

Analysen knyttet til Lillehammers muligheter for å få turiststed-status

Lillehammer har mange besøkende turister og gjennomreisende både sommer og vinter. Turiststeder kan ha utvidede åpningstider jf. lov om helligdager og helligdagsfred §5, punkt 4. Statsforvalteren kan etter søknad fra kommunen ved forskrift bestemme at et område skal regnes som typisk turiststed. Loven definerer et turiststed slik i §5, punkt 4 sjette ledd: «Som typisk turiststed kan bare regnes område der salget i de aktuelle periodene hovedsakelig skjer til turister». Lillehammer kommune ønsker å søke om slik status, og Oslo Economics har i den forbindelse bistått med analyser av hvor stor andel av omsetningen i kommunen som kommer fra turister, i ulike perioder av året og i ulike områder.

1.1 Analyse

Analysene er strukturert i tre trinn. Første trinn er å analysere omfanget av varehandel i Lillehammer kommune, og hvordan varehandelen varierer gjennom året og på tvers av ulike geografiske områder. Det andre trinnet er å analysere omfanget av turisme i munen, og hvordan turismen varierer i løpet av året. I analysens tredje og siste trinn kombineres innsiktene fra de to foregående trinnene for å vurdere turistenes bidrag til varehandelen i Lillehammer, både med hensyn til ulike tidsperioder og geografiske områder. Lillehammer har særskilt bedt om en vurdering av turistenes bidrag til varehandelen i sentrum og/eller Strandtorget.

Figur 1: Analysens tre trinn



1.2 Varehandelsomsetning i Lillehammer

Data og metode

I analysene har vi avgrenset oss til å vurdere turistenes bidrag til *varehandelsomsetning* i Lillehammer, og nærmere spesifisert deres bidrag til detaljhandel. Ettersom helligdagsfredsloven regulerer åpningstider for salg av varer fra faste utsalgssteder, vurderer vi at det er turistenes bidrag til varehandelsomsetning som er mest relevant i denne sammenhengen. Salg av tjenester og kulturopplevelser, som også inngår i turistenes konsum, inngår derfor ikke i analysen.

Analysen er i hovedsak basert på varehandelstatistikk fra Statistisk sentralbyrå (SSB) for perioden 2016 til 2024. Statistikken er inndelt i terminer (tilsvarer to måneder). Datasettet er videre brutt ned på syv delområder i Lillehammer kommune, i tillegg til kommunen som helhet. Datasettene er også detaljert etter NACE-koder ned til laveste nivå. Tilsvarende datasett for Fredrikstad, Porsgrunn og Skien benyttes som sammenligningsgrunnlag. Statistikken er inndelt i følgende næringer:

- Handel med og reparasjon av motorvogn
- Agentur- og engroshandel, unntatt motorvogner

- Detaljhandel, unntatt motorvogner

Vi benytter bare tall for detaljhandel, da vi anser de to andre kategoriene av varer som mindre relevante med tanke på salg til turister.

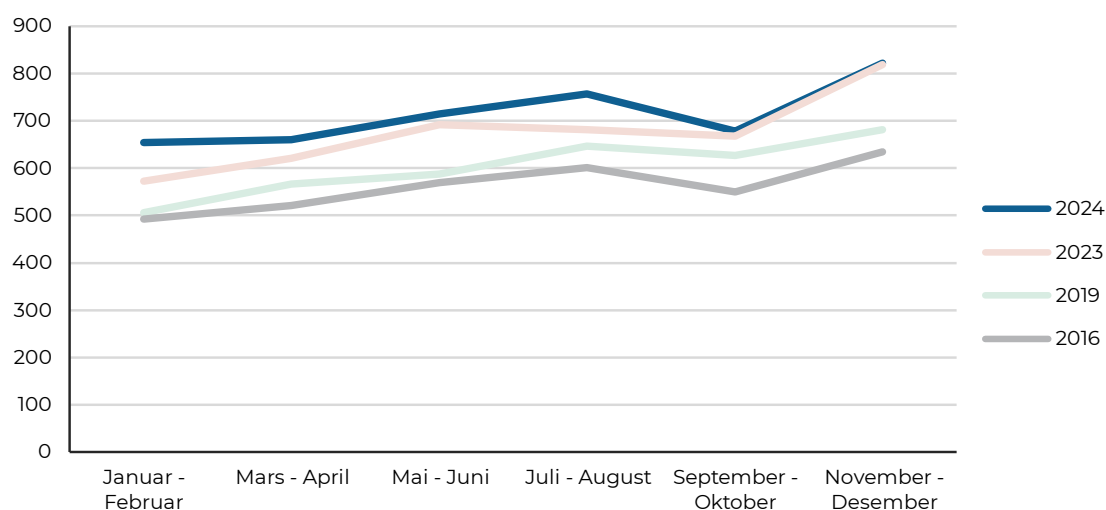
Vi har også innhentet omsetningstall fra kjøpesenteret CC Strandtorget for perioden 2021 – 2024 (spesifisert på månedsbasis). Tallene viser total omsetning og er ikke fordelt per virksomhet. Datasettet inneholder det senteret selv definerer som servering, service og tjenesteytende, i tillegg til butikker som selger varer. Vi har også mottatt anslag på andel av omsetning som tilhører disse, slik at vi kan skille det ut.

Omfanget av detaljhandel i Lillehammer gjennom året

I 2024 utgjorde den samlede omsetningen i detaljhandelen i Lillehammer om lag 4,3 milliarder kroner. Figur viser hvordan denne omsetningen fordelte seg over årets terminer. Den høyeste omsetningen var i november-desember med 821 millioner kroner, etterfulgt av juli-august med 756 millioner kroner. Gjennomsnittlig omsetning for de øvrige månedene var 677 millioner kroner.

For å vurdere hvorvidt denne sesongmessige fordelingen av varehandelsomsetningen er særskilt for 2024, har vi også sammenlignet med årene 2016, 2019 og 2023. Med de årene som sammenligning, virker det ikke som at 2024 er et unikt år. Det er noe mindre variasjon fra år til år, men omsetningen følger likevel i stor grad den samme utviklingen gjennom året, hvor november-desember har størst omsetning, etterfulgt av juli-august. Unntaket er 2023, hvor omsetningen i mai-juni er større enn i juli-august.

Figur 2: Detaljhandel i millioner kroner i Lillehammer (2016, 2019, 2023 og 2024)



Kilde: Statistisk sentralbyrå

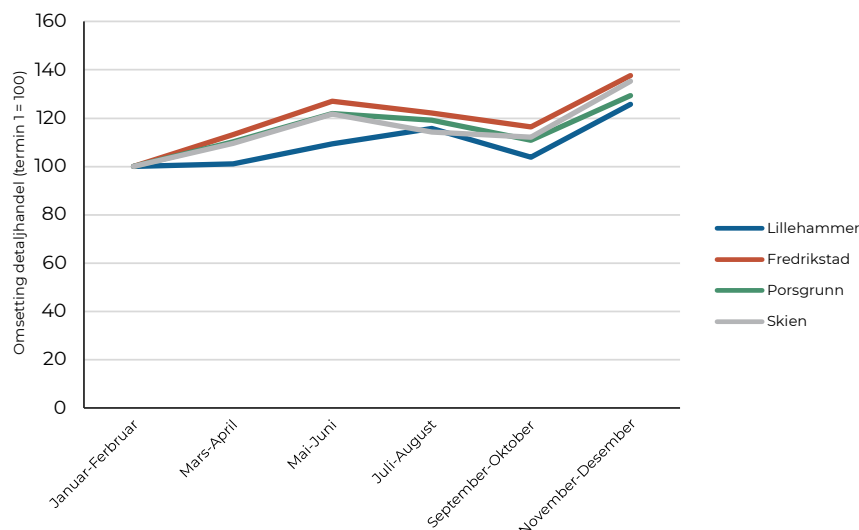
«Toppen» i detaljhandel i juli-august sammenlignet med øvrige perioder skyldes trolig i stor grad økt turistaktivitet. Samtidig er det sannsynlig at turistenes bidrag til varehandelen i juli-august er større enn «toppen» alene skulle tilsi. Dette fordi det er sannsynlig at mange fastboende i Lillehammer og omkringliggende kommuner er bortreist i juli-august, noe som kan innebære at fastboende total sett konsumerer mindre i juli-august enn i andre perioder av året. Vi ser blant annet at varehandelsomsetningen typisk faller i andre byer, som har mindre turistaktivitet. To forhold er verdt å merke seg i denne sammenhengen:

- Turistaktivitet forekommer også i andre perioder enn juli-august, og turister står dermed for noe av omsetningen i detaljhandelen i andre perioder av året også.
- Vi skiller ikke her mellom tilreisende og gjennomreisende turister. Lillehammer har flere store handelsaktører lokalisert nær hovedfartsårer, noe som gjør byen attraktiv for gjennomreisende. Dette kan innebære at en betydelig andel av økningen i omsetningen i juli-august stammer fra personer som ikke har Lillehammer som endelig destinasjon.

For å undersøke om toppen i juli-august skyldes økt turisme, har vi sammenlignet varehandelsomsetningen med byene Fredrikstad, Porsgrunn og Skien. Særlig Porsgrunn og Skien er byer med mindre turistaktivitet enn Lillehammer. I motsetning til Lillehammer, viser disse kommunene en nedgang i omsetning fra mai-juni til juli-

august. Nokså tilsvarende mønster observeres også i 2016 og 2019 (Figur). Reduksjonen i handelen i juli-august i disse byene kan indikere at fastboende typisk reduserer sitt samlede konsum i juli-august, og videre at turistenes bidrag til detaljhandelen i Lillehammer i juli-august kan være større enn det som fremkommer ved en enkel sammenligning med foregående periode.

Figur 3: Indeksert detaljhandel i ulike kommuner (2024)



Kilde: Statistisk sentralbyrå

Omfang av varehandel i ulike delområder i Lillehammer

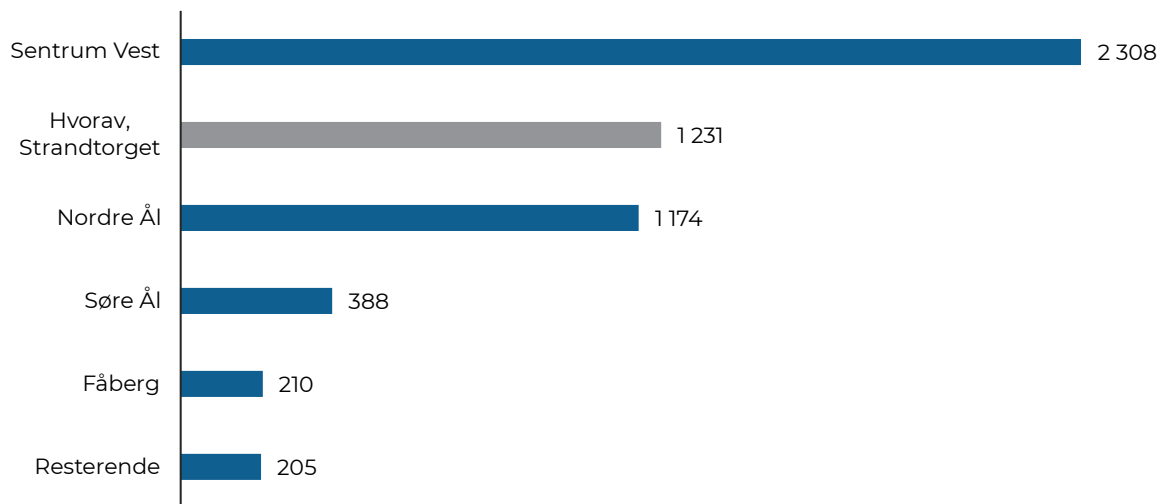
Vi har også undersøkt hvordan detaljhandelen i Lillehammer kommune fordelte seg geografisk i 2024. Statistikken fra SSB er delt inn i følgende delområder:

- Vingrom
- Vingar
- Fåberg
- Sentrum Øst
- Nordre Ål
- Sentrum Vest
- Søre Ål

Figur viser fordelingen av varehandelsomsetningen mellom delområdene. Sentrum Vest skiller seg klart ut med en omsetning på 2 308 millioner kroner, tilsvarende 54 prosent av den totale detaljhandelen i Lillehammer. Deretter følger Nordre Ål med 1 174 millioner kroner, som utgjør 27 prosent av totalen i kommunen. På grunn av begrenset datatilgjengelighet i delområdene Sentrum Øst, Vingrom og Vingar, er disse slått sammen til en samlegruppe kalt *resterende*. De øvrige områdene – Søre Ål, Fåberg og *resterende* – står for en lav andel av kommunens samlede detaljhandel.

CC Strandtorget, et stort kjøpesenter langs E6, ligger også i Sentrum Vest. I 2024 hadde senteret en samlet omsetning på 1 331 millioner kroner. Butikker innenfor kategoriene servering og service og tjenesteytende står for omtrent 7,5 prosent av dette, og ved å ekskludere dette står vi igjen med en omsetning innen detaljhandel på omtrent 1 231 millioner kroner. Anslagsvis står dermed CC Strandtorget for om lag 53 prosent av omsetningen i Sentrum Vest.

Figur 4: Detaljhandel i millioner kroner i ulike delområder (2024)

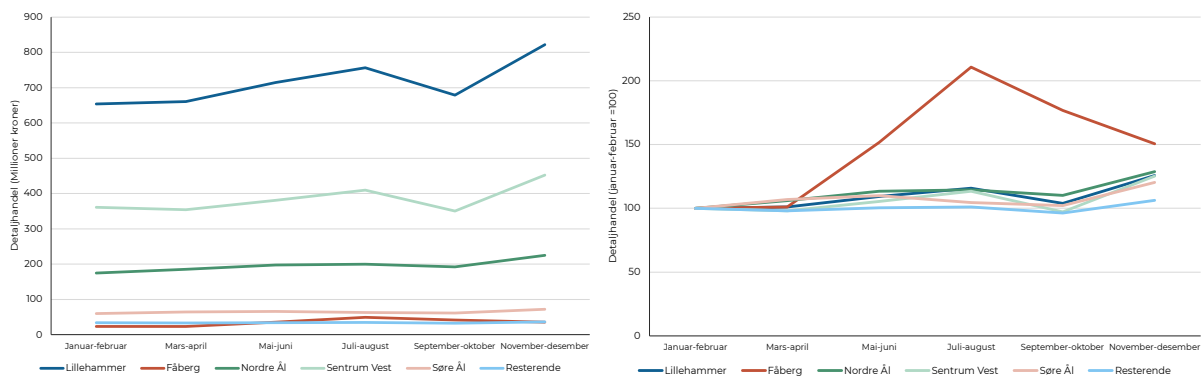


Kilde: Statistisk sentralbyrå

Videre har vi sett på variasjoner i detaljhandel for de ulike delområdene på tvers av terminer. Det gir innsikt i hvor turister handler.

Figur 5 viser til venstre absolutt endringer og til høyre relative endringer i detaljhandelen i 2024. Fra figurene kan vi se at Nordre Ål, Sentrum vest, Fåberg og Lillehammer som helhet. Sentrum Vest var bydelen med størst absolutt økningen fra mai-juni til juli-august, med 28 millioner kroner, mens Fåberg opplevde den prosentvis største endringen i perioden, med 59 prosentpoeng.

Figur 5: Absolutt og indeksert utvikling i detaljhandel per delområde (2024)



Kilde: Statistisk sentralbyrå

1.3 Turisme i Lillehammer

Data og metode

Statsforvalter definerer en turist som en person som ikke er bosatt i kommunen vedkommende overnatter i, og som tilbringer minst én natt der. Ifølge Statsforvalter må turistene ha Lillehammer eller Lillehammer-regionen som reisemål, for å kunne regnes for å være en turist i Lillehammer. Gjennomreisende og besøkende som stopper i Lillehammer på vei til en annen destinasjon, regnes derfor ikke som turister i Lillehammer i henhold til Statsforvalters definisjon. Det betyr imidlertid også at turister i Lillehammer ikke nødvendigvis trenger å overnatte i kommunen, så lenge Lillehammer kan regnes for å være deres reisemål. I analysen har vi derfor søkt å vurdere omfanget av turister som har Lillehammer som reisemål, og som overnatter enten i kommunen eller i nærliggende områder.

For å måle omfanget av turismen benytter vi **antall gjestedøgn**, og vi inkluderer både overnattinger ved kommersielle overnattingssteder og i fritidsboliger.

Vi har benyttet seg av følgende datakilder i analysen av tursimeomfanget i Lillehammer i 2024:

- **Statistikk fra Statistisk sentralbyrå over antall kommersielle overnattingsdøgn (hoteller, vandrerhjem, hytter, mv.) per kommune (Tabell 12894) i 2024.** Dataen er fordelt per måned, og vi har hentet den ut for kommunene Lillehammer, Ringsaker, Øyer og Gausdal.
- **Statistikk fra Statistisk sentralbyrå over antall fritidsboliger per kommune (Tabell 03174) i 2024.** Tidsenheten i datasettet er år. Vi har hentet ut data for kommunene Lillehammer, Ringsaker, Øyer og Gausdal.
- **Statistikk fra AirDNA over Airbnb-utleie i perioden 2019-2024 per kommune.** Dataen er fordelt per dag i årene før 2024, og per måned i 2024. Datasettet inkluderer blant annet inntekt og antall reservede rom. Kommunene som er inkludert er Lillehammer, Ringsaker, Øyer, Ringebu og Gausdal.

De to førstnevnte kildene danner grunnlaget for estimering av gjestedøgn, mens den sistnevnte kilden benyttes som supplement for å belyse sesongvariasjoner.

Totalt antall gjestedøgn i Lillehammer i 2024 er estimert ved å summere:

- Kommersielle gjestedøgn. Dette hentes ut fra tabell 12984.
- Gjestedøgn i fritidsboliger. Det er estimert ved å kombinere datasettet over antall fritidsboliger (tabell 03174) med noen antagelser:
 - Den første antagelsen omhandler når turister benytter seg av fritidsboligen sin. Vi benytter Prognosesenterets tall over gjennomsnittlig antall bruksdager for hytter i Norge i 2019¹, og antar at det er det samme for Lillehammer i 2024. I 2019 fordelte bruksdøgnene seg som følger: vinter=11, vår=9, sommer=20 og høst=10. Ett problem med denne antagelsen er at Lillehammer er en kommune med mange fjellhytter, mens landets gjennomsnitt vil inneholde flere sjøhytter. Typisk vil disse typene hytter brukes til ulike tidspunkt, hvor fjellhytter i større grad brukes på vinteren og sjøhytter i større grad brukes på sommeren. Det gir trolig en viss skjevhet i analysen hvor vi overestimerer antall gjestedøgn på sommeren og underestimerer antall gjestedøgn på vinteren.
- Den andre antagelsen omhandler antall personer som disponerer fritidsboligen per bruksdøgn. Vi har antatt at det i gjennomsnitt er like mange personer som bruker en fritidsbolig per døgn, som det er antall personer i en husholdning. I 2024 var det ifølge SSB 2,1 personer². Dette kan bidra til noe overestimering av antall gjestedøgn, ettersom ikke hele husholdningen vil bruke hytten hver gang. Samtidig kan hytteiere ha med seg venner og familie utenfor husstanden, noe som trekker i motsatt retning.

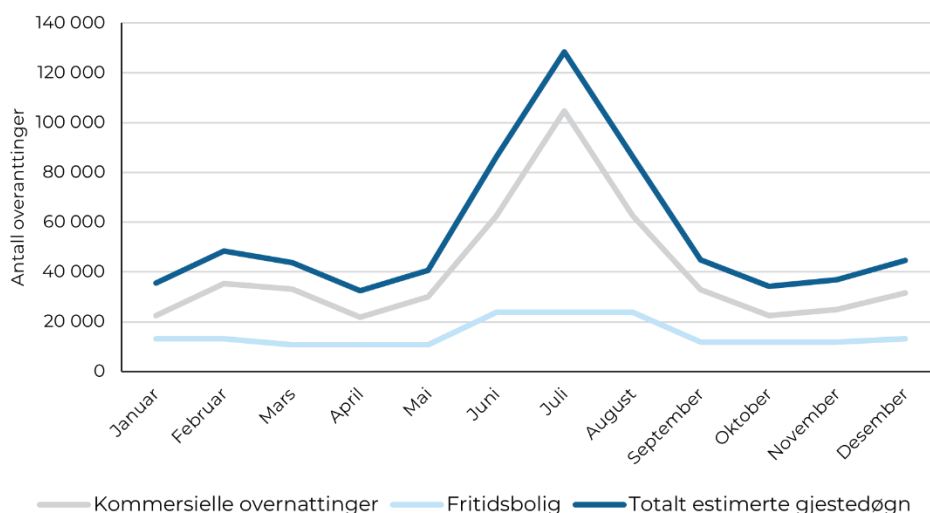
Omfang av overnattinger i Lillehammer kommune

Vi estimerer at det er om lag 662 000 gjestedøgn i Lillehammer kommune i 2024. Figur viser fordelingen av gjestedøgn gjennom året, fordelt på kommersielle overnattinger og fritidsboliger. Sommermånedene, særlig juli, fremstår som den mest populære perioden. Omtrent 45 prosent av alle gjestedøgn fant sted i sommermånedene. Februar og mars er også relativt populære, men i mindre grad enn sommeren. Våre anslag tyder på at det er en overvekt av kommersielle overnattinger. I de viktigste turistperiodene er forskjellen mellom kommersielle og private overnattinger større enn ellers i året.

¹ Kraftig hopp i antall bruksdager på hytta: første figur

² Familier og husholdninger – SSB: tabell 1

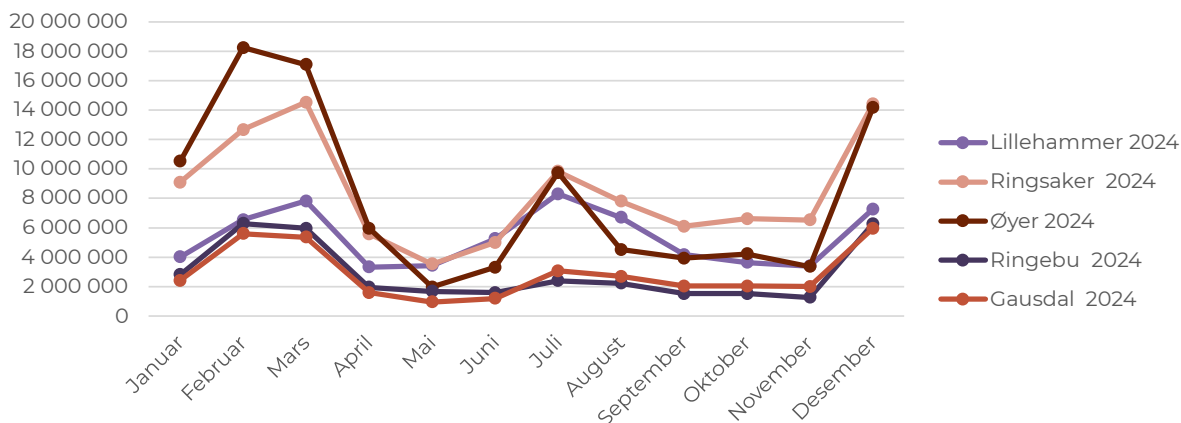
Figur 6: Antall gjestedøgn i Lillehammer (2024)



Kilde: Statistisk sentralbyrå (Tabell 12894 og 03174)

For ytterligere å belyse sesongvariasjoner har vi analysert Airbnb-inntekter per måned i Lillehammer og omkringliggende kommuner (Figur 7). Sesongvariasjonen i inntekter er trolig større enn sesongvariasjonen i antall besøk, da prisen også er høyere i måneder med stort antall turister. I Lillehammer er inntektene i februar og mars på nivå med juli og august, i tillegg er inntekter i desember relativt høye. I nabokommunene er inntektene i februar, mars og desember betydelig høyere enn i juli, noe som kan tyde på at disse månedene også kan være viktige turistmåneder. I de videre analysene benytter vi estimerte gjestedøgn som indikator for turistvolum. Airbnb-dataen illustrerer imidlertid at det er usikkerhet knyttet til sesongvariasjoner.

Figur 7: Airbnb-inntekt i Lillehammer og omkringliggende kommuner (2024)



Kilde: AirDna

Turister som overnatter i nærliggende kommuner

Turister som overnatter i nærliggende kommuner besøker og handler trolig også i en viss grad Lillehammer, ettersom Lillehammer er et handelssentrum i regionen. Vi har derfor også søkt å anslå omfanget på turister som overnatter i omkringliggende kommuner, og som handler i Lillehammer. Gjestedøgn i Ringsaker, Øyer og Gausdal er estimert på samme måte som for Lillehammer. Videre har vi vektet gjestedøgnene for å anslå i hvilken grad disse gjestedøgnene genererer handel i Lillehammer. Vektingen er basert på større turistområder nærhet til Lillehammer. Anslagene på vektlegging for hver kommune er svært usikker. Vektingen er som følger:

- Ringsaker: 0,6
- Øyer: 0,5
- Gausdal: 0,4

Våre estimat på **uvektede gjestedøgn** i 2024 er om lag:

- Ringsaker: 1 021 000
- Øyer: 590 000
- Gausdal: 534 000

Samlet gir dette et estimat på omtrent **1 784 000 vektede gjestedøgn** i Lillehammer, som inkluderer bidrag fra turister som overnatter i nærliggende kommuner. Av disse estimerer vi at rundt **545 000** gjestedøgn er knyttet til juli–august.

1.4 Turisters bidrag til detaljhandelen i Lillehammer

Tilnærminger til problemstillingen

Vi har benyttet to metodiske tilnærminger for å estimere turisters bidrag til detaljhandelen i Lillehammer kommune:

- **Turisters forbruk per overnattingsdøgn**
Den første tilnærmingen vår innebærer at vi baserer oss på estimat på turisters forbruk per overnattingsdøgn. Vi benytter tall fra Epinion og Innovasjon Norges forbrukskalkulator for turisme, som anslår at turister i gjennomsnitt bruker om lag 1 300 kroner per døgn. Av dette er 364 kroner klassifisert som "øvrig forbruk", som i hovedsak består av detaljhandel. Turisters samlede bidrag til detaljhandelen estimeres dermed ved å multiplisere antall gjestedøgn med anslaget på forbruk per overnattingsdøgn.
- **«Break-even»-analyse**
Den andre tilnærmingen går ut på å estimere hvilket forbruk per overnattingsdøgn som kreves for at turister skal stå for 50 prosent av den totale detaljhandelen i kommunen eller i ulike delområder. Disse anslagene gir et utgangspunkt for å vurdere om det nødvendige forbruket per turist fremstår som realistisk.

Begge tilnærmingene er benyttet med ulike geografiske og tidsmessige avgrensninger.

Turisters bidrag til varehandel i Lillehammer kommune på årsbasis

Den totale detaljhandelsomsetningen i Lillehammer kommune var om lag **4,3 milliarder kroner** i 2024. For at kommunen skal kunne klassifiseres som et typisk turiststed året rundt, må dermed turister stå for om lag **2,15 milliarder i 2024**.

Våre estimater på turisters bidrag til varehandelen i Lillehammer kommune på årsbasis fremgår av Tabell 1.

Ved å legge til grunn gjestedøgn fra turister som overnatter i Lillehammer kommune og estimatet på turisters forbruk per gjestedøgn, estimerer vi at turister bidro med om lag **241 millioner kroner** til detaljhandelen i 2024 (Tabell 1). Dette tilsvarer omtrent **6 prosent** av den totale varehandelsomsetningen. Hvis vi legger til grunn estimatet på vektede gjestedøgn (inkludert gjestedøgn i nærliggende kommuner), øker det estimerte bidraget til om lag **650 millioner kroner**, tilsvarende **15 prosent** av total detaljhandel.

Break-even-analysen viser at det kreves et gjennomsnittlig forbruk per overnattingsdøgn på om lag **3 250 kroner** dersom kun gjestedøgn i Lillehammer inkluderes. Dersom vektede gjestedøgn fra nærliggende kommuner også inkluderes, reduseres det nødvendige forbruket til omtrent **1 200 kroner** per døgn.

Resultatene avhenger dermed i stor grad av hvilke antagelser vi gjør med tanke på omfanget av turismen i Lillehammer. Begge tilnærminger gir imidlertid estimater for turisters bidrag til varehandel som er godt under terskelverdien i regelverket på 50 prosent.

Tabell 1: Estimater på turisters bidrag til varehandel – hele året og hele kommunen

	Estimat varehandelsomsetning til turister	Break-even (hvor mye en turist må handle for per døgn)
Gjestedøgn - kun i Lillehammer	241 millioner kroner (6 prosent)	3 236 kroner per døgn
Vektede gjestedøgn - inkluderer nærliggende kommuner	650 millioner kroner (15 prosent)	1 201 kroner per døgn

Oslo Economics' estimater basert på Epinion og Innovasjon Norges forbrukskalkulator og statistikk fra Statistisk sentralbyrå (Tabell 12894 og 03174)

Turisters bidrag til detaljhandel i Lillehammer kommune i juli-august

Videre har vi analysert hvordan resultatene endrer seg dersom vi kun ser på juli–august. Den totale detaljhandelsomsetningen i Lillehammer kommune var om lag **756 millioner kroner** i juli–august i 2024. For at turister skal stå for halvparten av omsetningen i denne perioden, kreves et samlet turistkonsum på omtrent **378 millioner kroner**.

Våre estimater på turisters bidrag til varehandelen i Lillehammer kommune i juli-august fremgår av Tabell 2.

Ved å kun inkludere gjestedøgn i Lillehammer, estimeres turisters bidrag til detaljhandelen i juli–august til om lag **78 millioner kroner**, tilsvarende **10 prosent** av total omsetning. Når vektete gjestedøgn fra omkringliggende kommuner inkluderes, øker det estimerte bidraget til **198 millioner kroner**, som utgjør **26 prosent** av omsetningen i perioden. Videre viser break-even analysen at dersom kun gjestedøgn i Lillehammer inkluderes, må turister i gjennomsnitt bruke om lag **1 750 kroner** per døgn på detaljhandel for å utgjøre 50 prosent av detaljhandelen i perioden. Når vektete gjestedøgn fra nærliggende kommuner tas med, reduseres det nødvendige forbruket til om lag **700 kroner** per døgn.

Tabell 2: Estimater på turisters bidrag til varehandel – hele kommunen i juli–august

	Estimat varehandelsomsetning til turister	Break-even (hvor mye en turist må handle for per døgn)
Gjestedøgn - kun i Lillehammer	78 millioner kroner (10 prosent)	1 762 kroner per døgn
Vektete gjestedøgn - inkluderer nærliggende kommuner	198 millioner kroner (26 prosent)	694 kroner per døgn

Oslo Economics' estimater basert på Epinion og Innovasjon Norges forbrukskalkulator og statistikk fra Statistisk sentralbyrå (Tabell 12894 og 03174)

Turisters bidrag til detaljhandel i Sentrum Vest

Sentrum Vest er det største handelsområdet i kommunen, med 54 prosent av Lillehammers totale detaljhandelsomsetning i 2024. Vi har ikke data som viser hvordan turistenes varehandel fordeler seg på ulike områder, og det er derfor usikkert hva som er turistenes konkrete bidrag til varehandelen i Sentrum Vest. Vi bruker derfor ulike tilnærminger for å vurdere om det er sannsynlig at turistenes bidrag til varehandelen overgår 50 prosent i Sentrum Vest.

I 2024 var den totale detaljhandelsomsetningen i Sentrum Vest om lag **2,3 milliarder kroner**, hvorav **409 millioner kroner** ble omsatt i juli–august. For at Sentrum Vest skal kunne klassifiseres som et typisk turiststed, må turister stå for **1,15 milliarder kroner** på årsbasis og **205 millioner kroner** i juli–august.

Gitt estimatet på turisters forbruk per døgn og antall gjestedøgn (inkl. gjestedøgn i omkringliggende kommuner), anslo vi tidligere at turistenes varehandel utgjør om lag 650 millioner kroner i året i Lillehammer. Selv hvis turistenes varehandel i Lillehammer utelukkende skjer i Sentrum Vest, vil dermed deres andel av varehandelen være godt under 50 prosent i Sentrum Vest når vi vurderer året under ett.

I sommermånedene står sannsynligvis turistene for en større andel av varehandelen i Sentrum Vest, men om andelen overstiger 50 prosent er mer usikkert. Vi estimerte at turister står for om lag 198 millioner kroner i omsetning i kommunen som helhet i juli/august. Dersom turistene utelukkende handler i Sentrum Vest, vil turistene stå for om lag halvparten av omsetningen i Sentrum Vest i juli/august. Samtidig er det lite sannsynlig at handelen fra turister utelukkende foregår i Sentrum Vest.

Vi har også vurdert hvor mange kroner hver turist i gjennomsnitt må legge igjen i Sentrum Vest per overnattingsdøgn for at turister skal utgjøre 50 prosent av omsetningen i Sentrum Vest (Tabell 3).

Tabell 3: Break-even analyse (turisters nødvendige bidrag til varehandel) – Sentrum Vest (hele året og juli/august)

	Break-even (hvor mye en turist må handle for per døgn) – hele året	Break-even (hvor mye en turist må handle for per døgn) – juli/august
Gjestedøgn - kun i Lillehammer	1 737 kr per døgn	953 kr per døgn
Vektete gjestedøgn - inkluderer nærliggende kommuner	645 kr per døgn	375 kr per døgn

Hvis vi kun legger til grunn overnattingsdøgn som genereres i Lillehammer, må hver turist legge igjen rundt **1740 kroner** i Sentrum Vest per turisdøgn i løpet av året som helhet, og rundt **950 kroner** i juli–august. Hvis vi benytter vektete gjestedøgn (som også inkluderer gjestedøgn i nærliggende kommuner), må hver turist legge igjen rundt **650 kroner** i Sentrum Vest per turisdøgn i løpet av året som helhet, og rundt **375 kroner** i juli–august.

Turisters bidrag til detaljhandel på CC Strandtorget og øvrige deler av Sentrum Vest (ekskl. CC Strandtorget)

Sentrum Vest omfatter både kjøpesenteret CC Strandtorget og sentrumsområdet i Lillehammer, og varehandelen er relativt like fordelt mellom disse områdene. Potensielle forskjeller i omfang av turister og handelsmønster, gjør det relevant å analysere Strandtorget og øvrige sentrumsområder hver for seg. Analysene er gjennomført både for året som helhet og for juli–august, som er den mest besøkte perioden. I analysene har vi lagt til grunn vektete gjestedøgn.

CC Strandtorget utgjorde i 2024 litt over halvparten (53 prosent) av den totale omsetningen i detaljhandelen i Sentrum Vest. Den samlede omsetningen i området var 2 308 millioner kroner, hvorav CC Strandtorget sto for 1 231 millioner kroner, mens øvrige deler av Sentrum Vest sto for 1 077 millioner kroner. I juli–august ble det omsatt for totalt 409 millioner kroner i Sentrum Vest. Av dette ble 226 millioner kroner (55 prosent) generert på CC Strandtorget, mens de øvrige delene av området sto for 183 millioner kroner.

Tabell 4: Break-even analyse (turisters nødvendige bidrag til varehandel) – Strandtorget og øvrige deler av sentrum (hele året og juli/august)

	Break-even (hvor mye en turist må handle for per døgn) – hele året	Break-even (hvor mye en turist må handle for per døgn) – juli/august
Strandtorget	345 kr per døgn	207 kr per døgn
Øvrige sentrumsområder	302 kr per døgn	168 kr per døgn

For året sett under ett må hver turist må legge igjen rundt 350 kroner per turisdøgn på Strandtorget, og rundt 300 kroner i øvrige sentrumsområder, for at turistenes bidrag til varehandelen skal være høyere enn 50 prosent. Dersom vi bare vurderer juli–august, kreves tilsvarende et gjennomsnittlig forbruk per turist på **litt over 200 kroner** på CC Strandtorget, eller **170 kroner** i de øvrige delene av Sentrum Vest.

Videre har vi beregnet hvor stor andel av sitt totale forbruk turistene må legge igjen i de ulike delene av Sentrum Vest for å kunne stå for halvparten av den samlede omsetningen i hvert av områdene. For at turister skal bidra med 50 prosent av omsetningen på CC Strandtorget, må om lag **95 prosent** av turistenes beregnede forbruk i Lillehammer finne sted ved Strandtorget. Tilsvarende må omtrent **83 prosent** av turistforbruket rettes mot de øvrige delene av Sentrum Vest for at de skal utgjøre halvparten av omsetningen der.

I juli og august er kreves litt mindre andeler: Turistene må da legge igjen rundt **58 prosent** av sitt forbruk på CC Strandtorget, eller **47 prosent** i de øvrige delene, for å nå samme relative bidrag. Hvis turistenes varehandel fordeler seg relativt likt mellom disse områdene, vil dermed turistenes bidrag av varehandelen kunne utgjøre opp mot 50 prosent i begge områder.

1.5 Oppsummering

Våre analyser er basert på enkle beregninger, men de indikerer at det er lite sannsynlig at turister står for over 50 prosent av den totale varehandelen i Lillehammer – både når vi ser hele året under ett og juli–august isolert. Turistenes relative bidrag til varehandelen er sannsynligvis høyere i juli og august enn i resten av året, men våre beregninger tyder på at turistenes bidrag til varehandelen i Lillehammer også er under 50 prosent i sommermånedene.

I delområdet Sentrum Vest er sannsynligvis turistenes bidrag til varehandelen større enn i kommunen som helhet, siden turistenes handel trolig i stor grad skjer i sentrumsområdene. Våre beregninger tyder likevel på at det er lite sannsynlig at turistene står for over 50 prosent av varehandelen i Sentrum Vest når vi ser året under ett. I sommermånedene er trolig turistenes bidrag til varehandelen i sentrum større, men det er usikkert om turistenes andel av varehandelen overstiger 50 prosent. Dette avhenger blant annet av i hvilken grad turistenes varehandel skjer i sentrumsområdene, og vi har ikke gode data for å vurdere turistenes handlemønster i Lillehammer. Hvis turistenes varehandel i hovedsak skjer i Sentrum Vest, vil turistenes bidrag til varehandelen i Sentrum Vest kunne nærme seg 50 prosent i sommermånedene. Det er også usikkert hvordan turistenes varehandel i sentrum fordeler seg på Strandtorget og øvrige deler av Sentrum Vest. Hvis turistenes varehandel i all hovedsak skjer i Sentrum Vest og handelen fordeler seg relativt likt på disse to handelsområdene, tyder våre beregninger på at turistenes bidrag til varehandelen kan utgjøre opp mot 50 prosent ved både Strandtorget og i sentrum i sommermånedene.