

Sammendrag:

Potensialet for flyturisme med leiebil i Norge

Markedet for innkommende turisme som benytter kombinasjonen fly og leiebil, såkalt "fly-and-drive", vil kunne dobles i løpet av få år. Endrede momsregler for leiebilvirksomhet, mer målrettet markedsføring av tilbudet og et aktivt arbeid for etablering av nye flyruter er en forutsetning for realisering av potensialet.

Det er flere forhold som taler for sterk vekst i "fly-and-drive" i årene som kommer:

- Sterk økning i innkommende flyturisme de senere årene. Flyets andel av antall overnattingsgjester har økt fra 14 % i 1995 til 31 % i 2005.
- Et stadig bedre flytilbud med lavere priser og flere direkteruter.
- En økende tendens til flere korte ferier.
- Flere turister som ønsker å reise individuelt.
- Norge og norsk natur er et typisk rundreiseprodukt.

Analysene bygger på fire nye undersøkelser om synspunkter på "fly-and-drive" blant leiebilbrukere på norske flyplasser, flyturister generelt, fergeturister og blant utenlandske turoperatører. I tillegg er Gjesteundersøkelsen og Reisevaneundersøkelsen på fly 2005 benyttet.

Om lag halvparten av leiebilene brukes av reisefølger på to personer, mens fjerdeparten er reisefølger på 3-4 personer. Leiebilbrukernes oppholdstid i Norge er 1-2 uker. Flyturister generelt har kortere oppholdstid og består av mindre reisefølger, mens fergeturistene består av større reisefølger og har lenger oppholdstid i landet.

Undersøkelsene er samstemt når det gjelder hvorfor turister sjelden velger "fly-and-drive" som ferieform. Høye leiebilpriser, manglende markedsføring og høye flypriser ble framhevet som de viktigste hindringer. Dette samstemte godt med turoperatørens synspunkter. For de som faktisk hadde valgt å bruke leiebil, var bedre tilgang til vakre naturlandskaper og mulighet for å reise på egenhånd svært viktige motiver for valget.

Fergeturistene framhevet de praktiske fordelene med å benytte egen bil. De var dessuten mindre interessert i "fly-and-drive" enn flyturistene. Mens 22-24 % av flyturistene uttykte stor interesse for "fly-and-drive" ved et eventuelt gjenbesøk til Norge, gjaldt dette kun 8-9 % av fergeturistene.

De viktigste tiltakene for å øke omfanget av "fly-and-drive" turisme til Norge er:

- Endrede rammebetingelser for leiebilnæringen
- Stimulering av nye flyruter til Norge
- Mer målrettet markedsføring av "fly-and-drive"-konseptet

Reglene for *refusjon av moms ved kjøp av leiebiler* krever at bilene må holdes i tre år for å få fullt fradrag. Ved kortere holdingstid avkortes fradraget i forhold til holdingstiden. Dette har ført til at bilene stort sett holdes i 17-18 måneder. Bilene kjøpes inn på våren og selges på høsten året etter. Hvor mange biler leiebilselskapene velger å ha, bestemmes av hvor mange de klarer å leie ut om vinteren. Sommerkapasiteten er med andre ord, med dagens regler, den dobbelte av den dimensjonerende vinterkapasiteten. Vinterkapasiteten er i hovedsak bestemt av det innenlandske forretningsmarkedet, som er relativt stabilt.

Behovet for leiebil om sommeren overstiger allerede i dag kapasiteten. Leiebilfirmaene avviser kunder og hevder at de fint kunne solgt 30 % mer kapasitet sommeren 2006. Med sterk forventet vekst i innkommende flyturisme, vil begrenset leiebilkapasitet i enda større grad bli en flaskehals i årene som kommer. Delvis momsrefusjon bidrar også til relativt høye leiebilpriser. Norske priser ligger svakt høyere enn finske, mens Sverige og Danmark ligger ca 25 % lavere.

For at flyselskapene skal *opprette nye flyruter*, står lavere avgifter, markedsføringsstøtte og risikospredning sentralt. Avinor har fått handlefrihet til å redusere startavgiften med inntil 90 %. Fylker, lokalt næringsliv og Innovasjon Norge kan bidra med markedsføringsstøtte og til å redusere den økonomiske risikoen ved nye ruter. En samordnet strategi vil kunne hindre dysfunksjonell konkurranse regionalt eller lokalt.

Stadig flere turister benytter Internet og bestiller reise og leiebil selv. Hjemmesidene til bilutleiefirmaer, flyselskap, hotellkjeder og turoperatører og www.visitnorway.com, som er den offisielle reiseguiden for reisende til Norge, er viktige distribusjonskanaler. I tillegg til gjensidige lenker, bør det også utvikles lenker som direkte forteller mer om destinasjonene, rundturer og aktiviteter. Det gjelder å utnytte utarbeidet materiale på så mange måter som mulig i *markedsføringsarbeidet* og å profilere "fly-and-drive" som konsept tydeligere.

Dette innebærer også en organisatorisk utfordring hvor lokale/regionale destinasjonsselskaper og representanter for reiselivsnæringen (overnattings- eller attraksjonsbedrifter) utarbeider tilbud og dokumentasjon av dette med støtte fra fylker og Innovasjon Norge. Utvikling av pakker hvor leiebil inngår sammen med fly eller hotell (eller begge deler) er også viktig.

Beregning av *framtidig potensial for "fly-and-drive"* tar utgangspunkt i prognosene for flytrafikken uten å ta hensyn til kapasitetsrestriksjoner i leiebilmarkedet. Veksten i utenlandstrafikken er i prognoser utarbeidet av Avinor og TØI anslått til i overkant av 4 % per år. Den sterkeste veksten er forventet i fritidsmarkedet (drøyt 5 % årlig vekst). Utlendingenes andel av fritidstrafikken er antatt å øke svakt fra 25 % til 27 %. Disse forutsetningene gir en vekst i utlendingers fritidsreiser med fly til Norge fra 1,9 millioner enkeltreiser i 2006 til 3,3 millioner i 2016. En svak økning i andelen som benytter leiebil (fra 6,7 % til 8 %), innebærer dermed en drøy doubling i leiebilbruken blant flyturister til Norge på ti år.

En alternativ framgangsmåte er å ta utgangspunkt i andelen som uttrykker stor interesse for "fly-and-drive" i våre spørreundersøkelser. Det potensialet som ligger i dagens veg- og fergetrafikk fanges dermed også opp. Da det er noe uforpliktende å uttrykke "stor interesse" i en spørreundersøkelse, har vi kun tatt utgangspunkt i halvparten av disse i våre anslag.

Bergninger med utgangspunkt i dagens marked viser et potensial som er noe større enn beregnet potensial ti år fram. Nær 40 % av potensialet synes å ligge blant dagens veg- og fergeturister. Dette gjelder særlig reisende fra Tyskland, men også i England og Nederland synes interessen langt større enn realisert etterspørsel i dag. Nye direkte flyruter vil imidlertid raskt kunne endre hvilke land som har størst potensial.

En samlet konklusjon er at markedet for innkommende "fly-and-drive"-turisme i løpet av relativt få år vil kunne bli dobbelt så stort som i dag. Anslaget er imidlertid basert på at flaskehalsene mot denne utviklingen fjernes. Endrede momsregler for leiebilvirksomhet, et aktivt arbeide for etablering av nye flyruter og mer målrettet markedsføring av tilbudet, inklusive rundturer og aktiviteter, er forutsetninger for realisering av potensialet.

Dersom rammebetingelsene for leiebil ikke endres, vil kapasiteten utvikle seg i takt med det norske forretningsmarkedets behov for leiebil. Dette behovet forventes å øke med anslagsvis 4 % årlig, som er noe høyere enn antatt vekst i BNP.

Manglende leiebilkapasitet vil kunne føre til at potensialet for innkommende leiebilturisme ikke realiseres. Dette vil berøre drøyt 40 000 leiebilkontrakter med 3 gjester pr bil og en gjennomsnittlig oppholdstid på 11,4 dager. Denne typen turister har et stort forbruk, anslagsvis 1450 kr pr døgn. Overnatting og servering utgjør hovedtyngden av konsumet. Dersom vi forutsetter at disse turistene ikke ville komme til Norge dersom "fly-and-drive" ikke var mulig, vil det framtidige årlige tapet i turistinntekter som følge av begrenset leiebilkapasitet utgjøre nær 2 milliarder 2005-kr. Da leiebilturistene i stor grad er på rundreise og er ute etter å oppleve vakre landskaper, vil en stor del av dette potensielle tapet falle i norske fjell- og fjordbygder og i Nord-Norge.