



Kragerø som destinasjon for mindre cruiseskip

En vurdering av økonomisk bærekraft i forbindelse med besøk av flere ekspedisjonscruiseskip og andre mindre cruiseskip til Kragerø.

SAMMENDRAG

Utredningen beskriver markeder og målgrupper som vil være aktuelle for Kragerø å henvende seg mot, krav til produkt og produktutvikling og forslag til tiltak som Kragerø kan ta initiativ til for å øke antall anløp av mindre cruiseskip. Videre er det gjort et grovt overslag over hva en gitt utvikling i cruisetrafikken til Kragerø vil bety i økonomiske størrelser for havn og næringsliv.

1. Innledning

I forbindelse med Reisemålsprosess fase 2 for Kragerø er det ønskelig med en kort utredning for å vurdere økonomisk bærekraft i forbindelse med besøk av flere ekspedisjonscruiseskip og andre mindre cruiseskip til Kragerø.

Hensikten med utredningen er å få frem kunnskap og kvantifisering av markeder og målgrupper som vil være aktuelle for Kragerø å rette sin markedsføring mot, krav til produktet og forslag til tiltak som Kragerø kan ta initiativ til for å øke antall anløp fra mindre cruiseskip til byen. Dette for å anskueliggjøre potensialet for økt cruisetrafikk til Kragerø av mindre cruiseskip. Videre er det gjort et grovt overslag over hva en utvikling i antall cruiseanløp til Kragerø vil bety i lokal omsetning til næringen og til havnen.

I rapporten er ekspedisjonsmarkedet innenfor cruiseturisme beskrevet, hva som kjennetegner dette, hvem som er de sentrale aktørene og hvilken utvikling en ser i markedet for ekspedisjonscruise. Basert på dette kommer vi med en del anbefalinger knyttet til hvordan produktet bør utvikles og organiseres, hvordan man bør gå frem i markedet og ikke minst hvilke krav og betingelser man lokalt bør sette til en bærekraftig utvikling. Dette spesielt fordi cruise er en del av reiselivsnæringen som både er omdiskutert og utsatt for kritikk. Ekspedisjonscruise er imidlertid en del av cruisebransjen som på mange måter er mer bærekraftig enn tradisjonelle volumcruise, og som spesielt kan passe for mindre reisemål som er mer sårbar for volumturisme.

Rapporten konkluderer med at det basert på de produktmulighetene som finnes i Kragerø og i regionen synes å være et godt grunnlag for å kunne utvikle denne type cruiseturisme til Kragerø. Basert på dette kommer vi med anbefalinger for videre arbeid i form av forslag til en handlingsplan for utvikling av ekspedisjonscruise til Kragerø og Telemarksregionen.

Utredningen er gjennomført av Trond Amland, partner i 2469 Reiselivsutvikling AS.

2. Cruiseturisme til Norge

2018 ble nok et år med vekst i den globale og den nasjonale cruisetrafikken. Det globale markedet økte til 27 millioner passasjerer i 2018 og av disse var det 800 000 passasjerer på cruise til Norge. Disse passasjerene gjorde i overkant av 3,2 millioner dagsbesøk til norske havner. Antall havner med cruiseanløp i Norge har økt fra 29 havner i 1993 til 39 havner i 2018 og antall anløp pr år til norske havner har økt fra ca. 1 200 anløp i 2000 til 2 150 anløp i 2018. Cruisetrafikken til Norge målt i antall cruisepassasjerer pr år er firedoblet på mindre enn 20 år, fra 200 000 passasjerer i 2000 til ca. 800 000 passasjerer i 2018. Cruiseturistene som kommer til Norge er primært tyskere og engelskmenn, men der er vekst også fra USA og noen av de sør-europeiske markedene.

Legger vi til grunn Turistundersøkelsen Cruise som SSB gjorde på oppdrag for Innovasjon Norge i 2014 så ble det i 2018 omsatt for ca. 2,6 milliarder kroner i direkte passasjeromsetning som tilfaller norsk næring.

Cruisenæringen er blitt en større og viktigere del av norsk reiseliv siden årtusenskiftet og involverer et stort spekter av aktører fra ulike deler av norsk næringsliv som lostjenester, havner, skips- og cruiseagenter, destinasjonsselskaper, opplevelsesbedrifter, aktivitetsbedrifter, kulturbedrifter og ikke minst annen næring som transport, handel, overnatting og guidetjenester.

Cruisetrafikken skiller seg fra den landbaserte ved at den kommer sjøveien og dermed i liten/mindre grad benytter landbasert overnatting. Utover dette benytter landbaserte gjester og cruisegjester seg i stor grad av de samme tilbudene.

Cruiseturismen har over tid endret form og målgrupper. Den tradisjonelle cruiseturisten i dag er yngre enn tidligere, det er i langt større grad enn tidligere familier med barn som drar på cruise, gjennomsnittsalderen er lavere og cruiseturisten, som andre turister, søker i stor grad aktive opplevelser på de reisemålene de besøker. Det vil si at en cruiseturist i stor grad er en aktiv turist, kulturturist og turist som søker naturopplevelser.

Reiserutene blir fastsatt med eksakte tidspunkter lang tid i forveien, gjerne 2–3 år. Cruisepassasjerene er normalt i land i et begrenset tidsrom, og vanligst er det at skipene kommer inn til en destinasjon på morgenen og seiler igjen på ettermiddag/kveld. Det er i løpet av dette tidsrommet en på destinasjonene har mulighet til å skape omsetning.

Cruiseturisten bruker naturlig nok ikke penger på overnatting og betydelig mindre på mat og drikke. De bruker hovedsakelig penger på kjøp av aktiviteter og opplevelser, besøk på attraksjoner, shopping og lokal transport.

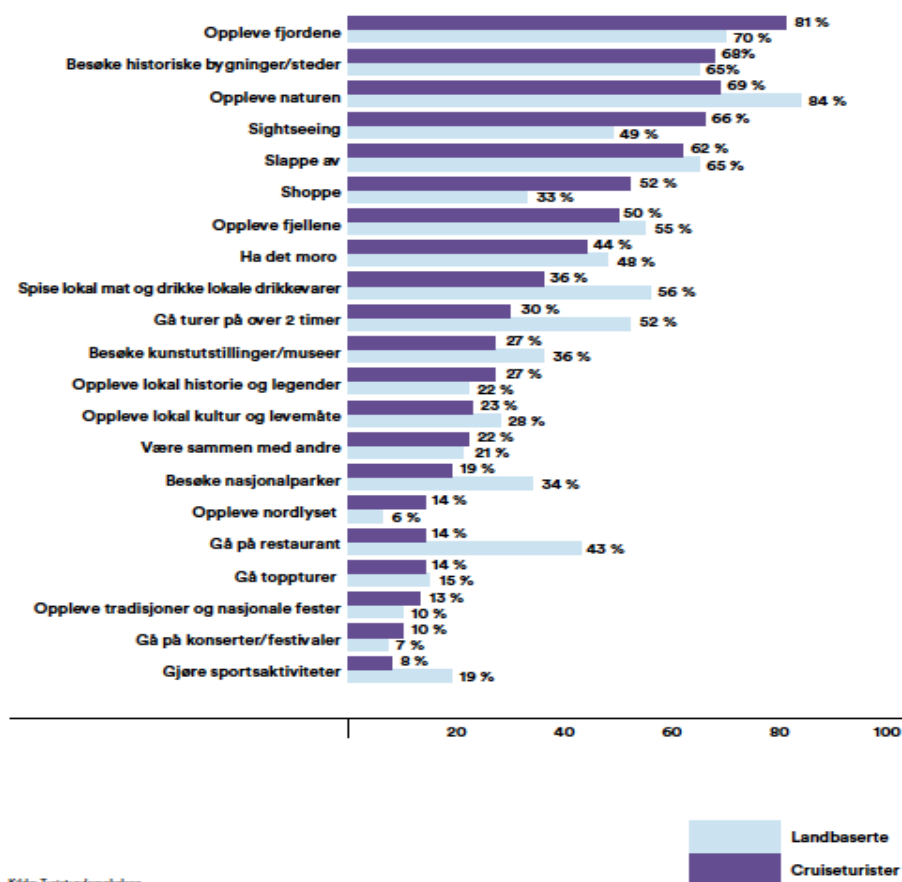
Cruiseturister bor og spiser primært om bord på skipet og benytter dagene i land til enten organiserte utflukter eller de opplever destinasjonen på egen hånd. Cruiseindustrien er dermed spesielt viktig for bedrifter innenfor attraksjons og opplevelsessektoren, men også for bedrifter som kan levere servering for eksempel lunsj på heldagsutflukter.

De to klart største og mest betydningsfulle markedene både i antall og økonomisk for cruise til Norge er det tyske og det britiske markedet. I følge en fersk prognose fra Transportøkonomisk Institutt (TØI) som ser på utviklingen av cruisetrafikken til Norge fram mot 2060, vil det skje en utflating i veksttakten. Den nye prognosen viser en årlig vekst på 2,5% frem til 2028 og deretter en årlig vekst på 1,5%. Dette vil kunne gi en dobling av dagens cruisetrafikk til ca. 1,6 millioner cruiseturister og 2 600 anløp i norske cruisehavner i 2060.

Cruiseturister har i stor grad de samme preferansene for hva de ønsker å oppleve på ferie i Norge. «Oppleve fjordene» og «oppleve naturen» er de absolutt mest etterspurte aktivitetene. Besøke historiske bygninger og steder er også en av de mest populære aktivitetene blant cruiseturister. Cruiseturisten er i gjennomsnitt 47 år og det er som oftest par som drar på cruise, selv om familier med barn som drar på cruise er et økende segment. Den gjennomsnittlige cruiseturisten blir yngre og sprekere. Interessen går mer og mer mot å oppleve reisemålet gjennom aktiviteter, ikke bare dra på en busstur. Cruise gjesten vil smake, prøve, snakke med, utforske og delta i opplevelsene. Antall besøk i land i løpet av et cruise er mellom 4 og 5 for cruise gjester i Norge. Cruise gjester som er i Norge og deltar på kulturelle aktiviteter er de som har et høyeste forbruket i land.

Foretrukne aktiviteter blant cruiseturistene

Cruiseturistene ønsker i betydelig større grad enn landbaserte turister å dra på sightseeing og å shoppe.



Innenfor cruisesegmentet er det de tradisjonelle cruisene som dominerer. For Norge sin del er det i stor grad såkalte fjordcruise og Norgescruise som også inkluderer Nord-Norge. Disse cruisene er vanligvis på en varighet fra 5-10 dager. De fleste cruisene starter i Tyskland, Holland og Storbritannia. I tillegg er det noen cruise som starter i Norge og da særlig i Bergen som er såkalt snuhavn for en del Norgescruise. Det vil si at cruiset starter og slutter i Bergen.

En relativt ny trend innenfor cruiseindustrien er mindre cruiseskip som gjerne benevnes ekspedisjonsskip, luksusskip eller superyachter. Felles for disse er at de har et mindre antall passasjerer ombord, de er vanligvis mer betalingsvillig og betalingsdyktig enn den tradisjonelle cruiseturisten og de krever også mer. Cruiseprogrammet er svært ofte av høy kvalitet og standard med forelesninger og fordypninger i ulike tema. Passasjerene her er også mer interessert i aktive opplevelser litt unna masseturismen.

Utgangspunktet for vurderingen av Kragerø for fremtidig cruisetrafikk ser spesielt på denne formen for cruise, og vil vurdere mulighetene og potensialet for cruise av denne type. Hovedgrunnen til det er at ekspedisjonscruise kjennetegnes av mindre skip med lavere antall passasjerer, ofte skip med 150-200 passasjerer. Skal man arbeide for å få cruisetrafikk til Kragerø er det mest sannsynlig denne type cruisetrafikk som vil være aktuell ut i fra lokale forhold, innseilingsled og kaiforhold.

3. Kragerø som cruisedestinasjon

Kragerø har de senere årene vært med i et cruisenettverk i regi av visitTelemark som har jobbet med å markedsføre Telemarkregionen for å trekke flere cruiseanløp til regionen og da spesielt til Kragerø. Det er Kragerø Havn og Kragerø Næringsforening som har vært drivkraften i prosjektet på vegne av Kragerø.

Kragerø er tradisjonelt et sted for hyttegjester i sommersesongen og er en utpreget sommer destinasjon med lite turisme resten av året. Satsingen på cruise de senere årene har imidlertid gitt resultater og man har også gjort seg en del erfaring mht å satse på cruisetrafikk til Kragerø. I 2018 hadde Kragerø 5 anløp, herav 3 anløp av «Island Sky», ett anløp av «Serenissima» og ett anløp av «Deutschland». Bortsett fra «Deutschland» som hadde 450 passasjerer, hadde de øvrige anløpene 100 passasjerer hver. Totalt hadde man altså 850 cruisepassasjerer til Kragerø i 2018.

For 2019 er det meldt inn 8 anløp, herav 3 anløp av «Hebridian Sky», 2 anløp av «Serenissima» og ett anløp av hhv «Deutschland», «Nordstjernen» og «Midnattsol». «Midnattsol» hadde 970 passasjerer, «Deutschland» har 450 passasjerer og de øvrige anløpene har ca. 100 passasjerer hver. Tilsammen forventes det ca. 1 950 cruisepassasjerer til Kragerø i 2019, dvs en dobling fra 2018. Rederiet Noble Caledonia er det rederiet som har flest anløp til Kragerø. De fleste anløpene er utenom hovedsesongen som er juli.

Kaien i Kragerø er 100 meter lang og ligger midt i sentrum av byen og dermed med gåavstand til Kragerø sentrum. Seilingsleden inn til Kragerø er trang og betegnes som tildels farlig for større skip, spesielt dersom det er sterk vind. Dette i seg selv begrenser størrelse på skip som kan gå til kai i Kragerø. «Deutschland» er imidlertid 175 meter lang og gikk til kai i gunstig vær med lite vind. Skipet «Azora» er meldt inn i 2020 og er 190 meter langt. Hurtigruten «Midnattsol» er 135 meter lang og betegnes som den ideelle størrelse på skipets lengde, gitt rolige vindforhold i innseilingen.

Innseilingen til Kragerø er med i Nasjonal Transportplan del 2 der leden skal sprenges ut for å gi større dybde i innseilingen, noe som kan gi muligheter for større skip. Dette vil tidligst kunne realiseres i 2021-2022. En slik utvidelse vil gjøre innseilingen sikrere i tilfeller med sterk vind og vil også øke kapasiteten mht størrelse på skip.

Det er Kragerø Havn som har ivaretatt markedsarbeidet for Kragerø ved bl.a. å delta på arrangementer i London og Hamburg i regi av Cruise Norway. De karakteriserer selv satsingen som forsiktig og mener at antall anløp kan økes betydelig fra dagens 8 anløp. Havnen ser for seg den ideelle størrelsen på skip som er opptil 5-600 passasjerer og med lengde på 130-140 meter. Havnen har heller ikke apparat i dag til å ta imot store skip med flere tusen passasjerer. Inntektene til Kragerø havn var i 2018 ca. kr. 170 000 for 5 anløp, dvs. i snitt kr. 197 pr passasjer. Dette dekker havnens kostnader + litt mer som brukes til bl.a. markedsføring.

Kragerø er på mange måter innfallsporten til Telemark og mye av cruisetrafikken som kommer til Kragerø drar på utflukter. Den desidert mest populære utflukten er til Telemarkskanalen som er ca. 1,5 timers kjøring hver vei. Det går også noen turer til Geoparken på Jomfruland og videre er Munch vandring i Kragerø meget populært. Berg Museum og museet på Porsgrunn Porselensfabrikk samt Heddal Stavkirke er også populære utfluktsmål. Aktiviteter som vandring, kajakk og sykkel er også tilbud som benyttes. Videre utover i regionen tilbys tur til Ibsens hjem i Skien, til det norske skimuseet i Morgedal og til museet på Vemork samt Rjukan med UNESCO status. De fleste av tilbudene er altså ut fra Kragerø, mens noen passasjerer velger å gå for seg selv i Kragerø, event. delta på Munch vandringen. Man har derfor registret at det i en del tilfeller er for liten tid for passasjerene å bruke penger i Kragerø da de er på utflukt store deler av dagen. Tilbakemeldingene fra passasjerer og rederier er imidlertid stort sett meget positive etter besøk til Kragerø.

Kragerø opplever som de fleste andre steder som har cruiseanløp at det er delte meninger om verdien av å ha anløp av cruiseskip. Motstanden går hovedsakelig på at bl.a. handelsstanden mener at cruisegjestene ikke legger igjen penger lokalt. Det argumenteres også fra noen at cruiseturisme er en lite miljøvennlig form for turisme. Dette er de klassiske innvendingene mot cruiseturisme som man absolutt må ta på alvor dersom man skal lykkes og få aksept for satsing på cruiseturisme. Begge argumentene er relevant og det er derfor viktig med god dokumentasjon på den økonomiske betydningen av cruise og videre å ha klare mål og restriksjoner på hvilke skip man vil satse på å få til Kragerø ut fra hvor miljøvennlig de er. En rekke havner i Norge jobber bevisst med dette og har i felleskap

utarbeidet en EPI- Environmental Port Index, der alle skip gis karakter mht hvor miljøvennlige de er og der prisingen for opphold i havnen graderes iht dette.

Det påpekes fra flere at det er den helhetlige jobbingen og koordineringen av Kragerø som cruisehavn som mangler i dag. Den lokale landoperatøren som benyttes har begrenset kapasitet og ressurser til å ekspandere og stå for markedsføring og salg av Kragerø og Telemarksregionen. Man mangler destinasjonsselskapet som ivaretar markedsføring og innsalg av reisemålet, dette utfører havnen i dag. Et apparat som koordinerer, kvalitets sikrer, utvikler og pakker nye landprogram er helt avgjørende for at man skal lykkes i en satsing der målet er å øke trafikken betydelig.

4. Introduksjon til ekspedisjonscruise markedet

Ekspedisjonscruise er en blanding av utforskning og opplevelser i naturskjønne, uberørte områder som ofte er lite bebodd og lite besøkt. Ekspedisjonscruise skip er vanligvis mindre skip med opptil 250 passasjerer som har anledning til å gå inn til mindre reisemål og havner der større cruiseskip ikke kan seile til. Svært ofte ankrer ekspedisjonsskipene opp på redan og benytter Zodiacs eller ribbåter til å frakte passasjerene i land, i motsetning til vanlige cruiseskip som enten går til kai eller benytter egne tenderbåter. En vesentlig forskjell er også at ekspedisjonscruise legger stor vekt på relasjonen mellom reisen og reisemålet. Ekspedisjonscruise er vanligvis ledet av et ekspedisjonsteam bestående av en ekspedisjonsleder sammen med natur- og vitenskapsutdannede gjesteforelesere som gir presentasjoner om politikk, kultur, geologi, geografi, biologi, økologi eller antropologi om de stedene ekspedisjonscruiset skal besøke. Et ekspedisjonscruise holder seg ikke nødvendigvis alltid til seilingsruten, men opererer med en fleksibilitet som gjør at de kan endre seilingsplaner og reisemål i forhold til vær og andre forhold som kan gjøre en endring av reisen mer interessant for passasjerene.

Flere av de tradisjonelle cruiserederiene har etter hvert gått inn i ekspedisjonscruise markedet gjennom egne datterselskapet eller ved å bygge egne, tilpassede ekspedisjonscruiseskip. Dette fordi de ser et voksende marked her som også er økonomisk interessant for rederiene. Det å kombinere luksus med ekspedisjonscruise har blitt en økende trend de siste årene og tilbudet på ulike typer ekspedisjonscruise har øket betydelig ved at flere rederier og flere båter nå tilbyr denne type cruise. I tillegg finner man en rekke mindre rederier som har spesialisert seg på ekspedisjonscruise markedet. Hurtigruten er et eksempel på et rederi som har utviklet sitt produkt fra å daglig seile ruten Bergen-Kirkenes til også å ha utviklet ekspedisjonscruise til Antarktis, Arktis, Svalbard, Sør-Amerika og etter hvert også noen cruise til mindre steder langs Norgeskysten. I motsetning

til de fleste andre rederiene som tilbyr ekspedisjonscruise har Hurtigruten bestilt større skip med kapasitet på 560 passasjerer gjennom de to nybyggene som kommer i 2019 og 2020 og på ytterligere to, tilsvarende skip som de planlegger å bygge. Dermed vil Hurtigruten operere med 4 relativt store ekspedisjonsskip i tillegg til de skipene de har fra tidligere som også opererer i dette markedet. Frem til 2022 vil det bli levert ca. 30 nye ekspedisjonscruiseskip som i stor grad er skip i luksusklassen. Disse kommer i tillegg til ca. 80 ekspedisjonsskip som opererer i dette markedet i dag.

Ekspedisjonscruise startet som cruise til arktiske strøk i Arktis og Antarktis. Dette er ingen ny form for cruise, det har vært et produkt helt tilbake til 1960 tallet. I starten ble dette i stor grad benevnt som ekspedisjoner og ikke ekspedisjonscruise. Cruisene ble i hovedsak organisert og tilrettelagt av bedrifter som drev med opplevelsesturisme. Senere kom det andre bedrifter til som vektla vitenskapelig undervisning og studier i naturen. Programmet bestod i stor grad av cruise og ekskursjoner, hovedsakelig i ribbåter for å observere fugleliv, livet i sjøen og annen type villmarksliv. Forholdene om bord var alt fra spartanske til mer komfortable, men det var langt fra den luksus standarden man finner i moderne cruiseskip i dag. De siste 20 årene har imidlertid cruiserederiene utvidet sitt program med cruise i arktiske strøk. Oppvarmingen og ismeltingen i disse strøkene har gjort det mulig å seile i farvann hvor det tidligere bare var isbrytere som kunne seile.

Det er særlig tre områder som er mye brukt i seilingsprogram i arktiske strøk. Turer rundt Svalbard er populært. Disse cruisene starter ofte i Longyearbyen eller fra en havn i Nord-Norge og da særlig Tromsø. Cruisene varer vanligvis fra 1 til 2 uker. En rekke av disse turene opereres av Hurtigruten. I tillegg tilbyr Hurtigruten 1 ukes cruise som starter i Longyearbyen og som cruiser rundt Svalbard.

Det franske rederiet Ponant tilbyr også cruise til Svalbard. Ponant har 9 luksusskip med plass fra 180 til 260 passasjerer på hvert skip. Ponant tilbyr cruise som starter i Tromsø og i Longyearbyen. Dette er luksuscruise som er relativt dyr og som også inkluderer fly til og fra Paris og er rettet mot det franske markedet.

Et annet rederi, Silversea, tilbyr 2 ukers luksuscruise som starter i Tromsø og seiler rundt Svalbard og videre til Grønland for så å ende opp i Reykjavik på Island.

Lengre vest i Atlanterhavet er det en del cruise som inkluderer Grønland og St. Johns New Foundland i de nordlige deler av Canada, ofte med utgangspunkt i Grønland eller Island. Både Hurtigruten, Ponant og Silversea tilbyr cruise i dette området. MSC Cruises har også et cruise som starter og ender i Hamburg og som fokuserer på Grønland.

Viking Line tilbyr også et 2 ukers cruise som de kaller «I Vikingled» og som starter i Bergen og seiler via Førøyene, Island, Grønland, New Foundland til Montreal i Canada.

Det mest eksotiske cruiset i Arktis er den berømte Nordvestpassasjen. I dag er det bare Hurtigruten og Ponant som tilbyr regulære cruise som starter på Grønland og ender opp i Alaska. Cruise gjennom Nordvestpassasjen er imidlertid et risikabelt alternativ og har flere ganger blitt avlyst pga for mye is og farlige seilingsforhold. Ponant har derfor kontrahert et nytt ekspedisjonsskip som bygges etter standard for isbrytere og som skal sikre at de kan gjennomføre cruise gjennom Nordvest passasjen. Dette viser at rederiet satser på denne type cruise. Ekspedisjonscruise til Arktis er fortsatt et meget etterspurt produkt.

En rekke rederier tilbyr cruise til Antarktis, ofte med utgangspunkt fra sørlige deler av Chile eller Argentina. Det er flere utfordringer med cruise i Antarktis. Her er det ingen infrastruktur som kan ivareta sikkerhet ved eventuelle uhell, det er sterke strømmer og vind i farvannet og det er begrensede muligheter for å utføre ekskursjoner i land. De fleste cruise til Antarktis har derfor ikke landprogram og i den grad de tilbyr dette er de avhengig av tillatelse fra myndigheter og da kun for et begrenset antall passasjerer. Disse cruisene er derfor også relativt dyr. Hurtigruten har cruise til Antarktis på programmet sitt og har hatt dette i flere år der de benytter det spesialbyggede hurtigruteskipet «MS Fram».

Kort oppsummert er de viktigste seilingsområdene for ekspedisjonscruise i dag Galapagos, Arktis, Antarktis, Alaska, Island, Grønland, Canada, Svalbard og Nord-Norge.

Signaler fra næringen tyder imidlertid på at flere av rederiene vil utvide til nye reisemål, men fortsatt vil det være slik at kriteriene for å velge nye reisemål vil være uberørte områder og mindre steder som ha vakker og uberørt natur, spennende muligheter for landprogrammer og som fremstår som steder hvor det ikke allerede er mye turisme.

Kravet om det uberørte, litt bortgjemte og utenom de tradisjonelle turistrutene vil fortsatt være viktig for at rederiene skal kunne tilby unike produkter i en konkurranse som etter hvert vil øke ettersom kapasiteten øker betydelig de neste 4-5 årene.

5. Markedet for ekspedisjonscruise

Ekspedisjonscruise stod i 2018 for ca. 1%, av det totale cruisemarkedet på verdensbasis, dvs ca. 270 000 passasjerer. Markedet for ekspedisjonscruise er i kraftig vekst. Antall skip som opererer innenfor ekspedisjonscruise er 80 skip. Dette vil øke til 110 skip i 2023. Antall senger om bord i ekspedisjonscruise vil øke fra ca. 10 000 til 13 000 i 2023 og

markedskapasiteten mht antall gjestedøgn om bord vil øke fra 236 000 i 2018 til 340 000 i 2023.

Hovedmarkedene for ekspedisjonscruise er engelsktalende markeder (USA og Storbritannia), mens Frankrike og Kina er markeder i sterk vekst. Næringen selv forventer at den totale trafikken med ekspedisjonscruise vil øke med ca. 70% fra 2018 og frem til 2023. Det vil si at markedet målt i antall passasjerer vil utgjøre ca. 500 000 i 2023.

Kina er et hurtig voksende marked innenfor ekspedisjonscruise. Hittil har det alt vesentligste av ekspedisjonscruise fra Kina vært konsentrert om cruise til Antarktis. Allerede i 2015 hadde HHTravel, en av de største operatørene i Kina, 12 seilinger pr. måned i Antarktis og i 2018 hadde de 29 seilinger pr. måned. Sesongen i Antarktis er vanligvis 4 måneder. Det er hovedsakelig såkalte «high end» gjester i det kinesiske markedet som drar på ekspedisjonscruise. Bare ved selskapets kontor i Shanghai har de 6 medarbeidere som jobber med ekspedisjonscruise, leter etter nye destinasjoner, lager reiseruter og seilingsprogrammer. 70% av trafikken til denne turoperatøren er ekspedisjonscruise. Turprogrammet deres utvides nå etter hvert som mange av kundene deres har vært på ekspedisjonscruise i Antarktis og ønsker nye reisemål. De ser derfor på Island, Arktis og Norskekysten samt Galapagos som aktuelle, fremtidige destinasjoner i deres nye ekspedisjonscruise program, opplyser selskapet.

Hurtigruten satser også sterkt i det kinesiske markedet som regnes for et av de mest interessante, nye markedene for ekspedisjonscruise. I 2018 hadde Hurtigruten 4 eksklusive ekspedisjonscruise med MS Midnattsol til Antarktis for det kinesiske markedet, og dette programmet øker til 5 cruise i 2019. Hurtigruten har inngått et strategisk samarbeid om salg og markedsføring av ekspedisjonscruise til det kinesiske markedet med Feizhu, som er reiselivsoperatøren i den store kinesiske netthandelsportalen Alibaba.

6. OVERSIKT OVER DE VIKTIGSTE REDERIENE OG OPERATØRENE

Rederi	Antall skip	Antall senger	Markedsandel	Kommentar
Ponant	7	1472	13,2%	Fikk 2 nye skip i 2018 og får 2 i 2019, har da 9 skip til sammen, hver på 180 pax.
Hurtigruten	5	1964	12,8%	Får 1 skip i 2019 og 1 i 2020, hver med 530 pax. Opsjon på ytterligere 2 skip.
National Geographic, Lindblad	8	720	9,7%	Skal øke antall passasjerer med 50% over de neste 5 år.

Silversea	4	624	8,4%	Har gått fra 0 til 5 skip på kort til og fortsetter å ekspandere.
Un-cruise	9	552	8,0%	Dominerer småskip markedet i Alaska. Ekspanderer til nye områder som Panama og Costa Rica
G Adventures	5	202	3,6%	Har 1 skip som seiler vinter i Antarktis og sommer i Arktis. Har ekspedisjonscruise til Norge.
Celebrity	3	164	3,6%	Fokusert på Galapagos. Seiler i Antarktis og Arktis. Små skip.
Quark	7	928	3,4%	Har et ekspedisjonsprogram i Antarktis
Hapag-Lloyd	2	352	3,0%	Får 2 nye skip i 2019.
Oceanwide	2	232	2,2%	Har 2 mindre nisjeskip + et nybygg som leveres i 2019.
Scenic	1	228	1,5%	Nytt rederi i dette markedet fra 2018 med 1 skip.
Adventure Canada	1	198	0,9%	Har 1 skip som seiler i Canada.
Crystal				Har 3 mindre skip under bygging. Skal seile i Nordvestpassasjen.
Sunstone				Har 10 ekspedisjonsskip under bygging. 2 leveres i 2019 og 2 i 2020. Charter skipene til forskjellige rederier. 130-200 pass. pr. skip.
Fred. Olsen Cruise Lines				Skal bygge en serie nye skip tilpasset ekspedisjonscruise, 600 pass. pr. skip
Nordic Cruise Company				Oslo basert rederi som skal bygge 4 nye skip for ekspedisjonsmarkedet, hver med plass til 220 passasjerer.

7. BESKRIVELSE AV DE VIKTIGSTE REDERIENE OG OPERATØRENE

7.1 Hurtigruten ASA

Hurtigruten har seilt langs Norskekysten i 125 år med den verdensberømte og tradisjonelle «Costal Voyage». De senere årene har selskapet ekspandert og etablert seg i ekspedisjonscruise markedet med turer i Antarktis, Arktis, Svalbard og etter hvert også i Karibia, Amazonas og New Foundland/Nord Canada. Selskapet har også forsøkt å seile i den berømte Nordvestpassasjen.

Hurtigruten vil i løpet av få år være det største rederiet innenfor ekspedisjonscruise. Hurtigruten har gått fra å drive klassisk kystrutetrafikk langs norskekysten til å bli den største aktøren innen internasjonale ekspedisjonscruise. Selskapet regner også med at inntektene fra ekspedisjonscruise vil dobles innen kort tid. Selskapet sier selv at i 2021 vil de ha flere skip som gjør ekspedisjonscruise sammenlignet med antall skip i den

tradisjonelle Hurtigrute farten langs Norskekysten fra Bergen til Kirkenes. I fremtiden vil den tradisjonelle hurtigrutedriften bare stå for en tredel av selskapets samlede inntekter. «Den store veksten vil komme innenfor ekspedisjonscruise. Vi vil gå fra å være et kystruterederi med litt ekspedisjonscruise til å bli et ekspedisjonscruise rederi med litt kystrute virksomhet», sier adm. dir. Daniel Skjeldam i Hurtigruten ASA. Hurtigruten opplyser at gjennomsnittlig døgnomsetning pr. ekspedisjonscruise passasjer er kr. 5 000 mens passasjerene på kystrutene betaler i snitt kr. 2 500 pr døgn.

Selskapet har i dag 5 skip som opererer i dette segmentet. Disse representerer en kapasitet på ca. 2 000 senger. Dette tallet vil øke til 2 500 senger i 2019 og antall skip vil øke fra 5 til 6. Hurtigruten vil dermed ha ca. 15% markedsandel av det totale ekspedisjonsmarkedet. De to nyeste skipene fra Hurtigruten er hybridskipene «MS Roald Amundsen» og «MS Fridtjof Nansen» som blir levert i hhv 2019 og 2020. Hver av disse skipene kan ta 530 passasjerer, hovedsakelig med utvendige lugarer med balkong. Rederiet har også opsjon på levering av ytterligere 2 nye skip i samme klassen. Hurtigruten opererer relativt store skip i ekspedisjonsmarkedet i forhold til en del andre rederier. Det vanlige er skip med kapasitet på omkring 200-250 passasjerer. Hurtigruten har også denne type skip i «MS Spitsbergen» og «MS Fram», som bl.a. skal seile Nordvestpassasjen i 2019.

Hurtigruten har i dag følgende ekspedisjonsskip i drift og i bestilling;

MS Fram; 310 pass.

MS Midnattsol, 674 pass.

MS Nordstjernen; 130 pass.

MS Spitsbergen; 320 pass.

MS Roald Amundsen; (planlagt 2019) 530 pass.

MS Fridtjof Nansen (planlagt 2020) 530 pass.

Opsjon på 2 nye skip tilsvarende RA og FN

Hurtigruten oppfattes å være det opprinnelige ekspedisjonsrederiet og sier selv at de har vært i ekspedisjonsmarkedet siden 1896 da de seilte fra Hammerfest til Svalbard og har siden seilt i dette farvannet. Hurtigruten er den største operatøren av ekspedisjonscruise i Arktis og er i ferd med å bli den største også i Antarktis. Totalt har Hurtigruten 16 skip som hovedsakelig seiler den tradisjonelle, daglige ruten Bergen-Kirkenes t/r. Fra og med 2021 vil denne ruten bli operert av 2 rederier; Hurtigruten ASA og Havila AS. Det betyr at Hurtigruten bare vil ha kontrakten på 4 av de 11 skipene som går i den tradisjonelle

kystruten Bergen-Kirkenes. Selskapet vil dermed få ledig kapasitet da de ikke skal seile ruten hver dag. Den ledige kapasiteten vil Hurtigruten benytte i andre seilinger. Hurtigruten ASA jobber nå med flere mulige konsepter og ser bl.a. på mulighetene for å tilby flere ekspedisjonscruise langs norskekysten og herunder også kortcruise.

Det er interessant å notere at Hurtigruten i det siste har gått ut i media og presentert at de ser etter nye reisemål og aktiviteter for å satse mer på ekspedisjonscruise langs Norskekysten fra 2021 når endringene i den tradisjonelle Hurtigrute seilingen trer i kraft og to rederier skal dele på denne kystruten. I den forbindelse har de nylig valgt Fjærland som en anløpshavn ut i fra tilbudet her som Norsk Bremuseum, bokbyen, fjorden og landskapet. Lokalt i Fjærland var det imidlertid delte oppfatninger om dette er bra for bygden. Noen var positiv, mens en del av lokalbefolkningen var skeptisk til at Fjærland skulle være vertskap for anløp fra Hurtigruten og cruisetrafikk som kan ødelegge bygden.

Det interessante er imidlertid at Hurtigruten nå er aktivt ute etter nye anløpssteder og i den forbindelse vil Hurtigruten antakelig kunne være en av de viktigste partnerne man bør alliere seg med for å utvikle ekspedisjonscruise og mindre cruise til Kragerø.

Når vi studerer Hurtigrutens program for ekspedisjonscruise i 2019 og 2020 ser vi at de legger opp til flere nye ekspedisjonscruise både gjennom Nordvestpassasjen og til Franz Josefs Land i Russland. De setter også opp et eget ekspedisjonscruise fra Amsterdam, langs Norgeskysten og til Svalbard og Bjørnøya. Et annet ekspedisjonscruise skal starte ut fra Hamburg og langs kysten av Norge der de bl.a. inkluderer kjente reisemål som Geiranger og Lofoten.

7.2 National Geographic Expeditions/Lindblad Expeditions

National Geographic Expeditions ekspanderer for tiden og har siden 2004 hatt en partneravtale med Lindblad Expeditions. En del av avtalen med Lindblad Expeditions er at disse alltid bruker navnet National Geographic i navnet på skipene sine. National Geographic ble nylig solgt til ny majoritetseier som er The Walt Disney Company.

I dag har Lindblad 9 skip som tilbyr ekspedisjonscruise over hele verden. Skipene «National Geographic Explorer» kommer i 2019 og «National Geographic Endurance» kommer i 2020, hver med en kapasitet på 138 pass. Rederiet opererer ekspedisjonscruise sammen med National Geographic rundt om i hele verden. Målet til Lindblad er å øke antall

passasjerer med 50% over de neste 5 år. Lindblad har i dag ca. 90% belegg på sine ekspedisjonscruise og omsetning på ca. kr 9 000 pr. pass. pr. døgn.

I tillegg til partnerskap med Lindblad har National Geographics også inngått et samarbeid med rederiet Ponant som sammen med Hurtigruten er de to største rederiene innenfor ekspedisjonscruise.

National Geographics er opptatt av å tilby ekspedisjonscruise med meget høy standard og krav til bærekraftig turisme. De er opptatt av å jobbe direkte med lokale leverandører og for å kunne tilby autentiske opplevelser knyttet til lokal kultur, landskap og befolkning, og for å opprettholde integritet og ekthet i turene de tilbyr. National Geographic har en egen «Travel and Tour Operations» avdeling og organiserer sine turer helt og holdent selv. De er derfor sin egen turoperatør og bruker ikke lengre lokale landoperatører slik de gjorde tidligere. Dette gjør de for å ha full kontroll over kvaliteten på de opplevelsene som tilbys, samtidig som man unngår mellomleddet som også er et fordyrende ledd i mange tilfeller. Med Walt Disney som ny majoritetseier ser de også for seg et nærmere samarbeid med disse innenfor reiseliv. Walt Disney har også cruise som eget forretningsområde og som en del av reiselivsvirksomheten deres «Adventures by Disney».

National Geographics tilbyr til sammen 15 forskjellige ekspedisjonscruise i Nord-Europa inkludert Arktis, hvorav 2 er nye i 2019. 10 av disse cruisene har Norge inkludert og 4 av cruisene har fjordene inkludert. På disse cruisene benytter de skipet «National Geographic Explorer» og fom 2020 vil de også benytte det nye skipet «National Geographic Endurance». Kapasiteten på disse skipene er 130 passasjerer.

7.3 Ponant

Det franske rederiet Ponant er det største rederiet innenfor ekspedisjonscruise i dag med 7 skip og ca. 14% markedsandel. Rederiet får 2 nye ekspedisjonsskip i 2019, hvert med kapasitet på 180 passasjerer. Rederiet vil da ha 9 skip til sammen. De har i dag 6 skip, hver med kapasitet på 260 pass. og 1 mindre skip med 64 pass. Ponant vil i 2019 har til sammen 350 seilinger med rederiets 9 skip. De fire nye skipene bygges hos VARD i Norge. Disse skipene vil hovedsakelig operere i Arktis og Svalbard samt Antarktis. Rederiet er hele tiden på utkikk etter nye reisemål og ekspanderer i tropiske områder, Asia og New Zealand. Ponant har også inngått et strategisk samarbeid med National Geographics Expeditions for å ta større andeler i det europeiske markedet.

7.4 Nordic Cruise Company

Dette selskapet skiftet nylig navn fra Norwegian Cruise Company. Selskapet har hovedkontor i Oslo og bygger for tiden en serie på 4 nye, miljøvennlige ekspedisjonscruiseskip som hver vil ha en kapasitet på 220 passasjerer. Dette vil være de første ekspedisjonsskipene som er klargjort for bruk av LNG som drivstoff og som også vil bli utstyrt for å benytte hydrogen. Selskapet vil tilby ekspedisjonscruise i luksussegmentet og USA er det primære markedet. Det første skipet skal leveres i 2020 og de 3 øvrige skal leveres i perioden 2020-2022. Selskapet vil bl.a. tilby ekspedisjonscruise i polare strøk.

7.5 Fred. Olsen Cruise Lines

Fred. Olsen Cruise Line er et norskeid rederi med base i Storbritannia. Rederiet har i dag fire cruiseskip som bl.a. benytter Norge for en rekke av sine cruiseseilinger. Rederiet har nå planer for bygging av en serie nye cruiseskip tilpasset ekspedisjonsmarkedet. De nye skipene vil være i samme størrelse som de nye fra Hurtigruten, dvs. med en kapasitet på 5-600 passasjerer. Rederiet er opptatt av å tilpasse sitt nye produkt til det sterkt voksende ekspedisjonsmarkedet og ser bl.a. på Norge som et viktig og interessant produktområde for ekspedisjonscruise. Markedet deres er hovedsakelig Storbritannia som også er markedet deres for tradisjonelle cruise.

7.6 Hapag-Lloyd

Rederiet får 3 nye skip i 2019 og 2020 som er spesielt bygget for ekspedisjonscruise og spesielt med tanke på cruise i polare strøk. Rederiet kaller dette «state of the art» skip som skal tilby luksus ekspedisjons cruise. Markedet deres er Europa. Skipene bygges i Norge hos VARD. En del av deres strategi er å gå til steder som større cruiseskip ikke kan gå til. I tillegg til meget høy kvalitet er de miljøbevisst og gjør en rekke tiltak for å fremstå som dette. Bl.a. har de elektrifiserte Zodiacs om bord for å ta passasjerer til land. Rederiet var sommeren 2018 involvert i en hendelse på Svalbard da en isbjørn ble skutt da den angrep et mannskap på et av deres cruise. Dette har reist en del diskusjon omkring ekspedisjonscruise i Svalbardsområdet mht begrensninger og med lokale protester mot at rederiet skal få seile i disse farvannene. Dette viser at cruise til polare strøk er sårbart og under lupen for fremtidige restriksjoner, noe som kan føre til endrede seilingsprogrammer og åpninger for nye reisemål.

7.7 Noble Caledonia

Noble Caledonia er en cruisespesialist som startet opp i 1991 med ett skip (MS Caledonian Star). Selskapet er et mindre, London basert selskap som har spesialisert seg på ekspedisjonscruise. Noble Caledonia eier i dag 3 skip; MS Caledonian Sky, MS Hebridian Sky og MS Island Sky. I tillegg charter selskapet en rekke skip som de bruker til ekspedisjonscruise rundt om på de fleste kontinenter.

7.8 G Adventures

Selskapet startet med ekspedisjonscruise til Norge i 2017 i tillegg til at de har et program i Antarktis og i Arktis. De ser økt etterspørsel for sine mindre skip med 100-150 passasjerer. Grønland har også blitt veldig populært.

G Adventures er et opplevelsesreise firma og har flere brands som «Swan Hellenic», «Just You» og «Travelsphere». Kundebasen deres er veldig lojale og Storbritannia er deres største marked i tillegg til andre engelsktalende land.

I Antarktis er sesongen fra oktober til mars. Her seiler de med et skip som har kapasitet på 134 passasjerer. Produktene deres fokuserer på ekspedisjons- elementet og inkluderer også foredrag om bord. De registrerer nå økt konkurranse fra en rekke cruiserederier og elvebåtrederier som vil inn i ekspedisjonsmarkedet.

7.9 Silversea Expeditions

Rederiet fikk et nytt, ombygget skip i november 2018 (Silver Cloud) med kapasitet på 200 passasjerer som vil seile i Antarktis, de norske fjordene og til Svalbard på et 12 dagers cruise. Rederiet er hele tiden på utkikk etter nye destinasjoner. Silversea opererer i luksusmarkedet og ønsker å tilby luksus opplevelser om bord. Rederiet ha til sammen 4 skip som opererer i ekspedisjonsmarkedet.

7.10 Sunstone

Dette er et rederi som ikke drifter og selger ekspedisjonscruise selv, men som charter skipene til andre rederier og operatører som tilbyr ekspedisjonscruise. De har bestilt 4 nye ekspedisjonsskip og har opsjon på ytterligere 6 skip. Alle bygges i Kina og med Ulstein som designer. Skipene er i størrelsen 130-200 passasjerer. De mener at det ikke er fornuftig å bygge store skip som Hurtigruten da dette begrenser hvor mange steder de kan seile, spesielt mindre steder. I Antarktis er de også en begrensning på opptil 100 passasjerer som kan gå i land samtidig.

7.11 Crystal Cruises

Har 3 ekspedisjonsskip skip under bygging, alle med kapasitet på 200 passasjerer. I 2018 lanserte Crystal Cruises skipet *Crystal Endeavor* - en megayacht designet for ekspedisjonscruise med plass til 200 personer. Rederiet tilbyr luksusskip med det mest moderne og avanserte utstyr om bord for ekspedisjoner i land.

7.12 Adventure Canada

En operatør som fokuserer på Canada og som har sesong i de nordlige deler av Canada. De tilbyr også et 10 dagers cruise i Newfoundland og skal også i 2018 ha et cruise til Skottland. De bruker også skipet Hebridian Sky til Antarktis. Har opp til 25 guider om bord på sine ekspedisjonscruise og i tillegg 20 eksperter på de områdene de seiler i. De charter inn båter til sine cruise; Ocean Endeavor og Hebridian Sky.

7.13 Scenic

Selskapet er en turoperatør og har operert mange år i elvecruisemarkedet med elvecruise i Europa. Nå går de inn i ekspedisjonsmarkedet. Har eget kontor i Boston USA med 45 ansatte. Har tilbudt charter turer til Antarktis i flere år. Har et nytt skip under bygging, «Scenic Elipse», med plass til 228 passasjerer som de kaller en opplevelsesyacht. De er ikke så opptatt av begrepet ekspedisjonscruise, fokuserer mer på luksuscruise i mindre skip til eksotiske destinasjoner.

8. Landoperatører i Norge

Innenfor cruise er det spesielt 5 landoperatører i Norge som tar seg av alt fra å være skipsagent til å tilrettelegge og gjennomføre landarrangementer ved cruiseanløp til Norge. Frem til nå har dette i hovedsak dreid seg om å selge utflukter og turer i land for større cruiseskips anløp til ulike havner og reisemål i Norge. Disse er;

- European Cruise Service
- Nordic Gateway
- Nordic Cruise Service
- DMC Norway
- Fred. Olsen Travel

Kragerø har hatt kontakt med bl.a. DMC Norway i forbindelse med cruiseanløp. Det er viktig å etablere god kontakt med alle landoperatører og etterhvert kartlegge hvem av disse som det er mest aktuelt å jobbe videre med ut ifra hvilke rederier de er agenter for. Vi vet også at dette skifter en del fra år til år der landoperatørene blir utfordret av rederiene og må konkurrere om kontraktene for landarrangementer og andre tjenester for rederiene. Bildet av hvem som er viktig kan derfor skifte en del fra år til år. Hurtigruten ordener dette selv gjennom egne avdelinger som velger aktiviteter, henter inn priser og setter sammen landarrangementene. Noen av rederiene som opererer i ekspedisjons- og luksusmarkedet med mindre skip gjør selv alt arbeid med seilingsprogram og landaktiviteter, jfr. beskrivelsen av rederiene. Dette viser også at det er viktig å kartlegge markedet ned på hvert enkelt rederi og legge opp arbeidet iht slik det enkelte rederi jobber.

9. Lokal verdiskaping av cruise til Kragerø

Turistundersøkelsen Cruise utført av Innovasjon Norge sommeren 2014 konkluderte med at cruiseturistens gjennomsnittlige forbruk pr. dag i land er 860 kroner. Det er store variasjoner i forbruket pr. dagsbesøk i land pr. person på tvers av land. De søreuropeiske cruiseturistene har det høyeste forbruket med 1 460 kroner i snitt pr. dagsbesøk i land. Britene har det laveste forbruket med et gjennomsnitt på 605 kroner. Vi legger følgende forutsetninger til grunn for omsetning fra cruisepassasjerer i Kragerø knyttet til cruise;

- Landbasert omsetning pr. gjest pr dag; Kr. 500.- (Vi legger beløpet noe lavere enn det nasjonale gjennomsnittet på grunn av mindre havn og noe mindre mulighet for forbruk sammenlignet med større havner).
- Inntekter til havn; Her bruker vi tall fra Kragerø havn for 2018 som er oppgitt til å være ca. kr 170 000 for 5 anløp/877 passasjerer. Dette gir i snitt kr. 194.- pr passasjer til havnen.
- Videre forutsette vi følgende utvikling i trafikken de neste 4 årene; 10 cruiseanløp år 1 som stiger til 20, 40 og 60 anløp i år 2, 3 og 4.
- Gjennomsnittlig antall passasjerer pr. anløp er 250 pax. Alle anløp er dagsanløp.
- Vi forutsetter at 90 % av passasjerene går i land.

År 1

Lokale inntekter til Kragerø; $kr. 500 \times 2\,500 \text{ pass.} = 1\,250\,000 \times 0,9 = \mathbf{kr\ 1\ 125\ 000}$

I tillegg kommer eventuelle inntekter fra mannskap. Da dette er mindre skip med relativt lite mannskap er det ikke vurdert som vesentlig inntekt i denne sammenheng.

Inntekter til havn; $2\,500 \text{ pass.} \times kr. 194 = \mathbf{kr\ 485\ 000}$

I tillegg kommer eventuell omsetning fra salg av vann, lokale varer til skip, fortøyningservice, renovasjon, avfallshenting. Omsetning til Kystverket for lostjenester holdes utenfor da dette ikke er lokal omsetning.

9.2 Nøkkeltall år 1 – år 4

	År 1	År 2	År 3	År 4
Antall anløp	10	20	40	60
Antall pass.	2 500	5 000	10 000	15 000
Lokal omsetning	1 125 000	2 250 000	4 500 000	6 750 000
Lokale havneavgifter	485 000	970 000	1 940 000	2 910 000
Samlet lokal omsetning	1 610 000	3 220 000	6 440 000	9 660 000

Ut fra de gitte forutsetningene vil den lokale omsetningen være 1,1 mill. første år og deretter øke til ca. 6,7 mill. i år 4, gitt at man øker trafikken fra 10 anløp til 60 anløp. De lokale havneinntektene vil være 485 000 i år 1 og øke til 2,9 mill. i år 4 under de samme forutsetninger.

Total lokal omsetning til næring og havn år 1 ved 10 anløp blir da kr. 1 610 000 og kr. 9 660 000 i år 4 med 60 anløp.

Dersom man i tillegg forutsetter at man har 2 anløp av større skip pr år, hver med 1 000 passasjerer vil dette medføre en økt lokal omsetning på ca. 1,3 mill. kr. pr år.

Total lokal omsetning til næring og havn blir da 2,9 mill. i år 1 og 11 mill. i år 4.

10. Konklusjoner og anbefalinger

Markedet for ekspedisjonscruise er i kraftig vekst og utgjør i dag kun 1% av det totale cruisemarkedet. Hittil har ekspedisjonscruise i stor grad vært konsentrert om seilinger til arktiske strøk, Galapagos og Alaska. Produktet ekspedisjonscruise utvides hele tiden til nye reisemål der fellesnevneren er reisemål og steder med lite besøk av tradisjonell turisme, mindre steder der man kan finne interessant innhold til passasjerene i form av lokal kultur, politikk, geografi, biologi og ikke minst kontakt med lokal befolkning. Ekspedisjonscruise er på mange måter en bærekraftig form for turisme da dette er cruiseturisme som ikke omfatter stort volum og som ikke skaper for mye og for konsentrert turisme, køer og misnøye lokalt.

Anløp til mindre steder som ikke har så mye turisme fra før er positivt dersom man kan klare å få til lokal verdiskaping og aktivitet i lokalsamfunn som ellers har begrenset

næringsvirksomhet. Videre er dette en form for turisme som kan bidra til å spre turisme i Norge til mindre steder som har ledig kapasitet og samtidig som avlastning til en rekke av de tungt trafikkerte reisemålene der store volum til tider kan være belastende for lokalsamfunnet.

Kragerø har gjennom anløp av noen mindre ekspedisjonsskip og Hurtigruten nå i 2019 vist at man er et interessant reisemål som kan by på opplevelser og aktiviteter i tråd med det som etterspørres. Dette indikerer at produkttilbudet er attraktivt og interessant for rederiene og turoperatørene innenfor dette markedet. Kragerø synes å ha potensiale for flere anløp av ekspedisjonsskip i fremtiden, samtidig som det også er kapasitet til å ta i mot flere skip gjennom sesongen.

Den begrensede kaikapasiteten og reisemålets størrelse gjør at man ikke bør eller kan ta imot mer enn et skip pr. dag. Dette gir eksklusivitet for rederiene og er et moment man bør bruke som et salgsargument i dialog med disse og også som et argument i den lokale debatten om hvor mye cruisetrafikk man skal ta i mot i Kragerø.

Det er også et interessant poeng at det er få, om noen reisemål og havner i Norge som hittil har satsset spesielt på ekspedisjonscruise. Flere havner har anløp fra denne type cruiseskip, men den helhetlige og langsiktige satsingen synes det ikke som om det er andre reisemål i Sør-Norge som har prioritert. Det er hovedsakelig Svalbard som har arbeidet bevisst mot dette markedet i Norge, samt at man har noen anløp i Nord-Norge som utgangspunkt for ekspedisjonscruise til polare strøk.

For Kragerø kan dette være en mulighet til å ta en posisjon innenfor dette segmentet og være tidlig ute og før andre reisemål i Sør-Norge velger å jobbe aktivt i dette markedet.

Det er spesielt tre forhold som det må fokuseres på for å kunne øke trafikken til Kragerø. Først og fremst må produktet tilrettelegges og tilgjengelig gjøres, deretter må det jobbes ut i markedet for å tiltrekke seg de rette rederiene og anløpene, og sist, men ikke minst må man lokalt sikre at satsingen er bærekraftig både miljømessig, for lokalbefolkningen og rent økonomisk.

Den lokale verdiskapingen fra cruisevirksomhet krever et visst volum for å kunne ha nevneverdig betydning. Med 60 årlige anløp av mindre skip vil den lokale omsetningen være omlag 10 mill. kr pr år i år 4. Har man 2 årlige større skipsanløp øker den lokale omsetningen med 1,3 mill. pr. år

10.1 Produktet

Ut ifra det vi vet om hva som etterspørres fra markedet for ekspedisjonscruise bør det lages en god oversikt over hvilke tilbud som er tilgjengelig i dag. Videre bør det sees på hvilke muligheter man har for å utvikle nye, markedstilpassede produkter i form av opplevelser og aktiviteter. For å lykkes i dette markedet er det helt vesentlig at man kan tilby god produkter som er ulikt hva man kan tilby andre steder og som gjenspeiler lokal kultur og historie. Skal man lykkes med satsingen må produktet være av høy kvalitet, unikt og ha i seg elementer av læring og innsikt i ny kunnskap for de besøkende. Det er ikke nok med en vanlig, 3 timers sightseeingtur. Det er viktig å sikre god kvalitet på alle produkter. Her vil det være helt sentralt å fokusere på Munch, Telemarkskanalen, Jomfruland og Heddal Stavkirke. Det viktige her er imidlertid at man utvikler enda mer knyttet til historien og gir disse opplevelseselementene et «faglig innhold» utover det som den vanlige turist gjerne oppfatter som tilstrekkelig.

Man bør også være oppmerksom på argumentasjonen mot cruiseturismen som går på at cruisegjestene ikke bruker penger lokalt. Dersom de fleste cruisegjestene blir fraktet ut av Kragerø og er borte hele dagen kan denne argumentasjonen forsterkes og bli et problem. Flere tilbud i byen eller nær byen som gir passasjerene tid til å bruke penger i Kragerø er derfor viktig slik at man ser den økonomiske nytten av å ha cruiseanløp. Dette vil være et sterkt argument i satsingen og vil også være et svar mot kritikken som går på at cruisegjestene ikke har tid nok til å bruke penger i Kragerø.

10.2 Anbefaling produktutvikling

- Det bør jobbes med å utdanne og kvalifisere tilstrekkelig med lokale guider som er interessert i å jobbe med å formidle lokal kultur og lokal kunnskap om Kragerø og Telemarkregionen.
- Det bør kartlegges hvilke lokale ressurser man har som kan bistå med formidling av lokalhistorie, lokalkultur, geografi og andre områder som kan være interessant for ekspedisjonscruise. Det bør gjøres avtaler med ressurspersoner og miljøer som er interessert og kvalifisert for å kunne levere opplevelser på dette området.
- Arbeide med å utvikle nye aktivitetsprodukter som involverer lokale leverandører i Kragerø slik at flere cruisegjester blir lengre i sentrum.
- Det bør fokuseres på å tilrettelegge for flere utendørs aktiviteter slik at man kan tilby et bredere spekter innenfor tematisk turisme som f.eks. kajakk, sykkelturner (egne utleiesykler), arkitektur og lokalhistorie.

- Man bør vurdere hvilken form for lokal organisering av mottaksapparatet man skal utvikle. Det bør være en lokal bedrift, organisator eller operatør som jobber med produkttilbudet og kvalitetssikrer dette slik at man kan garantere høy kvalitet og stabilitet på leveransen av landprodukter. Den lokale operatøren som benyttes i dag bør enten styrkes slik at de er rustet til å ta imot et større antall anløp og ha tilstrekkelige resurser til dette, alternativt må man finne en annen løsning med en annen leverandør som har kapasitet til å levere i større skala enn i dag.
- Det bør sikres avtaler med lokale leverandører og lære disse opp i hva som forventes og kreves av leverandører.
- Man bør avklare med landoperatørene om noen av de er interessert i å «spesialisere» seg på Kragerø. Samtidig må man vurdere dette opp mot de andre landoperatørene slik at man ikke avskriver samarbeid med andre som kan tilføre anløp og trafikk.
- Alle som skal involveres som leverandør i et landprogram bør gjennomgå kursing, for eksempel et vertskapskurs, for å øke forståelsen og innsikten i det å levere kvalitativt gode tjenester til et krevende marked. Kursing av lokale leverandører i riktig prising av leveransene bør også gjennomføres lokalt.

11 Marked og markedsføring

Markedsarbeidet bør rettes både mot prioriterte rederier, spesialiserte cruiseoperatører og landoperatører i Norge. Man bør prioritere noen rederier og operatører som man konsentrerer markedsarbeidet mot.

11.1 Anbefaling, markedsføring

- Det må avklares hvem som skal ivareta markedsføringen av Kragerø for cruise. Finansiering av denne virksomheten må også sikres med en viss langsiktighet.
- Hurtigruten vil uten tvil være den viktigste aktøren som man bør etablere god kontakt med og diskutere fremtidige produkter og leveranser. Dette bør ha første prioritet.
- Man bør forsterke dialog og kontakt med de aktørene som allerede er kjent med og bruker Kragerø. Det bør også etableres kontakt med de andre landoperatørene innenfor cruise i Norge.
- Det er viktig å ha god kontakt med landoperatører, men også ha direkte kontakt med rederier og de personene som planlegger og bestemmer reiseruter.
- Man bør prioritere noen av de andre, større aktørene som enten er etablert eller på vei i ekspedisjonsmarkedet. Spesielt bør National Geographic og Lindblad

Expeditions samt rederiene Nordic Cruise Company, Fred. Olsen Cruise Lines og Ponant kontaktes og presenteres for tilbudet.

- Det bør utarbeides markedsmateriell som presenterer det lokale tilbudet som kan tilbys og hvem som kan organisere og levere ved anløp til Kragerø.

12. Bærekraftig utvikling

Cruise som en del av det totale reiselivsproduktet er til dels mye omdiskutert og debattert. Mye av diskusjonen knytter seg til om dette er en bærekraftig form for turisme, spesielt knyttet til miljøspørsmål, men også til lokal verdiskaping og belastningen på lokalsamfunnet. En bærekraftig utvikling bør derfor være et viktig tema i en videre utvikling av cruiseturisme til Kragerø.

12.1 Anbefaling, bærekraftig utvikling

- En økt satsing på ekspedisjonscruise og mindre cruiseskip til Kragerø bør forankres lokalpolitisk og i lokalbefolkningen slik at det er forståelse og vilje til dette.
- En bør ha et bevisst forhold til miljøkrav og jobbe spesielt mot rederier og operatører som er opptatt av bærekraftig turisme.
- Det bør settes krav til hvilke skip man vil tiltrekke seg og en bør prioritere nye skip med moderne, miljøvennlig teknologi som hybridskip og etter skip som ikke bruker tungolje, dvs. LNG og hydrogendrevne, event. batteridrevne skip.
- Kragerø er et relativt lite lokalsamfunn og man må være bevisst hvilken tålegrense man skal ha for cruisetraffikk til byen. Det bør innføres retningslinjer for hvor mange anløp man vil ha og hvor mange passasjerer man vil ta imot samtidig. Dette må også sees opp mot annen type turisttraffikk man ønsker til reisemålet.
- Landtransport knyttet til cruisetraffikken med for eksempel buss bør primært være elektrifiserte busser.
- En bør være bevisst på at eventuell økt cruisetraffikk skal bidra til økt lokal verdiskaping gjennom bruk av lokale leverandører. Høy kvalitet skal forsvare høy pris. Hensikten med å satse må være lokal, økonomisk verdiskaping basert på bærekraftige prinsipper.

13. FORSLAG TIL HANDLINGSPLAN

Tiltak

1. Avklare lokalt, politisk og næringsmessig, om det skal satses på økt cruisetrafikk i form av ekspedisjonscruise og mindre cruiseskip til Kragerø.
2. Forankre og finansiere satsingen. Lage budsjett og avklare hvem som skal koordinere arbeidet videre, både mht produktkoordinering og markedsføring.
3. Utarbeide en oversikt over aktiviteter og opplevelser som er tilgjengelig i dag.
4. Kartlegge og utarbeidede en oversikt over nye produkter som kan utvikles og tilbys.
5. Plan for rekruttering og utdanning av lokale guider.
6. Etablere dialog med Hurtigruten, Active Explorer om fremtidig samarbeid.
7. Etablere god dialog med lokalbefolkningen og forankre satsingen.
8. Dialog med landoperatørene om fremtidig samarbeid, event. vurdere andre former for lokalt mottaksapparat for landarrangementer.
9. Lokal kursing og opplæring av leverandører. Fokuserer på betydning av vertskapsrollen, prising, kvalitet m.m.
10. Etablere kontakt med Cruise Norway AS og diskutere et mulig samarbeid for hjelp i markedsføringen av Kragerø.
11. Utarbeide markedsmateriell som presenterer hva som kan tilbys av aktiviteter og opplevelser .
12. Kartlegge og lage en oversikt over sentrale kontaktpersoner i den enkelte rederiene til bruk for videre kommunikasjon med disse
13. Etterhvert besøke de viktigste rederiene og snakke med de som er ansvarlig for seilingsplaner og shore ex. Presentere tilbudet og kartlegge interesse og muligheter. Tromsø (Hurtigruten), Oslo (Nordic Cruise Company) og London (Fred. Olsen Cruise Lines og Noble Caledonia).
14. Utarbeide lokale retningslinjer og krav til anløp fra ekspedisjonsskip. Vurdere lokal tålegrense og eventuelle innseilingsavgifter, havneavgifter.

15. Jobbe for å få til en eller flere visningsturer. Invitere sentrale personer fra rederier til Kragerø og Telemark som er ansvarlig for reiseruter og program. Kan sikkert gjøres i samarbeid med Cruise Norway. Prioritet 1 er Hurtigruten.

16. Forberede en kartlegging av den økonomiske effekten av ekspedisjonscruise til Kragerø i sesongen 2020. Til bruk i senere dokumentasjon og argumentasjon for satsingen og for å evaluere effekten.