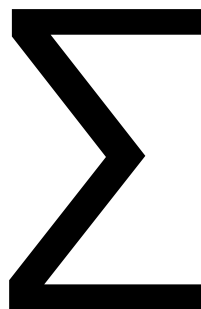


For alle sammendrag gjelder to bruksalternativer: For å skaffe seg en rask oversikt eller som grunnlag for repetisjon. Vi håper du vil benytte begge.

# Sammendrag



**Sammendrag analyse  
Cruiseturismens betydning for Oslo  
November 2006**

**Utarbeidet for Oslo kommune  
av TØI – Horwath Consulting**

## Analyse cruiseturismens betydning for Oslo 2006

### Sammendrag

#### 1 Bakgrunn for undersøkelsen

Cruisetrafikken til Oslo har hatt betydelig økning. Dette er positivt, men innebærer også utfordringer.

Det stilles fra mange hold og i ulike sammenhenger spørsmål om cruiseturismens betydning.

Det er behov for å få mer detaljert kunnskap om cruiseskipsbesøk og deres økonomiske og andre konsekvenser som:

- Passasjerenes, skipets og mannskapets forbruk, samt andre mer vanskelig målbare effekter for reiselivet og byen.
- Cruise som et eget fagområde innen reiseliv.
- Den aktuelle kaisituasjonen, som ved videre vekst innebærer behov for mer kaiplass.
- Oslos spesielle stilling vedrørende avgifter/gebyrer.
- Markeds- og passasjerinformasjon som underlag for mer treffsikker produktutvikling og markedsføring.
- Informasjonsbehov for næringsaktører og forvaltning i Oslo og Oslos nærområde.

#### 2 Formål

Hovedformålet med undersøkelsen er beregninger av økonomiske virkninger av cruiseturismen, samt beskrivelse av andre virkninger.

Videre beskrives markedsforhold, Oslo som cruisedestinasjon, passasjerenes opplevelser av Oslo og utfordringer vedrørende infrastruktur og andre rammebetingelser.

#### 3 Generelt om cruise og cruiseutvikling

##### 3.1 Cruisebildet for Norge

- Det generelle bildet er at cruise på verdensbasis er en vekstnæring.

#### Noen hovedpunkter

- Oslo hadde i 2006 besøk av 156 cruiseskip med 206.000 passasjerer fra 126 ulike land. Det har vært stor økning i cruisetrafikken til Oslo i senere år, særlig fra 2003 til 2006. Stor økning i antall anløp og passasjerer innebærer både muligheter og utfordringer.
- Blant annet med denne bakgrunn ble denne analysen igangsatt for å kartlegge cruiseturismens betydning for Oslo.
- Cruiseanløp har først og fremst betydning for fire forhold:
  - Direkte forbrukseffekter gjennom passasjerenes, skipets og mannskapets forbruk i Oslo
  - Gjenkjøpseffekt: 90 % av cruisepassasjerene til Oslo er førstegangsbesøkende og mange blir fristet til å komme tilbake som "vanlig" turist
  - Cruise bidrar til en sterkere profil for Oslo både blant andre besøkende og innbyggere
  - Cruiseanløp har betydning for opprettholdelse/utnyttelse infrastruktur. Cruisepassasjerer er storforbrukere av busstransport og er viktige for de store attraksjonene.
- Cruiseturistene i Oslo er fornøyde turister
  - Over 90% er fornøyd med totalopplevelsen ved avreise
  - Deltagelse på utflukter gir også høy skår både generelt sett og for den enkelte attraksjon besøkt.
  - De fleste mener at det er viktig at Oslo inngår i cruiseprogrammet.
  - Kun ca. 16 % sier det er lite sannsynlig at de vil komme tilbake til Oslo
- De samlede forbrukseffektene inklusive gjenkjøp er beregnet til ca. 286 mill. kr. for 2006. Fordelt per skip eller per passasjer er dette lavere tall enn for eksempel København og Stockholm. Dette har først og fremst sammenheng med at disse byene har relativt betydelig antall anløp av snuhavnbesøk. Under slike besøk legger både passasjerer, skip og mannskap igjen høyere beløp. Det kan også ha noe sammenheng med andre forhold, som at Oslo-anløp ofte er siste eller første anløp i forhold til snuhavn på en rundreise.
 

Dette totalforbruket i Oslo utgjør fordelt:

per skip:	ca 1,83 mill. kr.
per passasjer:	ca 1380 kr.
- Viktige muligheter og utfordringer for Oslo finnes særlig på området infrastruktur og avgifter med betydning for videre utvikling. Dette gjelder særlig kaiplasser, tilrettelegging for snuhavnbesøk og Kystverkets avgiftsmodell.

- Cruisemarkedet i Europa vokser sterkere enn gjennomsnittet og det forventes at cruisemarkedet til Nord-Europa de nærmeste årene vil vokse med rundt 8% årlig.
- Som eget "fagområde" innen reiseliv trengs også et eget "cruisekart" for å kunne navigere og gjøre veivalg i utviklings- og markedsføringsammenheng. Dette er nærmere beskrevet i avsnitt 3.1 og gjennom vedlegg 2 og 3.

Relativt få i Norge har kompetanse på hele cruiseområdet.

- Bergen er største cruisehavn (249 anløp, 218.185 passasjerer i 2006). Som nummer to er Geiranger (157) og Oslo (156) jevnstore på anløp, mens Oslo er klart størst på antall passasjerer (206.000 mot 152.000).

### 3.2 Trender og utviklingstrekk

- Et av de viktigste utviklingstrekkene er at cruiseskip blir større. Det er for tiden 29 cruiseskip under bygging/bestilt for levering frem til 2010. Gjennomsnittsstørrelsen for disse er ca. 2900 passasjerer.

Andre viktige utviklingstrekk er at sesongen blir lenger og at det er en tendens mot kortere cruise (herunder også rene kortcruise).

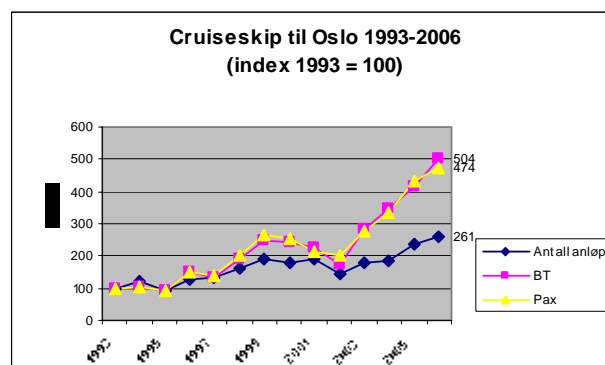
- Utviklingen mot "yngre eldre" er i dag like interessant som faktisk alder. Passasjerenes alder har vært nedadgående, men forventes igjen å kunne stige som følge av befolkningsstrukturen i vestlige land.
- Konkurransen blir sterkere. Stadig flere havner konkurrerer om cruiseturistene. For tiden konkurrerer Norge med et 50-tall havner om å komme inn på cruise som vanligvis besøker mellom 4 og 10 havner.
- Sikkerhet og miljø er viktige faktorer i utviklingen.

## 4 Oslos situasjon som cruise-reisemål i dag

### 4.1 Situasjon

- Cruise til Oslo kan grovt deles i to hovedgrupper:
  - Baltiske cruise, ofte med St. Petersburg som hovedmål.
  - Norske cruise, der besøk i Bergen og Vestlandsfjordene eller Nordkappcruise inngår.

Oslo har anløp av begge hovedtyper cruise. Baltiske cruise er viktigst, med ca. 66% av passasjerene (2006).



- Oslo har hatt en meget sterk vekst i cruisetrafikken, spesielt fra 2003.
- Antall skip er omtrent 2,6 ganger så mange som i 1993, og antall passasjerer omtrent 4,7 ganger så mange. Oslo hadde i 2006 156 anløp med ca. 206 000 passasjerer (1320 i gjennomsnitt per skip).
- Amerikanere, briter og tyskere utgjør nærmere 70% av passasjerene, men Oslo hadde i alt passasjerer fra hele 126 ulike nasjonaliteter i 2006.
- Superyacht chartermarkedet er i vekst. Foreløpig anløper få Oslo.
- Også Color Fantasy er stor på "cruise" til / i Oslo.
- Analysen viser at Oslo har et ytterligere markedspotensiale og at markedsføringsinnsats kan være viktigere for Oslo enn konkurrerende

havner på grunn av geografisk beliggenhet (se nedenfor). Havner/destinasjoner som satser bevisst oppnår resultater.

- Som følge av utvikling mot større skip har prognoser for antall anløp sannsynligvis større usikkerhet enn antall passasjerer. I rapporten er antall anløp i 2015 estimert til 220-260 med i alt ca. 400 000 passasjerer.

#### 4.2 Oslo og rederienes kriterier/ vurderinger ved ruteopplegg

- I avsnitt 4.4.2 er valgt en systematikk ved gjennomgang av tilbudet i Oslo basert på 7 kriteriepunkter (basert på ett av de store cruiserederienes opplegg)<sup>1</sup>: Kjent navn, unikt tilbud, bredt tilbud av opplevelses- og utfluktsmuligheter, miljø og sikkerhet, havnens infrastruktur, samt muligheter for fremtidig vekst.

Avsnitt 4. 4.2 er først og fremst en oversikt, der de fleste punktene er gitt grundig behandling i egne avsnitt nedenfor.

- Oslo er lite kjent i mange viktige målgrupper. Generell profilmarkedsføring av Oslo vil innebære en ”grunnmur” for cruise- og annen reiselivssatsing.
- Oslo oppfattes ikke som unik i forhold til andre byer, annet enn for folk med helt spesielle interesser (i motsetning til Bilbao, unik gjennom Guggenheim-museet)<sup>2</sup>.

#### 4.3 Infrastruktur og rammebetingelser

- Oslo har en, geografisk sett, krevende beliggenhet i forhold til de fleste konkurrerende anløpsteder. Avvik i seilingsrute for å besøke Oslo innebærer økte kostnader (tid, drivstoff og

Kystverksgebyrer). Slik sett har Oslo et visst handikap markedsmessig.

- Forventet vekst i antall anløp og passasjerer medfører behov for flere enn dagens cruisekaiplasser relativt raskt. Behovet er beregnet til å bli 7 cruisekaiplasser, hvorav én bør ha passasjerterminalfasiliteter.

En synlig plan for slik videreutvikling er viktig for rederienes satsing på Oslo. Fjordbyplanforslaget av 22/11-06 anbefaler slik cruisekaiplanlegging(4.3.2).

- Skandinavisk nærmarked, god flyforbindelse (ca.120 direkte ruter til over 70 destinasjoner) Europa og god fergeforbindelse Europa, samt forventninger om størst vekst i Europa som kildemarked, vil innebære muligheter for såkalte snuhavnbesøk i Oslo. Spesielt aktuelt er dette for rederier som kan tenke seg ”sommerfugl-opplegg” (eksempelvis en uke baltisk cruise og en uke norsk cruise).
- For å kunne konkurrere i snuhavnmarkedet (først og fremst med København, Stockholm, Kiel og Hamburg) er det et behov for faste passasjerterminalfasiliteter ved en av cruisekaiplassene.
- Nåværende kystgebyrsystem (ekstra kostnader som ofte eneste havn og bl.a. lang losingsdistanse) innebærer et hinder for cruiseskip til Oslo. Oslo bør få et gebyrsystem som i større grad reflekterer kostnadene ved å anløpe Oslo som cruiseskip og om mulig har et innebygd inntekstoptimeringshensyn.
- Kystverks-/havneavgiftene kommer stort sett alltid høyt på dagsorden ved rederibesøk. Viktig med et konkurransetilpasset system.
- Gjennom innføringen av de internasjonale ISPS-kontrollreglene, er havneavgiftene blitt vesentlig dyrere. De ulike elementene i havneavgifter/ havnevederlag er gjennomgående basert på skipsstørrelse eller passasjerantall (uten størrelses- eller volumrabattering).
- Miljøhensyn som forurensningsspørsmål og køer/sammenstimling av mennesker er

<sup>1</sup>Sjekklisten inneholder på mange måter innholdspunkter i en plan for byen og havnen for cruiseutvikling.

<sup>2</sup> Kan eksempelvis det nye Holmenkollen-anlegget bli ”Oslos Guggenheim”?

blitt viktigere både for cruise og annen reiselivsvirksomhet de senere årene.

Transport på kjøll anses som mer miljøvennlig enn transport med fly og på vei. Basert på en grundig undersøkelse gjennomført av Miljøverndepartementet i København, er det ikke grunn til å tro at forurensning som følge av cruiseskips-anløp skal være problematisk for Oslo.

Heller ikke køer/sammenstimlinger ("people congestion") anses å være problem for Oslo innenfor det antall passasjerer det kan være snakk om de nærmeste år. Selv ikke Holmenkollen som største turistattraksjon i Oslo anser dette som problem.

- Sikkerhet og trygghet er også blitt viktigere spørsmål de senere årene. Sikkerhetskravene ivaretas først og fremst gjennom de internasjonale ISPS-kravene til sikkerhet. Noen rederier iverksetter ytterligere sikkerhetstiltak.

Oslo sentrum anses som trygt å besøke, men en sannsynlig del av cruiseopplevelsen er synet av prostituerte, rusavhengige og tiggere. Dette kan påvirke trygghetsfølelsen.

#### 4.4 Oslo som cruiseprodukt for passasjerene

- Flertallet av cruisepassasjerene (60-70%) reiser på arrangerte utflukter. Flertallet av de øvrige besøker byen på egenhånd. Kort vei fra cruisekai til sentrum er et fortrinn.

Utfluktstilbudet er preget av tradisjonelle turer og utvalget av temautflukter og aktivitetsutflukter er begrenset.

6 agentselskaper (shore excursions agenter/turoperatører) håndterer turarrangementene for rederiene. Det er betydelig konkurranse disse i mellom om avtale med cruiserederiene. Agentene har en relativt betydelig påvirkning for turopplegget.

- Oslo har et fortrinn vedrørende shopping gjennom taxfree-mulighet (EU-borgere).

Enkelte produkter er spesielt aktuelle/gunstige i Oslo. Oppholdstid begrenser shoppingmulighetene.

#### 4.5 Organisering

- Aktørene i Oslo samarbeider organisasjonsmessig i markedet gjennom ulike organisasjoner: Cruise Europe (Oslo Havn), 3-årig baltisk cruiseprosjekt, Cruise Norway (Oslo Havn) og Oslo Cruise Network (de viktigste aktørene/interessentene vedrørende cruisenæringen)

#### 4.6 Forholdet til Reiselivsplan for Oslo

Reiselivsplanen for Oslo fra 2003 omhandler behov for å finne løsninger for en tjenlig infrastruktur for cruise.

#### 4.7 Cruiseskipet som kunde

Trender og utviklingstrekk og et betydelig passasjervolum gjør det interessant å vurdere satsing på leveranser til besøkende skip for spesielle produkter – eksempelvis nisjeprodukter og ferskvarer (som kan forlenge en positiv Oslo-opplevelse på seilingen ut Oslofjorden).

### 5 Generelt om virkninger av cruisetrafikk

- Cruisebesøk har virkninger innenfor fire ulike områder:
  - Direkte og indirekte økonomisk betydning vedrørende forbruk skip, mannskap og passasjerer.
  - Cruise som visningstur. Cruiseturisten er i høy grad førstegangsbesøkende til Oslo. Svært mange sier at de kan tenke seg å returnere som "vanlig" turist.
  - Cruise som profilforsterker. Cruiseskip i havnen gir en profilforsterkende effekt for destinasjonen – ikke bare for turister, men også for byens innbyggere.
  - Cruiseturistene bidrar til å opprettholde byens infrastruktur. Er

eksempelvis storforbrukere av mange av attraksjonene og av transporttjenester.

- Basert på Norges, historisk sett, sterke engasjement i internasjonal cruiseindustri, har også Oslo interessenter involvert både som eiere og leverandører i cruiseindustrien. Utviklingen for disse aktørene har indirekte sammenheng med utviklingen i cruisemarkedet.

Det er også et relativt stort cruisemarked i Oslo og Norge som i betydelig grad håndteres gjennom reisebyråer

## 6 Cruisepassasjerene i Oslo

- For å få oversikt over cruisepassasjerens "gjøren og laden" er gjennomført to spørreundersøkelser blant cruisepassasjerene.
  - En hovedundersøkelse gjennomført ved spørreskjemaer ved retur til skipet etter opphold i Oslo
  - En noe mer detaljert undersøkelse gjennomført på slutten av en organisert sightseeingtur i bussen
 Undersøkelsene er gjennomført for å gi et representativt bilde av hva cruiseturistene foretar seg, i hvilken grad de er tilfredse med besøket og hva de forbruker.
- Hovedundersøkelsen hadde et enkelt spørsmål om inntrykket av besøket i Oslo generelt. Dette er svært positivt. På en 5-punkts skala svarte hele 94% at de var godt eller svært godt fornøyd ("very good, quite good"). De som har vært på arrangert utflukt er også svært godt fornøyd med denne. Det samme gjelder i meget stor grad for de besøkte attraksjonene.
- På spørsmål om hvor viktig det er at Oslo er inkludert i cruiset, svarer over 60% at dette er nokså eller svært viktig, mens kun ca. 10% svarer at det ikke er særlig viktig eller ikke har betydning.
- Kun ca. 10% av passasjerene har vært her tidligere.

- Sannsynligheten for gjenbesøk er stor. Kun 16% svarer at det er lite sannsynlig eller svært lite sannsynlig med gjenbesøk. 30% ser det som nokså eller svært sannsynlig at de kommer tilbake.
- Tyskere og briter har gjennomsnittlig mindre forbruk i land enn amerikanere. Besøkende fra andre land har høyere forbruk i land enn de tre hovedgruppene.
- Oppholdstiden i land er relativt kort. Lengst for de som er både på utflukt og i land på egen hånd (gj.sn. 5,5 t.). Passasjerene kommenterer for dårlig tid.
- Gruppen "andre land" (som nå utgjør over 30%) er noe mindre fornøyd med utfluktene (kan ha med språk / tilrettelegging å gjøre).
- Cruisepassasjerene er viktige for spesielt de store attraksjonene i Oslo. Ca. halvparten (altså minst 100.000) har vært på Holmenkollen og utgjør ca. 14% av de besøkende i sommersesongen.

## 7 Cruiseskip og mannskap i Oslo

- Cruiseskipenes etterspørsel etter varer og tjenester omfatter først og fremst tjenester fra Oslo Havn og Kystverkets tjenester i lossammenheng.
 

Leveranser av drivstoff, proviant og reparasjoner er relativt beskjedent. Dette har antagelig sammenheng med at Oslo i ubetydelig grad hittil er snuhavn og at havnen stort sett er første eller siste anløpspunkt på en rundtur. Dette begrenser sannsynligvis innkjøpsbehovet.
- Nærmere 92.000 mannskap har vært i Oslo i 2006. Basert på informasjon fra rederier og agenter antas at ca. 1/3 går i land.
 

Forbruket i land er ikke undersøkt gjennom intervjuer. Forbruksestimatet er basert på informasjon fra rederier og agenter, sammenholdt med informasjon fra undersøkelser andre steder.

## 8 Virkninger av cruiseturismen for Oslo

### Passasjerenes forbruk

- For å beregne passasjerforbruket er det nødvendig å kartlegge strukturen på passasjerenes besøk. Hvor mange har vært igjen om bord, hvor mange har vært på arrangert utflukt, hvor mange har gjort landbesøk på egenhånd og hvor mange har vært på begge deler.

Passasjerenes eget forbruk i Oslo er kartlagt gjennom spørreundersøkelsen. En viktig utgiftspost er hva passasjerene legger igjen i form av kjøp utflukt (altså utfluktsprisen fratrukket rederiets avanse). Dette er et viktig tall, men beheftet med noe usikkerhet. Gjennomsnittsprisen rederiene har betalt for utflukter er anslått til ca. kr. 250,- per deltaker.

Tillagt annet forbruk under ekskursionsjonen og forbruk ved landbesøk på egenhånd fremkommer et totalforbruk.

- Samlet forbruk på ekskursionsjoner er beregnet til ca. 46 mill. kr. og samlet forbruk landbesøk er beregnet til ca: 30 mill. kr., i alt ca. 76 mill. kr.

Sammenlignet med en lignende undersøkelse i Stockholm, kommer Oslo lavere ut. Imidlertid, i Stockholm er passasjerene spurt om hva de har betalt for utflukten (altså inklusive rederiets avanse). Hensyntas dette, er de to undersøkelsene relativt sammenlignbare.

- Forbruket vil kunne øke betydelig ved snuhavnbesøk. Lenger oppholdstid og eventuelt liggetid over natten vil også slå ut positivt.

### Skipets forbruk

- Skipets forbruk er sammensatt av havnetjenester (9,1 mill. kr.), gebyrer til Kystverket (ca. 20 mill.) og innhentet informasjon om skipets kjøp av varer og tjenester. I alt er skipets forbruk estimert til 39 mill. kr. Det antas å være et potensial

for større forbruk. Spesielt vil snuhavnbesøk kunne slå ut i skipsforbruket.

### Mannskapets forbruk

- I tillegg til mannskapets egne utlegg ved besøk i land, estimert til kr. 165,-, har også mannskapet et forbruk gjennom tjenester som leveres av skipsagenten (tannlege, lege, servering og overnatting, samt diverse varer og tjenester), i alt utgjør dette ca. 7 mill. kr.

### Totalt forbruk for Oslo

- Samlet forbruk blir etter ovenstående
  - Passasjerer 76 mill. kr. (kr. 369,- per pax)
  - Mannskap 12 mill. kr.
  - Skip 39 mill. kr.
  - Sum 127 mill. kr. (kr. 616,- per pax)

I tillegg er forbruket av superyachts estimert til 2 mill. kr., slik at de samlede direkte virkningene er 129 mill.kr.

### Direkte og indirekte virkninger

- Indirekte virkninger er tidligere beregnet til å utgjøre ca. kr. 0,60 for hver krone turistomsetning. Dette innebærer indirekte virkninger på 77 mill. kr. og sum direkte og indirekte på 206 mill. kr. (eksklusive beregnet verdi gjenbesøk).
- Det er vanskelig å anslå sysselsettingsmessige effekter nøyaktig, men med basis i andre undersøkelser antas at cruiseomsetningen i 2006 skaper mellom 200 og 335 årsverk i Oslo.

### Sammenligning Oslo med andre havner

Sammenligning med undersøkelser andre havner viser et mindre totalforbruk per passasjer/skip. Dette har antagelig sammenheng med strukturelle forhold ved anløp til Oslo (ikke snuhavn anløp/oftest første- eller sistehavn). Det kan også ha sammenheng med at noen salgsmuligheter ikke utnyttes.

### Verdien av gjenbesøk

Over 80% sier det er sannsynlig/mulig med gjenbesøk som "vanlig turist". Vi har trukket fra andelen som har vært i Oslo tidligere og som en nøktern forutsetning antatt at ca 10% av øvrige (8%) vil realisere i intensjon i overskuelig fremtid. Med indirekte virkninger betyr dette en effekt på ca 79 mill kr. (Det er forutsatt oppholdslengde og forbruk under det fremtidige besøket i Oslo). Anslaget er usikkert, men uansett betydelig (i tillegg kommer forbruk under besøket utenfor Oslo (ikke medtatt)). Det er heller ikke medregnet mulig gjenkjøp som cruiseturist (noen rederier har høyt gjenkjøp blant passasjerene).

### Samlet forbrukseffekt per skip og passasjer

Direkte virkninger utgjør 129 mill. kr., mens indirekte virkninger er beregnet til 77 mill. kr. Til sammen blir dette 206 mill. kr.

Tillagt den beregnede verdien av mulige gjenkjøp (79 mill. kr.) får vi en total effekt for Oslo på 285 mill. kr.

Dette utgjør fordelt:

- per skip: ca. 1,83 mill. kr.
- per passasjer ca. 1380 kr.

Det er verdt å merke seg at Oslo Havns inntekter utgjør bare drøyt 3% av den totale virkningen for Oslo på ca. 285 mill. kr. Samtidig har havnen ansvar for vesentlige sider av rammebetingelsene for cruise. Slik er forholdet på de fleste cruisedestinasjoner og setter krav til nært samarbeid og planlegging av cruisesatsing mellom havn og kommune.

### Scenario 2010

Med forutsetning om passasjervekst etter prognosene, samt anløp av 10 snuhavnbesøk, blir totalforbruket ca 70% høyere i 2010. Dette viser betydningen av å kunne ta imot flere skip/passasjerer og at en andel av disse utgjøres av "turnarounds" med Oslo som hjemmehavn.

### Endringer anløp - bortfallseffekter

Grunner til at Oslo kan miste anløp er

- anløpet anses for dyrt
- det er ikke plass ved egnet cruisekai

Oslo er i grenseområdet for begge disse muligheter. Bortfallseffekt for et ordinært anløp er ca kr 2 mill per skip (1500 pax). For et snuanløp er effekten betydelig høyere, ca 6 mill. per skip alene før passasjerforbruk.

I kapittel 10 er vist spesielle muligheter og utfordringer knyttet til de ulike kapitlene i analysen.

1/12 2006