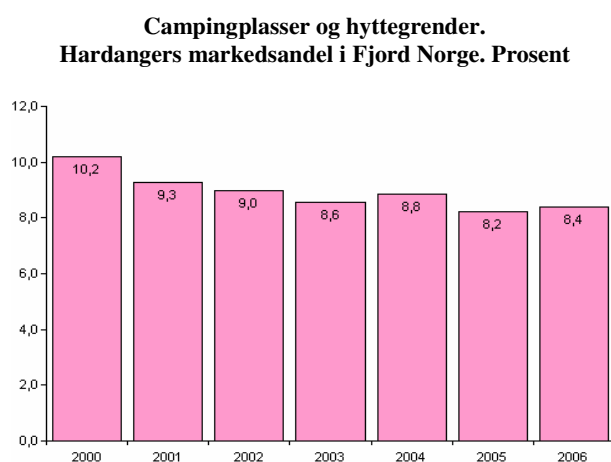
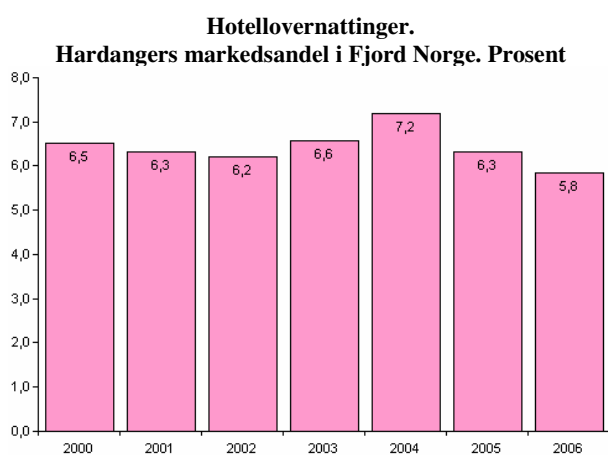


# Reiselivsnæringen i Hardanger

## Sommersesongen 2006

### Perspektiver

- √ Samlet kommersielt overnattingsmarked opp 4,9 prosent
- √ Vekst både på innenlandsmarkedet og på utenlandsmarkedet
- √ Hardanger tapte likevel markedsandeler i forhold til resten av Fjord Norge
  - √ Hotelltrafikken stabil – vekst for camping og hyttegrender
  - √ Tyskland største utenlandsmarked – foran Nederland og Storbritannia
- √ Nedgang på det tyske markedet – vekst på det nederlandske i forhold til 2005
  - √ Markedsandelen høyest på det nederlandske og franske markedet
  - √ Hotellenes losjiinntekter opp 1,9 prosent
- √ Inntekten per solgt hotellrom ned 3,4 prosent – og er lavere enn snittet for Fjord Norge
  - √ Kapasitetsutnyttingen ved hotellene opp fra 54,3, til 58,7 prosent
  - √ Inntekten per disponibelt hotellrom opp 4,5 prosent



## **Omfang**

Rapporten omfatter sommersesongen juni-august. Alle figurer og tabeller dekker denne perioden. Den dekker regionen Hardanger- og i tillegg er det gitt noen perspektiver for Hardanger i forhold til konkurrentregioner i Fjord Norge. Hardangers markedsandel er regnet i forhold til resten av Fjord Norge (= fylkene Rogaland, Hordaland, Sogn og Fjordane og Møre og Romsdal)

## **Innhold**

1. Hotellmarked etter nasjonalitet
2. Hotellmarked etter formål
- 3 Hotellenes losj økonomi
4. Campingplasser og hyttegrender
5. Samlet marked og markedsstruktur

## **Datagrunnlag og kilder**

Alle tabeller og figurer er hentet fra Statistikknett Reiseliv.

[www.statistikknett.com](http://www.statistikknett.com)

Statistikknett bygger på den offisielle statistikken fra Statistisk sentralbyrå.

Kort beskrivelse av innholdet i de ulike statistikkene er gitt nedenfor.

### **Hoteller**

Hotellstatistikken omfatter hoteller og andre overnattingsbedrifter med 20 senger eller mer. Enklere overnattingssteder som pensjonater, gjestegårder mv inngår i hotellstatistikken – dersom de innfrir størrelseskravet. I noen tilfeller tas også drift av hytteanlegg med i hotellstatistikken – dersom denne virksomheten drives sammen med hotellet.

### **Campingplasser og hyttegrender**

For å kunne gi regionale tall for flere regionale områder er statistikken over campingplasser og hyttegrender slått sammen.

### **Campingplasser**

Campingstatistikken omfatter alle plasser med en kapasitet på enten minst åtte hytter eller en total kapasitet på minst 50 enheter (inklusive oppstillingsplasser for campingvogn, telt mv).

### **Hyttegrender**

Statistikken omfatter alle hyttegrendene med en kapasitet på tre hytter eller mer. Hyttegrender er anlegg som har hytter/rom som er tilrettelagt for selvstell og organisert som en samling av enkeltstående enheter. Bedriftene må være drevet under felles ledelse, med egen resepsjon og være drevet på kommersiell basis.

### **Private hytter**

Egen bruk og utleie av private hytter er ikke dekket i noen av overnattingsstatistikkene. Det betyr altså at organisert utleie av private hytter gjennom Norsk hytteferie mv er ikke dekket i hyttegrendstatistikken – og det er heller ikke privat utleie av egne hytter

### **Samlet kommersielt marked**

Omfatter summen av statistikken for hoteller, campingplasser og hyttegrender. Egen bruk eller utleie av private hytter er altså ikke dekket her heller.

## **Flere statusanalyser**

Statistikknett Reiseliv har bygget opp et sett av standardiserte statusanalyser på regionalt nivå. De kan lages som oppsummeringer for hele året eller som sesonganalyser. Statusanalysene er modulære – slik at du kan velge innholdskomponenter og omfang. Statusanalyser lages for fylker, landsdeler, reiselivsregioner eller kommuner. Lages til fast pris og med om lag en ukes leveringstid.

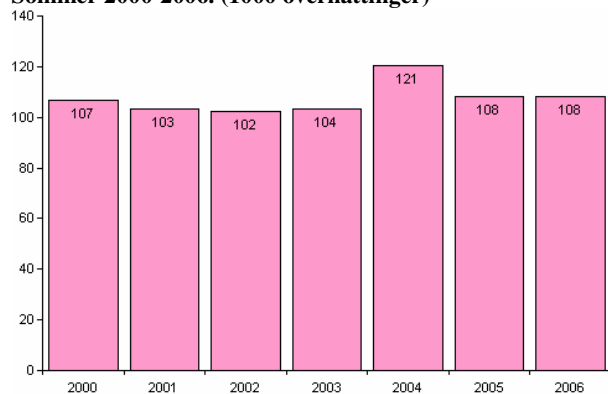
Leveres som fil i pdf-format – klar for utskrift og for distribusjon på nett.

I tillegg får du ferdige presentasjonsark i Powerpoint-format.

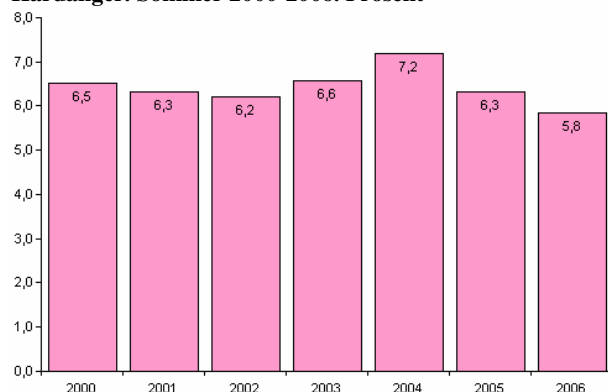
Mer informasjon finnes på

[www.statistikknett.com](http://www.statistikknett.com)

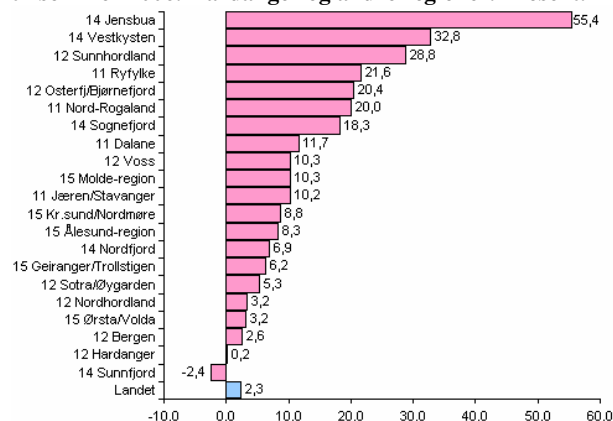
**Figur 1.1. Samlede hotellovernattinger. Hardanger. Sommer 2000-2006. (1000 overnattinger)**



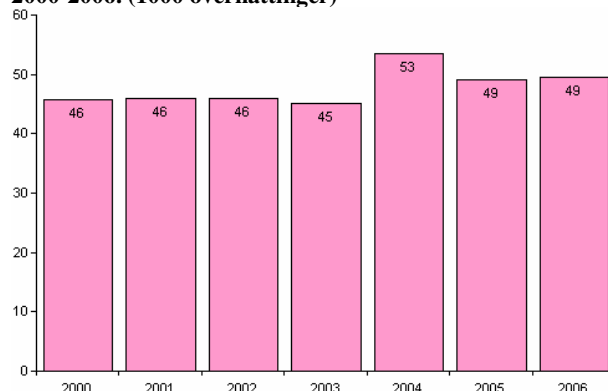
**Figur 1.2. Markedsandel av samlede hotellovernattinger. Hardanger. Sommer 2000-2006. Prosent**



**Figur 1.3. Endring i hotellovernattinger fra sommer 2005 til sommer 2006. Hardanger og andre regioner. Prosent.**



**Figur 1.4. Norske hotellovernattinger. Hardanger. Sommer 2000-2006. (1000 overnattinger)**



## 1. Hotellmarked

Hotellene i Hardanger hadde til sammen 108 tusen overnattinger i juni-august 2006. Trafikken var om lag uendret med en vekst på 0,2 prosent i forhold til 2005. Til sammenlikning var det på landsbasis en vekst på 2,3 prosent og i Fjord Norge var det en vekst på 8,5 prosent.

Figur 1 viser at trafikknivået i Hardanger har vært tilnærmet stabilt helt siden 2000 – bortsett fra en topp i 2004.

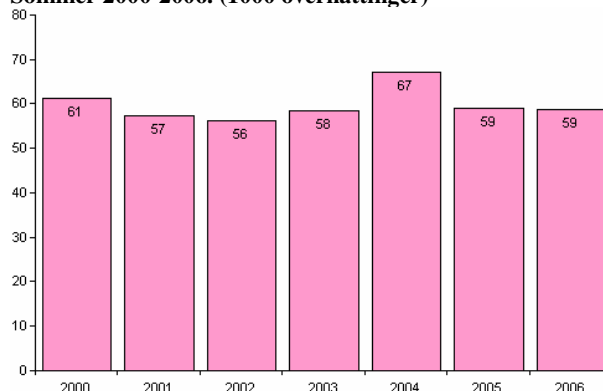
Hardanger hadde 5,8 prosent av hotellovernattingene i Fjord Norge sommeren 2006. Det var ned fra 6,3 prosent sommeren 2005. Figur 1.2 viser at markedsandelen har gått ned de siste årene og var lavere i 2006 enn i alle andre år siden 2000.

Figur 1.3 viser at markedsutviklingen i Hardanger var svakere enn i alle konkurrentregioner i Fjord Norge i 2006 - unntatt Sunnfjord. Til sammenlikning hadde Sognefjordregionen en vekst på 18 prosent.

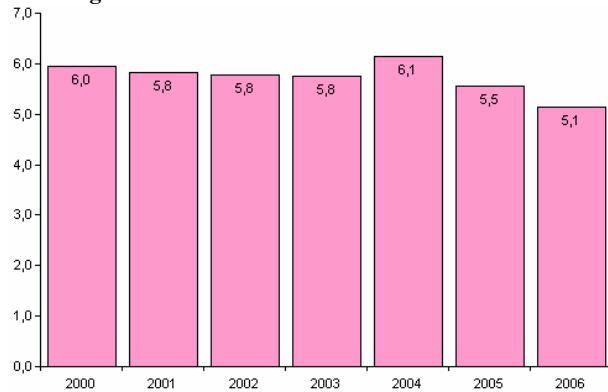
Hotellene i Hardanger hadde 49 tusen norske overnattinger sommeren 2006. Det var svakt opp 0,8 prosent i forhold til 2005. Figur 1.4 viser at innenlandsmarkedet har endret seg lite siden begynnelsen av 2000-tallet – men sommeren 2006 var et av de bedre årene.

Utenlandsmarkedet skapte 59 tusen overnattinger sommeren 2006. Det var svakt ned 0,3 prosent i forhold til 2005. Figur 1.5 viser at også trafikken fra utlandet har endret seg lite de siste årene – bortsett fra et toppår i 2004. Sommeren 2006 var om lag på nivå med sommeren 2000.

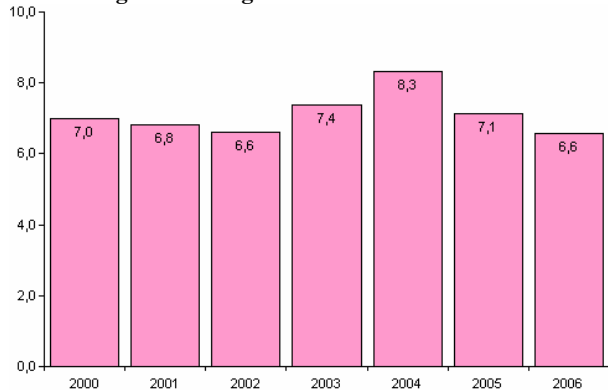
**Figur 1.5. Utenlandske hotellovernattinger Hardanger. Sommer 2000-2006. (1000 overnattinger)**



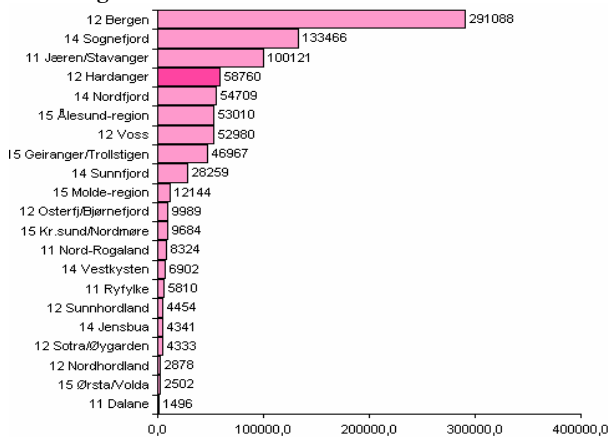
**Figur 1.6. Markedsandel av norske hotellovernattinger. Hardanger. Sommer 2000-2006. Prosent**



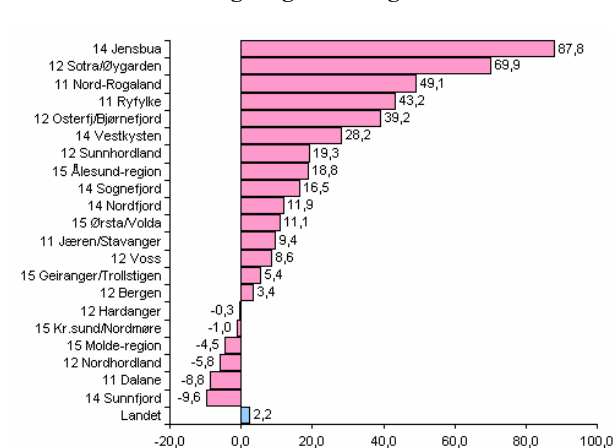
**Figur 1.7. Markedsandel av utenlandske hotell-overnattinger. Hardanger. Sommer 2000-2006. Prosent**



**Figur 1.8. Utenlandske hotellovernattinger. Hardanger og andre regioner. Sommer 2006**



**Figur 1.9. Endring i utenlandske hotellovernattinger fra 2005 til 2006. Hardanger og andre regioner. Prosent**



● Hardanger hadde 5,1 prosent av innenlandsmarkedet i Fjord Norge sommeren 2006. Det var ned fra 5,5 prosent i 2005. Markedsandelen var dermed lavere enn i alle andre år siden 2000.

● Markedsandelen på utenlandsmarkedet var høyere enn på innenlandsmarkedet – med 6,6 prosent sommeren 2006. Dette var ned fra 7,1 prosent i 2005, og også lavere enn i alle andre år siden 2000.

● Figur 1.8: Hardanger var den fjerde største destinasjonen i Fjord Norge for utenlandske hotell-overnattinger sommeren 2006. Bare i Bergen, og regionene Sognefjord og Jæren/Stavanger finner vi flere utlendinger ved hotellene.

● Figur 1.9 viser at Hardanger hadde en nedgang på 0,3 prosent i utenlandstrafikken sommeren 2006, mens det var en vekst på 2,2 prosent på landsbasis og 8,3 prosent i Fjord Norge. Utenlandsmarkedet i Hardanger utviklet seg klart svakere enn i Sognefjordregionen. Dessuten ser vi at de fleste regionene i Fjord Norge hadde bedre utvikling i utenlandstrafikken enn Hardanger.

● Tabell 1.1 viser at Tyskland var det viktigste utenlandsmarkedet for hotellene i Hardanger med 14 tusen overnattinger og 24,0 av samlet utenlandsmarked sommeren 2006. Deretter fulgte Nederland, Storbritannia og Frankrike med mellom 5 og 8 tusen overnattinger

● Det tyske markedet gav størst nedgang sommeren 2006 – målt i volum. Stor nedgang finner vi også fra Storbritannia. Størst vekst finner vi på det spanske, amerikanske og franske markedet.

● Målt i forhold til resten av Fjord Norge står Hardanger sterkest på det nederlandske og franske markedet med markedsandeler på hhv. 15 og 11 prosent. På det tyske markedet har Hardanger 8 prosent av trafikken og på det britiske og spanske markedet hhv. 5,5 og 3,0 prosent.

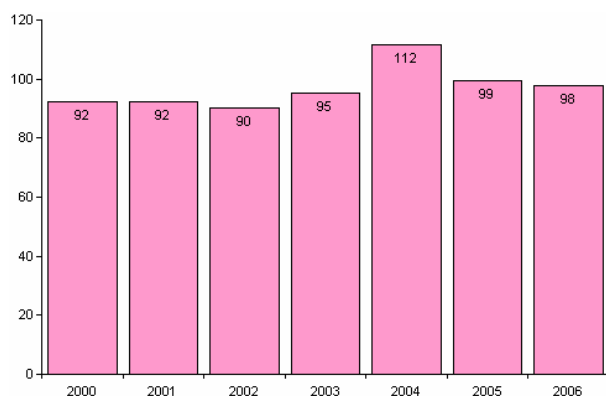
**Tabell 1.1. Hotellmarkeder. Hardanger Sommer 2005 og 2006.**

Marked	Hotellmarked. Sommer. Juni-august 2006 og 2005						
	Antall Overnattinger		Endring fra 2005 til 2006		Markedsandel		Betydning 2006
	2006	2005	Antall overnatt	%	2006	2005	
I alt	108 198	107 944	254	0,2	5,8	6,3	100,0
Norge	49 438	49 027	411	0,8	5,1	5,5	45,7
Utlendet	58 760	58 917	-157	-0,3	6,6	7,1	54,3
Sverige	1 328	1 105	223	20,2	5,6	5,0	2,3
Danmark	1 588	1 815	-227	-12,5	6,6	8,0	2,7
Finland	248	199	49	24,6	4,4	4,3	0,4
Storbritannia	6 787	8 444	-1657	-19,6	5,5	7,4	11,6
Nederland	8 162	8 320	-158	-1,9	15,0	17,5	13,9
Tyskland	14 098	16 966	-2868	-16,9	8,1	9,2	24,0
Frankrike	5 158	4 459	699	15,7	11,0	9,7	8,8
Spania	2 976	1 987	989	49,8	3,0	2,5	5,1
Sveits	278	496	-218	-44,0	2,8	4,0	0,5
Italia	2 744	3 532	-788	-22,3	7,9	11,1	4,7
USA	2 884	1 971	913	46,3	3,8	2,5	4,9
Japan	3 350	3 290	60	1,8	6,9	7,2	5,7

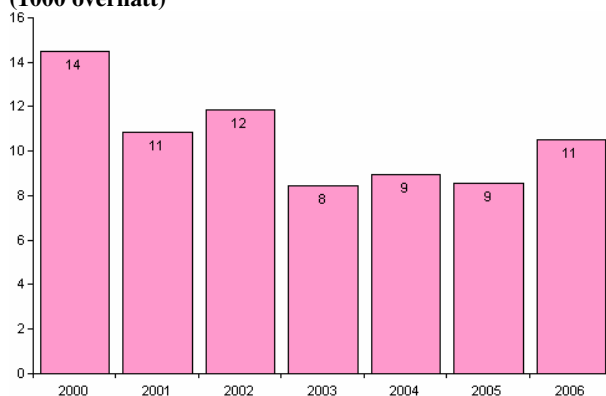
**Tabell 2.1. Hotellovernattinger etter formål. Hardanger. Sommer 2005 og 2006**

	Hotellmarkedet etter formål. Juni-august 2006 og 2005						Betydning 2006
	Antall Overnattinger		Endring fra 2005 til 2006		Markedsandel		
	2006	2005	Antall overnatt	%	2006 %	2005 %	
<b>Marked</b>							
I alt	108 198	107 944	254	0,2	5,8	6,3	100,0
Kurs/konf	3 073	3 286	-213	-6,5	3,2	3,9	2,8
Yrke	7 442	5 253	2 189	41,7	1,4	1,2	6,9
Ferie/fritid	97 683	99 405	-1 722	-1,7	7,9	8,3	90,3

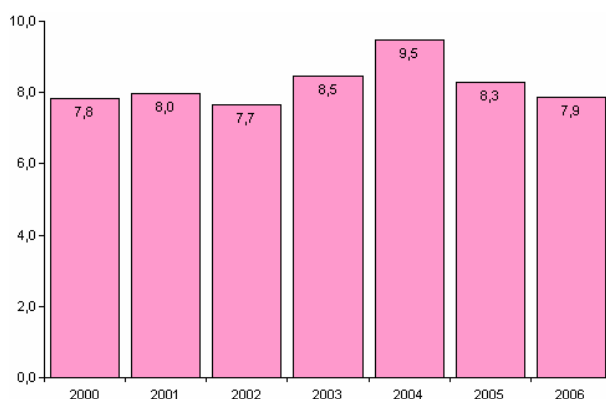
**Figur 2.1. Hotellovernattinger med formål ferie og fritid. Hardanger. Sommer 2000-2006. (1000 overnatt)**



**Figur 2.2. Hotellovernattinger med formål kurs-konferanse og yrke ellers. Hardanger. Sommer 2000-2006. (1000 overnatt)**



**Figur 2.3. Markedsandel av hotellovernattinger med formål ferie og fritid. Hardanger. Sommer 2000-2006. Prosent**



## 2. Hotellformål

Ferie og fritidsmarkedet utgjorde 90,3 prosent av hotelltrafikken i Hardanger sommeren 2006. Kurs/konferanse stod for 2,8 prosent av markedet, mens yrkestrafikken ellers stod for 6,9 prosent. Ferie og fritidsmarkedet betyr vesentlig mer i Hardanger enn på landsbasis og i Fjord Norge under ett om sommeren. Både i Fjord Norge og på landsbasis var andelen ferie og fritid bare om lag 67 prosent.

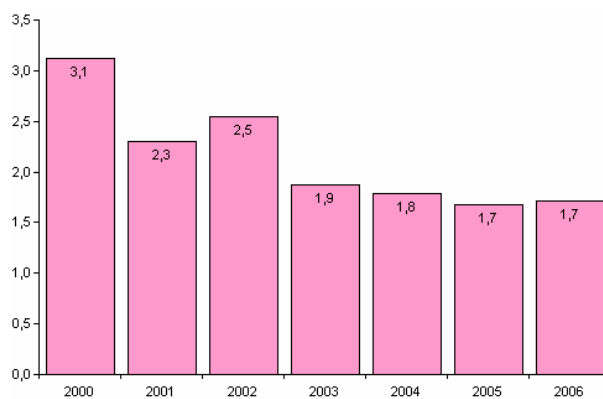
Ferie og fritidstrafikken gikk ned med 1,7 prosent sommeren 2006. Til sammenlikning var dette markedet om lag uendret på landsbasis mens vi finner en samlet vekst på 3,6 prosent i Fjord Norge under ett. Kurs og konferanse og yrkestrafikken gikk til sammen opp med 23 prosent i Hardanger. I Fjord Norge var det en samlet oppgang på 20 prosent på dette markedet mens det på landsbasis var en vekst på 6,4 prosent.

Ferie og fritidstrafikken har endret seg forholdsvis lite de siste årene. Men sommeren 2006 ble tross alt den beste siden 2000 – med unntak av 2004 og 2005. Men det var ikke mer enn 6 tusen flere overnattinger enn i 2000. Den samlede trafikken på kurs og yrkesmarkedet har svingt en del siden begynnelsen av 2000-tallet, men 2006 var bedre enn de tre siste somrene.

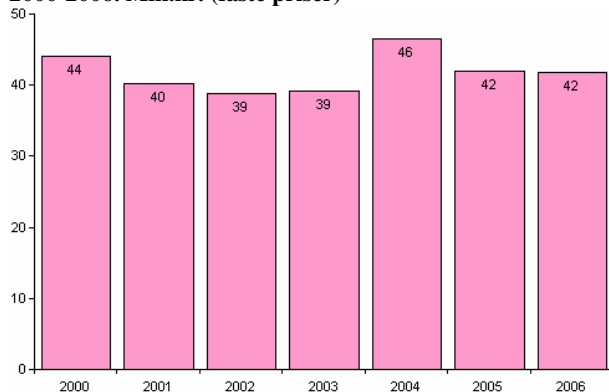
Hardanger hadde en markedsandel på 7,9 prosent av ferie og fritidsmarkedet i Fjord Norge sommeren 2006. Andelen gikk ned fra 8,3 prosent i 2005, og var lavere enn i alle år siden 2002.

På kurs/konferanse og yrke var regionens markedsandel på 1,7 prosent sommeren 2006 – samme andel som i 2005. Trafikkvolumet om sommeren er lite fra dette markedet og også markedsandelen kan svinge fra år til år. Sommeren 2006 var imidlertid svak også på dette markedssegmentet – sammenliknet med årene tilbake til 2000.

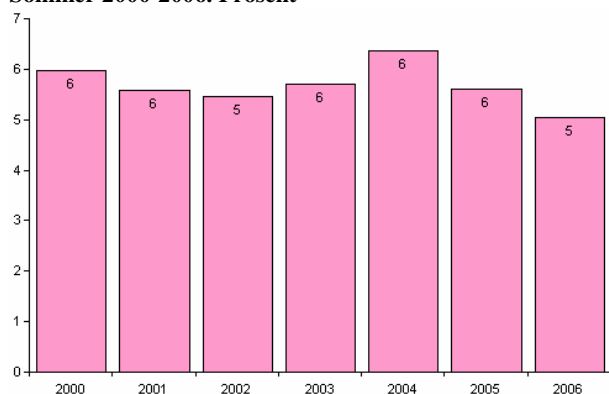
**Figur 2.4. Markedsandel av hotellovernattinger med formål kurs/konferanse og yrke. Hardanger. Sommer 2000-2006. Prosent**



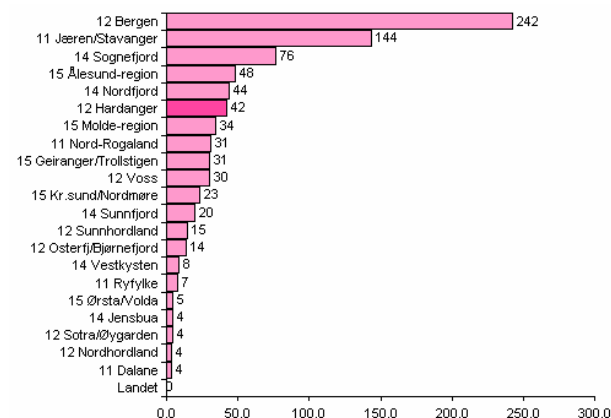
**Figur 3.1. Hotellenes losjiinntekter. Hardanger. Sommer 2000-2006. Mill.kr. (faste priser)**



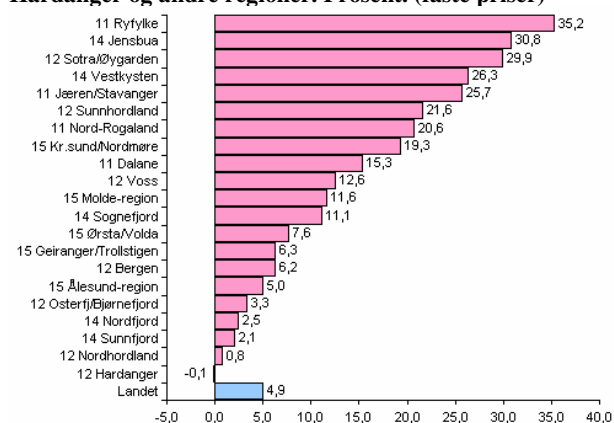
**Figur 3.2. Markedsandel losjiinntekter. Hardanger. Sommer 2000-2006. Prosent**



**Figur 3.3. Losjiinntekter i Hardanger og andre regioner. Sommer 2006. Mill. kroner**



**Figur 3.4. Endring i losjiinntekter fra 2005 til 2006. Hardanger og andre regioner. Prosent. (faste priser)**



### 3. Hotellenes losjøkonomi

Hotellene i Hardanger hadde losjiinntekter på nesten 42 millioner kroner sommeren 2006. Det var opp 0,8 millioner eller 1,9 prosent i forhold til sommeren 2005 – målt i løpende priser.

Figur 3.1 viser utviklingen i losjiinntekten siden 2000 målt i faste priser. Vi ser at også losjiinntekten har endret seg lite siden sommeren 2000. Målt i faste priser var losjiinntekten sommeren 2006 om lag 2 millioner lavere enn i 2000.

Hardanger hadde 5,0 prosent av de samlede losjiinntektene i Fjord Norge sommeren 2006. Det var ned fra 5,6 prosent i 2005. Figur 3.2 viser at regionens markedsandel har gått klart ned de siste årene – og var på det laveste nivået siden 2000.

Tabell 3.1. viser: I forhold til Hordaland fylke hadde Hardanger 11,9 prosent av losjiinntektene sommeren 2006 – ned fra 12,7 prosent sommeren 2005.

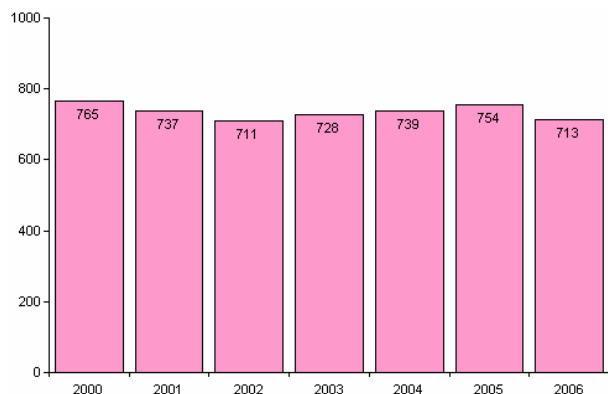
Fem av regionene i Fjord Norge hadde større losjiinntekter enn Hardanger sommeren 2006. Det var byregionene Bergen og Stavanger pluss Sognefjord, Ålesund-regionen og Nordfjord. Hardanger var altså den nest største regionen i Hordaland – målt etter hotellenes losjiinntekt.

Utviklingen fra sommeren 2005 til sommeren 2006 var imidlertid svakere i Hardanger enn i alle de andre regionene i Fjord Norge – og svakere enn på landsbasis. Figur 3.4 viser at Hardanger var eneste region i Fjord Norge med nedgang i losjiinntekten sist sommer – målt i faste priser.

**Tabell 3.1. Losjøkonomiske nøkkeltall. Hardanger. 2005 og 2006.**

Velg nøkkeltall i celle C10	Juni-august		Endring fra 2005 til 2006 %
	2006	2005	
Nøkkeltall			
Losjiinntekt (1000 kr)	41851	41067	1,9
Markedsandel i eget fylke (%)	11,9	12,7	-0,8
Inntekt per overnatting (kr)	387	380	1,7
Inntekt per solgt rom (kr)	713	739	-3,4
Inntekt per disp. rom (kr)	419	401	4,5
Inntekt per gjest (kr)	547	558	-1,9
Hoteller	26	28	-7,1
Senger	2188	2285	-4,2
Rom	1085	1113	-2,5
Romdøgn	99847	102374	-2,5
Solgte rom	58659	55581	5,5
Kaputn rom (%)	58,7	54,3	4,5
Kaputn senger (%)	53,7	51,3	2,4
Oppholdstid nordmenn (netter)	1,26	1,29	-2,3
Oppholdstid utlendinger (netter)	1,57	1,65	-4,7

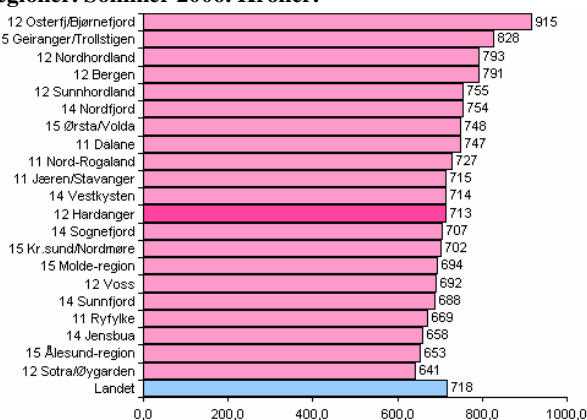
**Figur 3.5. Inntekt per solgt rom. Hardanger. Sommer 2000-2006. Kroner. (Faste priser)**



Losjiinntekten per solgt rom lå på 713 kroner i Hardanger sommeren 2006. Det var ned 26 kroner eller 3,4 prosent i forhold til 2005 – målt i løpende priser. Målt i faste priser viser figur 3.5 at inntekten per solgt rom gikk ned 41 kroner og var den laveste siden 2000 – bortsett fra sommeren 2002. Inntekten per solgt rom var noe lavere i Hardanger enn gjennomsnittet for landet og lavere enn gjennomsnittet for Fjord Norge på 737 kroner. Figur 3.6 viser at inntekten per solgt rom i Hardanger lå omtrent i midtsjiktet blant regionene i Fjord Norge.

Losjiinntekten per disponibelt rom lå på 419 kroner i Hardanger sommeren i 2006. Det var opp 18 kroner eller 4,5 prosent i forhold til 2005 – målt i løpende priser. Målt i faste priser var inntekten per disponibelt rom høyere enn i alle år siden 2001 – unntatt 2004.

**Figur 3.6. Inntekt per solgt rom. Hardanger og andre regioner. Sommer 2006. Kroner.**



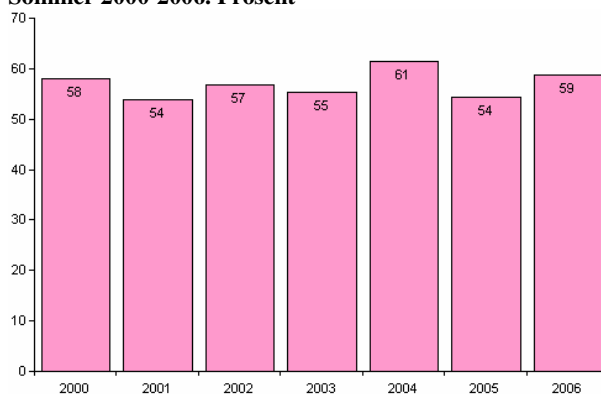
Inntekten per disponibelt rom var imidlertid også lavere i Hardanger enn gjennomsnittet for Fjord Norge (537 kroner) sommeren 2006 – og også lavere enn på landsbasis. Figur 3.8 viser likevel av flere av regionene i Fjord Norge hadde lavere inntekt per disponibelt rom.

Kapasitetsutnyttningen var på 58,7 prosent i Hardanger sommeren 2006. Det var opp fra 54,3 prosent i 2005. Romutnyttningen har som hovedtendens endret seg forholdsvis lite siden begynnelsen av 2000-tallet. Figur 3.10 viser at romutnyttningen i Hardanger er lavere enn på landsbasis, men ligger høyere enn i flere av regionene i Fjord Norge. Gjennomsnittet for Fjord Norge var imidlertid på høye 70,9 prosent.

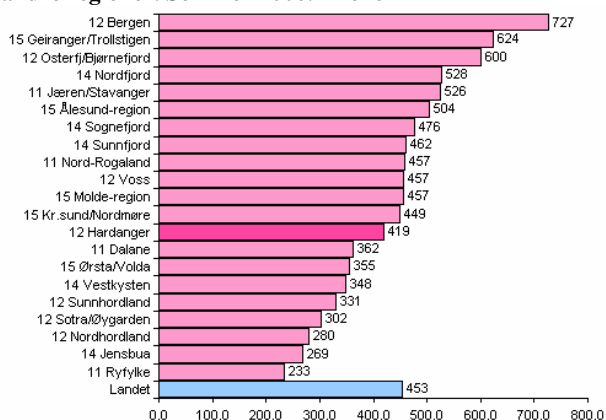
**Figur 3.7. Inntekt per disponibelt romdøgn. Hardanger. Sommer 2000-2006. Kroner. (Faste priser)**



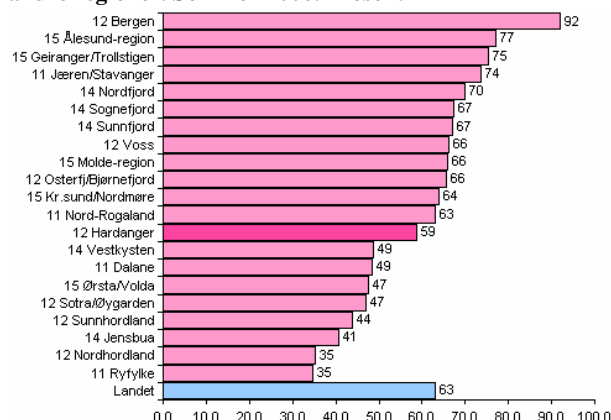
**Figur 3.9. Kapasitetsutnyttning for rom. Hardanger. Sommer 2000-2006. Prosent**



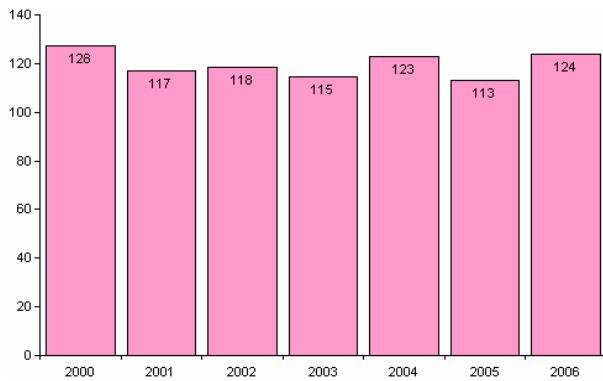
**Figur 3.8. Inntekt per disponibelt romdøgn. Hardanger og andre regioner. Sommer 2006. Kroner**



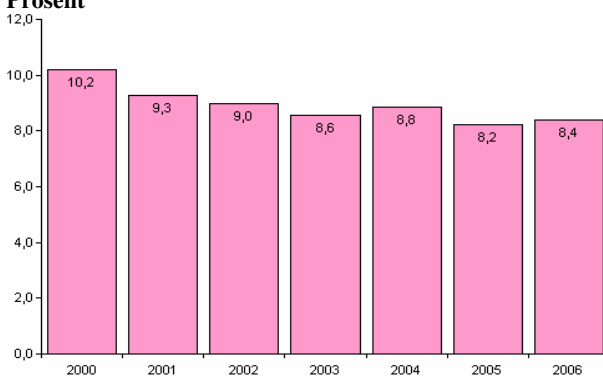
**Figur 3.10. Kapasitetsutnyttning for rom. Hardanger og andre regioner. Sommer 2006. Prosent**



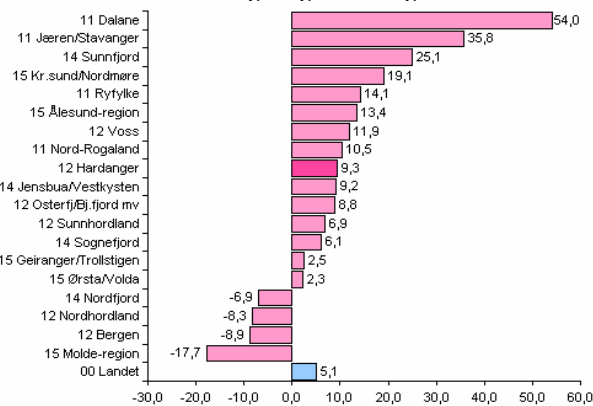
**Figur 4.1. Samlede overnattinger ved campingplasser og hyttegrender. Hardanger. Sommer 2000-2006. (1000 ov)**



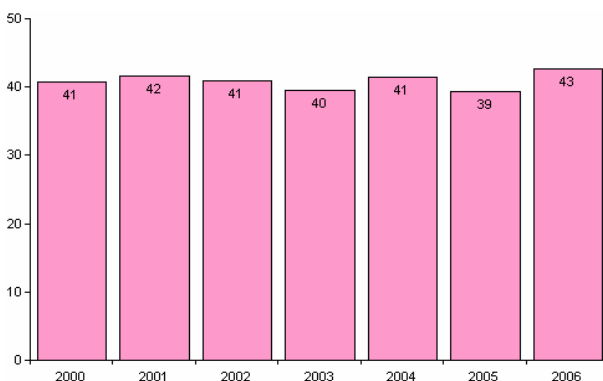
**Figur 4.2. Markedsandel av samlede overnattinger ved camping og hytter. Hardanger. Sommer 2000-2006. Prosent**



**Figur 4.3. Endring i camping og hyttegrendovernattinger fra 2005 til 2006. Hardanger og andre regioner. Prosent.**



**Figur 4.4 Norske overnattinger ved campingplasser og hyttegrender. Hardanger. Sommer 2000-2006. (1000 overn)**



## 4. Camping og hyttegrender

● Campingplassene og hyttegrendene i Hardanger hadde til sammen 124 tusen overnattinger sommeren 2006. Det var opp 11 tusen overnattinger eller 9,3 prosent i forhold til 2005. Til sammenlikning var det på landsbasis en vekst på 5,1 prosent og i Fjord Norge 6,9 prosent.

● Figur 4.1 viser at oppgangen i 2006 kom etter en noe svakere sommer i 2005. Likevel var trafikknivået i 2006 høyere enn i alle tidligere år etter 2000.

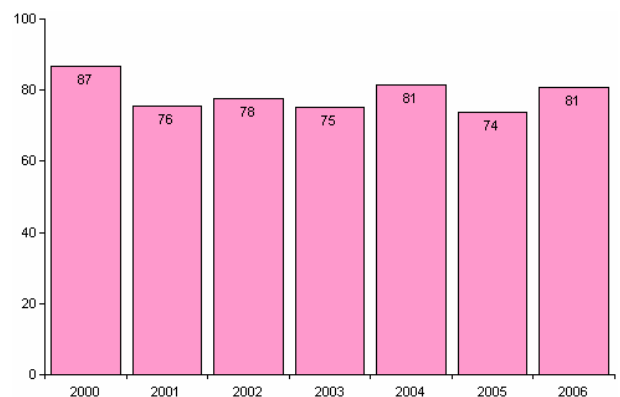
● Hardanger hadde 8,4 prosent av samlede camping og hyttegrendovernattinger i Fjord Norge sommeren 2006. Det var opp fra 8,2 prosent i 2005. Figur 4.2 viser at markedsandelen som hovedtendens har gått noe ned de siste årene. Tilbake i 2000 hadde Hardanger 10,2 prosent av markedet.

● Figur 4.3 viser at Hardanger plasserte seg om lag i midtsjiktet blant regionene i Fjord Norge – målt etter utviklingen på camping og hyttemarkedet. Utviklingen i Hardanger var bedre enn i Sognefjordregionen. I Hordaland fylke var det bare Voss som hadde sterkere vekst enn Hardanger sommeren 2006 – sett i forhold til året før.

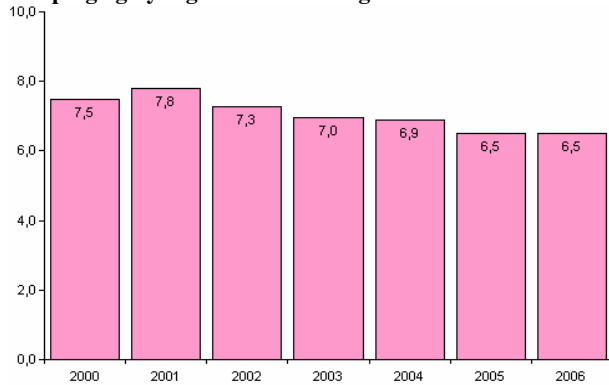
● Campingplassene og hyttegrendene i Hardanger hadde 43 tusen norske overnattinger sommeren 2006. Det var opp 8,7 prosent i forhold til 2005. Figur 4.4 viser at 2006 dermed gav det høyeste trafikknivået siden år 2000 på innenlandsmarkedet.

● Utenlandsmarkedet skapte 81 tusen overnattinger sommeren 2006. Det var opp 9,7 prosent i forhold til 2005. Figur 4.5 viser imidlertid at trafikken fra utenlandsmarkedet har hatt en stabil hovedtendens de siste årene.

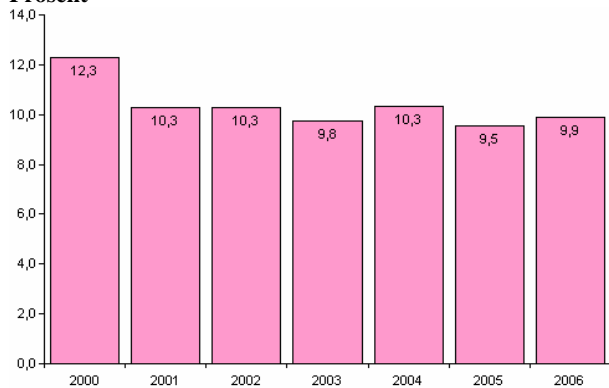
**Figur 4.5. Utenlandske overnattinger ved campingplasser og hyttegrender. Hardanger. Sommer 2000-2006. (1000 ov)**



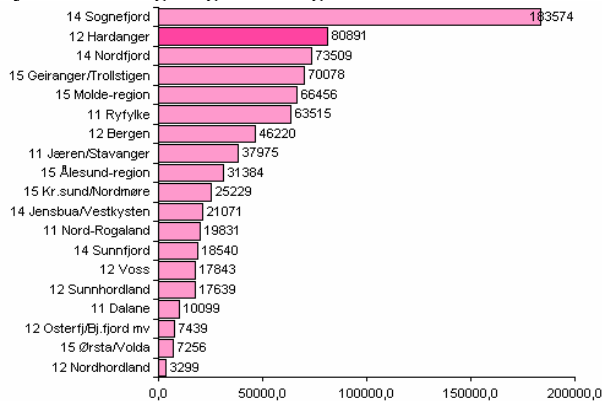
**Figur 4.6. Markedsandel av norske overnattinger ved camping og hyttegrender. Hardanger. 2000-2006. Prosent**



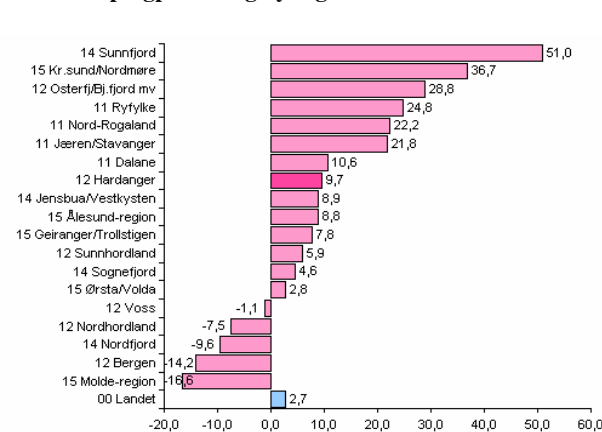
**Figur 4.7. Markedsandel av utenlandske overnattinger ved camping og hytter. Hardanger. Sommer 2000-2006. Prosent**



**Figur 4.8. Utenlandske overnattinger ved camping og hytter. Hardanger og andre regioner. Sommer 2006**



**Figur 4.9. Endring i utenlandske overnattinger fra 2005 til 2006. Campingplasser og hyttegrender. Prosent.**



● Hardanger hadde 6,5 prosent av innenlandsmarkedet i Fjord Norge sommeren 2006. Det var samme andel som sommeren 2005. Figur 4.6 viser likevel at markedsandelen har gått ned siden begynnelsen av 2000-tallet – og var på et lavnivå sist sommer.

● Markedsandelen på utenlandsmarkedet var høyere – med 9,9 prosent av den samlede trafikken i Fjord Norge sommeren 2006. Det var opp fra 9,5 prosent i 2005. Figur 4.7 viser imidlertid at Hardanger som hovedtendens har hatt en ganske stabil markedsandel siden 2001 – med rundt 10 prosent målt i forhold til Fjord Norge.

● Figur 4.8 viser at campingplassene og hyttegrendene i Hardanger sommeren 2006 hadde færre utenlandske overnattinger enn Sognefjordregionen – men flere enn alle andre regioner i Fjord Norge.

● Figur 4.9 viser at Hardanger hadde bedre utvikling enn Sognefjordregionen i camping og hytteferds trafikken sommeren 2006 – men 7 regioner i Fjord Norge hadde enda sterkere vekst.

● Tabell 4.1 viser at Tyskland er det viktigste utenlandsmarkedet for campingplassene og hyttegrendene i Hardanger om sommeren – foran Nederland. Andre utenlandsmarkeder betyr vesentlig mindre.

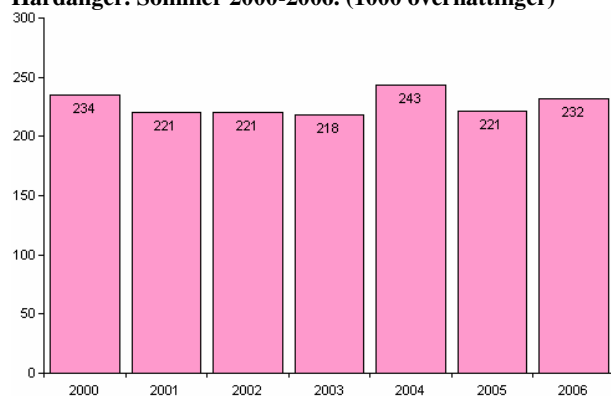
● Hardanger hadde drøyt 12 prosent av det nederlandske og nesten 10 prosent av det tyske markedet i Fjord Norge sommeren 2006. Markedsandelen var forholdsvis høy også på det franske og det danske markedet.

● Nederland gav størst vekst ved campingplassene og hyttegrendene sommeren 2006 – målt i volum. Det tyske markedet gikk svakt ned med 0,3 prosent. For øvrig finner vi vekst på de aller fleste markedene sist sommer. Blant annet gav det britiske, franske og svenske markedet betydelig oppgang i forhold til 2005.

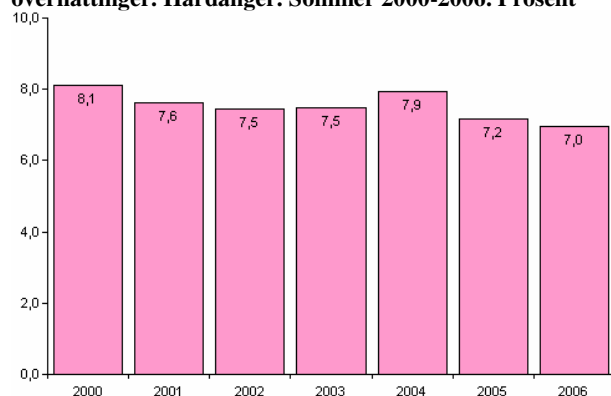
**Tabell 4.1. Camping og hyttegrender. Hardanger 2005 og 2006.**

Marked	Camping og hyttegrender. Juni-august 2006 og 2005						
	Antall Overnattinger		Endring fra 2005 til 2006		Markedsandel		Betydning 2006
	2006	2005	Antall overnatt	%	2006 %	2005 %	
I alt	123 626	113 086	10540	9,3	8,4	8,2	100,0
Norge	42 735	39 318	3417	8,7	6,5	6,5	34,6
Utlandet	80 891	73 768	7123	9,7	9,9	9,5	65,4
Sverige	4 121	3 375	746	22,1	8,4	7,8	5,1
Danmark	4 453	4 010	443	11,0	10,0	9,7	5,5
Finland	1 125	612	513	83,8	12,7	8,5	1,4
Storbritannia	2 636	1 668	968	58,0	9,2	6,5	3,3
Nederland	23 294	20 623	2671	13,0	12,4	11,5	28,8
Tyskland	31 704	31 803	-99	-0,3	9,6	9,3	39,2
Frankrike	2 550	2 002	548	27,4	10,2	8,7	3,2
Spania	450	515	-65	-12,6	4,0	6,3	0,6
Sveits	1 347	1 341	6	0,4	8,8	13,1	1,7
Italia	861	865	-4	-0,5	5,8	7,5	1,1
USA	277	120	157	130,8	6,7	5,7	0,3
Japan	28	15	13	86,7	7,2	4,1	0,0

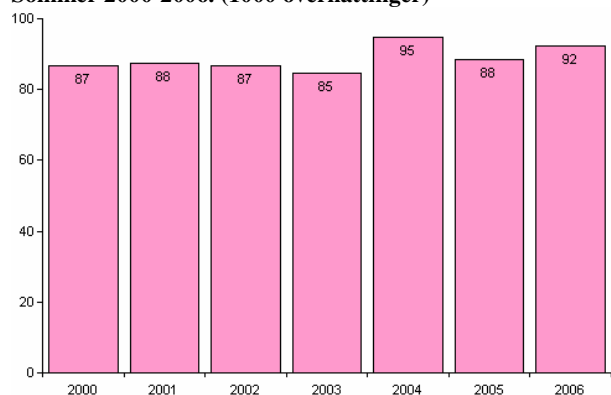
**Figur 5.1. Samlede kommersielle overnattinger. Hardanger. Sommer 2000-2006. (1000 overnattinger)**



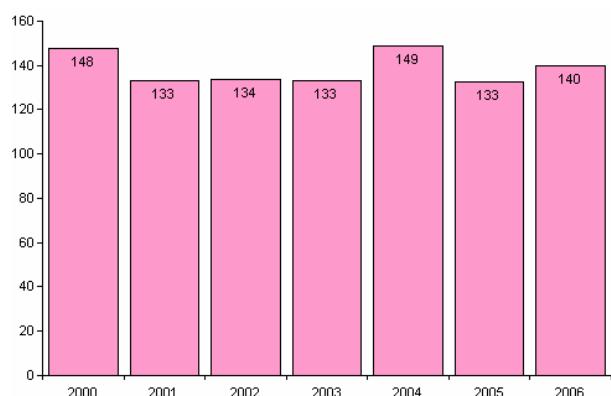
**Figur 5.2. Markedsandel av samlede kommersielle overnattinger. Hardanger. Sommer 2000-2006. Prosent**



**Figur 5.3. Norske kommersielle overnattinger. Hardanger. Sommer 2000-2006. (1000 overnattinger)**



**Figur 5.4 Utenlandske kommersielle overnattinger. Hardanger. Sommer 2000-2006. (1000 overnattinger)**



## 5. Samlet marked og markedsstruktur

De kommersielle overnattingsstedene i Hardanger hadde til sammen 232 tusen overnattinger sommeren 2006. Det var opp 11 tusen overnattinger eller 4,9 prosent i forhold til 2005. Til sammenlikning var det på landsbasis en vekst på 3,6 prosent, mens Fjord Norge samlet hadde en vekst på 7,8 prosent.

Figur 5.1 viser at den samlede kommersielle trafikken som hovedtendens har endret seg lite i sommersesongene siden begynnelsen av 2000-tallet.

Hardanger hadde 7,0 prosent av de kommersielle overnattingene i Fjord Norge sommeren 2006. Det var ned fra 7,2 prosent i 2005. Figur 5.2 viser at markedsandelen som hovedtendens har gått ned de siste årene.

Den samlede trafikken fra innenlandsmarkedet var på 92 tusen overnattinger sommeren 2006. Det var opp 4,3 prosent i forhold til 2005. Figur 5.3 viser at innenlandsmarkedet ikke har endret seg mye siden år 2000 – men 2006 og 2004 er de beste årene i perioden.

Utenlandsmarkedet gav til sammen 140 tusen overnattinger i Hardanger sommeren 2006. Det var opp 7 tusen overnattinger eller 5,3 prosent i forhold til 2005.

Figur 5.4 viser at også utenlandsmarkedet i hovedsak har vært stabilt siden begynnelsen av 2000-tallet – men 2006 ble et av de bedre årene i denne perioden.

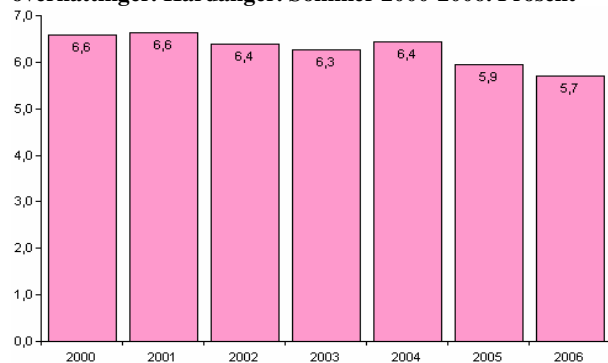
Tabell 5.1 viser at hotellene tok nesten 47 prosent av den samlede kommersielle trafikken i Hardanger sommeren 2006. Hytteovernattingene ved campingplasser og hyttegrender utgjorde til sammen 21,5 prosent. Hardangers markedsandel i forhold til resten av Fjord Norge er høyere for hoteller enn for hytter – men aller høyest for bobiler og overnattinger i telt/campingvogn.

Bobiltrafikken gikk sterkt opp med 31 prosent i forhold til sommeren 2005. For hytteovernattingene var det en vekst på 8,6 prosent.

**Tabell 5.1. Markedsstruktur for samlet kommersielt overnattingsmarked. Hardanger. 2005 og 2006**

	Kommersielt overnattingsmarked etter marked og type.						
	Juni-august 2006 og 2005						
	Antall Overnattinger		Endring fra 2005 til 2006		Markedsandel		Betydning
	2006	2005	Antall overnatt	%	2006 %	2005 %	
Marked							
Overnatt i alt	231 824	221 030	10794	4,9	7,0	7,2	100,0
Nordmenn	92 173	88 345	3828	4,3	5,7	5,9	39,8
Utlendinger	139 651	132 685	6966	5,3	8,2	8,3	60,2
Hotell	108 198	107 944	254	0,2	5,8	6,3	46,7
Hytte	49 940	45 979	3961	8,6	8,6	8,5	21,5
Sesongcamp	6 251	7 793	-1542	-19,8	2,8	3,7	2,7
Telt/Vogn	43 245	40 853	2392	5,9	10,0	10,0	18,7
Bobil	24 190	18 461	5729	31,0	10,1	8,3	10,4

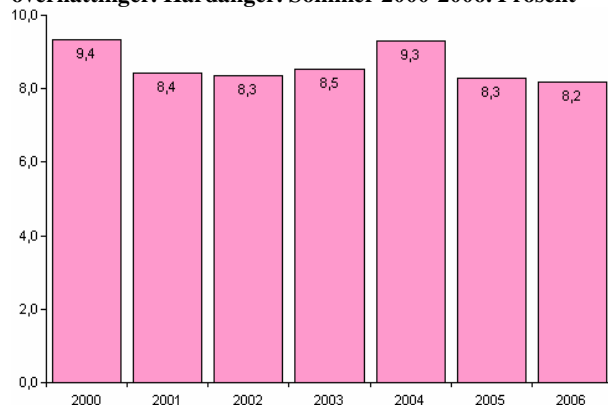
**Figur 5.5. Markedsandel av norske kommersielle overnattinger. Hardanger. Sommer 2000-2006. Prosent**



● Hardanger hadde 5,7 prosent av det samlede innenlandsmarkedet i Fjord Norge sommeren 2006. Det var ned fra 5,9 prosent i 2005. Figur 5.5 viser at markedsandelen har gått ned de siste årene og er lavere enn ved begynnelsen av 2000-tallet.

● Markedsandelen på utenlandsmarkedet var klart høyere – med 8,2 prosent sommeren 2006. Dette var imidlertid ned fra 8,3 prosent sommeren 2005. Figur 5.6 viser at regionens andel av utenlandsmarkedet ikke har endret seg mye siden begynnelsen av 2000-tallet – men 2006 var det svakeste året i perioden.

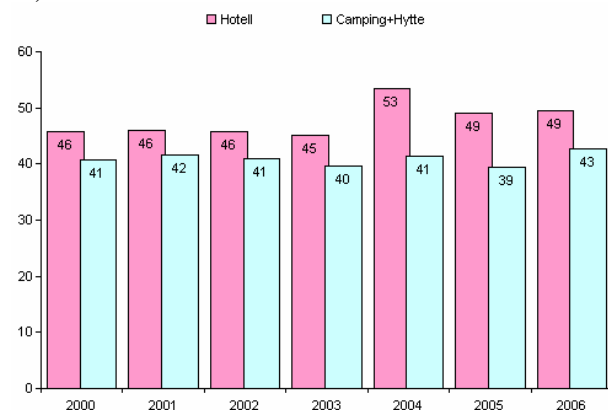
**Figur 5.6. Markedsandel av utenlandske kommersielle overnattinger. Hardanger. Sommer 2000-2006. Prosent**



● Figur 5.7 sammenlikner den norske trafikken ved hoteller og camping/hyttegrender i Hardanger. For det første ser vi at hotellene skaper noe flere norske overnattinger enn campingplassene og hyttegrendene om sommeren. Dessuten: Siden begynnelsen av 2000-tallet har det vært bare små endringer i styrkeforholdet mellom hotellene og campingplassene/hyttegrendene.

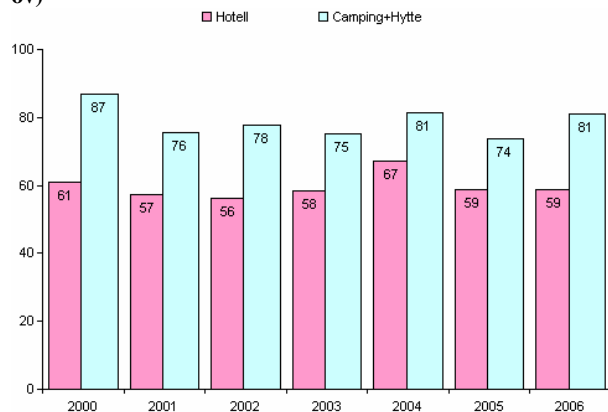
● Figur 5.8 sammenlikner den utenlandske trafikken ved hoteller og camping/hyttegrender. Utlendingene legger igjen flere overnattinger ved hotellene enn ved campingplasser og hyttegrender om sommeren. Videre ser vi at også på utenlandsmarkedet har det vært bare mindre forskyvninger mellom overnattingstypene siden begynnelsen av 2000-tallet.

**Figur 5.7 Kommersielle norske overnattinger etter overnattingstype. Hardanger. Sommer 2000-2006 (1000 ov)**

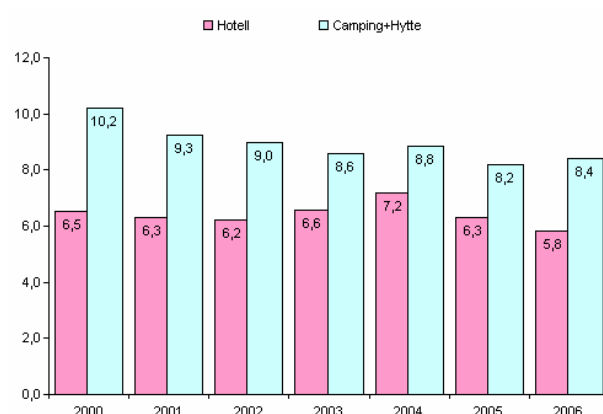


● Figur 5.9 sammenlikner Hardangers markedsandel i forhold til Fjord Norge for hotellene og for camping/hyttegrender. Vi ser at regionen har en større andel av camping/hytte markedet enn av hotellmarkedet. For begge overnattingstypene er markedsandelen noe lavere enn ved begynnelsen av 2000-tallet. De siste årene har Hardanger tapt mer på hotellmarkedet enn for camping/hytte målt i forhold til Fjord Norge.

**Figur 5.8 Kommersielle utenlandske overnattinger etter overnattingstype. Hardanger. Sommer 2000-2006 (1000 ov)**



**Figur 5.9. Markedsandel etter overnattingstype. Hardanger. Sommer 2000-2006. Prosent**



## **Statusanalyser fra Statistikknett**

Statistikknett Reiseliv har bygget opp et sett av standardiserte statusanalyser på regionalt nivå. De lages som oppsummeringer for hele året eller som sesonganalyser. Statusanalysene er modulære – slik at du kan velge innholdskomponenter og omfang. Statusanalyser lages for fylker, landsdeler, reiselivsregioner eller kommuner. Lages til fast pris og med om lag en ukes leveringstid.

Leveres som fil i pdf-format – klar for utskrift og for distribusjon på nett.

I tillegg får du ferdige presentasjonsark i Powerpoint-format.

Mer informasjon finnes på

[www.statistikknett.com](http://www.statistikknett.com)