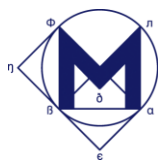


Cruiseturisme

Hvordan skape bærekraftig vekst og lønnsomhet?

Erik W. Jakobsen, partner Menon

Professor HiBu

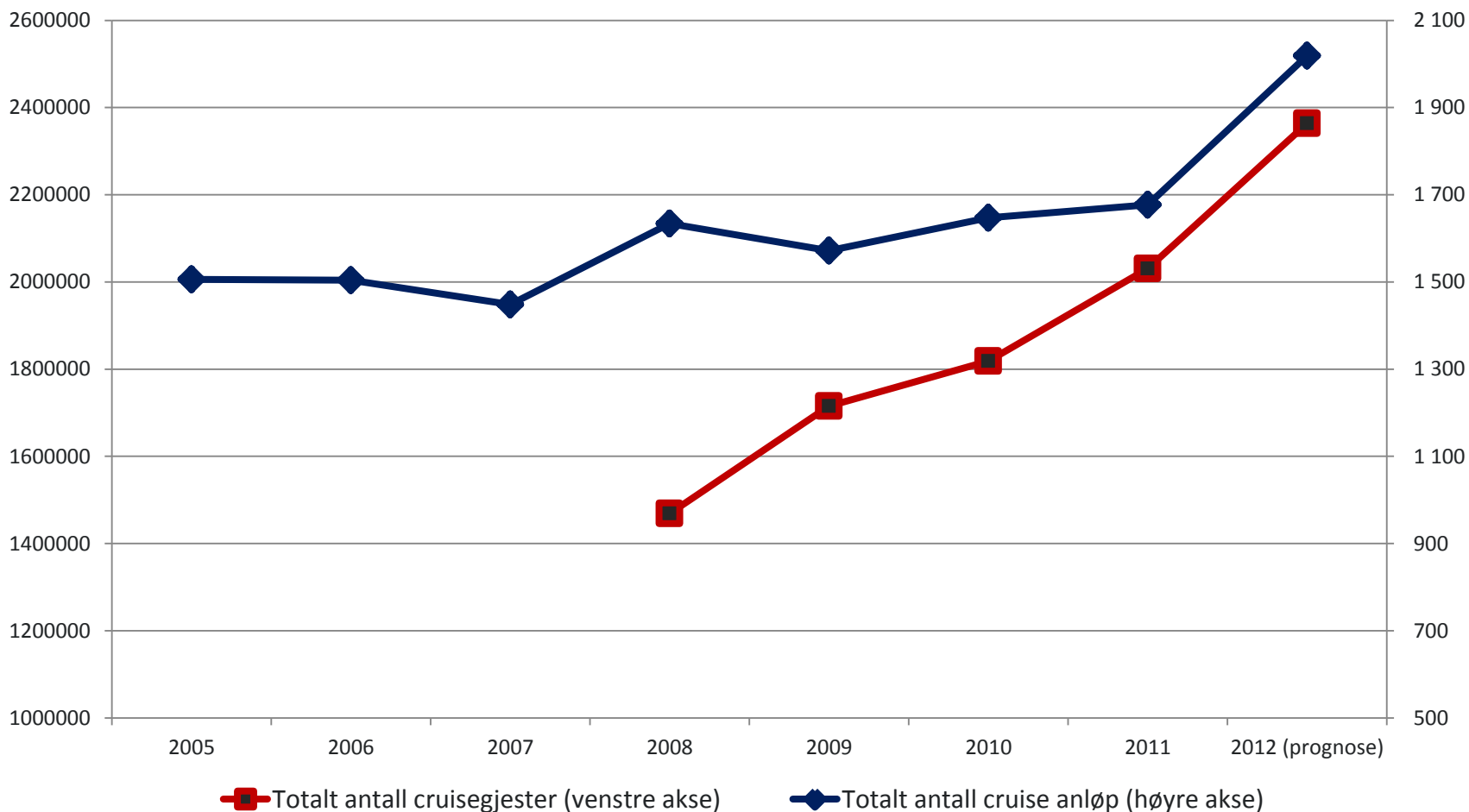


MENON
Business Economics

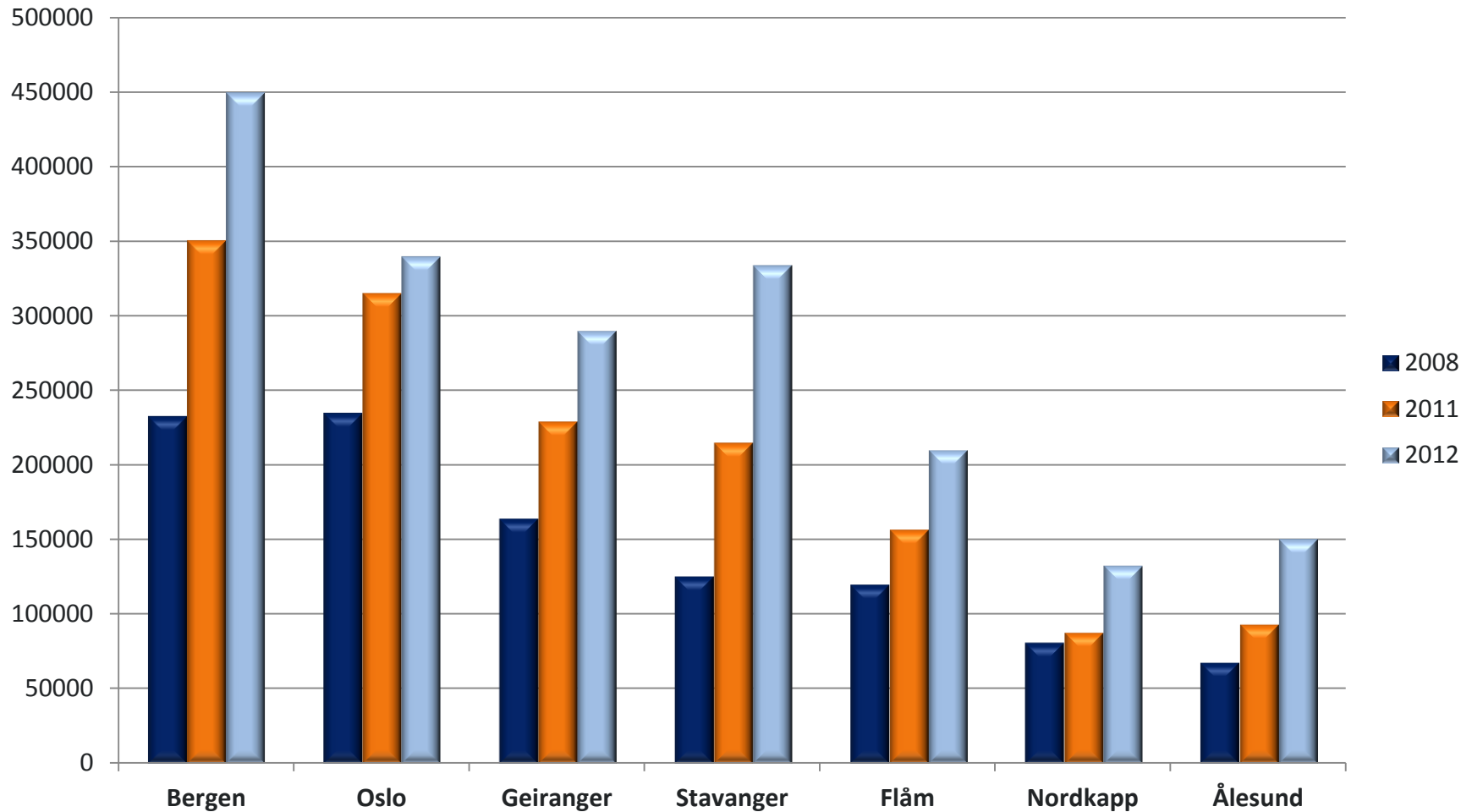
Enkle fakta om cruiseturisme i Norge

- 40 norske havner tok i mot cruiseskip i 2011 – kun 20 havner i 2006
- **1677** cruiseanløp i 2011. Forventning 2012: **2000**
- **2 mill** cruiseturister i 2011: Forventning 2012: **2,4 mill**
- Hver cruiseturist bruker **270 kroner** på land hver dag – eller er det 100?
- Samlet omsetning i Norge av cruisetrafikken (2011): ca **3,7 mrd** kroner
- Verdiskaping og lønnsomhet av cruisetrafikken: **Ingen vet**

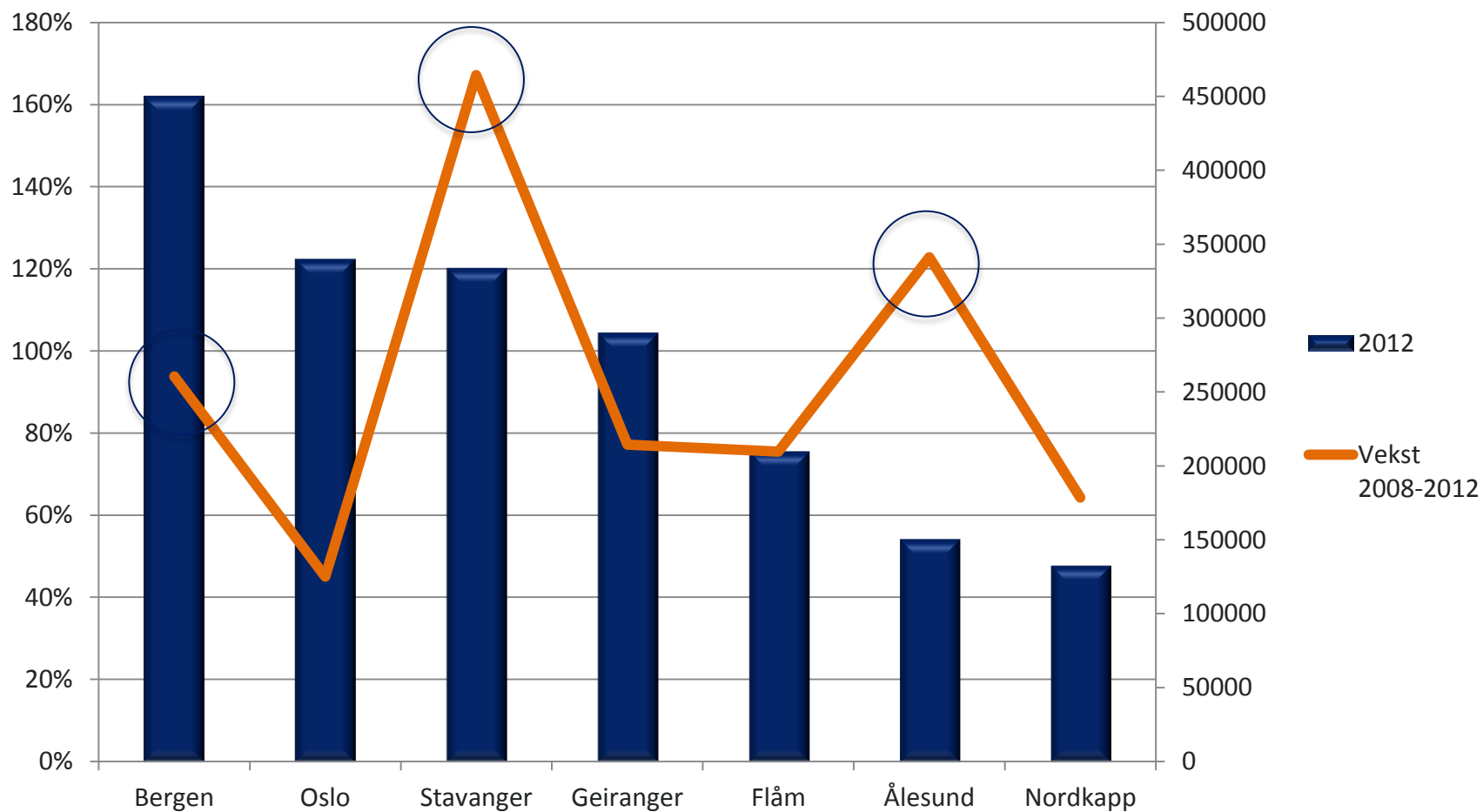
Antall cruiseanløp øker – men antall cruisegjester vokser enda mer



Norges største cruise-havner – antall passasjerer per år



Byene på Vestlandet vokser mest



København er snuhavn for cruise langs norskekysten

Havn	Antall cruiseanløp	Antall turn arounds (2011)
København	307	142
Stockholm	261	31
Oslo	150	9

Norsk reiselivsnærings konkurransevne

Norsk reiselivs fundamentale problem

- Stadig større **kostnadmessig konkurranselempe** i markedet for internasjonal turisme
- Taper i konkurransen med andre næringer i Norge om den beste **kompetansen**
- Mangler investeringer, innovasjon, (markeds-) kunnskap og finansiell muskelkraft
- *Distrikts-reiselivet er hardest rammet*

Cruise og norsk reiseliv - trusselbildet

- Hvor ligger Norges konkurransefortrinn? Naturen
- Hvorfor vokser cruise i Norge?
 - Fordi man kan høste gratis av Norges indrefilet og operere med lavt kostnadsnivå og priser
- **Ekstrem ulikhet i konkurransevilkår mellom cruise og landbasert turisme**
 - Eller er det ingen konkurranse?
 - Kanskje cruise er løsningen for norsk reiseliv; flytte næringen til sjøs?
- Når cruise vokser, stiger miljøproblemene – og verdien av fjordene synker
 - Tenk **lønnsomhet**, ikke volum

Hvordan tjene penger på cruise – på lang sikt?

Næringsstrategi – ta kontroll over cruiseturismen

- Det utvikles en helhetlig strategi for Vestlandet
- Cruise-hubs i de store kystbyene – mål om å bli snuhavner
- Avgifter for å seile inn i fjordene – differensierte satser
- Spre kundene på ulike fjorder og på ulike reisemål, gjerne opp på fjellet
- Stimuler utvikling og tilgjengeliggjøring av opplevelser
- Bruk prismekanismen til å styre strømmene

Synergier mellom cruise og landbasert turisme – spill med, ikke mot

- Utvikle unike opplevelser som *noen* er villige til å betale *mye* for
- Gondoler til fjelltopper
- Dagcruise fra høbbene og inn i fjordene – i allianse med aktører på land
- Rundreiser som kombinerer båttur inn i fjordene med buss, tog eller vandring

Politiske virkemidler

- (Miljø)avgifter for å seile inn i fjordene – differensierte
- Krav til miljøvennlig drivstoff
- Stimulere utvikling av opplevelser på land
- Skape konkurranselikheter mellom norske og utenlandske havner

Overordnede strategier for å møte utfordringene

— Industrialisering

Stor skala, effektiv logistikk, standardiserte prosesser og forutsigbar kvalitet



— Selvbetjening

Digitale løsninger og selvbetjeningskonsepter for å få ned arbeidskraftsintensiteten



— Eksklusive opplevelser

Nisjeprodukter rettet mot små, men svært betalingsvillige markedssegmenter i Norge og andre land

