

ØF-Notat nr.: 01/2004

Ny utbygging på Sjusjøen

**- Konsekvenser, muligheter
og kritiske faktorer**

av

Kristian Lein

Tor Arnesen

Østlandsforskning

er et forskningsinstitutt som ble etablert i 1984 med Oppland, Hedmark og Buskerud fylkeskommuner samt Kommunaldepartementet som stiftere, og har i dag 25 ansatte.

Østlandsforskning er lokalisert i høgskolemiljøet på Lillehammer. Instituttet driver anvendt, tverrfaglig og problemorientert forskning og utvikling.

Østlandsforskning er orientert mot en bred og sammensatt gruppe brukere. Den faglige virksomheten er konsentrert om to områder:

Regional- og næringsforskning
Offentlig forvaltning og tjenesteyting

Østlandsforsknings viktigste oppdragsgivere er departement, fylkeskommuner, kommuner, statlige etater, råd og utvalg, Norges forskningsråd, næringslivet og bransjeorganisasjoner.

Østlandsforskning har samarbeidsavtaler med Høgskolen i Lillehammer, Høgskolen i Hedmark og Norsk institutt for naturforskning. Denne kunnskaps-ressursen utnyttes til beste for alle parter

ØF-Notat nr.: 01/2004

Ny utbygging på Sjusjøen

**- Konsekvenser, muligheter
og kritiske faktorer**

av

**Kristian Lein
Tor Arnesen**



Tittel: Ny utbygging på Sjusjøen - Konsekvenser, muligheter og kritiske faktorer

Forfattere: Kristian Lein og Tor Arnesen

ØF-notat nr.: 01/2004

ISSN nr.: 0808-4653

Prosjektnummer: K 144

Prosjektnavn: Ny utbygging på Sjusjøen - Konsekvenser, muligheter og kritiske faktorer

Oppdragsgiver: Brøttum Almenning og Philske Sameie

Prosjektleder: Kristian Lein

Referat: Rapporten tar for seg en mulig utbygging av et nytt område vest på Sjusjøen Høyfjellshotell. Området er på ca 25 mål, og er stort sett ubebygd pr i dag. Området er regulert til næringsformål. Målet for prosjektet har vært å utrede hvordan utbygging av dette området er forenlig med økonomiske hensyn og hvordan det kan bidra til å videreutvikle Sjusjøen som hytteområde og reiselivsdestinasjon. Utbyggingen av område 94, må ses i sammenheng med en helhetlig plan/visjon for utviklingen på Sjusjøen. Etter vår oppfatning betyr ikke en utbygging av område 94 etter de rammer som er trukket opp, at det legges begrensninger på utvikling av Sjusjøen som reiselivsdestinasjon og attraktivt hytteområde. En klar forutsetning for at en utbygging av området vil være positiv for Sjusjøen er at den harmonerer med Sjusjøens profil i reiselivsmarkedet (turski-/familiedestinasjon), at det legges til rette for estetisk fullverdige løsninger og at en finner gode løsninger mht. infrastruktur og arealbruk.

Sammendrag: Nei

Emneord: Sjusjøen, utvikling, regulering

Dato: Januar 2004

Antall sider: 29

Pris: Kr 100,-

Utgiver: Østlandsforskning
Serviceboks
2626 Lillehammer

Telefon 61 26 57 00
Telefax 61 25 41 65
e-mail: post@ostforsk.no
<http://www.ostforsk.no>

? Dette eksemplar er fremstilt etter KOPINOR, Stenergate 1 0050 Oslo 1. Ytterligere eksemplarfremstilling uten avtale og strid med åndsverkloven er straffbart og kan medføre erstatningsansvar.

Innhold

1. Bakgrunn.....	7
2. Sjusjøen i dag: reiselivsdestinasjon og ”hytteby”.....	8
3 Eventuell utbygging av område 94	9
3.1 Områdets størrelse og beskaffenhet	9
3.2 Sammenheng med område 93.....	9
3.3 Utbygging av området	9
4 Behov i forhold til tilrettelegging og tilbud - Informasjonsinnhenting	11
5 Betydning av utbyggingen for Sjusjøen som destinasjon og hytteområde	14
6 Konsekvenser av utbygging for trafikk og arealbruk samt behov for tilrettelegging.....	18
7 Økonomi- og markedsvurderinger.....	23

Forord

Denne rapporten er laget på oppdrag fra Brøttum Almenning og Philske Sameie. Den omhandler utbygging av et areal (område 94) som hittil ikke har vært utbygget. Rapporten tar for seg betydningen for Sjusjøen av en evt. utbygging, betingelser for utbygging samt konsekvenser for arealbruk og behov for fysisk tilrettelegging.

I arbeidet med rapporten har vi intervjuet flere næringsdrivende på Sjusjøen. Vi takker for den bistand vi har fått. Alle vurderinger og selvsagt likevel for utredernes regning.

Lillehammer, desember 2003

Kristian Lein
Prosjektleder

1. Bakgrunn

Rapporten tar for seg en mulig utbygging av et nytt område vest for Sjusjøen Høyfjellshotell. På kart er det merket av som område 94, se kart . Området er på ca 25 mål, og er stort sett ubebygd pr i dag. Området er regulert til næringsformål.

Målet for prosjektet har vært utrede hvordan utbygging av dette området er forenlig med økonomiske hensyn og hvordan det kan bidra til å videreutvikle Sjusjøen som hytteområde og reiselivsdestinasjon. Oppdragsgiverne ønsker dermed å sette en evt utbygging i sammenheng med utvikling av Sjusjøen som sted og destinasjon.

Aktuelle problemstillinger har vært:

- vil en utbygging være *kommersielt forsvarlig*
- hva er *forutsetninger/kritiske faktorer* til ulike former for utbygging/utnyttelse
- hvilken utbygging og utnyttelse av området vil *tjene Sjusjøen som turistdestinasjon*
- hvordan vil utbygging av området *påvirke Sjusjøen som område* med hensyn til trafikkmonster og arealbruk
- hvilke *typer tilrettelegging* bør finnes sted mht. til infrastruktur i lys av evt. utbygging og sett i forhold til andre behov som allerede eksisterer.

Prosjektet ble startet opp i februar, og utkast til rapport foreligger nå litt etter tidsplanen. Som et ledd i prosjektarbeidet har det vært foretatt befaringer på Sjusjøen, det er også avviklet 3 møter med tre sentrale næringsdrivende på Sjusjøen. For øvrig er det hentet inn øvrig informasjon av nytte for prosjektet.

Kapittel 2 beskriver Sjusjøen som reiselivs- og hytteområde. Kap 3 omtaler det aktuelle området og utbyggingsalternativer. I kap 4 rettes oppmerksomheten mot behov for tilrettelegging for turister og hytteeiere. Hvilken betydning utbyggingen har for Sjusjøen som reiselivsdestinasjon og hytteområde behandles i kap 5, mens kap 6 ser på konsekvenser av utbygging for trafikk og arealbruk og behov for tilrettelegging som evt. utbygging skaper. Til slutt i rapporten gjøres det i kap 7 vurderinger økonomi og markedsmuligheter knyttet til utbyggingen.

2. Sjusjøen i dag: reiselivsdestinasjon og ”hytteby”

Sjusjøen er i kommersiell sammenheng å oppfatte som en typisk turskide destinasjon. Videre er området kjennetegnet ved at det finnes en betydelig “tradisjonell” overnattingsnæring i form av hoteller, fjellstuer, etc. På Sjusjøen og området rundt (Ringsakerfjellet) finnes det et stort antall private hytter. Totalt i Ringsakerfjellet er det tale om ca 5000 private hytter (Arnesen og Hesthagen 1998), en kan regne at ca halvparten av disse ligger i hyttefeltene i Sjusjøen-området. Det finnes også en ikke ubetydelig dagsturtrafikk, særlig fra Lillehammer og deler av Ringsaker.

Sjusjøen AS opererer med et samlet antall kommersielle gjestedøgn på ca 150.000, hvorav anslagsvis 50-60 prosent er i vintersesongen. Fordelingen på gjestedøgnene er gitt ved ca 100.000 i hoteller, fjellstuer og de utleiehyttene som finnes på Sjusjøen, ca 30.000 i caravanparken og ca 30.000 i høystandardhytter som leies ut i regi av Sjusjøen Hytteutleie.

Det ser ut til at de “tradisjonelle” overnattingsbedriftene på Sjusjøen har opplevd stagnasjon, mange sliter med anstrengt økonomi og har lite ressurser til fornyelse og aktivt markeds- og utviklingsarbeid. Det har vært en viss nedgang i den kommersielle trafikken utover 90-tallet (Myklebust 1999).

En viktig tendens i det kommersielle reiselivsmarkedet på Sjusjøen er den økte betydningen av selvhusholdning, som også er en av de tunge trender i ferie- og fritidsmarkedet på vinterstid totalt sett (Flognfeldt 1999). Denne økningen er særlig representert ved utviklingen av caravanparken på Sjusjøen, og Sjusjøen Hytteutleie som formidler utleie av høystandard privathytter. Sistnevnte har i dag ca 50 hytter i denne kategorien.

Antallet private hytter i Ringsakerfjellet har økt vel 10 prosent i perioden 1980 – 2000. Grunneierne i området er blitt mer aktive i videreutviklingen av Sjusjøen, både innenfor hyttebygging, tilrettelegging av infrastruktur og andre fellestiltak. Sjusjøen ser ut til å beholde sin attraktivitet i det private hyttemarkedet, noe økende priser, opprusting av eksisterende hyttefelter samt utbygging av nye hytter og hyttefelter, skulle vitne om. Basert på tidligere undersøkelser, utgjør overnatting i private hytter en mye større trafikk til Sjusjø-området enn de kommersielle overnattingene. Dette gir bl.a viktige implikasjoner for markedsgrunnlaget til så vel serveringsbedrifter, butikker og annen type tjenesteyting, som for nye alpinanlegget i Natrudstilen.

3 Eventuell utbygging av område 94

3.1 Områdets størrelse og beskaffenhet

Område 94 er 25,2 daa. Ca to tredeler av området eies av Philske sameie, mens Brøttum Almenning eier ca en tredel. Noe av området er bebygd, men mesteparten er ikke bebygd. Området er (sør-)vestvendt, og pr i dag stort sett skogbevokst. Avstanden til ”sentrum” i Sjusjøen er 8-900 meter i luftlinje (om lag 1,3 km veistrekning). Adkomst til sentrum er ned til veien fra Nordseter, 500 meter østover langs denne og til venstre nordover langs fylkesveien fra Mesnalia 6-700 meter.

Området ligger inntil (med en vei imellom) område 93. Her ligger Sjusjøen Høyfjellshotell, samt noe annen bebyggelse. Område 93 er om lag like stort som område 94.

3.2 Sammenheng med område 93

Slik vi forstår premissene fra grunneierne skal utviklingen og utbyggingen av område 94 både tjene Sjusjøen som område og fremme Sjusjøen som reiselivsdestinasjon, samtidig som hensyn til natur og miljø ivaretas.

Spesielt er det viktig å se område 94 i sammenheng med område 93. Område 93 er pr i dag næringsmessig dominert av Sjusjøen Høyfjellshotell. Utviklingen av område 94 må være forenlig med en helhetlig utnyttelse av begge områder. Det er naturlig å tenke seg en utnyttelse av område 94 som trekker fordeler av de tilbud som hotellet kan tilby framtidig brukere/gjester/beboere i området. Ideelt sett bør utviklingen av område 94 legge til rette for utvikling av nye tilbud i område 93, som neste omgang kan øke attraktiviteten av område 94 for gjester, beboere og andre brukere.

3.3 Utbygging av området

Tanker og planer for utnyttelse av område 94 befinner seg foreløpig på et tidlig stadium. Østlandsforskning legger til grunn at det finnes få føringer og bindinger mht. utnyttelse av området, jf de dimensjoner som ble berørt i avsnittet over. Vi tar til etterretning at området er regulert til næringsformål i dag, men går ut fra at dette ikke vil legge begrensinger for en åpen vurdering knyttet til utvikling og utbygging av området.

Det er foreløpig ikke lagt planer for den fysiske utbyggingen av området i form av utbyggingstakt, utnyttelsesgrad, sammensetning av ”kalde”/”varme” senger, standard på botilbud, sammensetning av selvhushold/hotellsenger, størrelse på boenheter, etc. For å ha et utgangspunkt legges det i samråd med oppdragsgiverne foreløpig til grunn følgende:

- utnyttelsesgrad 15 pst.
- 40 enheter til utleie
- 10 eierenheter
- kombinasjon hytter/leiligheter ikke fastsatt
- størrelsesfordeling foreløpig uspesifisert, men utnyttelsesgrad og nevnte antall tilsier en gjennomsnittsstørrelse på 75 kvm.

Det er altså ikke lagt inn boliger ettersom det anses som lite aktuelt å blande boliger og utleieenheter på et så vidt lite område.

4 Behov i forhold til tilrettelegging og tilbud - Informasjonsinnhenting

Ettersom utbygging av område 94 er ment å skje i rammen av en samlet utvikling av Sjusjøen som destinasjon og hytteområde, må det tas stilling til *spørsmålet om hva som er "ønsket" utvikling for Sjusjøen*. Dette er selvfølgelig et stort og vanskelig spørsmål. En praktisk innfallsvinkel kan derfor være: hvilke typer tilrettelegging, tilbud og infrastruktur er det behov for å utvikle? Og dernest: kan et evt. utbygging bidra til slike tilbud utvikles, og hvilke typer samspill er i så fall nødvendig?

Det var naturlig å gå til noen av dem som står nærmest disse problemstillingene, nemlig de næringsdrivende. Nedenfor er det sammenfattet synspunkter mht. videreutvikling og tilrettelegging. For oversiktens skyld og for å knytte an mot vurderingstemaene i kap 5 – 7 har vi strukturert innspillene i hhv. Kommersiell utvikling, Behov for nye tilbud og fellestiltak, samt infrastruktur og tilrettelegging. Uttalelsene er anonymiserte.

Kommersiell utvikling

- Det er neppe behov for flere leiligheter, bl.a fordi flere av aktørene går med tanker om ombygging fra fullservice til utleieenheter.
- Det er vanskelig å skape lønnsomhet i hytteutleie, spesielt i dagens dårlige marked i reiselivsbransjen og høye byggepriser.
- 50 hytter utgjør ikke mye i høysesong, men kan være ganske tøff konkurranse i lavsesong.
- Er likevel positiv til nye tilbud, tror neppe dette vil gå ut over de andre overnattingsbedriftene på lengre sikt.
- Det viktigste som har skjedd på Sjusjøen de senere år (i kommersiell forstand) er utbyggingen av caravanplassen. Uten denne ville en neppe fått Rimi til Sjusjøen.
- Det bør satses på leiligheter med moderat standard og størrelse, "luksustilbud" er det neppe behov for og vil ikke passe med Sjusjøens profil.
- Sjusjøen må få beholde sitt særpreg, ser med skrekk på leilighetsanlegg a la Gaiastova. Det er bedre å satse på hytter enn leiligheter.
- Ser en på reiselivets behov er ikke ny utbygging av overnattingskapasitet det første grunneierne burde satse på, heller utvikle aktivitetstilbudet i sentrum, jf nedenfor.

Behov for nye tilbud og fellestilak

- Grunneierne må gå i front. Det er ingen andre som økonomi til å bidra nevneverdig.
- Det er nødvendig at særlig grunneierne har en visjon for hvordan en vil utvikle Sjusjøen.
- Fram til ganske nylig har grunneierne vært lite interessert i reiselivets problemer og utfordringer, men dette endrer seg nå. Stikkord: generasjonsskifte og den rollen Ringsaker etter hvert har tatt i å utvikle og utbygge Rømåsen.
- Det er mange typer fellestilbud en kunne ønske seg. Øverst på lista står en Fjellgård som inkluderer ulike tilbud til turister slik som f.eks dyr, utsalg av brukskunst, kafe, etc. Dette har vært diskutert noe tidligere, men strandet pga. økonomi. Dette kunne likevel være aktuelt hvis en kunne finne et realistisk nivå.
- Innendørs badeanlegg, evt. aktivitetshus med ulike innendørsaktiviteter, ville også vært kjærkomment, men dette krever betydelige investeringer og er neppe bedriftsøkonomisk lønnsomt.
- Område 94 er ikke ideelt for bygging av en fjellgård, det ligger for langt unna vannet. Dette tilbudet bør spille på nærheten til vannet og turstiene rundt det.
- Restauranttilbud av relativt høy klasse står også på "ønskelista", da dette kan være et tilbud både til hytte-/caravanfolket og hotellgjestene, men dette er det neppe marked for på kort sikt.
- Varehandelstilbudet er ganske godt utbygd, og det er neppe verken marked eller behov for noe særlig mer.
- Bensinstasjon/bensinsalg har vært prøvd flere ganger uten å lykkes.
- Problemet både med bensinsalg, handelstilbud (utenom dagligvare og dels sport) og restauranttilbud er at en kombinasjon at lavsesongene er for lange, avstanden til Lillehammer er for kort til å unngå konkurransen derfra samt at hyttefolket i liten grad etterspør restauranttilbud.
- En må videreutvikle og bygge på Sjusjøens profil, og i den sammenheng er det behov for forskjønning og "estetisk opprusting". Her er det langt fram, men noen tiltak er enklere enn andre (f.eks enhetlig skilting), og en må i hvert fall sørge for at det ikke går gale veien og gjøre flere feilgrep a la plasseringen av caravanparken.

- Viktig å beholde ”grønne lunger” i sentrum, og unngå for stor fortetting.
- ***Infrastruktur og tilrettelegging***
- Et nytt område for utbygging må tilpasses også trafikkmessig, slik at det kan ”flettes inn” den øvrige infrastrukturen på Sjusjøen.
- Det er tvilsomt om utviklingen av det nye området i seg selv kan gi gevinster mht. trafikk og tilrettelegging, til det ligger området for avsides i forhold til dagens trafikkstrømmer. Hvis derimot utbyggingen skulle være et signal om, evt en økonomisk mulighet til, å satse på bl.a infrastrukturtiltak, er jo det annen sak.
- Det bør lages en direkte forbindelse for myke trafikanter fra det aktuelle området til sentrumsområdet, noe det sannsynligvis er praktisk mulig å få til.
- Det går skiløyper gjennom det aktuelle området som legges om dersom det blir utbygging.
- Det er stort behov for å tilrettelegge bedre for myke trafikanter, bl.a ved å lage en bedre sammenhengende gangvei/-sti fra innkjøringen til Rømsåsen opp til sentrum.
- Det eksisterende gangveinettet henger ikke godt nok sammen, bl.a er det behov for bedre forbindelser fra turistbedriftene ut til løypenettet, en skikkelig gangvei rundt Sjusjøen.
- Det bør arbeides med tilrettelegging av flere løypetraseer som det kan lages ”tidligløyper” på før jul.
- Det er behov for rulleskiløyper.
- Birkebeinerrittet er en egen problemstilling. Det finnes pr i dag ikke en egnet trase gjennom sentrumsområdet, med det resultat at hele området stenges av med de ulemper det påfører reiselivs- og handelsbedriftene.

Vi vil ikke vurdere de enkelte idéer/forslag som framkommer ovenfor, men vil komme tilbake til hva vi oppfatter som tiltak og tilrettelegging som kan ha relevans ifm. utbygging av område 94.

5 Betydning av utbyggingen for Sjusjøen som destinasjon og hytteområde

Utbygging av overnatting på vinterdestinasjoner

Spørsmålet er hvilken betydning ulike utbyggings- og utviklingsalternativer kan ha for Sjusjøen i næringsssammenheng.

I prinsippet kan eiendommen utnyttes i form av

- a) salg av hytter/hyttetomter
- b) salg av leiligheter
- c) utleie av hytter ("selvservice")
- d) utleie av leiligheter ("selvservice")
- e) hotell (eller annet "fullserviceopplegg")

Utleie kan skje i form av enten a) utleie i regi av grunneierne, b) at driften av utleien settes bort til andre aktører samtidig som grunneierne sitter med eiendomsmassen, eller c) at tomt blir solgt til næringsdrivende som selv bygger/driver utleievirksomhet. En modell som i prinsippet lar seg kombinere med alle disse alternativene er det såkalte sale-lease back konseptet¹. Det innebærer kort fortalt at hyttene/leilighetene selges til en privatperson eller selskap, men at boenheten inngår i en "utleiepool" og leies ut når eierne ikke benytter den. Ofte er det knyttet restriksjoner til eiernes bruk av enheten for muligjøre en rasjonell utleievirksomhet (Horwath 1999).

Etterspørselen etter selvhusholdsenheter er den typen overnatting som har vokst raskest (BI 2002). Det er også i denne delen av markedet hvor tilbudet har vokst raskest på norske vinterdestinasjoner. I de siste årene har det også blitt bygget nye hoteller på vinterdestinasjoner (Kvitfjell, Hafjell). Sett fra utredernes side er det behov for å fornye standard og profil på hotell- og overnattingsbedriftene på Sjusjøen. Det anses likevel som lite realistisk, så vel som lite ønskelig fra grunneiere og overnattingsnæringen på Sjusjøen, å bygge opp ny hotellkapasitet.

I forhold til de føringer som er lagt fra grunneierne side så langt, er det mest aktuelt å bygge ut hytter eller leiligheter for utleie/salg, jf kap 3. Basert på inntrykkene fra informasjonsinnhenting ser det ut til å være størst stemning fra den eksisterende næring for hytter framfor leiligheter, dette har med både profil og estetikk å gjøre.

¹ Dette gjelder også "Time-share", dvs. delt eierskap som f.eks er basert på kjøp av ukeandeler.

For å legge til rette for størst mulig aktivitet i en destinasjon, og dermed størst mulig omsetning og tilbud til turister/hytteiere og fastboende, er det i dag anerkjent at det er viktig å et høyt belegg på det sengetilbud som finnes. "Kalde senger", dvs. senger som ikke er i bruk, reduserer kjøpekraften i destinasjonen og kan være ødeleggende for muligheten til å skape tilbud og videreutvikle destinasjonen (Horwath 1999). Spesielt er det viktig at det finnes et "levende" sentrum på dag- og kveldstid som gjør stedet attraktivt for besøkende og kan danne grunnlaget for drift av tilbud av ulike slag (butikker, bevertning, kulturtilbud, etc).

Mønsteret fra mange vinterdestinasjoner (særlig de litt større), i både inn og utland, er at det kun tillates utbygd "varme senger" i sentrum av destinasjonene, i form av enten tradisjonelle hoteller, regulær utleievirksomhet av leiligheter/hytter, enheter i sale-lease back konsepter eller ulike former for time-share opplegg.

Prinsipper for ny utbygging på Sjusjøen

Hvorvidt disse mønstrene fra større destinasjoner, som ofte er rettet mot alpinmarkedet, er gyldige for Sjusjøen kan ikke tas for gitt. Sentrale spørsmål å stille og forsøke å besvare i denne sammenheng er bl.a

- om en evt utbygging av "varme senger" i den størrelsesorden det her er snakk om vil ha noen betydning i å generere mer trafikk til Sjusjøen
- hva skal til av økt tilstrømning for å skape grunnlag for nye tilbud i området
- i hvilken grad vil et nytt tilbud i område 94 konkurrere med eksisterende overnattingsnæring i forhold til skape grunnlag for økt/ny trafikk
- evt. prinsipielle sider knyttet til utbygging på Sjusjøen

Erfaringene fra Rømsåsen (Sjusjøen Hytteutleie) er at det har vært marked for høystandard hytter for selvhusholdning i Sjusjøen-området. Etter hva vi forstår har ikke disse hyttene i særlig grad tatt trafikk fra de andre overnattingsbedriftene på Sjusjøen. En viktig årsak til dette antas å være at dette har vært et nytt tilbud i området. Etersom dette tilbudet allerede er etablert, og det oppe ved Sjusjøen for øvrig finnes tilbud i form av selvstellsenheter, er det vanskelig å utvikle et nytt tilbud uten å komme i konkurranse med eksisterende tilbud. På den annen side er det et relativt lite tilbud av hytter (evt. leiligheter) i den størrelsesorden det er snakk om her (ca 75 kvm) i Sjusjøen-området.

For utvikling av Sjusjøen som destinasjon og for å danne basis for tilbud både til hytteiere, turister og fastboende ville det beste være å bygge "varme senger". I forhold til kriteriene som Horwath stiller opp (jf ovenfor) for utbygging av "kalde"/"varme" senger, er det imidlertid noe uklart om det aktuelle området hører til sentrumsområdet på Sjusjøen. Uansett er det vanskelig å tenke seg at det vil være noen ulempe for destinasjonen, og de øvrige næringsdrivende, å ha fleste mulig "varme" senger i området. Ulempen til utbygging av "varm kapasitet" knytter seg først og fremst til størrelsen på det økonomiske engasjementet,

samt risikofaktorer, spesielt knyttet markedsforholdene i det kommersielle overnattingsmarkedet generelt og det aktuelle markedssegmentet spesielt. Vi i kap 7 komme nærmere tilbake til dette.

Det sentrale for både bedriftsøkonomisk avkastning av et nytt tilbud, og ikke minst for destinasjonen som helhet, er at tilbudet blir mest mulig *markedstilpasset*. Kaizen (2000) framholder at mange av de reisemålene som opplever høy lav kapasitetsutnyttelse i vintersesongen, ikke har et markedstilpasset tilbud. Fellestrekk ved de reisemål som opplever høy utnyttelse av kapasiteten har: ”et omfattende (etter norske forhold) alpintilbud og en høy andel selvstellssenger. Det er disse områdene potensialet for økt vekst er størst. Kontinuerlig videreutvikling av tilbudene og vekst i kapasiteten er også en del av markedstilpasningen” (Kaizen, s. 99). Etter vårt syn kan dette likevel ikke tas til inntekt for at den er noen opplagt strategi å satse på utbygging av selvhusholdstilbud, bl.a fordi den sammenhengen det vises til ovenfor først og fremst kan utledes fra utviklingen i de større destinasjonene.

Det er derfor viktig at en utbygging av område 94 skjer innenfor rammen av markedstilpasning og at den skjer i tråd med en *bevisst villet utvikling av Sjusjøen som destinasjon*. Sistnevnte er ikke minst viktig i og med at to av de tre viktige grunneiere sitter sentralt i prosjektet, både i egenskap av grunneiere, initiativtakere til utbygging og muligens som direkte involvert i utbygging og evt. drift. I egenskap av grunneiere som henter inntekter fra både overnattingsnæring, øvrig næringsvirksomhet og hytteeiere, og som viktig aktør i arbeidet med tilrettelegging/infrastruktur, har grunneierne et sterkere incentiv enn ”vanlige” næringsdrivende til å bidra til en utvikling som kan utvikle Sjusjøen både som destinasjon og som hytteområde. I denne sammenheng er det bl.a viktig å ha et forhold til bl.a

- hvilke kunde grupper en vil henvende seg til,
- hvilke styrker/svakheter Sjusjøen har i forhold til konkurrerende destinasjoner
- hvilke ressurser en rår over, både økonomiske, menneskelige og organisatoriske
- sentrale trender i reiselivsmarkedet, og deres betydning for destinasjoner som Sjusjøen.

I denne sammenheng vil vi nevne at mange av de særlig større vinterdestinasjonene har gjennomført såkalte Masterplan-prosesser der målsettingen er å lage en overordnet konseptplan for skistedet. Dette medfører bl.a en balansering av heiskapasitet, nedfarter, antall ”varme”/”kalde” senger, intern logistikk, behov for infrastruktur, og tilbud av ulike slag. I disse prosessene trekkes de ulike interessentene (slik som grunneiere, kommune, næringsdrivende, miljøinteresser, m.fl) aktivt inn i planarbeidet. Mange av de mindre vintersportsstedene har ikke behov for omfattende og kostbare masterplaner. Det kan for disse tenkes utarbeidet en form for ”Masterplan-light”, eller utviklingsplan for destinasjonen, som inneholder en del elementene fra et Masterplan arbeid slik det er beskrevet ovenfor (jfr Kaizen 2000).

Vi vil ikke her foreslå konkret verken en Masterplan, eller ”Masterplan-light”, dette må det være opp til aktørene på destinasjonen å ta stilling til. Videre utvikling bør imidlertid være

basert på en mer eller mindre formalisert plan for utvikling av destinasjonen, der grunneiernes rolle er definert og der de ulike aktørene trekkes inn.

6 Konsekvenser av utbygging for trafikk og arealbruk samt behov for tilrettelegging

Vedlagte kart viser et forslag til vei- og stisystem for myke trafikanter – gjeldende for så vel sommer som vinter.

Forslaget baserer seg på følgende prinsipper:

- I størst mulig grad skal eksisterende traseer benyttes – det være seg vei/veistubber, stier og skiløyper.
- Formålet er å binde sammen de forskjellige delene av Sjusjø-området på en sikker måte for myke trafikanter. Utgangspunkt er at området rundt Graaten seter og ned mot Sjusjøvannet bærer de tyngste sentrumsfunksjonene, samtidig som det er viktig å sikre god adkomst for myke trafikanter til attraktive tilbud utenfor dette senteret.
- Vi har tatt utgangspunkt i at stiene skal kunne brukes av syklende, barnevogner, rullestoler mv.
- Gjennomgående har vi forsøkt ikke å forstyrre eksisterende bruksmønster i forhold til beiting og nødvendige gjerder og porter i den sammenheng. I noen tilfeller vil det allikevel være påkrevd å finne nye løsninger. Det vil være nødvendig å finne port- og gjerdeløsninger som forenkler sykling og trafikk med barnevogn.
- I og med at prosjektet har utgangspunkt i utbyggingsområde 94, er det lagt særlig vekt på å utrede hvordan dette området på en bedre måte kan knyttes opp mot området v Graaten og Sjusjøen Fjellstue.
- I dette prosjektet har vi ikke sett på området nord for dette sentrumsområde, og bare i begrenset grad sett på områdene østover mot Vassbakken og sør for Nordseter-Sjusjøveien.
- Vi har videre kun i mindre grad sett på biltrafikken på Sjusjøen, med unntak for biltrafikk knyttet direkte til Område 94. Det er vårt inntrykk at området i sin helhet har rimelig god løsning for biltrafikk, med unntak for parkeringsproblemer i visse topp-perioder i sesongen. Vi har lagt vekt på å skille biltrafikk fra myk trafikk i forbindelse med de tyngst belastede veiene. Hensikten har vært å skissere en løsning som er rimelig ”barnesikker” – og som derfor bidrar vesentlig til å styrke områdetets profil som familievennlig – både sommer og vinter.

Kommentarer til punkter på kartskissen:

Til kartpunkt 1: Inngangen til området – harde trafikanter. Tilgang til området med bil anses som uproblematisk. Det kreves ikke store inngrep eller investeringer inn og ut av området. Når det gjelder veiframføring innad i området byr heller ikke det tilsynelatende på særlige utfordringer. Område 94 ligger rent fysisk greit til for utvikling. All trafikk inn og ut av Område 94 bør begrenses til en vei og en port. Forslaget er at det skjer gjennom hotellets innkjøring fra Sjusjøen-Nordseterveien umiddelbart innfor porten. Avhengig av en mer nøyaktig veiprosjektering i forhold til plassering av hytter og terreng, trekkes veien opp i Område 94.

Til kartpunkt 2: I / rett ved området eksisterer det i dag et verksted/lager for blant annet teknisk utstyr og kjøretøy. Dette er funksjonelt lite forenlig med, og estetisk skjemmende for et hytteområde - og bør derfor flyttes. Det er også uheldig å lede tungtrafikk og trafikk knyttet til arbeidsplassene så langt inn i et område som nå skal ha rekreasjon som sin primære funksjon.

Til kartpunkt 3: Et forslag kan være å få sette opp en ny bygning for verksted/lagerfunksjon ved krysset der den østre innkjøringen til Sjusjøen høyfjellshotell tar av fra fylkesveien. På denne måten blir tilgangen mer rasjonell for tung trafikk, samtidig som tilgang til løypenettet for tråkkemaskiner fremdeles er meget god. Plasseringen åpner også for at et verkstedsmiljø kan komme bedre i kontakt med publikum og kanskje på sikt tilby tjenester (mekanisk drift/vedlikehold). Uansett vil profileringsmulighetene forbedres. Dersom dette området avsettes til næringsområde, kan det videre vurderes utviklet som forretningsområde med en gunstig plassering. Det er grunn til å anta at Rimi slik det nå ligger antakelig vil ha behov for mer rasjonelle areal.

Til kartpunkt 4: Flytting av verksted-/lagerbygg åpner samtidig for en mye strengere regulering av tung trafikk til og fra hotellområdet. Vårt forslag er at det stenges for innkjøring fra fylkesveien i øst (ved kartpunkt 4) - med unntak av for trafikk inn til de tre eksisterende hyttene (enveiskjøring) langs denne veien og for de kjøretøy som skal inn og ut på det nye verkstedsområdet (kartpunkt 3). På denne måten får myke trafikanter fra vest – blant annet fra hotellet og fra Område 94 – en trase ned mot selve Sjusjøen. Denne traseen følger altså veien ned mot verkstedområdet. Utfordringen ligger i selve kryssingen av fylkesveien – se kartpunkt 16

Til kartpunkt 5: Den gamle vegen inn til dagens verksted bør nedgraderes eller prioriteres til myke trafikanter fra Område 94 og områder lenger vest og sørvest. Den gamle verkstedbygningen må vurderes revet eller gis en annen funksjon (felles- og utleiegarasje / bod for boligene i Område 94 og omkring? Utvikle skate-ramper under tak? Innendørs sceneareal med mulighet for åpning mot friluft (se også under kartpunkt 24)?). Innkjøring til eventuell bruk som fellesgarasje må da komme fra den nye veien innad i området - trukket opp ved kartpunkt 1. Om dette er praktisk vil naturligvis avhenge av den mer detaljerte prosjekteringen av Område 94. Under enhver omstendighet må det

gjennomføres en radikal opprydding og forskjøning av verkstedsområdet. Slik det i dag ser ut vil vi anta at det svekker markedsverdien av området som et rekreativt landskap.

Til kartpunkt 6: Den eksisterende veistubben foran hotellet kan brukes både for myke og harde trafikanter, myke for å bli ledet inn i stisystemet inn mot sentrum og ned mot Sjusjøen. Uansett blir det ikke mye motorisert trafikk på denne veistubben.

Til kartpunkt 7: Her følger gang- og sykkelstisystemet eksisterende bilvei. Denne veien blir i veldig liten grad benyttet til motorisert ferdsel i dag. Vi anser at denne samfunksjonen er uproblematisk. Eventuell gjerding/port på denne strekningen må vurderes nærmere.

Til kartpunkt 8: Her tar stien av fra den eksisterende veien (søndre del av Bergsenggutua), og følger opparbeidet trase inn mot lavvoen/fritidsanlegget som Sjusjøen Sport og Aktivitetssenter AS har anlagt her (plassering ved kartpunkt 10). Det er behov for å forbedre denne traseen med tanke på traseens dekke, mens plasseringen anser vi som meget god.

Til kartpunkt 9: Det er også en grei utgang ned til sti som går fra hotellet og østover mot fylkesveien. Fra denne kan det trekkes opp en stiarm som knytter stinettet ned til skistadion og dermed også til den andre siden av Nordeter-Sjusjøvegen. Vi anser kryssing av denne veien som mindre risikabelt fordi veien er mindre trafikkert og mer oversiktlig.

Til kartpunkt 10: Her ligger lavvoen/fritidsanlegget til Sjusjøen Sport og Aktivitetssenter AS. Ved å plassere stisystemet ved dette anlegget får det en bedre eksponering mot publikum, og en bedret tilgjengelighet fra alle kanter. Dette burde gi et bedre potensial i næringsutviklingssammenheng.

Til kartpunkt 11: Her deler stien seg, og en arm trekkes opp mot Sjusjøen fjellstue og en i retning Graaten.

Til kartpunkt 12: Traseen opp mot Sjusjøen fjellstue følger allerede opparbeidet rygg/vei som til dels ligger i heistraseen. Vi anser at traseen kan forbedres til en god sti (bedre dekke) med en forholdsvis liten innsats. Inngangen til selve fjellstueområdet følger et søkk som allerede er tilrettelagt i forbindelse med den opparbeidingen som nå skjer sør for fjellstua. Det kan være behov for å avklare sambruken beitebruk-myktrafikk.

Til kartpunkt 13: Traseen følger dagens skiløypetrase helt og holdent opp til Graaten. – med unntak av en mindre omlegning opp mot kartpunkt 14. Ved kartpunkt 13 må det arrangeres ny kryssing av gjerde.

Til kartpunkt 14: Kryssing av veg (Langbakkgutua) opp til fjellstua regner vi som uproblematisk rent trafikalt sett. For strekket mellom kartpunktene 11 og 14 må det gjøres

en vesentlig oppgradering for at strekket skal ha kvalitet som en sommersti som kan brukes for både sykkel, barnevogn, rullestol mv.

Til kartpunkt 15: For å lede myktrafikken fra området rundt Sjusjøvannet opp mot sentrum må det utvikles et sammenhengende stisystem som fungerer uanhengig av eksisterende vei – en vei som nå er totalt uegnet for myke trafikanter. Det må lages en bred opptrekker inn mot øst i sørlig retning.

Til kartpunkt 16: Her må det finnes en løsning på kryssing av veg for myke trafikanter - hva med et lyskryss som gir rødt når fotgjengerknappen trykkes inn? Krysningområdet samler myktrafikken til og fra selve Sjusjøen fra flere ulike retninger - fra stadion og sørligliggende områder, direkte fra hotellet og Område 94 og fra veitraseen nordvest oppover mot kartpunkt 13 og dermed videre mot Sjusjøen fjellstue (kartpunkt 12). Etter vår oppfatning er traseen for gang- og sykkelsti som er gitt i gjeldende reguleringsplan og her er lagt langs veglegemet til fylkesvegen en dårlig plassering av hensyn til snøbrøyting og sikkerhet. Fra Kartpunkt 16 og mot Mesnali bør det heller velges en trasee som indikert mellom Kartpunkt 16 og Kartpunkt 17.

Til kartpunkt 17: Det må bli mulig å komme til området Vassbakken uten å måtte ut på fylkesveien. Dette krever en nyopparbeiding ned mot bommen inn til Rømåsen.

Til kartpunkt 18: Her følger stien fra kartpunkt 16 østsiden av veien – noe går på eksisterende vei/sti, men for det meste er det snakk om nyopparbeiding. Det er fysisk plass til en slik etablering. I Kartpunkt 18 må det lages en planfri overgang slik det også er regulert for i gjeldende reguleringsplan. Mellom kartpunkt 18 og Kartpunkt 14 følger stien skiløypa, og det er viktig at skiløypa og det planfrie krysset prepareres med dette for øyet.

Til kartpunkt 19: Her må stien krysse vei / parkeringsplass

Til kartpunkt 20: Etter kryssing ved Kartpunkt 19 og opp mot Kartpunkt 20 trekkes stien på vestsiden av fylkesveien opp til Graaten, og møter underveis stien fra øst i Kartpunkt 14. I gjeldende reguleringsplan er gang- og sykkelsti lagt langs veilegemet. Etter vår oppfatning vil det være en bedre løsning å trekke gang- og sykkelsti et stykke bort fra veilegemet (hensyn til brøyting, til sikkerhet og lignende). Ved Kartpunkt 20 må det markeres en fotgjengerovergang.

Til kartpunkt 21: Fra Kartpunkt 20 og opp til Kartpunkt 21 kan det eventuelt opparbeides trase videre vestover – som skissert. Myktrafikk fra sørvest kan for såvidt koples på det skisserte nettet lenger vest – ved kartpunkt 22. Men på sikt kan det være nødvendig å ha etablert gang- og sykkelsti langs denne veien. Vi foreslår også her at gang- og sykkelsti trekkes noe lenger unna veglegemet og i tillegg legges på andre siden av vegen i forhold til det forslaget som ligger i gjeldende reguleringsplan.

Til kartpunkt 22: Det må etableres en sti utenom vei til Mesnalia veg fra leilighetskomplekset og ned til Nordsetervegen .

Til kartpunkt 23: Her krysser stisystemet Nordsetervegen – fotgjengerovergang

Til kartpunkt 24: Ny krysning av Nordsetervegen – tar med seg trafikk fra vestre hytteområder.

Til kartpunkt 25: Det er etter vår oppfatning behov for å utvikle et sceneområde for avvikling av festival med mer. Her ved bredden til Sjusjøvannet burde det være et ideelt område for en slik scene, lett tilgjengelighet, servicetilbud i området, parkering i området, vakker plassering med mer. Se også kommentar til Kartpunkt 4.

Til kartpunkt 26: Det bør utvikles et merket stisystem langs vannet fra Kartpunkt 25 og nordvest. Her bør etter vår oppfatning allmennhetens interesser veie tyngre enn private interesser.

7 Økonomi- og markedsvurderinger

I kapittel 6 konkluderes det med at verksted/lagerbygget som ligger inn mot område 94 må fjernes for å kunne utvikle området til turistformål. For øvrig har vi ikke funnet forhold som praktisk begrenser mulighetene for å bygge ut området. Skulle utbygging bli aktuelt er det selvsagt nødvendig å utarbeide mer detaljerte planer, samt gjøre de nødvendige avklaringer i forhold til planverk og kommunal behandling. Dette ligger i så fall i den videre prosess.

Ettersom det foreløpig synes mest aktuelt å legge til rette for utleieenheter, er det relevant å ta for seg markedstrender og –utvikling i det kommersielle overnattingsmarkedet. Følgende utviklingstrekk er relevante i denne sammenheng:

- markedet for ”skireiser” er ikke i sterk vekst, selv om det for tiden har en ”opptur”. Vanskelig å gi noe godt prosentanslag.
- de større destinasjonene tar en større andel av markedet, både i Norge og Internasjonalt. Gjelder hele ”skireisemarkedet” hvor alpindestinasjonene utgjør den største delen.
- Norge er en svært liten aktør i alle markeder utenom Norge og Sverige.
- ”langrennsdestinasjoner” (kombinert destinasjon etter utbyggingen i Natrudstilen), slik som Sjusjøen, er det gjort få analyser av, og utgjør et ganske lite marked.
- skireisemarkedet er under sterkt press fra andre typer feriereiser.
- den framtidige aldersstrukturen på befolkningen i Europa vil gi færre personer i de aldersgrupper med størst skireiseaktivitet, med følgende prispress som mulig resultat.
- kvalitets- og miljøkravene fra kundene vil øke.
- skireisene konkurrerer i stadig større grad med andre typer ferier og aktiviteter, bl.a fordi prisen på å reise langt stadig synker.
- økt bruk av kortferier reduserer lengden på skireisene.
- Norsk reiselivsnæring totalt har opplevd omsetningssvikt siden 1998, nordmenn søker utenlands i større grad og utenlandsmarkedet svikter (spesielt Tyskland og Sverige).
- Pris og kostnadsutviklingen har i de siste årene stort sett vært ugunstig sammenlignet med viktige konkurrentland for norsk reiseliv, og antas å være en viktig grunn til svikten.

Utviklingstrekkene ovenfor danner viktige rammebetingelser for en evt. utbygging, hvorav noen er mer konkrete og begrensende enn andre. En annen sak er at det gjeldende økonomiske klimaet er generelt ugunstig for oppstart av nye prosjekter. Etterspørselen fra konsumsektoren er stagnerende, samtidig som investorer generelt er avventende med å gå inn i nye prosjekter. Dette må imidlertid vurderes i sammenheng med nivået på byggekostnadene, og ses opp mot inntjeningen i prosjektet. For å vurdere dette under ett bør det lages en investeringskalkyle for prosjektet når prosjektet skal vurderes mer konkret.

Som nevnt vil ”varme” senger generere mest trafikk, men det er høyst usikkert om det prosjektet isolert vil være stort nok til å innebære så stor etterspørsel at det har nevneverdig betydning for å utvikle nye tilbud eller sikre grunnlaget for eksisterende tilbud. For å fastslå dette mer sikkert vil det være nødvendig å utføre markedsundersøkelser.

”Varme” senger vil generere mer trafikk en ”kalde”, mens som vi også var innom i kap 5, så vil det være ulemper med dette. Vi vil trekke fram følgende:

- kapitalbindingen vil være langt større enn ved ”kalde” ettersom det i sistnevnte tilfelle dreier seg om salg av hytter/leiligheter.
- grunneier/utbygger er i praksis avhengig å knytte til seg aktører som kan drifte utleievirksomheten.
- eiers og drivers inntjening vil være avhengig av framtidige markedsutsikter og konkurransekraft.
- et dårlig drevet tilbud kan i verste fall virke negativt på destinasjonen for øvrig.

Dersom det velges et utleiekonsept må alle forhold knyttet til drift og management klarlegges før utbygging skjer.

Det har på flere destinasjoner vært betydelig utbygging av selvstellsenheter. Flere av prosjektene har vært rettet mot et typisk ”ungdomsmarked”, og da stort sett med små enheter. For Sjusjøens vedkommende synes det mer aktuelt å rette seg inn mot et mer ”modent” marked, med større enheter og svakere kobling mot et alpinprodukt. Selv etter at anlegget i Natrudstilen er etablert vil Sjusjøen primært være en langrennsdestinasjon. Dessuten vil ikke leilighetene få noen tilknytning til anlegget i form av ”ski inn/ski ut”.

Utbygging av leiligheter/hytter for utleie i det segment vi snakker om her, har ikke skjedd i like stor grad som i rene alpindestinasjoner. I noen grad har utbyggingen de senere år kommet i form av sale-lease back konsepter, jf kap 5. Fra aktører på andre vinterdestinasjoner hevdes det at hovedgrunnen til det er at utleieinntektene ikke har utviklet seg i takt med utviklingen i byggekostnadene. Sale-lease back har derfor blitt en kjærkommen modell for å sikre ”varme” senger samtidig som kapitalbindingen i prosjektet blir langt lavere enn ved tradisjonell utleie. På den annen side har det vært en viss skepsis mot sale-lease back, og attraktiviteten av dette konseptet i markedet. Det hevdes f.eks at en kombinasjon salg/utleie kan være et bedre alternativ. Dette må i så fall tilpasses størrelsen til prosjektet.

Spørsmålet om sammenhengen med område 93 (vesentlig Sjusjøen Høyfjellshotell) har vært reist som et tema. Vi ser koblingspunkter i form av at

- tilbudene på hotellet kan styrke attraktiviteten av prosjektet i markedet
- tilbudene på hotellet må i noen grad tilpasses en situasjon etter utbygging av område

- utvikling av nye tilbud til turistene i området vil trekke fordeler av et større volum ettersom hotellet og det nye prosjektet må ses i sammenheng.
- det bør vurderes om tilbud mest hensiktsmessig kan legges til hotellet, bygges opp i sentrum (Graaten-området) eller bygges opp i område 94.

Den geografiske nærheten, og den komplementaritet som tilbud i disse to områdene vil ha, gjør det naturlig å se utbyggingen av område 94 i sammenheng med eksisterende tilbud på Sjusjøen Høyfjellshotell (område 93). I sammenheng med evt. oppgradering av Sjusjøen Høyfjellshotell, eller utvikling av nye tilbud på hotellet, vil en utbygging av overnattingskapasitet på område 94 kunne utgjøre en viktig del av markedsgrunnlaget. I særlig grad vil dette være tilfelle med varme senger. For de ansvarlige utbyggere av område 94 vil det være viktig med mest mulig forutsigbarhet rundt utviklingen av hotellet.

Denne komplementariteten betyr at en bør se på muligheten for å se en utbygging av område 94, og oppgradering/videreutvikling av område 93, som en ”pakke”. Oppgradering og videreutvikling kan bety alt fra generell oppgradering av dagens tilbud til mer kapitalkrevende utbygging som aktivitetssenter eller badeland. Hvordan en slik samlet løsning bør involvere grunneierne og eierne av Sjusjøen Høyfjellshotell må være opp til de enkelte aktører å avgjøre. Men det synes naturlig at disse aktørene tar de første skritt mht utbygging med sikte på å avklare:

- markedsmessig attraktivitet av utleieenheter i område 94
- i hvor sterk grad et slikt tilbud vil styrke grunnlaget for hotellet
- på hvilken måte utvikling av hotellet og tilbud i tilknytning til dette vil være en fordel for utvikling av område 94
- kapitalbehov for utvikling av ønskede tilbud
- mulige utbyggingsmodeller og samarbeidsformer i utbyggingen.

Når det gjelder forholdet til øvrig næringsvirksomhet på Sjusjøen, herunder framtidig utvikling av ny næringsvirksomhet, er vi av den oppfatning at utbyggingen av område 94 må ses i sammenheng med en helhetlig plan/visjon for utviklingen på Sjusjøen. Etter vår oppfatning betyr ikke en utbygging av område 94 etter de rammer som er trukket opp i kap 3, at det legges begrensninger på utvikling av Sjusjøen som reiselivsdestinasjon og attraktivt hytteområde. Det aktuelle område ligger så vidt langt unna sentrum og hovedinnsfartsveien til Sjusjøen, at det uansett neppe ville være aktuelt å utvikle ”sentrumsfunksjoner” der, slik som butikker, bensinstasjon eller bevertningstilbud som retter seg mot et større publikum.

En klar forutsetning for at en utbygging av område 94 vil være positiv for Sjusjøen er at den harmonerer med Sjusjøens profil i reiselivsmarkedet (turski-/familiedestinasjon), at det legges til rette for estetisk fullverdige løsninger og at en finner gode løsninger mht. infrastruktur og arealbruk, jf kap 6. Som påpekt ovenfor vil ”varme” senger ha potensiale til å generere mest trafikk til Sjusjøen, men betyr også større kapitalbinding og større risiko for utbygger. Etter vår oppfatning gir neppe utbygging av område 94 isolert sett markedsmessig grunnlag for nye

tilbud, jf gjennomgangen i kap 4. Denne konklusjonen er imidlertid noe usikker, og svaret avhenger i noen grad av hvilken utbyggingsform som velges. På den annen side vil en utbygging generere et ikke uvesentlig grunnlag for etterspørsel rettet mot de tilbud som finnes på Sjusjøen, både kommersielle og ikke-kommersielle. Utbyggingen vil også gi et bidrag til oppgradering og utvikling av Sjusjøen-området etter en relativt lang periode hvor kommersiell utvikling har vært konsentrert til området nedenfor Sjusjøen (Rømåsen og Natrudstilen).

Referanser

Arnesen, T & N. Hesthagen (1998): Om utbygging i Ringsakerfjellet. ØF-Rapport nr 24/1998.

Flognfeldt, T, T. Israelsen & M. Larsen (1994): Undersøkelsen av hyttebruk på Sjusjøen i 1992. Oppland Distriktshøgskole.

Flognfeldt, T (1999): Trysilprosjektet - Konsekvens- og mulighetsanalyse av en foreslått utbygging i Trysilfjellet for strekningen Innbygda-Nybergsund. Arbeidsnotat 86/1999, Høgskolen i Lillehammer.

Handelshøyskolen BI (2002): Reiselivsnæringen 2002 – Nedsmelting og urbanisering. Utarbeidet på oppdrag fra SND.

Horwath Consulting (1999): Alternative eier-, finansierings- og driftsmodeller for reiselivsnett. Utarbeidet på oppdrag fra SND.

Horwath Consulting og Senter for Bygdeturisme (2000): Hytteutleie i Norge. Utarbeidet på oppdrag fra SND.

Kaizen AS (2000): Perspektivanalyse for norske vinterdestinasjoner. Utarbeidet på oppdrag fra Norske Fjell AS.

Lein, K & Arnesen, T (2000): En vurdering av planene for et alpinanlegg ved Natrudstilen. ØF-notat nr 2/2000.

Myklebust, V. (1999): Hvor er Sjusjøen i dag i forhold til sine konkurrenter? Diplomoppgave, Høgskolen i Lillehammer. Avdeling for reiseliv og samfunnsutvikling.

Norske Skiheisers Forening (2002): Heisomsetning sesongen 01/02. Oppstilling over de 12 største anleggene i Norge.

Ringsaker Kommune (2003): Kartgrunnlag

Norsk Turistutvikling (2002): Strategiprosess Nordseter. Februar 2002.

Statens Landbruksbank og SND (1998): Reiseliv og distribusjon – en utredning om distribusjon av norske reiselivsprodukter.

Ny utbygging på Sjusjøen
- Konsekvenser, muligheter og kritiske faktorer

Rapporten tar for seg en mulig utbygging av et nytt område vest på Sjusjøen Høyfjellshotell. Området er på ca 25 mål, og er stort sett ubebygd pr i dag.

Området er regulert til næringsformål. Målet for prosjektet har vært å utrede hvordan utbygging av dette området er forenlig med økonomiske hensyn og hvordan det kan bidra til å videreutvikle Sjusjøen som hytteområde og reiselivsdestinasjon.

Utbyggingen av område 94, må ses i sammenheng med en helhetlig plan/visjon for utviklingen på Sjusjøen.

Etter vår oppfatning betyr ikke en utbygging av område 94 etter de rammer som er trukket opp, at det legges begrensninger på utvikling av

Sjusjøen som reiselivsdestinasjon og attraktivt hytteområde.

En klar forutsetning for at en utbygging av området vil være positiv for Sjusjøen er at den harmonerer med Sjusjøens profil i reiselivsmarkedet (turski-/familiedestinasjon), at det legges til rette for estetisk fullverdige løsninger og at en finner gode løsninger mht. infrastruktur og arealbruk

ØF-Notat nr. 01/2004
ISSN nr.: 0808-4653