt god økonomi, er opptatt av merkevare og kvalitet, og ønsker seg opplevelser. De som kommer hit, ønsker gjerne et bredt spekter av tilbud for sin familie og har nok dette som et hovedformål»

Derimot har kurs- og konferansevirksomheten gått tilbake:

«Kurs- og konferansemarkedet viser seg (igjen) å være et sårbart marked. Finanskrisa rundt 2008 var jo likedan. Allikevel er det et svært lønnsomt marked, så jeg antar at en del aktører her vil komme seg tilbake på den banen så fort de kan»

På spørsmål om det var de små og mellomstore bedriftene som har klart seg best, var meningene delte eller både og. Kanskje var denne uklarheten et uttrykk for at det kan være ulike oppfatninger om hva som er store og små bedrifter. På tilvarende vis syntes mange at det var vanskelig å vurdere om det var bedrifter med mange forskjellige tilbud («flere bein å stå på») eller bedriftene som har spesialiserte tjenester, som hadde klart seg best. Over halvparten svarte ikke på spørsmålene og svarene trekker i ulike retninger.

Oppsummert kan vi si at etterspørselen etter varer, tjenester aktiviteter, naturopplevelser og aktiviteter har vært klart påvirket av koronasituasjonen. Det har vært et oppsving i varehandelen, og det har vært større omsetning enn vanlig i perioder. Dette skyldes at nordmenn har konsentrert ferieforbruket til sommerferien i Norge, og dels at de besøkende også har ønsket å støtte opp om lokalt næringsliv – i hvert fall i en tidlig periode av pandemien. Både bygg- og anleggssektoren, varehandelen og aktivitets/opplevelsestilbydere har nytt godt av dette. På den annen side har (delvis) serveringsnæringen og kurs- og konferansearrangørene hatt en svært vanskelig periode.

4 Videreføring av eksisterende og utvikling av nye reiselivsprodukter

I dette kapitlet ser vi først på den etablerte tilbudsstrukturen og sysselsettingen i reiselivs-næringen og relaterte virksomheter så langt forliggende statistiske data gir muligheter for. Enkelte utviklingstrekk i denne sektoren i de senere årene er også i noen grad fanget opp. I den neste delen, som er basert på egne intervjudata, er utviklingstrekke i friluftsliv/naturbaserte opplevelser adressert, spesielt i lys av koronapandemien. Til slutt i kapitlet er de intervjuedes vurderinger av potensialene for nye og innovative naturrelaterte reiselivsprodukter presentert.

4.1 Muligheter for videreføring av eksisterende naturrelaterte reiselivsprodukter

4.1.1 Oversikt over etablerte tilbudsstrukturer innen overnatting, servering, transport, opplevelser og aktiviteter

Oppgavene over antall bedrifter og senger i overnattingssektoren er hentet fra SSBs overnattingsstatistikk, vi har her valgt å bruke kapasiteten i august 2020 som et uttrykk for den totale kommersielle overnattingskapasiteten i regionen.

Oppgavene over antall bedrifter og sysselsetting i øvrige næringer er basert på tall fra Virksomhets- og foretaksregisteret (VoF). Merk at tallene fra VoF gjelder per 1. januar 2017 og 2020. Dette innebærer at sysselsettingstallene for de reiselivsrelaterte næringene viser et fortegnnet bilde av omfanget. De omfatter i realiteten bare helårsansatte og sesongansatte i vintersesongen, og svært mange virksomheter er såkalte enkeltpersonforetak, med få eller ingen fast ansatte utenom eier/driver av virksomheten. Dataene om sysselsetting gir likevel et viktig perspektiv på hva slags type virksomheter som finnes i regionene, og et bilde av utviklingen fra 2017 til 2020.

Overnatting

Overnatting omfatter i det statistiske materialet fra SSB hoteller og liknende virksomheter, campingplasser og hytte- og leilighetsanlegg som drives som overnattingsvirksomheter (ikke utleie). På samme måte som for gjestedøgn har SSB slått sammen tallene for Flå med Krødsherad, derfor har vi hentet tall for overnatting i Flå fra overnattingsstedenes hjemmesider på internett.

Tabell 4.1: Antall overnattingsbedrifter i Hallingdal og Krødsherad per august 2020.

	Flå	Nesbyen	Gol	Hemsedal	Ål	Hol	Hallingdal
I alt	4	12	19	20	14	25	94
Hotell og liknende	1	3	8	7	4	10	33
Campingplasser	1	5	6	4	4	3	23
Hyttegrender og vandrerhjem	2	4	5	9	6	12	38

Kilde: SSB overnattingsstatistikk

Til sammen var det i Hallingdal 94 overnattingsvirksomheter som rapporterte til SSB. Disse hadde til sammen 11 116 senger tilbudt i august 2020.

Restauranter, kafeer, puber og annen serveringsvirksomhet

I denne sektoren har det vært en del endringer fra 2017 til 2020. En del bedrifter er blitt borte (konkursbo eller av andre grunner nedlagt), noen har gjenoppstått på samme adresse med nytt navn og gjerne nye eiere, og det er etablert en del (antatt) helt nye virksomheter. Antall nye virksomheter i høyre kolonne i tabell 4.2 refererer til virksomheter som ut fra adresse og navn antas å være reelle nyetableringer.

Totalt sett i Hallingdal var det i 2017 i alt 63 virksomheter i serveringssektoren, og i 2020 i alt 66 virksomheter. De aller fleste er virksomheter innen «Drift av restauranter og kafeer» (54 foretak i både 2017 og 2020), mens det var henholdsvis seks (2017) og ni (2020) virksomheter innen «Drift av gatekjøkken». Begge årene var det tre virksomheter i kategorien «Drift av puber». Noen få av virksomhetene (6-7 i 2020) ser ut til å være rene eierselskaper, som for eksempel holdingselskaper.

Sysselsettingen per 1. januar har gått relativt mye ned de siste årene, fra 320 i 2017 til 257 i 2020. Dette har blant annet sammenheng med at mange av de nye serveringsstedene (inkludert de som har skiftet navn og/eller eier) er virksomheter som i hovedsak drives av eier og i liten grad har eksterne sysselsatte per 1. januar 2020. Antallet virksomheter hvor antall sysselsatte er oppgitt til å være null (per 1. januar), økte fra 15 i 2017 til 25 i 2020.

Tabell 4.2: Antall serveringssteder og antall sysselsatte i Hallingdalkommunene per 1.1 2017 og 1.1 2020.

	2017			2020			Antall nye virksomheter
	Antall virksomheter	Antall virksomheter uten sysselsatte	Antall sysselsatte	Antall virksomheter	Antall virksomheter uten sysselsatte	Antall sysselsatte	
Flå	2	0	23	4	2	19	1
Nesbyen	5	1	20	7	3	22	2
Gol	14	4	55	9	2	49	9
Hemsedal	17	1	130	24	6	105	9
Ål	4	2	14	5	3	12	3
Hol	21	7	78	17	8	50	5
Hallingdal	63	15	320	66	25	257	29

Kilde: Virksomhets- og foretaksregisteret (VoF).

Andre turismerelaterte virksomheter

Fra Virksomhets- og foretaksregisteret har vi hentet tall for antall virksomheter i hver kommune etter næringskode per 1.1 2017 og per 1.1 2020 (tabell 4.3).

Tabell 4.3: Antall turismerelaterte virksomheter og antall sysselsatte i Hallingdal per 1.1 2017 og 1.1 2020. Eksklusive overnattingsvirksomheter og persontransport.

	2017			2020			Antall nye virksomheter
	Antall virksomheter	Virksomheter uten sysselsatte	Antall sysselsatte	Antall virksomheter	Virksomheter uten sysselsatte	Antall sysselsatte	
Reisebyråvirksomhet/Reisearrangørvirksomhet	4	0	6	5	2	9	2
Turistkontorvirksomhet og destinasjonsselskaper	6	3	13	8	4	16	2
Guider og reiseledere	5	2	3	13	11	2	10
Opplevelser, arrangement og aktiviteter	33	18	44	35	17	64	12
Drift av kulturhistoriske museer, bygninger etc	8	3	31	8	3	21	0
Sum	56	26	97	69	37	112	26

Innenfor de næringskategoriene vi har hentet tall fra, var det i alt 56 virksomheter i drift per 1.1.2017 og 68 per 1.1.2020. Flest virksomheter finner vi innen «Opplevelser, arrangement og aktiviteter», 33 i 2017 og 34 i 2020. De fleste av disse er relativt små enkeltpersonforetak⁴. Man kan ellers merke seg at størst vekst i antall virksomheter er kommet innen næringskategorien «Guider og reiseledere», som økte fra 5 til 13. Dette er også i hovedsak små enkeltpersonforetak, nesten uten ansatte utenom sesong. I kategorien «Drift av kulturhistoriske museer etc.» er fire av åtte virksomheter knyttet til Stiftelsen Buskerud Museum.

Persontransport

I følge virksomhetsregisteret fantes det i 2017 10 turbussforetak i Hallingdal og åtte i 2020. Antall sysselsatte utgjorde 72 i 2017 og 68 i 2020. De aller fleste var sysselsatte i Nettbuss (Vy buss) og i Geilo turbusser, til sammen 60 i 2017 og 54 i 2020. Både i 2017 og 2020 var det tre virksomheter som ikke hadde sysselsatte utenom eier.

Tilsvarende var det 25 registrerte taxivirksomheter (inkludert taxisentraler) i 2017, med til sammen 73 sysselsatte i taxiforetak i 2020, og 8 turbilselskaper (henholdsvis 25 og 10 i 2017). Per 1. januar 2020 var antallet virksomheter sunket til 21, mens antall registrerte sysselsatte nå var gått ned til 47. Det var fem selskaper i 2017 og fire i 2020 som ikke hadde sysselsatte utenom virksomhetens eier. Alle virksomhetene var enkeltpersonforetak (utenom en i 2017).

4.1.2 Analyse av egne intervjudata

I Norge har vi en lang friluftslivstradisjon, og mange intervjuede mener da også at friluftslivet vil øke i betydning i tiden framover:

«Eg trur friluftaktiviteter vil blomstre i framtida. Det same med hyttelivets»

⁴ I vår oppstilling omfatter denne gruppen næringskodene 79.903 Opplevelses-, arrangements- og aktivitetsarrangørvirksomhet, 93.291 Opplevelsesaktiviteter, samt at vi har inkludert to virksomheter fra 91.040 Drift av botaniske og zoologiske hager og naturreservater og en bedrift fra 79.909 Andre turistrelaterte tjenester.

«Friluft' kommer nok til å øke. Jeg ser ikke noe som vil forsvinne»

«Jeg tror markedet med aktiv fritid kommer til å bli en vinner»

«Flere mennesker har utforsket friluftslivet i 2020, og man kan nok forvente at dette vedvarer i 2021»

Men, som en av intervjuede påpeker, det er ikke gitt at økt interesse for friluftsliv vil omsettes i økt etterspørsel etter naturbaserte reiselivsprodukter:

«Det kan øke etterspørsel etter kommersielle produkter basert på friluftslivstradisjonen, men det kan også medføre at flere får kompetanse og erfaring nok til å greie seg på egenbånd i naturen»

Uansett er informantene generelt positive til videreføring av eksisterende naturrelaterte reiselivsprodukter, og gjerne i kombinasjon med kulturminner:

«Utrolig gode muligheter for dette. Det er mulighet for å markedsføre, 'pakketere' og konseptualisere. Ikke minst tilrettelegge for opplevelser i naturen på en spennende måte. Loen Via Ferrata er et godt eksempel, og ny bro over Vøringsfossen. Det å kunne tilrettelegge for utkikkspunkter, evt. løfte frem kulturminner på en måte som er litt mer moderne og attraktivt. Aktive stoler, der man kan få melke en ku eller ta del på en eller annen måte. Ikke minst bonuser for å komme seg ut (stolpejakten og AISPOT) er gode eksempler på ting / tiltak som ble godt utnyttet i år»

«Småskalapreget på det naturbaserte reiselivet og de rurale omgivelsene disse virker i, taler for at denne delen av reiselivet bør oppleve en vekst så lenge koronapandemien vedvarer (til forskjell fra f.eks. internasjonalt storbyreiseliv)»

Muligheter for videreføring av eksisterende naturbaserte reiselivsprodukter kobles også til økt interesse for fritidsbolig og hytteliv. I denne forbindelse framheves det at naturbaserte opplevelser som kan gjentas flere ganger, har gode muligheter for å lykkes

«Hyttelivet vil øke der bruk av aktivitetstilbud og rekreasjonsområder er en naturlig del (...) (A4)

«Det kan virke som at en del hyttegjester har fått øynene opp for alle aktivitetsmulighetene som finnes her, også i de periodene de vanligvis ikke bruker hytta. Kanskje vil de fremover bruke hytta hyppigere gjennom hele året?»

«Nordmenn kjøper fritidsbolig i stor stil. Dermed knytter de en varig relasjon til destinasjonen, og det blir enda viktigere at man bygger opp aktiviteter som kan være repetitive. Zipline, Mountain Cart, dyrepark er gjerne ting man gjør én gang. Vandring og sykkel er livsstilsporter, som alpin og langrenn. Her handler det om naturopplevelse, fellesskap, ferdigheter og spenning»

Muligheter knyttes også til økt interesse blant nordmenn for å feriere i Norge i 2020, noe som kan bli en vedvarende trend i 2021:

«(...) Tror også at nordmenn sine reisevaner vil endres der «bruk» av Norge vil øke betraktelig. Hva som skjer med internasjonalt reiseliv, er umulig å ha sterke meninger om»

«Jeg tror også nordmenn i 2020 oppdaget eget land. Det tror jeg har gitt mersmak. Det er viktig at destinasjonene er rå på opplevelser, så gjestene kan fortsette å føle at de får opplevelser i verdensklasse – i eget land»

Videre forhold som kan påvirke muligheter for videreføring av eksisterende naturrelaterte reiselivsprodukter er markedstrender, reisendes preferanser, trygghet og usikkerhet rundt det å reise samt økt bruk av hjemmekontor og digital teknologi:

«Hyttelivet kan forventes å øke gjennom mer hyttekontor nå som vi har blitt vant til digitale møteformer. Hverdagene som da tilbringes på fritidsboligene kan medføre økt etterspørsel etter tilrettelagte aktiviteter og opplevelser basert på ressurser i naturen (men også på kultur og kulturminner)

(...) Usikkerheten og økt bruk av teknologi som koronapandemien medfører, kan øke etterspørselen etter rolige, saktegående opplevelser i trygge omgivelser. Helseturisme basert på yoga, skogbading, tekno-detox kan være eksemplene»

En trend de intervjuede er enig om, er den voksende etterspørselen etter hytterelaterte varer og tjenester:

«Hyttemarkedet er sterkt voksende, både i forhold til bruk og bygging av nye hytter. Med det også voksende etterspørsel bygg/anlegg og alt som hytteballingen trenger»

«Det har vore stor aktivitet i bygging, ombygging og oppussing av hytter dette året. Byggevarerhusa melder om stor aktivitet»

«Det er stor etterspørsel på dette, dette tror jeg vil bli en økt trend i mange år framover. Folk kommer til å bruke hyttene mer, samt at de kommer til å bruke mye penger på oppgradering mm»

«Lenger og hyppigere fritidsboligopphold kan gi endret etterspørselsmønster ved at eier selv har tilsyn med hytta, men også at man starter oppussingsprosjekter og utvidelser av hytta»

«Ja, det er mer utbygging av hytter. Mange har hjemmekontor. Vi ser jo at skal det komme flere utbrudd / pandemier og evt. nedstenginger, så vil det være høyaktuelt med tjenester til hytter som matvarehandel. Ellers hytteettersyn som av og på med varme, blomster mm kunne være aktuelt dersom folk ikke er på hyttene sine»

«Jeg tror ett marked som kommer til å bli mye større, er markedene som ligger oss nært, UK, TYSKLAND; DK, SWE og NL vil reise i mye større grad i sine nærmeste land, så jeg tror det vil bli en oppsving i disse markedene. Samt at nordmenn kanskje ikke kommer til å ta lengre flyreiser en 1-3 timer. Asia og USA kommer til å være fraværende ... i mange år»

«Nordmenn vil nok bli flinkere på å feriere i eget land, fordi trygghet kommer til å bli en hygienefaktor. Hyttesalget har eksplodert i Norge»

Oppsummert er det ingen tvil om at informantene i undersøkelsen mener at friluftslivet har befestet sin posisjon blant norske tilreisende under koronapandemien. Erfaringene med ferie i hjemlandet i 2020 vil ha en positiv virkning på etterspørselen etter naturopplevelser også på sikt, og den store økningen i bruken av hytter, både i hverdag og fritid, tilsier at potensialet for trygge opplevelsestilbud basert på natur og lokal kultur vil øke. Destinasjonene kan derfor med fordel videreutvikle ulike typer naturbaserte aktivitetsprodukter. Investeringene i hytter og økt bruk av hyttene øker også etterspørselen etter lokale varer og tjenester, og mye penger legges ned i nye hytter, utvidelser og oppgraderinger, ulike former for tjenesteyting (matleveranser, oppvarming, hyttetilsyn, mv.). Ikke bare det norske markedet forventes å øke, men også nærmarkedene representert ved landene rundt Nordsjøen antas å vokse når grensene åpnes opp igjen, mens fjernmarkedene vil fortsatt være mer fraværende.

4.2 Potensialer for nye og innovative naturrelaterte reiselivsprodukter

4.2.1 Analyse av egne intervjudata

Vi har allerede sett at de intervjuede mener at det er potensialer for nye naturrelaterte reiselivsprodukter. Disse kan bestå av både eksisterende tilbud tilpasset til nye type gjester og tilbud av helt nye opplevelser.

«Det bør absolutt være muligheter for forsterking og utvikling av nye reiselivsprodukt m.a. med bakgrunn i korona. I forhold til vinter f. eks. <https://om.hallingdal.no/no/hallingspor/>; sommer: <http://www.trakkenroll.no>»

«Det vil nok kome opp nye reiselivsprodukt som følge av Korona. Eksisterande naturbaserte produkt kjem til å bli utvikla og tilpassa nye trendar»

«Noen av aktørene som har tilbudt aktiviteter som har vært mest brukt av utenlandske turister (slik som guidede turer) kan nok måtte legge om litt på tjenestene sine, slik at det treffer det norske markedet bedre»

Noen muligheter som nevnes, er:

«Større etterspørsel etter pakkede reiselivsprodukter tilpasset besøkende som ønsker mer kompetanse i å bruke nyervervet friluftsutstyr. Produkter basert på natur- og kulturarven for gjester som ønsker å 'ta igjen det forsømte' etter mange år med utenlandsferier»

«Jeg tror det vil bli økende etterspørsel etter unike/ spesielle overnattingsmuligheter i naturen (treetopphytter, 'Dome', osv), 'insta-vennlig'»

«Jeg tror mer tilrettelagte aktiviteter er viktig, folk forventer å bli aktivert hele tiden, tror det er viktig å bygge stier, sykkeløyper, ulike andre aktiviteter som sykkelutleie, klatreparker, rodeobane mm»

«Guidede turer – sykkel, fjellski eller langrenn; Vandreturer med innhold; Utvikling av noe naturbasert som Via Ferrata i Loen; Utvikling av premiering av å komme seg ut, f. eks Stolpejakten; Jeg tror det er masse naturbasert å utvikle i Norge generelt»

En informant mener imidlertid at mulighetene for å utvikle nye naturrelaterte reiselivsprodukter ikke har blitt helt utnyttet:

«Ser forbausende få nye tilbud. De fleste driver på som før med samme tilbud. Og avventer pandemien skal gå over ...»

Et annen informant tviler litt på utviklingen av nye reiselivsprodukter på bakgrunn av koronautbruddet. Likevel mener vedkommende at mulighetene som trygge, naturbaserte opplevelser representerer, bør utnyttes:

«Det er jeg usikker på. Men det kan vise seg å bli en varig mental effekt, hvor reise til fjerne land og oppsøke steder med mye folk, ikke lenger er like attraktivt. Trygghet veier tungt. Naturbaserte opplevelser tror jeg mange opplever som en veldig trygg og sunn ferieform. Jeg tror det er helt avgjørende at man klarer å utnytte denne muligheten til å styrke produktene på destinasjonem»

En annen intervjuperson er også positivt innstilt til at hytteturisme vil øke i framtida og at andelen nordmenn som ferierer i Norge også vil øke over tid. Det er ifølge den intervjuede tre faktorer som påvirker dette:

- at vi ikke kan utelukke at det ikke vil forekomme flere pandemier.
- at situasjonen har ført til at mange har sett nye sider ved å feriere i Norge og at dette har drevet interesse til å kjøpe seg en hytte, enten for å bruke den selv eller for å leie den ut. Dette kan også være en selvdrivende prosess på en måte. Når det finnes flere hytter som leies ut, kan de som gjør det også få lyst på å eie egen hytte. Det kan også oppstå et byttemarked mellom hytteeiere. I forbindelsen med denne fortellingen nevner informanten at mange tror at den gjennomsnittlige kjøper er 55 år, mens han selv nevner at de fleste er mellom 35 og 40 år.
- at for barnefamilie er det mye mer praktisk å dra på hyttetur enn å ta en flytur til Syden.

Men de intervjuede ser også mulighet for å kommersialisere flere (typer) av (naturrelaterte) aktiviteter og opplevelser samt selge tjenester, utstyr, lokale mattilbud, persontransport osv. i større skala:

«Salg av lokale produkter m.a. lokal mat i langt større skala, www.hallingkost.no»

«Økt mengde deltidsinnbyggere kan gi markedsmuligheter for mer kollektiv og grønn transport til/fra og på destinasjonene. Deltidsinnbyggerne tar kanskje også med seg vaner som 'take-away'-mat, bruker lokalt kulturtilbud på hverdager, har bedre tid til å benytte tilbudet av kommersielle naturbaserte reiselivsopplevelser, utforske lokal matprodukter, samt lære mer om lokal kultur og historie»

«Tror lokal mat vil kunne vokse, generelt med både mat og drikke, guida tjenester på vandring, sykkel, mm. Samme gjelder offentlig transport»

«Norsk matkultur kunne vært konseptualisert bedre. Epler i Hardanger, økologiske andelsbager og salg av disse varene til lokale kafeer. Jeg tror at det må tilrettelegges for en struktur der folk tør å satse kommersielt»

Tilrettelegging, tilpassende produktutvikling og markedsføring trekkes fram som viktige elementer for å utnytte disse mulighetene:

«Tilrettelegging av naturrelaterte reiselivsprodukt med flere kassaapparat»

«Hvis vi ser på trender blant nordmenn, så er det å komme seg ut et ønske, men vi er ikke så flinke til å oppsøke opplevelser. Eller så er det ikke godt nok tilrettelagt. Jeg tror nok at de hovedattraksjonene som er tilrettelagt, hadde fullt i sommer, nettopp fordi man har gjort noe mer ut av de naturressurser man har (...). Overordnet tror jeg at vi har et stort potensial for markedsføring og produktutvikling i Norge innen reiseliv og kulturbaserte opplevelser. Jeg tror produktutvikling og markedsføring sammen hadde gjort Norge mer attraktivt for nordmenn og internasjonale gjester. Jeg tror det må bli bedre vilkår for de som driver eget (selvstendig næringsdrivende), for disse selskapene er med på å drive frem utvikling. Jeg tror den statlige sektoren kan bli bedre til å se potensialene for å utvikle naturbaserte opplevelser og tilrettelegge sammen med næringen»

«Destinasjonene må bli flinkere til å tilrettelegge rundt hele kundereisen. Nordmenn vil gjerne ut å oppleve – men de orker ikke 'hassle'. Det skal være enkelt å finne frem, og tilbudene skal finnes der de bør finnes. Destinasjonene må tenke og planlegge mer helhetlig. Da vil man bevisst kunne stimulere til at gjestene bruker med penger på destinasjonem»

«For mange turister fra fjerne land er det tilstrekkelig å oppleve fra buss-setet, eller ta bilder rundt hotellet. Nordmenn og skandinaviske gjester vil bruke naturen. Da trengs god tilrettelegging. Særlig stiuutvikling vil være en viktig suksessfaktor»

En av de intervjuede pekte da også på at *«destinasjonene i Hallingdal melder om flere syklistere enn tidligere. Dette henger antakelig både sammen med at Hallingdal har utviklet flere nye familievennlige arenaer for terrengsykling, og at det norske markedet generelt er opptatt av å være aktiv i ferien sin»*.

Oppsummert mener informantene at det er blitt enda bedre vilkår for videreutvikling av naturbaserte produkter som resultat av koronapandemien. Naturbaserte opplevelser anses som en trygg og sunn ferieform. Mange har fått øynene opp for opplevelser i hjemlandet, og det vil bli en økende etterspørsel etter f.eks. unike overnattingstilbud, tilrettelagte tilbud (stier, løyper for ski og sykkel, klatreparker, *Via Ferrata*, premiering for å nå turmål, finne fram, osv.). Salg av lokal (økologisk) mat, lokale kulturtilbud, miljøvennlig lokaltransport, guidede vandre- og sykkelturner mv. vil ha gode utviklingsmuligheter. Men det pekes på at dette også krever god tilrettelegging, gjennom både effektiv markedsføring og god produktutvikling, slik at de naturbaserte tilbudene blir enkle å både finne fram til og å bruke.

5 Økonomiske effekter av endringene i vinter- og sommersesongen 2020

I dette kapitlet søker vi å avdekke de økonomiske virkningene av covid-19 i de seks Hallingdalkommunene med utpreget utmarksrelatert reiselivsnæring. Analysen bygger på foreliggende data fra Virksomhets- og foretaksregisteret (VoF) i Statistisk sentralbyrå (SSB) og omfatter endringer i økonomisk aktivitetsnivå, konkurser, verdiskaping og sysselsetting i næringen og i tilknyttede sektorer.

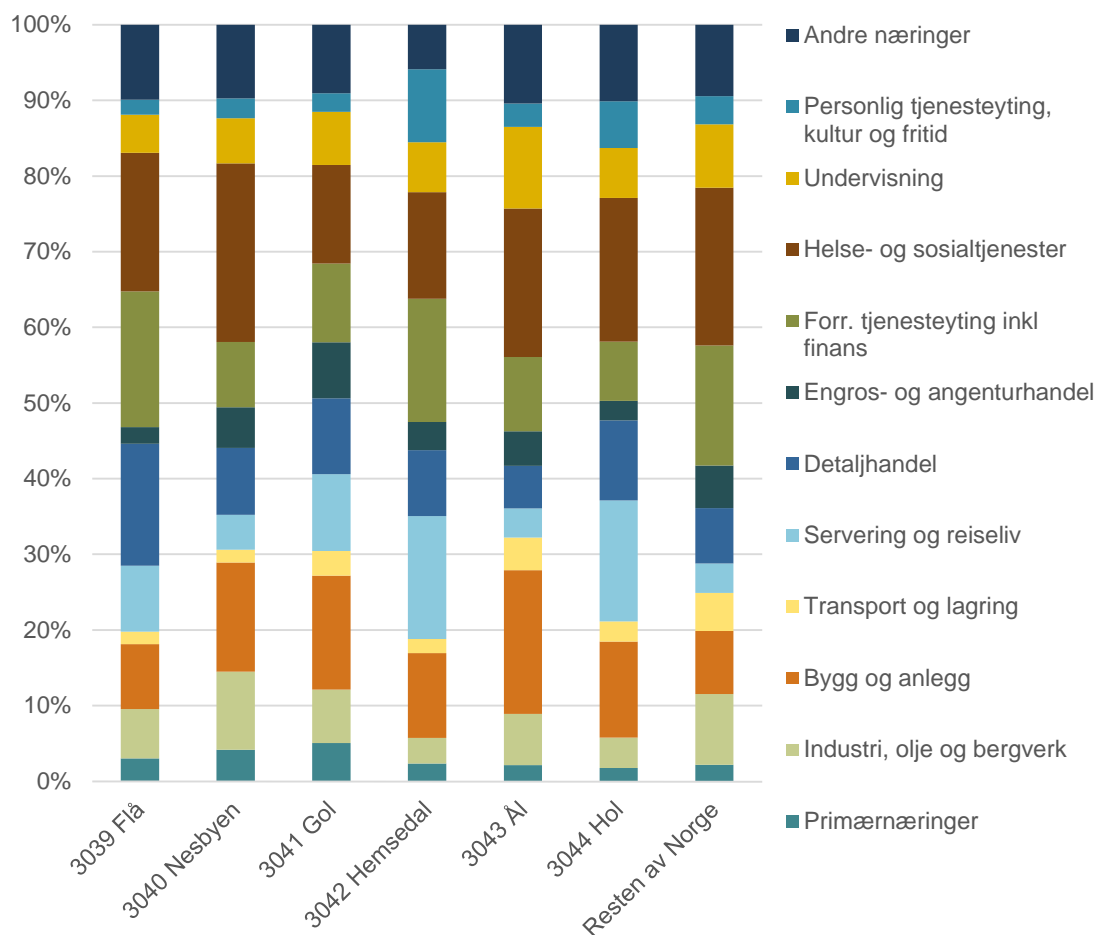
Analysen bidrar til et oppdatert kunnskapsgrunnlag for fremtidige næringspolitiske prioriteringer. Gjennom egne intervjudata samlet inn på kommunalt og fylkeskommunalt nivå er vurderingene av hvordan man bør innrette næringspolitikken på bakgrunn av de økonomiske effektene av endringene i vinter- og sommersesongen i 2020 nærmere analysert.

5.1 Næringsstruktur og dynamikk

Kommunene i Hallingdal har et variert næringsliv. Likevel er det en del kjennetegn ved næringslivet som indikerer at reiselivet står spesielt sterkt (figur 5.1):

- Kategorien *Servering og reiseliv* sysselsetter relativt flere personer i forhold til landsgjennomsnittet i alle kommunene, og i Hemsedal og Hol er andelen over fire ganger så høy som på landsbasis⁵.
- *Bygg og anlegg* er også overrepresentert i alle kommunene bortsett fra i Flå. Dette er en bransje som knyttes til det store antallet fritidseiendommer i regionen, både ved nybygg og vedlikehold.
- *Detaljhandel* er overrepresentert i Flå, Gol og Hol og ligger på landsgjennomsnittet i Nesbyen og Hemsedal. Dette avviker fra det vanlige mønsteret der mindre kommuner gjerne har handelslekkasje til større kommuner og derfor færre sysselsatte i denne bransjen. Forklaringen er igjen at detaljhandelen i disse kommunene nyter godt av den store hyttebefolkningen og andre fritidsreisende som skaper lokal etterspørsel.
- En del fritidstilbud som betjener tilreisende, finnes også i kategorien *Personlige tjenesteyting, kultur og fritid*. Her er Hol og Gol overrepresentert.

⁵ Når andelen er over to ganger så stor som landsgjennomsnittet for en relativt stor næring, kan en snakke om at regionen er *spesialisert*.



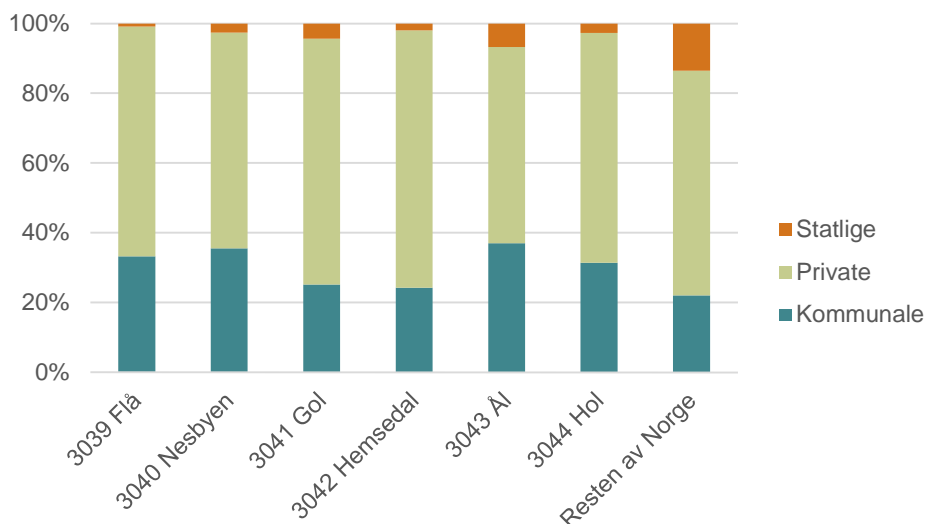
Kilde: TØI/SSB

Figur 5.1: Sysselsatte i Hallingdal etter næring og kommune. Prosent. 2020.

Et gjennomgående trekk ved små kommuner som ikke ligger sentralt i de største byområdene, er at sysselsetting i kommunal sektor er svært viktig – ofte godt over 40 prosent av total sysselsetting. I tillegg er det vanligvis en lav andel av statlige arbeidsplasser i denne typen kommuner. Alle kommunene i Hallingdal plasseres i sentralitetsklasse 5 av 6, bortsett fra Gol som er i sentralitetsklasse 4. Sentralitetsklasse 1 er mest sentral (Høydal 2020).

Deler av dette mønsteret finner vi igjen i Hallingdal. Figur 5.2 viser at det er svært få statlige arbeidsplasser i regionen. Ål har relativt flest, men selv her er andelen under halvparten av det en finner på landsbasis. Dette er som forventet. Imidlertid er andelen kommunale arbeidsplasser svært lav med tanke på at dette er kommuner med lav sentralitet.

Ingen av kommunene har så mye som 40 prosent av de sysselsatte i kommunal sektor, og Gol og Hemsedal er nesten nede på landsgjennomsnittet med 25 og 24 prosent (landsgjennomsnittet er 22). En foreløpig oppsummering er dermed at alle kommunene i Hallingdal har et sterkt privat næringsliv. Privat sektor er større i disse kommunene enn tilsvarende kommuner (mht. sentralitet), og sektoren i Hallingdal er samtidig i sterk grad innrettet på reiselivet.

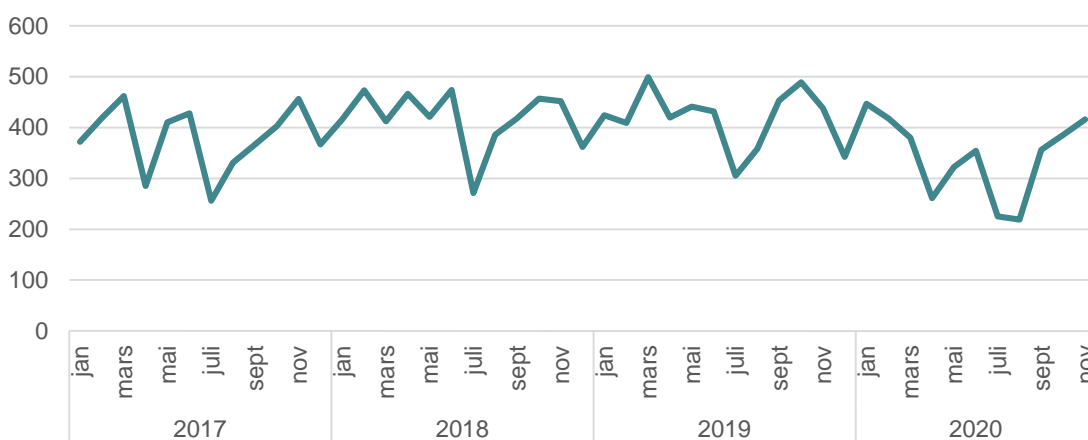


Kilde: TØI/SSB

Figur 5.2: Sysselsatte i Hallingdal etter sektor og kommune. Prosent. 2020.

Med reiselivet som viktig næring er det ikke overraskende at pandemien i 2020 rammer regionen spesielt hardt. Imidlertid er det to faktorer som kan dempe virkningen. For det første innførte regjeringen en del støtteordninger for næringslivet som mistet omsetning pga. pandemien. For det andre har Hallingdal, som tidligere nevnt, svært mange fritidseierdommer. Det var en kort periode i april 2020 der det var restriksjoner på å dra på hytta. Etter det kunne hyttene brukes som normalt. Når da utenlandsferier har vært utelukket etter 12. mars 2020, er det svært sannsynlig at hyttene i Hallingdal faktisk kan ha blitt brukt mer enn i andre år.

Pandemiens negative innvirkning generelt på næringslivet kunne en tenke seg ga utslag i flere konkurser. Antall konkurser i hele Norge er vist i figur 5.3. Den viser et helt annet bilde. Faktisk var antall konkurser i juli og august 2020 de laveste i hele den viste perioden, og vi må tilbake til 2007 for å finne like lave tall to etterfølgende måneder (også det juli og august). Tallene for september til november 2020 har steget igjen, men ligger under snittet for tilsvarende måneder de siste årene.



Kilde: SSB (2021a)

Figur 5.3: Konkurser i Norge etter måned. 2017-2020. Absolutte tall.

Ser vi mere spesifikt på reiselivsnæringen, er bildet det samme (figur 5.4). Sommeren og høsten 2020 peker seg ut som en periode med mindre konkurser enn vanlig.



Kilde: SSB (2021a)

Figur 5.4: Konkurser innen overnattings- og serveringsvirksomhet i Norge etter måned, 2017-2020. Absolutte tall.

De lave konkurseratene i siste halvdel av 2020 kan tyde på at de offentlige virkemidlene har hatt god effekt. Det kan nesten se ut til at virkemidlene har reddet virksomheter som ville gått konkurs selv uten en pandemi. SSB publiserer også tall på kommunenivå, og i Hallingdal er det faktisk bare registrert fem konkurser mellom 1. juli og uke 51 i 2020. De tre foregående halvårene hadde hhv. åtte, syv og seks konkurser (SSB 221b). Kombinert med Hallingdal sin store hyttebefolkning, som har gitt lokal etterspørsel og dermed sysselsetting, kan denne statistikken tegne et bilde der regionen tross alt kom ganske godt ut av pandemien. Det er imidlertid to faktorer som utfordrer dette bildet:

For det første er det usikkert om lave konkurser bare er en utsettelse av problemene. De fleste virksomheter har en viss buffer, og vil i det lengste utsette en konkurs. Dette gjelder kanskje særlig under en pandemi, der en kan regne med bedre tider i etterkant av pandemien. Offentlige virkemidler kan dermed først og fremst brukes til å utsette konkursen.

For det andre, og i forlengelse av det første, er det en utbredt handlemåte for reiselivsbedrifter å både motta offentlig støtte (og dermed unngå konkurs) og å permittere ansatte. Så selv om virksomheten ikke forsvant, så forsvant aktivitetene og sysselsettingen. Dette ser vi delvis av statistikken for arbeidsledige (tabell 5.1). I alle kommunene bortsett fra Flå har antall arbeidsledige steget. Økningen har også vært relativ stor. Ser en bort fra Flå, har økningen vært mellom 84 (Nesbyen) og 492 (Hemsedal) prosent for de andre kommunene.

Tabell 5.1: Antall helt arbeidsledige i Hallingdal etter kommune per desember 2020 og endring fra desember 2019.

	Antall ledige des. 2020	Prosent av arbeidsstyrken	Endring i antall ledige fra des. 2019
3039 Flå	8	1,5	-1
3040 Nesbyen	35	2	16
3041 Gol	87	3,4	66
3042 Hemsedal	71	4,9	59
3043 Ål	46	1,8	22
3044 Hol	94	3,7	72
Resten av Norge	106600	3,8	45971

Kilde: NAV (2021)

Næringslivet i Hallingdal er altså relativt solid, med stor privat sektor og med en hyttebefolkning som gir ekstra lokal etterspørsel. Flå kommune skiller seg litt ut ved å ligne mer

på resten av landet, mens resten av kommunene i regionen er mer avhengig av reiselivet. Ved første øyekast kan det se ut til at regionen har klart seg bra gjennom pandemien. Imidlertid er tidsaspektet en usikkerhetsfaktor som en ikke har kontroll på – hvorvidt konkurser og mangel på nyetableringer først kommer på et senere tidspunkt kan statistikkene ikke si noe om på nåværende tidspunkt. Reduksjon i aktivitetsnivået og dermed økt arbeidsledighet kan tyde på at næringslivet har en del utfordringer i de nærmeste årene.

5.2 Implikasjoner for kommunal og fylkeskommunal næringspolitikk basert på egne intervjudata

Det generelle inntrykket er at de økonomiske effektene av koronapandemien i vinter- og sommersesongen i 2020 er svært ulike i Hallingdalregionen:

«Økonomisk for bedriftene i kommunen som helhet kan jeg tenke meg at resultatet ved utgangen av året blir tilnærmet likt fjoråret, men «internt» blant bedriftene vil jeg tro det er store omveltninger i hvem som har gjort det bra og hvem som har gjort det dårlig»

«Jeg vet (...) at de absolutt største næringsaktørene vi har i kommunen, slet da vi «mistet» påskeomsetningen. Vi fikk en kanonbra juli, men dette hjalp ikke på for eksempel skibeisomsetningen. De stimuleringspakken som har kommet, har truffet noen få, men ikke veldig mange næringer, så jeg håper at det vil være noe som treffer bedre og kan stimulere næringslivet igjen i 2021»

«For Flå sin del, så hadde vi en veldig dårlig mars og april, men så har vi egentlig tatt igjen etter det ... så jeg tror for mange butikker (...), så blir (...) det ikke noen kriseår, men det blir heller ikke noen toppår (...). Vi kommer ikke spesielt svekket ut av korona, det tror jeg ikke»

De økonomiske effektene av koronapandemien har endret konteksten og forutsetninger for kommunal og fylkeskommunal næringspolitikk:

«Fylkeskommunen og andre aktører i støtteapparatet har iverksatt et antall tilskuddordninger for å bidra til bl.a. omstilling, økt aktivitet (prosjekter) og likviditetsstøtte»

«(...) For kommunen er det åpenbart at vi er ekstremt avhengige av reiselivet og at det MÅ jobbes for å få andre typer næringer til å etablere seg i kommunen»

«Reiselivsbransjen og spesielt overnattingsbedrifter har ei krevende tid. Kommunal næringspolitikk vil måtte legge vekt på innovasjon og nytenkning innen næringslivet»

«Jeg tror på kort sikt så skal vi klare oss, men jeg tror det er viktig å legge til rette for økt byggeaktivitet, dette er investering i å få folk til å bli mer stedbundne til reisemålet»

«Fylkeskommunen må se viktigheten av destinasjonsselskapene. I dag finansieres vi gjennom bidrag fra aksjonærer/medlemsbedrifter og kommunen. Det burde vært et betydelig driftstilskudd fra Fylkeskommunen (frie midler)»

Men enkelte intervjuede mener likevel at kommunal næringspolitikk ikke kan endres fordi

«Vi har ikke muskler til å hjelpe de» (A10)

Enkelte informanter fremholder at konsekvensene av endringene ikke helt har vist seg ennå, og at ringvirkningene vil kunne bli merkbare over tid:

«Vi har ikke sett de fulle effektene av koronapandemien ennå. Alpinanleggene er hjørnesteinsbedrifter i flere kommuner – og de får en beintøff sesong i 2020/21. Dette vil forplante seg i syssetning og i alpinanleggenes løfteevne som lokal drivkraft. Bidragene til destinasjonsselskapene (som gjerne er prosentbasert) vil bl. a. gå ned, som igjen betyr at destinasjonene har mindre gjennomslagskraft i å markedsføre og utvikle destinasjonene og dermed holde seg konkurransedyktige»

Det tas til orde for en større satsing på reiselivet gjennom hele året:

Sommersesongen har vist at fjellregionen ikke bare er ski og vinter. Næringspolitikken bør bidra til omstillingen mot mer helårlig fokus. Dermed spres risikoen i reiselivsbransjen, og skulle man miste én eller to måneder med omsetning, er ikke det fullt så kritisk, som tilfellet har vært i 2020. Det trengs konkrete støtteordninger for fysiske tiltak som er nødvendig for å få til denne omstillingen»

De fleste av intervjuede mener at det er behov for spesielle satsinger for å styrke reiselivsnæringen og relaterte økonomiske virksomheter. Både satsinger rettet mot bedrifter for å fremme innovasjon og entreprenørskap og mer generelle satsinger som kan komme flere til gode, trekkes fram. Her er noen eksempler:

«Deler av reiselivet vil sannsynligvis trenge økonomisk støtte også vinteren og våren 2020/2021»

«Satsinger på at bedriftene utfordrer seg selv til å tenke nytt»

«Satsing på innovasjon av reiselivsprodukter, gjerne tiltak som kan fremme fellesskap i næringen. Friluftaktiviteter er sentralt i dette»

«Utvikling av mer tilrettelagte produkter, stisykling, vandring, lage mer nasjonale fyrtårn»

«Ja, jeg synes det må satses på destinasjonsarbeidet (...) Det vil være mange som har kraftig redusert omsetning i 2020 og som påvirker hva destinasjonselskapene får inn av midler 2021. Et godt etablert destinasjonselskap som markedsførings- og næringsutviklingsorgan hadde vært en god løsning for kommune og næringsliv. Det er også behov for å minimere risiko for de som ønsker å satse og starte egen virksomhet. Det er mye som kunne vært utviklet i Norge, men det er fremdeles ikke så lønnsomt, så mange velger trygge og godt betalte jobber. Mindre selskapskatt og bedre hjelp til oppstart kunne vært en fin løsning (...). Jeg tror også at 2021 kan bli utrolig vanskelig for næringslivet, og på grunn av den – faktisk – pålagte nedstengingen i mars så må det støtteordninger til ordinærdrift i noen sektorer samt midler til utvikling»

«Fysiske tiltak for vår/ sommer/ høst. Stiuutvikling, skålting, informasjon, mobilitetsløsninger etc.»

«Gjøre det lettere for reisende å ta toget. Flere ganger, høyere kapasitet og billigere billetter. Samt bedre kollektivtransport fra stasjonen og ut i kommunen»

«Gode støtteordninger og kompetanse i administrasjon og hos politikere. Store aktører må ha gode og forutsigbare kompensasjonsordninger. Reiselivet blir naturlig styrket av å samarbeide. Den skaper ringvirkninger på tvers av flere næringer. Gode vilkår for at de store skal kunne satse vil redde mange av de små aktørene»

Satsinger trenger ikke nødvendigvis å være nye, og det kan dreie seg om å opprettholde eksisterende satsinger:

«Terrengsykkelsatsingen er den største barmarkbaserte satsingen i reiselivet i Hallingdal noen gang. Alle kommuner/ destinasjoner satser samlet – under felles merkevare. Terrengsykkelsatsingen svarer direkte på behovet for større attraktivitetskraft på sommeren og morsomme lavterskelaktiviteter for hele familien. Satsingen er basert på bærekraftsprinsipper, som betyr at betyr at den er både langsiktig og skånsom. Satsingen er unik i norsk og europeisk sammenheng, og det trengs politisk bevissthet og handling for å fortsette den fantastiske reisen Hallingdal har lagt ut på»

En av intervjuede trekker også fram at det trenges både kortsiktige og langsiktige tiltak for å tilpasse seg den «nye normalen (...), for dette kommer til å vare lenge»:

«Du må klare å se at du har noen krisepakketiltak, men det må også tenkes noen tiltak som er mer langsiktige»

De intervjuede mener at noen tiltak må være brede, samtidig som man trenger mer spesifikke tiltak rettet mot dem som er mest utsatt som følge av koronapandemien:

Sektorer som trenger spesielle tiltak, er ifølge de intervjuede virksomheter som er basert på internasjonale gjester, skisentrene, overnattingssektoren, kurs- og konferansetilbydere, eventbyråer, kultursektoren, destinasjonselskaper og kollektivtransporten. Tiltakene som trekkes fram, er både direkte økonomiske bidrag og faglig funderte satsinger, og de

omfatter tiltak rettet til markedsføring, produktutvikling, kompetanse og nettverksbygning samt infrastrukturtiltak:

«Sektorer som er basert på internasjonale turister og hvor norske turister ikke kompenserer for bortfall av disse (som midtuketurister fra utlandet på vinterdestinasjoner), vil sannsynligvis trenge tiltak som markedsføring til nye kundegrupper, utvikling av nye produkter, kompetanse for omstilling, bistand til nettverksbygging for å skape mer robuste strukturer mv.»

«Det vil sannsynligvis også være behov for permanent omstilling i kurs- og konferansesegmentet»

«Vi ser at skisentrene sliter veldig, samt bedrifter som i stor grad har basert seg på utenlandsmarkedet og kurs- og konferansegrupper. Disse virksomhetene har behov for faglig og økonomisk bistand for å tilpasse tjenester/produkt til den nye hverdagen. I tillegg er det utfordrende, særlig for overnattingsbransjen, at markedet er så uforutsigbart mht. de ansatte. Det er «umulig» å ha folk i fulle stillinger, da svingningene i besøk er mye mer ekstreme enn tidligere»

«Destinasjonsselskapene trenger mer støtte. En stor del av næringen har omsetningsvikt, noe som gjør at mange har mindre mulighet til å bidra inn i felleskapet. Fylkeskommunen bør legge til rette for at det kommer mer markedsføringsmidler inn i destinasjonsselskapene»

«Destinasjonsselskap, eventselskap, artister og de som har kultur- og idrettsarrangementer, trenger kapital og stimulering. Det er disse det har gått verst utover i denne pandemien. Det trengs ren økonomisk støtte for det som har gått tapt og ikke merkelige tiltak som ikke treffer. Ut i fra dette vil disse kreative sektorene selv kunne finne ut av hva som trengs av markedsføring, produktutvikling etc.»

«Vi må gjøre et løft i forhold til elbil-ladning»

«Destinasjonsselskapet, Kollektivtransport»

En informant trekker fram at det kan være lurt å innrette tiltak mot sentrale aktører som har betydelige ringvirkninger i kommunen og regionen, samt prioritere tiltak rettet mot individer som er sysselsatte innen reiseliv, slik at disse kan tilegne seg nye kompetanser som etterspørres, som f. eks. håndverkerkompetanse:

«Hadde du klart å omstille en del av de som jobber i reiseliv til å bli håndverkere, så på en måte hadde du løst to problemer for Hallingdals»

Denne intervjupersonen påker at dersom lokalbefolkningen i regionen kan tilegne seg nye typer kompetanse, vil man både bli mindre avhengig av utenlandsk arbeidskraft og samtidig gjøre enkeltindivider mer robuste i slike krisesituasjoner. Men det ble også hevdet at det er viktig å være klar over at alle ikke kan reddes.

De intervjuede er generelt godt orientert om virkemidler som kommunene og fylkeskommunen rår over, både generelt og spesielt i forbindelse med covid-19:

«Fylkeskommunen har virkemidler som økonomiske tilskudd, kompetanseheving, støtte til innovasjon og entreprenørskap, rådgiving, mv., samt muligheten til å trekke veksler på og videreformidle kunnskap på tvers av og mellom kommuner»

«Kommunene finansierer «Hallingdal etablerersenter» som kan bistå nyetablerere med både kunnskap, veiledning og info om støtteordninger mm. De som jobber der, har vært ekstremt viktige og svært god støtte for veldig mange av de aller minste og mest sårbare virksomhetene i dalen. Så godt som alle kommunene har næringsrådgivere/-utviklere som kan bistå med veiledning, samt at alle kommunene har sine ordinære «næringsfond» e.l. som virksomheter kan søke tilskuddsmidler fra. I tillegg har kommunene fått midler til «ekstraordinært næringsfond» gjennom krisepakke 3 fra staten, som bedrifter og næringsaktører kan søke på. Det har vært svært positivt. Fylkeskommunen har også lyst ut en del midler, særlig for destinasjonsselskap og kompetansehevingstiltak, som har vært positivt for mange»

«Kommunen har et næringsfond. Fylkeskommunen har Regionalforvaltning.no»

«Kommunalt næringsfond. Bruke lokale destinasjonsselskap til å være pådriver for utvikling av reiselivsprodukter. Fylkeskommunen kan bidra med midler som kan nyttes i fellesskap for hele regionen»

«Kommunene kan fortsette med tiltak som næringsstøtte til nyetablerere. Fylkeskommunene bidro med koronapenger via kommunene, der bedrifter med ideer til utvikling ble bedt om å søke. Dette var et utrolig godt tiltak. Det kom mye gode ideer, selskap og tiltak ut av dette. Det ble søkt omlagt 9 millioner på de 3 som var stilt til disposisjon i Hol kommune. Viken fylkeskommune har midler som de deler ut til kultur- og kulturminneprosjekter. Dersom vi kunne hatt noe for å stimulere næringsutvikling, markedsføring, produktutvikling osv., så hadde dette vært midt i blinken for hva bedriftene trenger akkurat nå»

Men noen utsagn fra enkelte intervjuede vitner også om at disse midlene ikke anses som tilstrekkelige:

«Hemsedal kommunen har ett næringsfond på ca. 300.000kr, dette er i liten grad betydelig. Er usikker på hva fylket legger til rette for av midler til reiselivet, men her må i alle fall innsatsen styrkes»

«Reiselivsnæringen sliter, og er helt avhengig av gode og forutsigbare kompensasjonsordninger. Vi ønsker oss støtte fra kommune og administrasjon. Det er sårt når det kommer frem uttalelser fra politisk hold som at «man må finne flere bein å stå på». Nå ser man hvor sårbar reiselivsnæringen er. Alle næringer har sin svakhet. Jeg etterlyser høyere engasjement politisk for å forstå situasjonen. Samtidig bør det på lang sikt være mer kompetanse administrativt i kommunene for å støtte oppunder næringsutvikling. Hvor mange jobber konkret i kommunene med næringsutvikling? Hvor stor er kompetansen på reiselivet? (...) Etterlyser satsning på næringsutvikling. Er det ressurser til å støtte opp om dette i kommunene (...)? Det må inn mer kompetanse på reiselivet, om sammenhenger og ringvirkninger»

Samtidig peker en av intervjuede på at det er viktig å være realistisk

«Kommunen rår over noen midler, men (...) kommunen har jo ikke utømmelig mengder med penger (...). Det å tro at en kommune kan pose inn pengene her og der, det er helt urealistisk (...). Det må komme noen penger utenfra (staten, fylkeskommunen) som kommuner kan formidle og disponere»

Det er også ulike meninger blant de intervjuede om de næringspolitiske initiativene som er blitt tatt i kjølvannet av koronaepidemien. Mens enkelte intervjupersoner gir honnør for arbeidet som kommune og fylkeskommune har gjort og for å stille opp såpass raskt, mener andre at det ikke er blitt gjort noe nevneverdig.

Følgende er konkrete initiativer som ble nevnt av intervjuede:

«En del av regulære støtteordninger ble i 2020 midlertidig innrettet mot koronasituasjonen»

«(...) støtte til ladestasjoner (elbiler)»

«Gol kommune har gitt ekstra midler fra næringsfondet til destinasjonsselskapet vårt som i hovedsak skal nyttast til åuka markedsføring av reiselivsbransjen»

Likevel er flere av de intervjuede enige i at kommunal og fylkeskommunal næringspolitikk trekker i samme retning og at det ikke finnes noen interessekonflikter. To intervjuede trakk fram utfordringer knyttet til manglende bevissthet rundt de ulike forutsetninger som preger de ulike kommuner innenfor fylket og til støttesøknader:

«I Viken opplever vi at vi ofte blir sammenlignet med by-konteksten. Det er ubeldig. Vi er en fjellregion og en reiselivsregion, og har helt særlige forutsetninger. Det er fylkets jobb å skjønne og tilrettelegge for disse – ikke tvinge oss til å tilpasse oss strukturene i Drammen eller Asker»

«Reglene om bagatellmessig støtte er et problem. Dessuten er mye styr med søknadsskriving. Både fylke og kommune burde se destinasjonsselskapene som en så viktig aktør at det falt naturlig å bidra mer med frie midler»

Oppsummert viser intervjudataene at de økonomiske effektene av koronapandemien vurderes som betydelige. Virkningene har vært ulike for forskjellige sesonger og deler av næringslivet. Spesielt hardt har det gått utover skisentrene, som mistet deler av vintersesongen i mars/ april, og overnattingsbedrifter som har hatt utenlandske gjester («midtuketurister»). Kurs- og konferansemarkedet har ligget nede, det samme gjelder eventselskaper, dvs. bedrifter som står for ulike typer av arrangementer, artister innen kultur og idrett, kollektivtransporttilbydere, mv. I sum gjør disse problemene at også destinasjonsselskapene sliter pga bortfall av inntekter fra medlemsbedriftene som følge av omsetningssvikten. Dette oppfattes som en ond sirkel, fordi hele regionen taper på at innsatsen til produktutvikling og markedsføring må reduseres. Det antas at vintersesongen 2020/21 vil bli vanskelig, og det trengs også omstilling til helårsdrift og utvikling av flere produkter.

Ringvirkningene av problemene i disse sentrale delene av reiselivsnæringen er merkbare. For eksempel er det vanskelig for overnattingsvirksomhetene å holde på folk ettersom man ikke klarer å opprettholde fulle stillinger når gjestene uteblir i perioder. Mange informanter er derfor opptatt av omfanget og innretningen på de offentlige tiltakspakkene. Kapital og stimulerings tiltak bør innrettes mot de virksomhetene som har størst ringvirkninger lokalt. Bedriftene trenger forutsigbare kompensasjonsordninger, og både bedriftsrettede tiltak for å styrke innovasjon og entreprenørskap og mer generelle satsinger som kan komme flere til gode, trekkes fram. Det bør være en god blanding av akutte krisepregede tiltak og mer langsiktige satsinger, som f.eks. videreføring av den vellykkede terrengsykkelsatsingen i Hallingdal.

Ved siden av markedsføring og produktutvikling, pekes det også på at det er behov for ressurser til kompetanseutvikling og nettverksbygning samt infrastrukturtiltak for å skape mer «robuste strukturer». Mange peker på at både kommuner og fylkeskommunen har virkemidler som har vært brukt, og flere berømmer også den offentlige innsatsen (selv om meningene her er noe delte). Generelt uttrykkes et ønske om en aktiv kommunal næringspolitikk og kompetanse på næringsutvikling i kommunal sektor. Det pekes på flere viktige offentlige verktøy og tiltak, som at fylkeskommunen har en del virkemidler (økonomiske tilskudd, kompetanseheving, støtte til innovasjon og entreprenørskap, rådgiving, mv.), og at kommunene finansierer «Hallingdal etablerersenter» som kan bistå nyetablerere med både kunnskap, veiledning og informasjon om støtteordninger mm. Kommunene har også næringsrådgivere/-utviklere som kan bistå med veiledning, samt at alle kommunene har sine ordinære «næringsfond» e.l. som virksomheter kan søke tilskuddsmidler fra, i tillegg til krisepakke fra staten. Imidlertid hevdes også at disse virkemidlene ikke er tilstrekkelige, og det pekes også på at primærkommunene i virkeligheten har begrenset med ressurser å sette inn.

6 Implikasjoner for kommunal arealplanlegging og utmarksforvaltning i verneområdene

Vi ser i dette kapitlet nærmere på bruken av utmarksressursene og hvordan kommunal planlegging har innrettet seg på den nye situasjonen, og hvorvidt plan- og forvaltningssystemene i Hallingdal-kommunene er (blitt mer) bevisste og strategiske med tanke på å utvikle utmarksarealene for et bærekraftig, naturbasert reiseliv. Nasjonalparker og andre verneområder representerer store utmarksressurser, som forvaltes av et eget forvaltningssystem. I Hallingdal er det etablert to store verneområder som strekker seg over flere kommuner; Hallingskarvet nasjonalpark og Vassfaret og Vidalen landskapsvernområde. Vi stiller derfor også spørsmålet om verneområdeforvaltningen og tilstøtende randsoner og lokalsamfunn har registrert endringer i bruksmønster og -omfang, og om covid-19-pandemien har styrket samarbeidet mellom verneområdeforvaltningen, reiselivsbedriftene og den kommunale planleggingen.

Mye tyder på at covid-19-epidemien har ført til økt etterspørsel etter hytter⁶, noe som påvirker bruken og forvaltningen av utmarksarealene. Vi antar at målsettingene fortsatt er å sikre gode opplevelser for et voksende antall norske besøkende, der en samtidig vil sørge for en bærekraftig naturforvaltning. I mange europeiske land har pandemien ført til en radikal økning i bruken av verneområdene for rekreasjonsformål⁷, med tilsvarende store forvaltningsutfordringer (McGinlay et al. 2020).

Intervjuene som det refereres til, er foretatt blant arealplanleggere og utmarksforvaltere i Hallingdal som har store verneområder innen sine kommunegrenser, dvs. i Flå og Hol kommuner, samt i Ål kommune.

6.1 Analyse av egne intervjudata

6.1.1 Endret besøksmønster og vekst i hyttemarkedet

Mønsteret som avtegner seg i hvordan utmarksressursene er blitt brukt, avspeiler de øvrige rapporteringene av endringene i besøksmønsteret i Hallingdal i 2020:

«Det har vært større trykk på alt av aktivitetsbedrifter knyttet til reiselivet i år, sammenlignet med tidligere. Bl.a. har turquider hatt fulle ordrebøker, og det er litt uvanlig i Norge. Så jeg tror reiselivet på Geilo har hatt en veldig boost i sommermånedene, da var det helt klondyke-stemning, tror jeg, i den korte perioden. Så det har vært et større trøkk på Geilo og områdene rundt enn på selve nasjonalparken»

⁶ [Nordmenn kjøpte hytter for 33,6 milliarder i 2020 – E24](#)

⁷ [The Newest Challenge for Europe's Parks: A Surge of New Nature Lovers - The New York Times \(nytimes.com\)](#)

«Sommertrafikken denne sommeren var større i fjellet, det var flere som gikk tur på gode dager enn det det vanligvis er, og det var mange flere biler å se i fjellområdet, også bobiler. Folk som vanligvis er på utenlandstur, har brukt hytta si eller leier seg hytte, bus, leilighet, rom. Juli var nok den travleste perioden, det er vanskelig å se at det har vært noen økning i september-oktober»

Mye av endringene skyldes at bruken av hyttene har økt etter at hytteforbudet ble opphevet, mens hotellgjestene er blitt færre:

«Trafikken har økt utenom perioden med hytteforbud, særlig innen kategorien hyttefolk/ familier. Det er folk som også kan jobbe fra hytta. Økningen var mest påfallende i sommermånedene. Hotellgjestene har derimot kanskje blitt færre – det er muligens noe tilbakeholdenhet blant den eldre delen av befolkningen pga. smittefrykt og at man er i en risikogruppe»

«Det vi har sett etterpå, utover sommeren, er at veldig mange har vært på hyttene sine. Det har også vært stor omsetning av hytter. Det så vi gjennom hele sommeren, og egentlig også nå. Vi ser også at folk er mye på hyttene sine, også når de normalt sett ikke er på hyttene sine. Hadde tall på dette for sommeren, gjennom mobiltelefon. Nå er det lagt ned, så vi har ikke tall på det lenger, men vi merker det. Merker bl.a. at folk er på hyttene sine på litt uvanlige tidspunkter, på konflikter på utbygginger, folk som reagerer på støy, etc. Det merkes også at folk ville gjøre en del på hyttene sine nå som det ikke ble utenlandstur, gjennom etterspørsel etter en del varer og tjenester»

Økningen i hytteetterspørselen merkes ikke bare ved økt bruk av eksisterende hytter, men også ved at det selges og fradeles flere hyttetomter:

«Året startet normalt, men når det stengte ned her i mars, så var det full stopp. Det ble ikke fradelt en eneste tomt på (...) jeg vet ikke hvor lang tid det tok, men når hytteforbudet da forsvant, da ble det et salig jag (...) – jeg doblet vel nesten antall rekvisisjoner i forhold til fjoråret. Så salget av hyttetomter har jo gått rett i taket»

En stor forskjell fra tidligere er at i 2020 kom saken konsentrert på noen få måneder:

«I april og mai var det stille, men tok det seg kraftig opp med mye trykk på byggesaksavdelingen, og vi kom opp på samme nivå som i 2019. Sann sett ble det et normalår, men med større trykk i en kortere periode. Det uvanlige i år er at markedet vanligvis roer seg når man kommer til november, men det har det ikke gjort i år»

«Det har vært økt hyttebygging og salg i september, november (og desember). Kommunen har fortsatt 1300 ledige tomter»

Men på tross av at folk er mer på hyttene sine, er arbeidsledigheten fremdeles høy⁸, og den vurderes som en god del høyere enn det som er normalen, som nesten ikke er noen ledige. Særlig reiselivet knyttet til hoteller og lignende er hardt rammet. Mange virksomheter er også på tålegrensen, og tåler ikke noen nye smittebølger. Men sammenlignet med steder på Vestlandet og Nord-Norge, med hovedsakelig utenlandske turister, er oppfatningene at Hallingdal har kommet relativt godt ut, bl.a. takket hyttemarkedet.

6.1.2 Kommunal planlegging og forvaltning for tilrettelegging og bærekraftig bruk av utmarksressursene

Hytter betyr mye for Flå kommune, særlig mht. arbeidsplasser. De fleste hyttebyggingsfirmaene er lokalt forankret, også de to store aktørene knyttet til Høgevarde og Turufjell. Tidligere var Flå mer et stoppested for folk som har hytte lenger opp i Hallingdal. Planleggingen av nye hytter er basert på kommuneplanens arealdel (fra 2015-2027), og hvor det er laget store områdereguleringsplaner for både Høgevarde og Turufjell. Her ligger det store tomtereserver for framtidig hyttebygging. Det må utarbeides videre detaljregulering for den mer spesifiserte utformingen av hyttene og uteområdene.

⁸ [Hyttekommuner sliter med etterslepet av pandemien: – Lar seg ikke kompensere av hyttefolket – E24](#)

Også Hol oppgir å ha store tomtereserver knyttet til nye hytter, med over 5500 tomter. Det bygges normalt 80-100 nye hytter i året. En generell tendens de siste 7-8 årene er at det bygges noe mindre hytter, og nye hytteområder legges nå også nærmere eksisterende sentrum og hyttefelt, og mindre på jomfruelig mark. Det er for øvrig i tråd med nasjonale retningslinjer.

Hyttebyggingen legger imidlertid også føringer på hvorledes utmarksressursene blir brukt i videre forstand. En kritisk røst hevder at vedtakene er kortsiktige og at de ikke er bærekraftige over tid:

«Etterspørselen etter nye hytter er nok stor, men det er tvilsomt om kommunestyrene tenker langsiktig i særlig grad: En går oftest etter kortsiktig profitt (det gjelder for så vidt også nasjonalt nivå). På faglig nivå er det nok noen som forsøker å legge til rette for en bærekraftig bruk. (...) Kommunene agerer pr nå ikke ansvarlig, de prøver å oppnå alle økonomiske gevinster de kan. Lokalsamfunnene må få mer makt, men det må også stilles krav til at de faktisk forvalter naturen, at de tenker 200 år frem og ikke bygger ned det meste innenfor tregrensen med hytter»

Det blir fremholdt at presset på stiene øker som følge av hyttebyggingen:

«Det er sterkt press på noen av stiene i kommunen, men er usikker på om covid-19 har hatt noen konsekvenser. Men mer bruk av hyttene ofte vil medføre at man bruker utmarka mer og tar større deler av områdene i bruk. Kommunen har også hatt mye fokus på parkering, gjennom bl.a. å sette krav om løsninger i reguleringsbestemmelsene»

«Bruken av utmarksområdene har endret seg først og fremst ved at det er flere som går tur»

Det pekes på at man må være forberedt på økt slitasje som følge av økt turaktivitet både til fots og på sykkel blant hyttegjestene, og at dette kan føre til konflikter med landbruksinteressene:

«Hytteiere tilbringer mye mer tid på hyttene og dermed bruker de også utmarka i større grad. Både vandring og sykkel setter sitt preg på natur som er ekstra utsatt for slitasje, og det kan også oppstå konflikter mellom jordbruksnæringens bruk av beiteresurser som på samme tid er tumleplass for friluftsliv. Det er trolig at situasjonen vil normalisere seg noe, men vi må ta høyde for økt bruk»

Det rapporteres ellers at i andre deler av utmarksforvaltningen, slik som jakt, har det i perioden vært som vanlig.

Et sentralt punkt i intervjuene har vært spørsmålet om samordningen av forvaltningen av utmarksarealene er tilstrekkelig i dagens situasjon:

«Det er utvilsomt behov for bedre samordning når det gjelder forvaltning av utmarksarealene i lys av den utviklingen vi har sett i løpet det siste halvåret (...). Pandemien har ikke styrket samarbeidet mellom reiselivsbedriftene og den kommunale planleggingen/ forvaltningen, bortsett fra at kommunen har fått ekstra midler/pengestøtte som blant annet reiselivsbedriftene kan søke på»

«Reiselivet er i liten grad med på å finansiere naturoppsyn o.l. – noe de burde se seg tjent med»

Konsekvensene for verneområdene er et tema som er relevant for kommunene Flå og Hol. I Flå mente en informant at det hadde vært noe bekymring i planleggingsfasen for at utbyggingen skulle skape press på verneområdene, med kommuneplanens arealdel og områdereguleringsplanen. Dette har i særlig vært knyttet til de store planlagte hyttefeltene på Turufjell, som ligger i nærheten av Vassfaret og Vidalen landskapsvernområde. Men informanten påpekte at debatten gikk nok mer på selve utbyggingsområdene, enn at det skulle skape mer trafikk inn i verneområdet.

«Lokalt har det imidlertid vært relativ stor oppslutning om hyttebyggingen, konfliktene har mer vært i nasjonale medier»

Informanten vet ellers ikke om utbyggingen så langt har gitt noe mer press på verneområdet. Det er Fylkesmannen som har forvaltningsansvaret for landskapsvernområdet. På

Høgevarde er det et naturreservat i nærheten. Det er generelt lite kontakt med fylkesmannen (statsforvalteren fra 1. januar 2021), som har forvaltningsansvaret for verneområdene. Kontakten er for det meste knyttet til behandling av søknader om motorferdsel fra de som har eldre hytter inne i selve landskapsvernområdet.

I Hol berettes det om jevn kontakt mellom kommunen, nasjonalparkforvaltningen og Visit Geilo, bl.a. som konsekvens av at Hol er nasjonalparkkommune. Dette samarbeidet vil styrkes neste år når det skal framskaffes kunnskapsgrunnlag for ny kommuneplan, samt egen kommunedelplan for naturmiljø som skal igangsettes i 2021.

For Hallingskarvet nasjonalpark i Hol kommune legger besøksstrategien fra 2015 rammene for håndteringen av de besøkende, hvor satsingen på Prestholtseter og Prestholdtstien er en prioritert innfallspurt. I 2020 opplevde man en stor økning i trafikken i sommermånedene av nordmenn:

«Her har vi tellere, og her så vi en veldig økning i sommerferien, men så var det slutt etter 20. august. Merker tydelig effekten med færre utenlandske turister. Men totalt mye besøk der i år, har vel passert 30000. Det er litt over det vi har hatt de siste årene, men godt under det som var rett etter at sherpa-stien ble etablert, da var vi rundt 47000, tror jeg. Men i år er trafikken samlet i en kortere periode i sommerferien, så i den perioden var det mye trøkk. De fleste som går i nasjonalparken, går her, men det er en generell trafikk i hele området. Men den største økningen har vært nede på Prestholtseter og folk som har gått langs Skarvet og nede ved Prestholt, hvor det er et mangfoldig stinett, noe som har å gjøre med at det er flere nordmenn»

«Utover sommeren var det også litt spesielt med at Finse holdt stengt store deler av sesongen. Har ingen tellere her, men vil tro at det var mye mindre trafikk til Hallingskarvet derfra»

«Om vinteren er det skiturister, og trafikken følger skiløypene. Og veldig få som går innafør nasjonalparken da. Stengte også nordsiden av Hallingskarvet pga. isete forhold og at villreinene sto langt øst. Det var det kommunen som sto for. Men generelt sett en økning i folk som går på toppturer, både med de som har randonee-utstyr men også andre. Generell trend med flere som går på tur og går på ski»

«Ser at besøksstrategien fungerer (...). Villrein og stillhet er de mest trua verneverdiene. Pga at Parken er så tilgjengelig, måtte vi forvente økt besøk, selv om vi egentlig ikke ønsket det pga villrein og behovet for stillhet. Så tiltaket er da å lede folk til Prestholtstien, så her bruker vi penger hvert år for å holde den ved like. Lakmestesten er da om vi klarer å holde ferdselstrykket nede i resten av nasjonalparken. Den andre grepet er å lede folk på stiene utenfor nasjonalparken. Men der har vi ikke noe direkte ansvar, men må snakke med reiselivet og kommune, og der har vi kjempegodt forhold, bl.a. hvilke stier de løfter fram på sin hjemmeside. Da tar de alltid kontakt først. Og særlig stien bak Dr Holms hotell er kjempeviktig, da unngår man biltrafikk og er koplett til det å være en bærekraftig destinasjon. Et problem er parkeringsmulighetene langs Prestholtveien, hvor det på enkelte dager kan være fullt langs vegen flere km. Det er også problematisk hvis det skulle oppstå et behov for uttrykning»

Oppsummert bekrefter intervjudataene i dette kapitlet de endringene i besøksmønsteret som har vært påvist foran i denne rapporten. I perioder har dette ført til mer bruk av aktivitetstilbud som turguidning i utmarka, og generelt har det vært flere besøkende i naturområdene. Mer trafikk med flere biler, flere turgåere, syklistene o.l. har vært observert, og det blir påpekt at dette kan føre til parkeringsutfordringer, mer slitasje på vegetasjon, konflikter med primærnæringene osv., og at det er viktig å ha en aktiv arealplanlegging og forvaltning av naturområdene for å håndtere dette på en bærekraftig måte.

Det økende «besøkstrykket» skyldes mer omfattende bruk av de eksisterende hyttene enn i tidligere år, og det har også vært en økning i salg av hyttetomter og i bygging av nye hytter. Det hevdes at dette er utslag av en kortsiktig hyttepolitikk som ikke er bærekraftig i det lange løp, men samtidig gis det uttrykk for at ekspansjonen i nye hytter har gunstige økonomiske ringvirkninger i kommunene.

I Flå kommune er det lite som tyder på at hyttebyggingen har økt presset på verneområdene, og det er generelt lite kontakt med fylkesmannen/ statsforvalteren om forvaltningen av disse områdene. I Hol er dette organisert annerledes ved at verneområdeforvaltningen, kommunal sektor og Visit Geilo har hatt tett kontakt, og oppfatter at de er godt koordinerte når det gjelder besøksforvaltningstiltak i randsonene til Hallingskarvet nasjonalpark. For Hallingskarvet nasjonalpark er det også forvaltningen delegert til et interkommunalt nasjonalparkstyre bestående av kommunepolitikere og fylkespolitikere. Samtidig har nok ordningen med Hol som nasjonalpark-kommune bidratt til høy bevissthet om å tenke helhetlig og samarbeide på tvers. Innenfor nasjonalparken har man også iverksatt en besøksstrategi som i stor grad kanaliserer ferdselen til gitte stier og deler av parken. Det er viktig at tiltak innenfor vernegrensene og i randsonene/ ved innfallsportene er godt koordinerte for å sikre både gode opplevelser for de besøkende og ivaretagelse av verneverdiene.

7 Oppsummering og forslag til videre refleksjoner

7.1 Hovedresultater fra analysene

Reiselivet er en svært viktig næring i Hallingdalregionen, og de seks kommunene er helt avhengige av turismen for lokal verdiskaping og sysselsetting. Koronapandemien, som uventet slo inn vinteren 2020, og den påfølgende krisen i reiselivsnæringen som følge av nedstengingen av samfunnet, stengte grenser og krav om sosial distansering, gjør det viktig å undersøke potensialene for en ny vekst nærmere. I pilotprosjektet HALLINGREIS er målsettingen å starte et mer langsiktig forskningsarbeid med sikte på å avdekke potensialer og flaskehals for fornyet verdiskaping basert på utmarksressursene i Hallingdal i lys av koronapandemien. Utmarka representerer det viktigste ressursgrunnlaget for reiselivet i regionen, og spørsmålet er hvordan disse naturverdiene kan komme til bærekraftig anvendelse gitt de endrede forutsetningene. I HALLINGREIS er hensikten derfor å identifisere sentrale problemstillinger som kan undersøkes nærmere i et eventuelt hovedprosjekt. De temaene/problemstillingene som vi ser det som særlig aktuelt å gå videre med, er nærmere omtalt i kapittel 7.2.

I denne rapporten har vi sett nærmere på fire aspekter knyttet til den videre utviklingen av reiselivet i Hallingdal:

1. Endrede markedsforutsetninger
2. Grunnlaget for videreføring av eksisterende og utvikling av nye reiselivsprodukter
3. Økonomiske effekter og endrede forutsetninger for kommunal og fylkeskommunal næringspolitikk
4. Kommunal planlegging for tilrettelegging og bærekraftig bruk av utmarksressursene i verneområdene

7.1.1 Endrede markedsforutsetninger

Den statistiske analysen av endringer i besøkstallene viser følgende hovedtrekk for Hallingdal totalt (eksklusive Flå kommune):

- Stor nedgang i antall gjestedøgn i perioden mars-juni, i august og i november.
- Nedgangen på i alt ca. 430.000 overnattinger (29 prosent) henger sammen med den bortimot totale utestengningen av utenlandske reisende. Antallet utenlandske gjestedøgn sank med 55 prosent, eller knapt 268.000. Ser vi bort fra januar og februar, gikk den utenlandske trafikken ned med 84,2 prosent.
- Nedgangen er relativt jevnt fordelt (målt i prosent) over månedene fra mars til november. Totalt gikk antall gjestedøgn ned med 39,4 prosent i perioden mars-november sammenliknet med gjennomsnittet av samme periode i 2018 og 2019.
- Den norske trafikken gikk ned med 14,4 prosent i perioden mars-november. Hovedtyngden av tapet kom i mars-mai, mens det var en oppgang i norske besøk i periodene juni-august og september-oktober.

- Oppgangen i sommermånedene kan tilskrives juli måned, da antallet norske gjestedøgn i juli 2020 var nesten 60 prosent høyere enn gjennomsnittet for juli 2018 og juli 2019.
- Ser vi på hvorledes utviklingen har vært i de forskjellige Hallingdalkommunene i 2020 for månedene mars til og med desember, sammenliknet med gjennomsnittet for de samme månedene i 2018 og 2019, er nedgangen størst i Hemsedal og Hol (ned 48,7 og 42,9 prosent).

Oppsummert kan vi si at intervjudataene viser at informantene mener at endringene i besøksomfang for perioden mars-oktober *under ett* har vært mindre i Hallingdalregionen enn mange i utgangspunktet hadde fryktet i starten av perioden, mens endringene i besøksstruktur vurderes som betydelige. Hovedinntrykkene fra den statiske analysen bekreftes ved at de fleste informantene har erfart at antallet besøkende i regionen for perioden mars-oktober har gått ned totalt sett. Det er også viktig å nevne at tidspunktet som pandemien inntraff på, forklarer hvordan de ulike delene av Hallingdalregion er blitt påvirket, siden de baserer seg på ulike type markeder i ulike sesonger.

Mer spesifikt pekes det på følgende endringer i fordelingen av besøkende sammenliknet med tidligere år:

- I 2020 har strømmen av tilreisende primært vært konsentrert til skolens ferier, til fellesferien og til helgene ellers.
- De besøkende var helt fraværende på grunn av reiserestriksjonene i mars-april, men tilstrømmingen økte besøket betraktelig i sommersesongen, og spesielt i juli, for å så gå bratt ned etter at skolen startet.
- Utover høsten er man så kommet tilbake til et mer normalt nivå igjen. Enkelte intervjuede framhever også at besøket utenfor sommerferien er blitt klart størst i helgene, mens ukedagene utover høsten har vært roligere enn tidligere år.
- I 2020 har de besøkende i første rekke vært nordmenn, og økningen i sommer skyldes norske gjester som var på sommerferie og som ikke kunne reise utenlands pga. covid-19-pandemien. Mange av disse var hyttegjester, enten disse var barnefamilier, voksne eller pensjonister.
- Fritidsboligene i hytteområdene har generelt sett vært brukt mer enn før. Det har også vært barnefamilier som har oppholdt seg noen dager i regionen, og nordmenn på reise mellom øst og vest.
- På den andre siden har nedgangen i antall gjester fra tradisjonelle europeiske markeder som Sverige, Danmark, Tyskland og Nederland, og særlig fra fjernmarkedene, blitt kraftig redusert. F.eks. er de asiatiske bussturistene som pleier å stoppe og handle på vei til Oslo/Bergen i Flå, blitt helt borte.
- Spesielt merkes nedgangen i den mer organiserte delen av reiselivet, dvs. i kurs/konferanse, gruppemarkedet og leirskoler.
- Bortfallet av internasjonale gjester og de mer spesialiserte markedene legges særlig merke til på hverdager og utenfor skoleferien, når nordmenn i mindre grad kan reise.

Den statistiske analysen av besøkendes etterspørsel etter varer, tjenester, naturopplevelser og -aktiviteter viser følgende hovedtrekk:

- Samlet omsetning i detaljhandel (unntatt salg av motorvogner) gikk ned med 28,4 prosent i mars og april 2020 sammenliknet med gjennomsnittet for mars og april i 2018 og 2019.

- Omsetningen økte så markant i periodene mai-juni og juli-august, noe vi med stor sikkerhet kan si henger sammen med at hyttefolkene vendte tilbake, samt at norske gjester fylte opp de kommersielle sengene (og vel så det!) i juli.
- Samlet økte omsetningen i detaljhandelen med 5,6 prosent i perioden mars-august i 2020 sammenliknet med gjennomsnittet for mars-august i 2018 og 2019.
- Foretaksgruppen dagligvarer viser omtrent samme bilde som den totale omsetningen i detaljhandelen.
- Et tilsvarende bilde finner vi igjen innen handel med klær, sko, sportsutstyr og andre fritidsartikler, bortsett fra at nedgangen i mars-april var ekstra markant.
- Salg av drivstoff falt også mer enn dagligvarehandel i mars-april, men her økte ikke handelen de påfølgende månedene, slik at samlet salg gikk ned med over 10 prosent i perioden mars-august i forhold til samme periode i 2018/2019.
- Salg av bygge- og interiørvarer viser et atypisk bilde. Det var sterk økning i alle to-måneders periodene, men lavest i mars-april.

Intervjuene viser også at informantene mener at etterspørselen etter varer og tjenester, naturopplevelser og -aktiviteter har vært klart påvirket av koronasituasjonen:

- Det har vært et oppsving i varehandelen, og det har vært større omsetning enn vanlig i perioder. Dette skyldes at nordmenn har konsentrert ferieforbruket til sommerferien i Norge, og dels at de besøkende også har ønsket å støtte opp om lokalt næringsliv – i hvert fall i en tidlig periode av pandemien.
- Både bygg- og anleggssektoren, varehandelen og aktivitets/ opplevelsestilbydere har nytt godt av dette.
- På den annen side har (delvis) serveringsnæringen og kurs- og konferansearrangørene hatt en svært vanskelig periode.

7.1.2 Videreføring av eksisterende og utvikling av nye reiselivsprodukter

Det bearbejdede statistiske materialet fra SSB viser:

- Det var til sammen var 94 overnattingsvirksomheter i Hallingdal som rapporterte til SSB. Disse hadde til sammen 11 116 senger tilbudt i august 2020.
- Det var totalt sett 63 virksomheter i serveringssektoren i Hallingdal i 2017, og i 2020 i alt 66 virksomheter. Sysselsettingen per 1. januar har gått relativt mye ned i denne sektoren de siste årene, fra 320 i 2017 til 257 i 2020.
- Innenfor andre turismerelaterte virksomheter var det i alt 56 virksomheter i drift i per 1.1.2017 og 68 per 1.1.2020. Flest virksomheter finner vi innen «Opplevelser, arrangement og aktiviteter», 33 i 2017 og 34 i 2020.
- Det har vært størst vekst i antall virksomheter innen næringskategorien «Guider og reiseledere», som økte fra 5 til 13, i perioden 1.1.2017-1.1 2020.
- I følge virksomhetsregisteret fantes det i 2017 10 turbussforetak i Hallingdal i 2017 og åtte i 2020. Antall sysselsatte utgjorde 72 i 2017 og 68 i 2020, der de aller fleste var sysselsatte i Nettbuss (Vy buss) og i Geilo turbusser, til sammen 60 i 2017 og 54 i 2020.

Intervjudataene bekrefter at det er blitt enda bedre vilkår for videreutvikling av naturbaserte produkter som resultat av koronapandemien:

- Nordmenns økte interesse for å feriere i Norge er trolig en vedvarende trend.
- Friluftslivet har styrket sin posisjon relativt sett som følge av covid-19.
- Muligheter for videreføring av eksisterende naturbaserte reiselivsprodukter kobles også til økt interesse for fritidsbolig og hytteliv. I denne forbindelse framheves det

at naturbaserte opplevelser som kan gjentas flere ganger, har gode muligheter for å lykkes:

- Naturbaserte opplevelser anses som en trygg og sunn ferieform
- Det vil bli en økende etterspørsel etter f.eks. unike overnattingstilbud, tilrettelagte tilbud (stier, løyper for ski og sykkel, klatreparker, Via Ferrata, premiering for å nå turmål, finne fram, osv.)
- Salg av lokal (økologisk) mat, lokale kulturtilbud, miljøvennlig lokaltransport, guidede vandre- og sykkelturner mv. vil ha gode utviklingsmuligheter

Men det pekes på at dette også krever god tilrettelegging, gjennom både effektiv markedsføring og god produktutvikling, slik at de naturbaserte tilbudene blir enkle å både finne fram til og å bruke.

7.1.3 De økonomiske effektene og implikasjonene for kommunal og fylkeskommunal næringspolitikk

I den statistiske næringsanalysen har vi også sett på videre ringvirkninger av pandemien. Med reiselivet som viktig næring er det ikke overraskende at pandemien i 2020 rammer regionen spesielt hardt. Imidlertid er det to faktorer som kan dempe virkningen. For det første innførte regjeringen en del støtteordninger for næringslivet som mistet omsetning pga. pandemien. For det andre har Hallingdal svært mange fritidseiendommer.

Pandemiens negative innvirkning generelt på næringslivet kunne en tenke seg ga utslag i flere konkurser. Men antallet konkurser i hele Norge i juli og august 2020 er de laveste i de senere årene, og vi må tilbake til 2007 for å finne like lave tall i to etterfølgende måneder (også det juli og august). Tallene for september til november 2020 har steget igjen, men ligger under snittet for tilsvarende måneder de siste årene.

De lave konkurseratene i siste halvdel av 2020 kan tyde på at de offentlige virkemidlene har hatt god effekt. Det kan nesten se ut til at virkemidlene har reddet virksomheter som ville gått konkurs selv uten en pandemi. SSB publiserer også tall på kommunenivå, og i Hallingdal er det faktisk bare registrert 5 konkurser mellom 1. juli og uke 51 i 2020. De tre foregående halvårene hadde hhv. 8, 7 og 6 konkurser. Kombinert med Hallingdal sin store hyttebefolkning, som har gitt lokal etterspørsel og dermed sysselsetting, tegner denne statistikken et bilde der regionen tross alt kom ganske godt ut av pandemien.

Det er imidlertid to faktorer som utfordrer dette bildet:

- For det første er det usikkert om lave konkurser bare er en utsettelse av problemene. De fleste virksomheter har en viss buffer, og vil i det lengste utsette en konkurs. Dette gjelder kanskje særlig under en pandemi, der en kan regne med bedre tider i etterkant av pandemien. Offentlige virkemidler kan dermed først og fremst brukes til å utsette konkursen.
- For det andre, og i forlengelse av det første, var en utbredt handlemåte for reiselivsbedrifter å både motta offentlig støtte (og dermed unngå konkurs) og å permittere ansatte. Så selv om virksomheten ikke forsvant, så forsvant aktivitetene og sysselsettingen. Dette ser vi delvis av statistikken for arbeidsledige. I alle kommunene bortsett fra Flå har antall arbeidsledige steget. Økningen har også vært relativ stor. Ser en bort fra Flå, har økningen vært mellom 84 (Nesbyen) og 492 (Hemsedal) prosent for de andre kommunene.

Næringslivet i Hallingdal er altså relativt solid, med stor privat sektor og med en hyttebefolkning som gir ekstra lokal etterspørsel. Flå kommune skiller seg litt ut ved å ligne mer på resten av landet, mens resten av kommunene i regionen er mer avhengig av reiselivet. Ved første øyekast kan det se ut til at regionen har klart seg bra gjennom pandemien. Imidlertid

er tidsaspektet en usikkerhetsfaktor som en ikke har kontroll på – hvorvidt konkurser og mangel på nyetableringer først kommer på et senere tidspunkt kan statistikken ikke si noe om på nåværende tidspunkt. Reduksjon i aktivitetsnivået og dermed økt arbeidsledighet kan tyde på at næringslivet har en del utfordringer de nærmeste årene.

Intervjadataene her drøftet i stor grad de økonomiske effektene og implikasjonene for kommunal og fylkeskommunal næringspolitikk:

- De økonomiske effektene av koronapandemien vurderes som betydelige. Virkningene har vært ulike for forskjellige sesonger og deler av næringslivet. Spesielt hardt har det gått utover skisentrene, som mistet deler av vintersesongen i mars/ april, og overnattingsbedrifter som har hatt utenlandske gjester («midtuke-turister»). Kurs- og konferansemarkedet har ligget nede, det samme gjelder event-selskaper, dvs. bedrifter som står for ulike typer av arrangementer, artister innen kultur og idrett, kollektivtransporttilbydere o.l.
- I sum gjør disse problemene at også destinasjonsselskapene sliter pga. bortfall av inntekter fra medlemsbedriftene som følge av omsetningssvikten. Dette oppfattes som en ond sirkel, fordi hele regionen taper på at innsatsen til produktutvikling og markedsføring må reduseres. Det antas at vintersesongen 2020/21 vil bli vanskelig, og det trengs også omstilling til helårsdrift og utvikling av flere produkter.
- Ringvirkningene av problemene i disse sentrale delene av reiselivsnæringen er merkbare. F.eks. er det vanskelig for overnattingsvirksomhetene å holde på folk i fulle stillinger når gjestene uteblir i perioder. Mange informanter er derfor opptatt av omfanget og innretningen på de offentlige tiltakspakkene.
- Det påpekes at kapital og stimulerings tiltak bør innrettes mot de virksomhetene som har størst ringvirkninger lokalt. Bedriftene trenger også forutsigbare kompensasjonsordninger, og både bedriftsrettede tiltak for å styrke innovasjon og entreprenørskap og mer generelle satsinger som kan komme flere til gode, trekkes fram. Det bør være en god blanding av akutte krisepregede tiltak og mer langsiktige satsinger, som f.eks. videreføring av den vellykkede terrengsykkelsatsingen i Hallingdal.
- Ved siden av markedsføring og produktutvikling, pekes det også på at det er behov for ressurser til kompetanseutvikling og nettverksbygning samt infrastrukturtiltak for å skape mer «robuste strukturer».
- Mange peker på at både kommuner og fylkeskommunen har virkemidler som har vært brukt, og flere berømmer også den offentlige innsatsen (selv om meningene her er noe delte).
- Generelt uttrykkes et ønske om en aktiv kommunal næringspolitikk og kompetanse på næringsutvikling i kommunal sektor. Det pekes på flere viktige offentlige verktøy og tiltak, som at fylkeskommunen har en del virkemidler (økonomiske tilskudd, kompetanseheving, støtte til innovasjon og entreprenørskap, rådgiving, mv.), og at kommunene finansierer «Hallingdal etablerersenter» som kan bistå nyetablere med både kunnskap, veiledning og informasjon om støtteordninger mm. Kommunene har også næringsrådgivere/-utviklere som kan bistå med veiledning, samt at alle kommunene har sine ordinære «næringsfond» e.l. som virksomheter kan søke tilskuddsmidler fra, i tillegg til krisepakke fra staten. Imidlertid hevdes også at disse virkemidlene ikke er tilstrekkelige, og det pekes også på at primærkommunene i virkeligheten har begrenset med ressurser å sette inn.

7.1.3 Kommunal planlegging og forvaltning for tilrettelegging og bærekraftig bruk av utmarksressursene i verneområdene

Intervjudataene peker i retning av at besøksmønsteret som følge av pandemien har ført til mer bruk av aktivitetstilbud som turguiding i utmarka, og generelt har det vært flere besøkende i naturområdene. Mer trafikk med flere biler, flere turgåere, syklistene o.l. har vært observert, og det blir påpekt at dette kan føre til parkeringsutfordringer, mer slitasje på vegetasjon, konflikter med primærnæringene osv., og at det er viktig å ha en aktiv arealplanlegging og forvaltning av naturområdene for å håndtere dette på en bærekraftig måte.

Det økende «besøkstrykket» skyldes mer omfattende bruk av de eksisterende hyttene enn i tidligere år, og det har også vært en økning i salg av hyttetomter og i bygging av nye hytter. Det hevdes at dette er utslag av en kortsiktig hyttepolitikk som ikke er bærekraftig i det lange løp, men samtidig gis det uttrykk for at ekspansjonen i nye hytter har gunstige økonomiske ringvirkninger i kommunene.

I Flå kommune er det lite som tyder på at hyttebyggingen har økt presset på verneområdene, og det er generelt lite kontakt med fylkesmannen/ statsforvalteren om forvaltningen av disse områdene. I Hol er dette organisert annerledes ved at verneområdeforvaltningen, kommunal sektor og VisitGeilo har hatt tett kontakt, og oppfatter at de er godt koordinerte når det gjelder besøksforvaltningstiltak i randsonene til Hallingskarvet nasjonalpark. For Hallingskarvet nasjonalpark er også forvaltningen delegert til et interkommunalt nasjonalparkstyre bestående av kommunepolitikere og fylkespolitikere. Samtidig har nok ordningen med Hol som nasjonalpark-kommune bidratt til høy bevisst om å tenke helhetlig og samarbeide på tvers. Innenfor nasjonalparken har man også iverksatt en besøksstrategi som i stor grad kanaliserer ferdselen til prioriterte stier og deler av parken. Det er viktig at tiltak innenfor vernegrensene og i randsonene/ ved innfallsportene er godt koordinerte for å sikre både gode opplevelser for de besøkende og ivaretagelse av verneverdiene.

7.2 Anbefalinger for et mulig hovedprosjekt

Basert på våre analyser og supplert med dialoger i formidlings- og dialogmøter 1. februar og 23. februar med administrasjonen for Regionrådet for Hallingdal har vi definert hva som bør kunne være de videre forskningsutfordringene i et hovedprosjekt. Pilotprosjektet har vært relativt bredt anlagt, mens hovedprosjektet bør ha et mer fokusert og avgrenset forskningsopplegg. Like fullt vil potensialer og flaskehals for videre vekst og bærekraftig reiselivsutvikling være et bakteppe for et mulig hovedprosjekt:

- A) Pilotprosjektet har avdekket de økonomiske effektene av covid-19-pandemien på kort sikt, men hvordan utvikler bildet av konkurser og sysselsettingstallene seg på lengre sikt (dvs. i et 1-4 års perspektiv etter utbruddet vinteren 2020) i Hallingdal?
- B) Hvordan kom reiselivsnæringen i Hallingdal ut på lengre sikt sammenliknet med andre regioner i Viken med andre typer reiseliv (kurs- og konferanseregionen Øvre Romerike, sommerturismeområdene langs Oslofjorden) og sammenliknbare regioner i landet for øvrig (andre hytteregioner, distrikter med hovedvekt på andre typer av turisme, landsdeler)? Hvordan har reiselivsnæringen klart seg gjennom pandemien sammenliknet med andre næringer som ikke er relatert til reiseliv?
- C) Hallingdalkommunene investerer betydelige midler til fellestiltak i utmarka for å stimulere reiselivet og sikre en bærekraftig bruk av naturressursene. Sykkelsatsingen

har vært omfattende, og det legges til rette med løyper, stier og tilhørende infrastrukturtiltak. Hva er effektene av disse fellesgodetiltakene på verdiskaping innen reiselivet og tilhørende næringer i regionen?

- D) Hytteomsetningen, hyttebyggingen og bruken av hyttene i Hallingdal har fått en ny omdreining som følge av koronapandemien. Flere besøkende bruker mer tid på hytta, med hyppigere besøk, også utenom ferier/helger, og lengre oppholdstid per tur og per år. Hvordan påvirker denne endringen vertskommunenes økonomi, tjenestetilbud inkludert helse og velferd, varehandel, krav til samferdsel, energibruk, krav til beredskap, IKT/bredbånd, hytteservice, utleie av privathytter, etc.? Hvilke ytterligere potensialer representerer hytteturismen («Hyttehallingen») for Hallingdal?
- E) Pilotstudien viser at bærekraftige opplevelses- og aktivitetstilbud basert på utnyttelse av lokale natur- og kulturressurser styrker sin posisjon i Hallingdal. Hvordan kan denne bærekrafttrends utnyttes til å videreutvikle reiselivet i regionen i årene fremover?
- F) Nordmenn har under koronaperioden så langt «kastet seg over» naturbaserte opplevelser innenlands. Kan man se noen tendenser til varige økninger/endringer i etterspørselen etter naturbaserte opplevelser ved nærmere ettersyn? Vil endringene manifestere seg ulikt blant norske og utenlandske tilreisende etter at grensene er åpnet opp og reiserestriksjonene er blitt opphevet?
- G) Hvordan klarte de små naturbaserte reiselivsbedriftene seg som følge av pandemien, dvs. i hvilken grad og på hvilken måte har de omstilt seg mht. produktutvikling, innovasjon etc. som følge av endret og ny etterspørsel etter aktiviteter og opplevelser?

Det tas forbehold om at reiselivet er et dynamisk system, og at forutsetningene som covid-19 legger, også kan også endre seg i tiden frem mot et eventuelt hovedprosjekt.

Referanser

- Dybedal, P. (2016). Reiselivets økonomiske betydning for Hol kommune 2014/2015. TØI arbeidsdokument 50847. Oslo: Transportøkonomisk institutt.
- Dybedal, P. (2017). Reiselivets økonomiske betydning for Trysil kommune. TØI arbeidsdokument 51158. Oslo: Transportøkonomisk institutt.
- Bieger, T. et al. (2020, May 10). (Immediate) future of tourism in the wake of relaxing SARS-CoV-2 shutdowns. Small steps to a temporary new “normal.” AIEST report *Series Shaping Tourism Futures*. St. Gallen, Switzerland.
- Hall, G., D.R. Laddu, S.A. Phillips, C.J. Lavie & R. Arena (2020). A tale of two pandemics: how will COVID-19 and global trends in physical inactivity and sedentary behavior affect one another? *Progress in Cardiovascular Diseases*, April 8, doi: 10.1016/j.pcad.2020.04.005.
- Haukeland, J.V., Fredman, P., Siegrist, D., Tyrväinen, L., Lindberg, K. & Elmahdy, Y. M. (2021). Trends in nature-based tourism. In Fredman, P. and J.V. Haukeland (eds.) *Nordic Perspectives on Nature-based Tourism. From Place-based Resources to Value-added Experiences*, p. 16-32. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Haukeland, J.V. & Fredman, P. (2021). Concluding remarks. In Fredman, P. and J.V. Haukeland (eds.) *Nordic Perspectives on Nature-based Tourism. From Place-based Resources to Value-added Experiences*, p. 286-287. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Høydal, E. (2020). *Sentralitetsindeksen. Oppdatering med 2020-kommuner*, Oslo-Kongsvinger: Statistisk sentralbyrå.
- Ioannides, D. & Gyimóthy, S. (2020). The COVID-19 crisis as an opportunity for escaping the unsustainable global tourism path, *Tourism Geographies*, 22 (3), 624–32.
- McGinlay, J., Gkoumas, V., Holtvoeth, J., Fuertes, R.F.A., Bazhenova, E., Benzoni, A., Botsch, K., Martel, C.C., Sánchez, C.C., Cervera, I., Chaminade, G., Doerstel, J., García, C.J.F., Jones, A., Lammertz, M., Lotman, K., Odar, M., Pastor, T., Ritchie, C., Santi, S., Smolej M., Rico, F. S., Waterman, H., Zwijacz-Kozica, T., Kontoleon, A., Dimitrakopoulos, P. G., & Jone, N.(2020). *Forests (11)*, 1214. doi:10.3390/f11111214
- SSB (2021a). Tabell 09695 i Statistikkbanken: *Opna konkursar etter måned*. Statistisk sentralbyrå.
- SSB (2021b). Tabell 12972 i Statistikkbanken: *Opna konkursar per dag, etter næring og kommune*. Statistisk sentralbyrå.
- NAV (2021.) [Helt ledige etter fylke og kommune - desember 2020 \(pdf\)](#)
- Venter, Z., Barton, D., Gundersen, V., Figari, H., & Nowell, M. (2020, May 11). *Urban nature in a time of crisis: recreational use of green space increases during the COVID-19 outbreak in Oslo, Norway*. <https://doi.org/10.31235/osf.io/kbdum>

Transportøkonomisk institutt (TØI)

Stiftelsen Norsk senter for samferdselsforskning

TØI er et anvendt forskningsinstitutt, som mottar basisbevilgning fra Norges forskningsråd og gjennomfører forsknings- og utredningsoppdrag for næringsliv og offentlige etater. TØI ble opprettet i 1964 og er organisert som uavhengig stiftelse.

TØI utvikler og formidler kunnskap om samferdsel med vitenskapelig kvalitet og praktisk anvendelse. Instituttet har et tverrfaglig miljø med rundt 90 høyt spesialiserte forskere.

Instituttet utgir tidsskriftet Samferdsel på internett og driver også forskningsformidling gjennom TØI-rapporter, artikler i vitenskapelige tidsskrifter, samt innlegg og intervjuer i media. TØI-rapportene er gratis tilgjengelige på instituttets hjemmeside www.toi.no.

TØI er partner i CIENS Forskningscenter for miljø og samfunn, lokalisert i Forskningsparken nær Universitetet i Oslo (se www.ciens.no). Instituttet deltar aktivt i internasjonalt forsknings-samarbeid, med særlig vekt på EUs rammeprogrammer.

TØI dekker alle transportmidler og temaområder innen samferdsel, inkludert trafiksikkerhet, kollektivtransport, klima og miljø, reiseliv, reisevaner og reiseetterspørsel, arealplanlegging, offentlige beslutningsprosesser, næringslivets transport og generell transportøkonomi.

Transportøkonomisk institutt krever opphavsrett til egne arbeider og legger vekt på å opptre uavhengig av oppdragsgiverne i alle faglige analyser og vurderinger.

Besøks- og postadresse:

Transportøkonomisk institutt
Gaustadalléen 21
NO-0349 Oslo

22 57 38 00
toi@toi.no
www.toi.no