

**ØF-rapport nr. 07/2009**

## **Fritidsboligene og utlendinger**

**Om transnasjonalt eierskap av fritidsboliger i  
fjellområder i Norge.**

**av**

**Tor Arnesen**

**og**

**Kjell Overvåg**

# Østlandsforskning

Østlandsforskning er et forskningsinstitutt som ble etablert i 1984 med fylkeskommunene og høgstyrene/de regionale høgstyresentra i fylkene Oppland, Hedmark og Buskerud som stiftere i samarbeid med Kommunaldepartementet.

Østlandsforskning er lokalisert i høgstyremiljøet på Lillehammer og har i tillegg kontorer i Hamar. 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:

Næringsliv og regional utvikling  
Velferd, organisasjon og kommunikasjon

Østlandsforskningens 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 kunnskapsressursen utnyttes til beste for alle parter.

**ØF-rapport nr. 07/2009**

# **Fritidsboligene og utlendinger**

**Om transnasjonalt eierskap av fritidsboliger i  
fjellområder i Norge.**

**av**

**Tor Arnesen**

**Kjell Overvåg**



østlandsforskning

<b>Tittel:</b>	Fritidsboligene og utlendinger. Om transnasjonalt eierskap av fritidsboliger i fjellområder i Norge.
<b>Forfatter:</b>	Tor Arnesen og Kjell Overvåg
<b>ØF-rapport nr.:</b>	07/2009
<b>ISBN nr.:</b>	978-82-7356-652-2
<b>ISSN nr.:</b>	0809-1617
<b>Prosjektnummer:</b>	10344
<b>Prosjektnavn:</b>	Transnasjonalt eierskap til fritidsboliger
<b>Oppdragsgiver:</b>	
<b>Prosjektleder:</b>	Tor Arnesen
<b>Referat:</b>	<p>Innkommende transnasjonalt eierskap til fritidsboliger er et lite segment om en ser hele fritidsbolig-Norge under ett. Det er heller ingen åpenbare grunner til å tro at dette vil endre seg vesentlig i årene som kommer. Fritidsboligmarkedet sett under ett er først og fremst et nasjonalt marked.</p> <p>En markedssegmentering krever betydelige ressurser. Så langt vi kan se er det ikke grunnlag for å arbeide for en bredt anlagt markedssegmentering mot utenlandsk eierskap. For visse og viktige nisjer i markedet kan derimot situasjonen være en annen. Det er grunn til å vurdere nærmere den betydningen og det potensialet som ligger i utenlandsk eierskap til fritidsbolig i tilknytning til de store reiselivsdestinasjonene.</p>
<b>Emneord:</b>	Utenlandske eiere fritidsboliger transnasjonalt eierskap
<b>Dato:</b>	Mai 2009
<b>Antall sider:</b>	49
<b>Pris:</b>	Kr 100,-
<b>Utgiver:</b>	<p>Østlandsforskning</p> <p>Postboks 223</p> <p>2601 Lillehammer</p> <p>Telefon 61 26 57 00 Telefax 61 25 41 65</p> <p>e-mail: <a href="mailto:post@ostforsk.no">post@ostforsk.no</a> <a href="http://www.ostforsk.no">http://www.ostforsk.no</a></p>

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.

*The basis on which good repute in any highly organized industrial community ultimately rests is pecuniary strength; and the means of showing pecuniary strength, and so of gaining or retaining a good name, are leisure and a conspicuous consumption of goods.*

*Thorstein Veblen*

---



## Forord

Dette arbeidet er utført som del av kompetanseoppbyggingen ved Østlandsforskning. Arbeidet er utført med støtte og inspirasjon fra Innovasjon Norge. Vi vil benytte anledningen til å takke Syver Aasberg i Innovasjon Norge for interessante drøftinger i arbeidet med denne problemstillingen.

Vi reiser mye og stadig mer mellom land og kulturer – det er en påstand som på det nærmeste er for allmennkunnskap å regne i våre dager. Denne mobiliteten preger samfunnsutviklingen, også såpass grunnleggende som hvor og hvordan vi holder bolig. For et ikke ubetydelig antall husholdninger med tilstrekkelige ressurser gjelder at de holder flere boliger som del av et hjem – en bolig for dagliglivets og arbeidets dont, og en – ja kanskje flere – for rekreative formål. Spørsmålet vi stiller her er hva er status for utlendingers kjøp av rekreasjonsbolig – 'fritidsbolig' om en vil - i Norge, og hvilke trender er det for denne typen eierskap på tvers av landsgrenser i utlandet og i hjemlandet?

Lillehammer, mai 2009

Svein Erik Hagen

forskningsleder

Tor Arnesen

prosjektleder





# Innhold

<b>1</b>	<b>Innledning .....</b>	<b>7</b>
1.1	Fokus på fjellet.....	7
1.2	Fritidsboliger i utlandet.....	8
1.3	Transnasjonalt eierskap til fritidsbolig – typer relasjoner.....	9
1.4	Import- og eksportperspektivet ved transnasjonalt eierskap.....	10
<b>2</b>	<b>Overnatting og utlendinger .....</b>	<b>15</b>
<b>3</b>	<b>Innkommende og utgående transnasjonalt eierskap av fritidsboliger – hva vet vi om fenomenet? .....</b>	<b>19</b>
3.1	Erfaringer fra andre land.....	20
3.1.1	Drivkrefter .....	20
3.1.2	Situasjonen i noen land.....	20
3.1.3	Motiv og merkevare.....	22
3.1.4	Rapporterte utfordringer knyttet til transnasjonalt eierskap .....	23
3.2	Norge .....	24
<b>4</b>	<b>Fritidsboliger i Hedmark, Oppland og Buskerud med eiere bosatt i utlandet</b>	<b>27</b>
4.1	GAB-registeret.....	27

4.2	Kommunale adresseregistre .....	28
<b>5</b>	<b>Innkommende transnasjonalt eierskap som markedssegment .....</b>	<b>31</b>
5.1	Markedssegmentering .....	31
5.2	Markedsføring .....	31
5.3	Produktposisjonering .....	32
5.4	Andre faktorer som pris, valuta og avstand .....	34
<b>6</b>	<b>Aktivitet og trender i fritidsboligmarkedet. ....</b>	<b>37</b>
6.1	Norge .....	37
6.2	Danmark.....	41
<b>7</b>	<b>Drøfting og konklusjoner .....</b>	<b>43</b>
7.1	Fokus.....	43
7.2	Hvor er et relevant potensial for vekst i utenlandsk eierskap? .....	43
7.3	Anbefalinger .....	45
7.3.1	Videre strategi for utvikling av utenlandsk eierskap i fjellområdene.....	45
7.3.2	Et tilsvarende forprosjekt for kysten .....	46
	<b>Referanser .....</b>	<b>47</b>

# 1 Innledning

Rapporten er en kunnskapsstatus om og trender innenfor utenlandsk eierskap av fritidsboliger i Norge. Arbeidet inngår som et ledd i utviklingen av reiseliv og tilknyttede næringer. Fokus på nettopp utenlandsk eierskap til fritidsboliger i Norge representerer interesse for et eksportpotensial i reiselivsnæringen og innenfor fritidssegmentet generelt.

## 1.1 Fokus på fjellet

Rapporten er et begrenset forprosjekt, og har valgt å ha fokus på fjellområdene i Sør-Norge. Det er vesentlige forskjeller i både status, utvikling, bruksmønster og struktur i fritidsboligsegmentet i fjellområdene og langs kysten. Det er også forskjeller langs en sør – nord – akse i landet. Forskjellene omfatter forhold som måten fritidsboligene bygges og brukes, hvordan det tilhørende sjøhusholdet er integrert i reiselivsnæring og lokalsamfunnet med mer. Fjellområdene i Sør-Norge har hatt den største veksten i antall gjennom 80- og 90-tallet og frem til i dag. På landsbasis har antallet fritidsboliger vokst nærmest lineært fra 70-tallet til dagens nivå med i overkant av 400.000 enheter.

Men mer aggressiv og av større betydning har veksten i investeringer i fritidsboliger vært i perioden – snarere enn antallsvekst er det altså standard og type fritidsbolig som har endret seg. Med denne endringen har også utbyggingsmønsteret endret seg, fra betydelig innslag av spredt hyttebygging til fritidsboliger i felt. For fjellområdenes vedkommende har særlig veksten i fritidsboliger rundt og i nærheten av aktivitetsanlegg – i første rekke alpinanlegg – vært betydelig. Det er videre her det bygges flest fritidsleilighetsanlegg. Det er også i disse destinasjonene at integrasjonen mellom reiselivsnæringa og private fritidsboliger foregår. Det skjer gjennom avtalt utleie av

private fritidsboliger – en mekanisme det er viktig for utenlandske eiere av fritidsboliger. Vi kommer tilbake til dette senere i rapporten.

## **1.2 Fritidsboliger i utlandet**

Fritidsboliger i Norge eies i all hovedsak av norske statsborgere bosatt i Norge. Det vi kan kalle for transnasjonalt<sup>1</sup> eierskap av fritidsboliger er allikevel fenomen som internasjonalt er voksende (se kapittel 3.1).

Nordmenns eierskap til fritidsbolig i utlandet vet vi øker i omfang. Nordmenn kjøper fritidsbolig i Europa, men og i land som Tyrkia, Thailand og Brasil. Sist høst ble tidenes største norske messe for kjøp av bolig i utlandet arrangert på SAS - hotellet i Oslo. Her kunne potensielle kjøpere la seg friste av villaer og leiligheter fra 15 forskjellige land, presentert av 40 forskjellige selskaper. Prognosesenteret antok i 2008 at over 20.000 nordmenn hadde tanker om å investere i bolig i utlandet i løpet av de neste tre til fem årene. Norges Eiendomsmeglerforbunds fritidsboligundersøkelse utført av analyseselskapet Sentio i 2007 viste at fem prosent nordmenn hadde planer om å skaffe seg egen fritidsbolig i utlandet, at Spania ikke overraskende er det mest populære ferieboliglandet, men også at destinasjoner som Tyrkia og mer eksotiske land som Brasil og Thailand kommer etter. Det var på det tidspunkt dobbelt så mange som hadde slike planer enn bare tre år tidligere<sup>2</sup>. Ett nettsted som norske zett.no/eiendom har utlandet som egen kanal, som for tiden har 340 objekter liggende ute. Meglerbransjen er altså til stede i dette segmentet, nordmenn i utlandet.

---

<sup>1</sup> Transnasjonalitet er et begrep som dekker handlinger på tvers av nasjonale grenser. For eksempel brukes begrepet transnasjonalt ekteskap om en allianse mellom to mennesker fra forskjellig land. Med transnasjonalt eierskap mener vi at eier bor i ett land, og det objektet som eies er i et annet land.

<sup>2</sup> ”Undersøkelsen viser at de som har planer om skaffe seg fritidsbolig vil bruke tid på denne anskaffelsen. Tre prosent vil starte arbeidet med å skaffe seg egen fritidsbolig innen ett år. Tre prosent innen to år og syv prosent svarer at de vil skaffe seg fritidsbolig innen 3-5 år.” Dagens Næringsliv ”Boom for fritidsbolig i utlandet” 10.07.2007

Et annet uttrykk for omfanget av nordmenns interesse for eierskap av fritidsbolig i utlandet er også at forsikringsselskaper tilbyr egne ordninger for dette segmentet. For eksempel markedsfører If forsikring av fritidseiendommer – bygninger og innbo – i hele EU-området. De framhever fordeler med å forsikre ferieboligen i utlandet hos en norsk leverandør som at nordmenn slipper å forholde deg til et forsikringsselskap i utlandet, med de språkproblemer det kan gi. Videre at alle forsikringsdokumenter og fakturaer er på norsk, at et norsk selskap står for all service og tar seg av eventuelle skadeoppgjør, og at man får en forsikring som samsvarer med norske lover og regler, med tilpasninger for utenlandske forhold. En slik forsikring kan i dag kjøpes for boliger som ligger utenfor Norden og Baltikum, i Belgia, Bulgaria, Frankrike, Hellas, Irland, Italia, Kypros, Luxemburg, Malta, Nederland, Polen, Portugal, Romania, Slovakia, Slovenia, Spania, Storbritannia, Tyskland, Ungarn og Østerrike.

Et annet tegn på at dette segmentet – nordmenn med fritidsbolig i utlandet – opptar mange forbrukere i Norge, er at også Forbrukerrådet har engasjert seg med råd og veiledning<sup>3</sup>. Vi tar ikke med dette for å markedsføre produkter eller rådgivere, men for å vise at transnasjonalt eierskap til fritidsboliger er i høyeste grad et utviklet fenomen også i Norge, og at kommersielle aktører følger opp med tjenester som er tilpasset det forhold at det er spesielle utfordringer og barrierer for slikt eierskap. Tematikken i denne rapporten er den motsatte strømmen – om det er en strøm da – utlendingers eierskap til fritidsbolig i Norge. For dersom nordmenn i betydelig omfang kan ferie-eie i utlandet, kan vel utlendinger komme til Norge i minst samme omfang? Det synes ikke å være tilfelle.

### **1.3 Transnasjonalt eierskap til fritidsbolig – typer relasjoner**

Transnasjonalt eierskap kan – med Norge som referanse - foreligge på tre forskjellige måter:

---

<sup>3</sup> "Pass deg for sydenfellene" i [www.forbruker.no](http://www.forbruker.no) sitt hyttemagasin 13.09.2007

- Utgående transnasjonalt eierskap: Norske statsborgere som eier fritidsbolig i utlandet
- Migrert transnasjonalt eierskap: Norske statsborgere som eier fritidsbolig i Norge og som bor fast i utlandet.
- Innkommende transnasjonalt eierskap: Utenlandske statsborgere som eier fritidsbolig i Norge.

Det er segmentet 'innkommende transnasjonalt eierskap' som er hovedtema her, og det er i forhold til dette segmentet at potensialet er størst og hvor markedsføring og produktposisjon er av størst interesse. Det er allikevel nyttig også å se på segmentene utgående og migrert transnasjonalt eierskap ettersom de tre segmentene til sammen belyser eksport- og importdimensjonene.

#### **1.4 Import- og eksportperspektivet ved transnasjonalt eierskap**

Utgående transnasjonalt eierskap (nordmenn som eier fritidsbolig i utlandet) kan i hovedsak ses på som import, på følgende måte:

1. Ved selve anskaffelsen – Norsk valuta brukes til anskaffelse av utenlandsk produsert vare

Utlendingers kjøp av fast eiendom i Norge:

Personer med bostedsadresse i utlandet skal søke om konsesjon ved kjøp av fast eiendom (fritidsbolig eller hus – inklusive eiendom som er leies for mere end 10 år). Personer registrert som bosatt i Norge behøver som hovedregel ikke en konsesjon, men har plikt til å melde seg.

2. I driftsfasen – ved oppgradering og vedlikehold av realkapitalen, samt skatt og avgifter knyttet til eierskapet i utlandet.
3. Ved selve bruken – norsk valuta brukes til kjøp av utenlandsk produserte varer og tjenester.

For den siste kategorien vil det derimot ved utleie til utlendinger av norskeid fritidsbolig i utlandet genereres inntekter som kan betraktes som eksportinntekter i den grad inntektene tilbakeføres til Norge.

Når det gjelder migrert transnasjonalt eierskap av fritidsbolig er de i en eksport- / importdimensjon er sammensatt gruppe. Dersom eier har ytelser til livsopphold fra Norge (eks pensjonister og lignende i Spania), er fritidsboligen å forstå som innenlandsk forbruk. Dersom eier har lønn fra arbeid i utlandet er fritidsboligen å forstå som eksport.

For utlendinger som eier fritidsbolig i Norge (innkommende transnasjonalt eierskap), som har hovedfokus i denne rapporten, så kan det i økonomisk forstand i hovedsak ses på som eksport. Eierskapet genererer valutainntekter i tre kategorier:

1. Selve anskaffelsen av fritidsboligen
2. Driftsfasen – oppgradering og vedlikehold av realkapitalen, samt , samt skatt og avgifter knyttet til eierskapet i Norge.
3. Selve bruken av fritidsboligen

Den siste kategorien er interessant i et eksportperspektiv både i form av eiers egen bruk av fritidsboligen og eventuell utleie og lån til andre utenlandske brukere.

Det er vårt inntrykk at utleie er utbredt i transnasjonalt eierskap Det kan henge sammen med flere forhold, både at slike fritidsboliger brukes mindre hyppig av eier enn innenlandsk eide fritidsboliger som følge av lokalisering i forhold til hjemsted, og at selve investeringsmotivet er hyppigere representert i utgående transnasjonalt eierskap. I en eksport og importkategorisering må en ved utleie skille mellom utleieinntekter og lokalt forbruk. *For utleieinntekter* vil utleie av utenlandsk eide fritidsboliger i Norge (innkommende transnasjonalt eierskap) til norske brukere bli å betrakte som import

(Norske statsborgere betaler for en utenlandsk finansiert tjeneste). Utleie av utenlandsk eide fritidsboliger i Norge (innkommende transnasjonalt eierskap) til ikke-norske brukere er å betrakte som utenlandsk omsetning (ikke-norske statsborgere betaler for en utenlandsk produsert tjeneste). For *lokalt forbruk* vil utleie til ikke-norske brukere være eksport, mens utleie til norske brukere vil være det samme som øvrig innenlandsk forbruk.

I tabellen nedenfor har vi systematisert eksport og importdimensjonen ved innkommende transnasjonalt eierskap (utenlandske statsborgere som eier fritidsbolig i Norge):

**Tabell 1:**

Type omsetning knyttet til anskaffelse og bruk av fritidsbolig:	Innkommende transnasjonalt eierskap:
<b>Anskaffelse</b> <b>Drift og vedlikehold</b> <b>Egen bruk</b>	Eksport
<b><u>Utleie / utlån til:</u></b>	
<p style="text-align: center;"><b>Norske statsborgere:</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Leieinntekt:</b> Import</p> <p style="text-align: center;"><b>Lokalt forbruk:</b> Som innenlandsk omsetning</p> <p style="text-align: center;"><b>Utenlandske statsborgere:</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Leieinntekt:</b> Som utenlandsk omsetning</p> <p style="text-align: center;"><b>Lokalt forbruk:</b> Eksport</p>	

Slike kategoriseringer kan lett bli lite oversiktelige og spissfindige. Hovedpoenget er imidlertid at utenlandsk eierskap av fritidsboliger i Norge kan generere eksportinntekter og gi lokaløkonomiske virkninger ved kjøp, eget bruk og utleie, og at de trolig kan ha et potensial til å utgjøre et vesentlig supplement i visse distrikter og destinasjoner til det i



dag hovedsakelige norske eierskapet. Dette vil vi komme tilbake til i den avsluttende drøftingen.



## 2 Overnatting og utlendinger

Hafjell – som flere andre destinasjoner - gjennomfører rutinemessig undersøkelser blant besøkende. Siste undersøkelse ble gjennomført i 2008. Data fra Hafjell kan brukes som en indikator på innslag av utlendinger i anleggene og destinasjonene. Riktignok vil innslaget av utlendinger i anleggene variere fra destinasjon til destinasjon – og i den sammenheng er det grunn til å tro at Hafjell er av de destinasjoner som har et høyt innslag av utlendinger.

Tabell 2:

<b>Nasjonalitet etter type tur.</b>			
	Dagskunder	Overnattingskunder	<i>I alt</i>
<b>Norge</b>	<b>97 %</b>	<b>46 %</b>	<b>58 %</b>
<b>Utlandet i alt</b>	<b>3 %</b>	<b>54 %</b>	<b>42 %</b>
<i>Fordelt på land:</i>			
<i>Sverige</i>	<i>1 %</i>	<i>7 %</i>	<i>6 %</i>
<i>Danmark</i>	<i>1 %</i>	<i>36 %</i>	<i>27 %</i>
<i>Øvrige</i>	<i>2 %</i>	<i>11 %</i>	<i>9 %</i>
<b><i>I alt</i></b>	<b><i>100 %</i></b>	<b><i>100 %</i></b>	<b><i>100 %</i></b>
<i>I alt (N)</i>	<i>325</i>	<i>1062</i>	<i>1387</i>
	<i>23 %</i>	<i>77 %</i>	<i>100 %</i>

Kilde: Utarbeidet av Peter Vonlanthen på oppdrag fra Hafjell Ferie og Fritid AS som del av den løpende kvalitetssjekk som gjennomføres i reiselivsbransjen. I dette tilfellet er det data fra undersøkelsen i Hafjell-anlegget i 2008. Data stilt til rådighet av Hafjell Alpin. Tabellen er modifisert av ØF for det foreliggende informasjonsbehovet.

Vi ser at utlendinger i Hafjell utgjør noe i underkant av ½-parten av overnattingskundene i anlegget, og at overnattingskunder samlet utgjør ¾-deler av kundene i anlegget.

Om lag ¼-del av overnattingskundene i anlegget har arrangert overnattingen privat – enten i egen fritidsbolig eller leiet/lånt privat. 70% har leiet overnatting fra reiselivsbedrifter, og den helt dominerende overnattingsformen her er i sjølhushold i fritidsbolig:

**Tabell 3:**

<b>Kun overnattingsgjester. Overnattingsform etter type og lokalisering. Totalprosentuering.</b>					
	Øyer		Lillehammer	Øvrige	I alt
	Ski-in/ Ski-ut	Øyer ellers			
Leid hytte/leilighet	40 %	9 %	1 %	2 %	<b>53 %</b>
Hotell/Gjestgiveri/Fjellstue	1 %	7 %	6 %	1 %	<b>15 %</b>
Campinghytte/-vogn	0 %	1 %	0 %	0 %	<b>2 %</b>
<b>Subsum: Leiet av reiselivsbedr.</b>	<b>42 %</b>	<b>17 %</b>	<b>7 %</b>	<b>3 %</b>	<b>70 %</b>
Egen hytte/leilighet	8 %	1 %	0 %	2 %	<b>12 %</b>
Lånt hytte/leilighet	2 %	1 %	0 %	0 %	<b>3 %</b>
Invitert hos slekt/venner på/i hytte/leilighet	3 %	1 %	2 %	1 %	<b>7 %</b>
Firmahytte	2 %	0 %	0 %	0 %	<b>3 %</b>
<b>Subsum: Egen/leid/lånt privat</b>	<b>15 %</b>	<b>3 %</b>	<b>3 %</b>	<b>4 %</b>	<b>25 %</b>
Slekt/venner i helårsbolig	0 %	0 %	3 %	0 %	<b>3 %</b>
Annen måte	0 %	1 %	1 %	0 %	<b>2 %</b>
Øvrige i alt	0 %	1 %	3 %	0 %	<b>5 %</b>
<b>I alt</b>	<b>58 %</b>	<b>21 %</b>	<b>13 %</b>	<b>7 %</b>	<b>100 %</b>
I alt n	612	227	142	79	1060

Kilde: Utarbeidet av Peter Vonlanthen på oppdrag fra Hafjell Ferie og Fritid AS som del av den løpende kvalitetssjekk som gjennomføres i reiselivsbransjen. I dette tilfellet er det data fra

undersøkelsen i Hafjell-anlegget i 2008. Data stilt til rådighet av Hafjell Alpin. Tabellen er modifisert av ØF for det foreliggende informasjonsbehovet.

Vi ser av tabellen at:

- Nærmere 80% av kundene i denne undersøkelsen overnatter i fritidsbolig/-leiligheter, og driver selvhushold.
- 53% av disse leier fritidsbolig – og er del av det kommersielle markedet (eventuelt privat leie).
- 15% av kundene overnatter på hotell / gjestgiveri / fjellstue.

Mønsteret med en liten andel som overnatter på hotell kan være forskjellig i enkelte andre destinasjoner – men det viser under enhver omstendighet at fritidsboliger er en helt sentral del av reiselivets infrastruktur i fjellområdene, og at de er sentrale i utlendingers overnattinger. Andre alpindestinasjoner gjennomfører også lignende undersøkelser årlig, men disse har vi ikke hatt tilgang til nå.

Av et anslått volum på om lag 4,7 millioner overnattinger årlig i Lillehammerregionen<sup>4</sup>, er en estimert<sup>5</sup> fordelingen på forskjellige overnattingsformer (Hagen et al 2009):

Tabell 4:

Overnattingsform	Prosentvis fordeling
Private hytter	≈ 50 %
Hoteller	≈ 20 %
Hyttegrender og camping	≈ 30 %
I alt	100 %

<sup>4</sup> Her definert som Ringsaker, Sør-Fron, Ringebu, Lillehammer, Øyer, Gausdal

<sup>5</sup> Anslaget for private hytter er basert på Ericsson og Grefsrud 2005. Andelen for hotellene er basert på tall fra SSB. Anslaget for hyttegrender er basert på en kombinasjon av statistikk fra SSB og intervjuer med bedriftsledere i regionen. Camping er basert på statistikk fra SSB.

Fritidsboligene er med andre ord helt sentrale elementer i reiselivets næringsstruktur, og integrasjonen mellom privat eide fritidsboliger og fritidsboliger eiet av reiselivsbedrifter er tett og viktig for næringen.

Utlendinger er viktige i leiemarkedet – men vi vet lite konkret om deres andel som eiere av fritidsboliger, hvordan dette varierer mellom destinasjonene og heller ikke trendene i markedet for utenlandsk eierskap til fritidsboliger i Norge som gjelder.

### 3 Innkommende og utgående transnasjonalt eierskap av fritidsboliger – hva vet vi om fenomenet?

I Norge som i en rekke andre land finnes det ikke lett tilgjengelig og god statistikk eller data for hvor mange fritidsboliger som er eid av utlendinger, dvs innkommende transnasjonalt eierskap. Et unntak er Sverige som har publisert statistikk både for antall og fordeling på nasjonaliteter. Det generelt dårlige statistikkgrunnet skyldes nok både at eiere unngår å registrere seg av skattemessige årsaker og/eller fordi det er dårlige registreringssystemer i landene hvor fritidsboligen er lokalisert (Williams et al. 2004). Manglende statistisk registrering er antakelig også et uttrykk for at transnasjonalt eierskap av fritidsboliger – innkommende så vel som utgående - har vært vurdert som av underordnet økonomisk betydning.

Situasjonen i Spania er et eksempel på hvor stor usikkerhet det kan være om omfang av innkommende transnasjonalt eierskap. Mens den spanske statistikken viste at det i 1991 var 15 000 briter som oppholdt seg midlertidig i Spania (de fleste kun i sommersesongen), så estimerte det britiske konsulatet i Spania dette antallet til å være ca 200 000 (Rodríguez et al., 1998, 2000 i Williams og Hall 2002). En annen utfordring i undersøkelser om dette temaet er at det er mange ulike formål for transnasjonalt eierskap av bolig/fritidsbolig<sup>6</sup>. Formålene kan være såpass forskjellige som *de facto* permanent flytting (men hvor statsborgerskapet *de jure* beholdes), sesongmigrasjon, for bruk som ”vanlig” fritidsbolig i ferier/helger, og som investeringsobjekt/næringsvirksomhet.

---

<sup>6</sup> Ikke alle land skiller konsesjonsmessig mellom disse to kategorier boliger, slik vi gjør i Norge.

I forhold til det siste punktet viser våre egne erfaringer fra Oppland og Hedmark at det er enkelte utlendinger som kjøper flere fritidsboliger i Norge for å drive utleievirksomhet.

### **3.1 Erfaringer fra andre land**

#### **3.1.1 Drivkrefter**

De siste ti-årene har det vært vekst i transnasjonalt eierskap av fritidsboliger. Dette kan ses i sammenheng med en utvikling hvor stadig flere husholdninger i vestlige rike land utvikler en form for ”omvandrende” eller ”sirkulerende” livsstil mellom flere boliger – da først og fremst innen eget land men altså også i økende grad i mellom forskjellige land (Williams and Hall 2002, Müller and Hall 2004, Paris 2006).

Viktige drivkrefter i økningen av transnasjonalt eierskap av fritidsboliger er nedgang i prisene på reiser, inntekstvekst i rike land, og utvidelsen av EU og EU-reguleringer som gir muligheter for europeere å kjøpe eiendom i stadig flere land. I tillegg er prisene både på eiendom og for generelt livsopphold lavere i mange sør-europeiske land enn i nord-Europa (Williams et al. 2004, Paris 2006, O`Reilly 2007). Videre har eiendomsmeglere og media en drivende rolle gjennom annonsering, messer, reportasjer og direkte salg ovenfor turister på turistdestinasjonene. De har også hatt en viktig rolle som ”døråpner” (ifht lover, kontrakter etc i andre land), og de påvirker hvilke steder utlendinger kjøper fritidsboliger. (Williams et al. 2004, Paris 2006).

#### **3.1.2 Situasjonen i noen land**

Internasjonalt har det vært mest forsket på nordeuropeeres eierskap av fritidsboliger i Sør-Europa (i stor grad ved Middelhavet), og canadiernes og personer fra nordlige USA som eier fritidsboliger i Florida, sør-vest USA og, i økende grad, i Mexico (Müller and Hall 2004). I forskningen har denne type eierskap særlig vært knyttet til ”pensjonsmigrasjon” (med ulike grad av permanens) og til sesongmigrasjon, dvs at eierne



oppholder seg på fritidsboligen store deler av vintersesongen. I Nord-Amerika er "snowbirding" et etablert begrep for denne type fritidsboligbruk. Det å leve et rolig og behagelig liv i et varmere klima og med lavere levekostnader er gjerne angitt som sentrale motiv for denne type eierskap. Tidligere erfaringer som turist, ofte ved gjentatte besøk, er rapportert å ha betydning for i hvilket land og sted disse pensjonistene velger å kjøpe fritidsbolig (og eventuelt bosette seg permanent senere). Dette gjelder i følge Williams et al. (2004) generelt for kjøp av fritidsboliger i et annet land. Videre tilbyr mange av de turistdestinasjonene som tidligere er besøkt et fritids-, helse- og velferdstilbud som ønskes av disse kjøperne (Casado-Diaz 2004, Williams et al. 2004).

I Europa er det innenfor denne "nord-sør migrasjonen" forsket særlig mye på briter som eier fritidsbolig i Sør-Europa og på situasjonen i Spania. Siden 1970/80 tallet har det vært sterk vekst i antallet fritidsboliger i Spania. I 2001 var antallet ca 3,4 millioner (Barke 2008). Det er spesielt mange eldre briter og tyskere som har kjøpt leiligheter langs solkysten. Ca 30 % av alle utenlandske turister som kommer til Spania bor i en av disse fritidsboligene, enten en de eier selv (9 %), som de låner av slekt/venner (10 %) eller som de leier (10 %). Andelen som låner av slekt/venner har økt sterkt de siste årene. (Casado-Diaz 2004). Dette illustrerer et generelt poeng som Williams et al. (2004) poengterer, nemlig at utbyggingen av fritidsboliger genererer nye reisestrømmer mellom land, ikke bare gjennom eierens eget bruk, men også av venner, familie og av turister som leier disse fritidsboligene. Disse reisestrømmene er delvis styrt av den etablerte tilgangen på rimelig og frekvent transport (særlig fly), og delvis bidrar etterspørselen fra brukere av fritidsboligene til å etablere nye transportruter og -infrastruktur. Brukere av disse fritidsboligene er videre en viktig del av trenden hvor fritidsreisende er blitt mer selvstendige. De organiserer turene i stor grad selv (utenom reisebyråer), og kontakten mellom utleier og leietaker skjer i mange tilfeller direkte via internett, og ikke via formidlingsselskaper (selv om en vesentlig deler av utleievirksomheten også formidles via ulike former for bookingselskaper).

Transnasjonalt eierskap er ikke bare et "nord-sør" fenomen. Det finnes en rekke andre varianter, for eksempel at en "tilfeldig" nasjonsgrense er innenfor helgeturavstand (som f.eks svenskegrensen er for innbyggere i Oslo og Østfold, og for noen byer i sør-Tyskland hvor steder både i Østerrike og Sveits er innenfor kort rekkevidde), at et

naboland kan tilby kvaliteter som det er knapphet på i hjemlandet (f.eks briter i Nord-Frankrike og tyskere i Sør-Sverige (blir nærmere omtalt nedenfor)), og for å oppsøke aktiviteter som ikke er knyttet til sol/varme, for eksempel skitilbudet i Alpene. For Sverige viser statistikken at vel 4 % (21 300 enheter) av alle fritidsboliger er eid av utlendinger, og hvor de fleste eierne kommer fra nabolandene Danmark (34 %), Tyskland (33 %) og Norge (23 %). De fleste utlendinger har kjøpt en fritidsbolig som ligger nært grensen til sitt eget land (SCB 2008) (norsk eierskap i Sverige blir omtalt mer fylldig senere).

### 3.1.3 Motiv og merkevare

I en studie Müller (1999) har gjort av tyske eiere av fritidsboliger i Sør-Sverige (som i første rekke er lokalisert spredt i lavereliggende skogsområder) fant han tre hovedgrupper av motiver:

1. Sverige-entusiastene. Har ofte venner eller familie i Sverige og/eller har reist mye som turister i Sverige. Interessert i alle typer friluftaktiviteter.
2. Dedikert til hytteliv. Interessert i å eie en fritidsbolig hvor de kan rømme fra det urbane livet og fra Tyskland – det å kunne ha fritid uten å bli observert eller forstyrret av andre mennesker. Kort avstand fra hjemsted er svært viktig for denne gruppen.
3. Den tilfeldige fritidsboligeieren, som tilfeldig har kommet over muligheten til å kjøpe en fritidsbolig i Sverige, og kjøpt mer eller mindre på impuls.

Felles for alle var den store betydningen av den roen de kunne finne i Sverige – bare høre lydene av naturen. Dette var en slående opplevelse for alle disse fra et tett befolket Tyskland (Müller 1999).

Gitt disse hovedgruppene er det både ”push” og ”pull” motiver for å eie en fritidsbolig i et annet land, dvs. noe i hjemlandet som de ønsker å komme vekk fra (f.eks politisk/sosial situasjon, mangel på friareal, dårlig klima (som nevnt tidligere)), og noe i utlandet som har kvaliteter de ønsker tilgang til (Müller 1999, O`Reilly 2007).

Angående det siste kan et lands "image" – eller merkevare om man vil - ha stor betydning for om utlendinger ønsker å kjøpe en fritidsbolig der. I Sverige hadde markeds kampanjer som vektla hytteliv som den ideelle måten å oppleve Sverige på, og hvor Astrid Lindgren (som er godt kjent i Tyskland) ble brukt til å fremstille Sverige som et ideelt samfunn som kombinerte gode ting fra både fortiden og nåtiden (Müller 1999).

På tilsvarende måte viser studier av britiske fritidsboligeiere at mange søker etter en slags "rural idyll" som de ikke lenger finner i hjemlandet, og som de søker etter blant annet i Frankrike og Hellas. Denne idyllen inkluderer en søken etter et trygt lokalsamfunn hvor en kan føle at en hører til, og er en søken etter noe mange mener de har mistet på sitt hjemsted (Buller and Hoggart 1994, O`Reilly 2007). I tillegg til at et slikt image kan være viktig for mange, er, som nevnt tidligere, lavere levekostnader, fritids- og helsetilbud og reisekostnader/-tid viktige momenter for valg av fritidsbolig i utlandet.

#### **3.1.4 Rapporterte utfordringer knyttet til transnasjonalt eierskap**

I Spania, hvor utlendinger eier en betydelig andel av nye fritidsboliger, har det vært fokusert på ulike problemer denne utbyggingen skaper. Dette gjelder generelle problemer som nedbygging og urbanisering av strandsonen, effekter på det lokale husmarkedet, og mer spesielle utfordringer knyttet til at eierne kommer fra andre land knyttet til sosiale og kulturelle forskjeller og innvirkning på det lokale tjenestetilbudet (Casado-Diaz 2004). I franske alpedestinasjoner har det vært stort fokus på problemer de mener er skapt på grunn av utenlandsk eierskap av fritidsboliger. For eksempel at de skaper spøkelsesbyer (fritidsboliger brukes kun 17 dager pr år, uansett eierskap), at de i liten grad blir leid ut fordi eierne ønsker å beholde det privat og fordi det gir lite inntekter (20 % av de britiske eierne leier ut sine fritidsboliger) – noe som skaper en dårlig balanse mellom "varme" og "kalde" senger i turistdestinasjonene. Videre driver de opp prisene på eiendom (presser ut lokale), bidrar lite til finansiering av infrastruktur, og legger beslag på verdifullt areal (ter Maat 2008). Ter Maat (2008) påpeker imidlertid at dette egentlig er problemer som ikke alene kan knyttes til utenlandsk eierskap, da utlendinger eier bare 10 % av fritidsboligene i Frankrike. Ter Maat sitt poeng er derfor

at dette er generelle problemstillinger knyttet til fritidsboliger i turistdestinasjoner.

### **3.2 Norge**

Her vil vi først se på hva ulike kilder (inkludert tidligere eget arbeid) kan si oss om nordmenns eierskap av fritidsboliger i utlandet, og utlendingers eierskap av fritidsboliger i Norge. Deretter vil vi presentere noen data vi har samlet inn i forbindelse med dette prosjektet som kan gi oss noen indikasjoner på utlendingers eierskap av fritidsboliger i Hedmark, Oppland og Buskerud.

Det finnes ingen statistikk for hvor mange fritidsboliger nordmenn eier i utlandet (utgående transnasjonalt eierskap). Anslag fra Prognosesenteret og Sentio antyder at et sted mellom 65 000 og 90 000 nordmenn eier eller har tilgang (ikke-kommersiell tilgang) på fritidsbolig/bolig i utlandet, og at dette omfatter vel 40 000 boliger<sup>7</sup>. Disse anslagene viser videre at ca 25 % av fritidsboligene som er eid av nordmenn er i Spania og ca 25% er i Norden og da i all hovedsak i Sverige. Øvrige populære land er Frankrike, Italia, Portugal og Tyrkia (Helset og Sandlie 2004, Aftenposten 2007a, 2008, Nettavisen 2008).

Utenom Sverige finnes det lite informasjon om og forskning på nordmenns eierskap av fritidsboliger i utlandet. En rapport fra Nova i 2004 gjengir en undersøkelse blant norske pensjonister i Spania. Pensjonistene utgjør trolig en stor andel av de nordmennene som eier bolig i Spania. I korte trekk viser denne at disse pensjonistene er ressurssterke, at de aller fleste opprettholder en sterk tilknytning til Norge blant annet ved at mange eier en bolig eller fritidsbolig også i Norge. De er derfor det en kan kalle temporære migranter, og de fleste har planer om å flytte permanent hjem til Norge når helsen blir dårligere og omsorgsbehovet større (Helset og Sandlie 2004).

I Sverige viser statistikken at nordmenn eier pr. 2007 ca 5000 fritidsboliger (SCB 2008). Geografisk er den største andelen av disse lokalisert langs kysten i Västra Götaland fra

---

<sup>7</sup> Vi har ikke funnet noen informasjon om hvilke metoder som er brukt for disse anslagene..

svenskegrensen og ned mot Gøteborg, i lavlandet i Värmland nært grensa mot Østfold og Hedmark, og langs de vestlige og nordlige deler av Väneren. Disse områdene ligger i hovedsak innenfor helgeturavstand til Oslo og de øvrige østlige delene av Østlandet. Også andre steder langs svenskegrensen eier nordmenn fritidsboliger, f.eks i Storlien og Åre som grenser mot Nord-Trøndelag og i Tårnaby i Storuman kommune som grenser mot Nordland (Adressa 2007, Aftenposten 2007b, SCB 2008)). I flere svenske kommuner langs grensen på Østlandet eier nå nordmenn mer enn en fjerdedel av alle fritidsboligene, og i følge Gøteborgs Posten (referert i Aftenposten 2007a) var 87 % av hyttekjøperne i 2006 i Strømstad nordmenn. Mangel på fritidsboliger i den norske skjærgården, lavere priser på fritidsboliger (bl.a. pga gunstig valutakurs) og kort kjøreavstand er i følge medieoppslagene hovedmotivasjonen for nordmenn som kjøper fritidsboliger i Sverige.

I en analyse av nordmenn som eier fritidsboliger i svenske innlandskommuner som grenser mot Østfold og Hedmark (den svenske delen av "Indre-Skandinavia") fant Berglund (2007) at pris, både på fritidsboligen og på mat, håndverkere mv., samt kort avstand fra hjemstedet var sentrale motiver for kjøpene. Hun anslår at ca 1100 fritidsboliger i disse kommunene er eid av nordmenn, og de aller fleste av disse er lokalisert i lavlandsområdene sør i regionen, dvs i de kommunene som grenser mot Østfold og de sørlige delene av Hedmark. Dette er områder hvor fritidsboligene generelt består av en blanding av omgjorte boliger/leiligheter i tettsteder, gamle torp, og "originale" fritidsboliger beliggende ved vann/innsjøer, og hvor de fleste av de sistnevnte har en lav standard (Müller 1999, Overvåg 2007). Tradisjonelle friluftaktiviteter som fotturer, fiske, bærplukking mv. var de viktigste aktivitetene for disse eierne. Det er også et mindre antall nordmenn som eier fritidsboliger i Sälen, som er en typisk alpindestinasjon Berglund (2007).



## 4 Fritidsboliger i Hedmark, Oppland og Buskerud med eiere bosatt i utlandet

### 4.1 GAB-registeret

Data fra det Eiendomsregisteret (GAB-registeret) som vi har for 2004, kan gi oss noen grove indikasjoner på utenlandsk eierskap av fritidsboliger i Norge. I GAB finnes det informasjon om eiere av fritidseiendommer<sup>8</sup>, og i GAB er alle eiere med en fast adresse i Norge registrert. Utenlandske adresser er ikke registrerte. Det er imidlertid andre opplysninger som indikerer at eieren har adresse i utlandet. Det omfatter personer som har fått et såkalt d-nummer fra folkeregisteret, som blant annet tildeles personer som kjøper eiendom i Norge, men som ikke har et norsk personnummer. I følge Statens kartverk er dette hovedsakelig eiere som er bosatt i utlandet. Videre er noen eiere registrert som ”utvandret” og noen som ”utlendinger”. Eiere som er registrert med ett eller flere av disse attributtene er i denne analysen tatt med som eiere som er bosatt i utlandet.

GAB er generelt beheftet med en del feilføringer, spesielt på eldre eiendommer/bygninger. De siste 15-20 årene har imidlertid påliteligheten blitt betydelig bedre (Arnesen og Overvåg 2006). Største svakhet og feilkilde er at utlendinger som eier fritidsbolig på festetomt ikke blir registrert. Dette fører trolig til en underestimering

---

<sup>8</sup> Fritidseiendommer er ikke det samme som fritidsbolig. Det kan være flere fritidsbolig på hver fritidseiendom, men en fritidseiendom er heller ikke nødvendigvis bebygget med en eller flere fritidsboliger. Pr. 2004 var det 286 000 fritidseiendommer i Norge i forhold til 403 000 fritidsboliger (Overvåg og Arnesen 2007)

av antallet med utenlandsk adresse i GAB registeret. Vi har derfor også hentet inn opplysninger fra noen kommuner, for å få fram tall som kan supplere og til dels korrigere GAB-registeret. Fra kommunene har vi også opplysninger om fordeling på nasjoner, noe GAB ikke har noe informasjon om.

Gitt disse forutsetningene gir GAB-registeret oss følgende indikasjoner på omfanget av fritidsboliger som er eid av personer bosatt i utlandet, pr. 2004;

- Hedmark har ca 380 fritidseiendommer eid av personer bosatt i utlandet – dvs 380 innkommende og migrerte transnasjonale fritidsboliger. Dette utgjør knapt 3 % av fritidseiendommene i fylket.
  - Ca 70 % av disse er i Trysil og utgjøres i hovedsak av eiere bosatt i Sverige. Fra Sverige ble det kjøpt mange fritidsboliger i Trysil på 60- 70-tallet (Køhn 2007).
  - De få øvrige transnasjonale fritidsboligene er spredt relativt jevnt på de andre kommunene.
- Oppland har 340 transnasjonale fritidseiendommer. Dette utgjør ca 1,5 % av fritidseiendommene i fylket.
  - De flest i av disse er i Gudbrandsdalen, fra Lillehammer til Sel, og i Valdres (Nord-Aurdal, Øystre-Slidre).
  - Ut over dette er det få transnasjonale fritidsboliger i Oppland.
- Buskerud har ca 330 transnasjonale fritidseiendommer. Dette utgjør som i Oppland ca 1,5 % av fritidseiendommene i fylket.
  - Flest transnasjonale fritidsboligene i Hol, deretter har Ål, Ringerike, Nore og Uvdal og Hurum noen.
  - Ut over dette er det få transnasjonale fritidsboliger i Buskerud.

## **4.2 Kommunale adresseregistre**

De fleste kommuner har adresseregistre på eiere av fritidsboliger (og ikke kun fritidseiendommer) for innkreving av kommunale skatter og avgifter (i første rekke



renovasjonsavgift og eiendomsskatt). De har derfor adresser også på fritidsboliger som er eid av personer bosatt i utlandet. Disse opplysningene er derfor mer relevante, pålitelige og oppdaterte enn dataene vi har fra GAB-registeret. Vi har samlet inn adresseopplysninger fra 6 kommuner (se tabell 1). Vi har dels valgt ut kommuner med mange fritidsboliger, dels er utvalget bestemt av at noen kommuner hadde lett tilgang til disse opplysningene og var villige til å gi oss tilgang til dem (vi har ikke kontaktet alle kommuner i de tre fylkene).

Tabellen nedenfor oppsummerer adresseopplysningene fra de 6 kommunene. Første rad viser hvor stor andel av fritidsboligene i kommunene som totalt sett er eid av personer med utenlandsk adresse. De neste radene viser hvordan eierne fordeler seg på land, mens den siste raden viser det totale antallet fritidsboliger i kommunene som har eiere med utenlandsk adresse.

Tabell 5:

		Ringsaker	Trysil	Vågå	Nord-Aurdal	Hol	Sigdal
<i>Utlendingers andel av fritidsboliger i kommunen</i>		1,2 %	14,3 %	0,7 %	1,8 %	2,1 %	1,1 %
<b>Sverige</b>	Antall	17	641	4	16	28	13
	%	24 %	77 %	-	24 %	27 %	29 %
<b>Tyskland</b>	Antall	13	31	1	10	5	5
	%	18 %	4 %	-	15 %	5 %	11 %
<b>Danmark</b>	Antall	17	109	0	15	27	10
	%	24 %	13 %	-	22 %	26 %	22 %
<b>Storbritannia</b>	Antall	7	13	1	2	16	7
	%	10 %	2 %	-	3 %	15 %	16 %
<b>Nederland</b>	Antall	4	8	0	10	1	0
	%	6 %	1 %	-	15 %	1 %	-
<b>Spania</b>	Antall	3	4	0	3	1	1
	%	4 %	0 %	-	4 %	1 %	2 %
<b>Sveits</b>	Antall	2	10	0	1	4	3
	%	3 %	1 %	-	1 %	4 %	7 %
<b>Andre</b>	Antall	9	15	1	10	22	6
	%	13 %	2 %	-	15 %	21 %	13 %
<b>TOTALT</b>	Antall	<b>72</b>	<b>831</b>	<b>7</b>	<b>73</b>	<b>104</b>	<b>45</b>
	%	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>

- I Trysil er det vel 800 transnasjonale fritidsboliger
  - Dette utgjør ca 14 % av alle fritidsboliger – som er et signifikant høyere tall enn de 9% GAB-registrert har registrert pr. 2004.
  - Svenskene utgjør hele 640 av de 800.

- I Hol og Nord-Aurdal kommuner er om lag 2% av fritidsboligene transnasjonale.
- I Ringsaker er det 1,2 % transnasjonale fritidsboliger, mens GAB viste kun 0,3 % av fritidseiendommene. Dette skyldes den store andelen festetomter på Sjusjøen.
- I Sigdal og særlig i Vågå er antallet vesentlig mindre, og ligger på rundt og vel 1 % av fritidsboligene. Dette er grovt sett på samme nivå som opplysningene fra GAB-registeret indikerte for disse kommunene.

## **5 Innkommende transnasjonalt eierskap som markedssegment**

### **5.1 Markedssegmentering**

Markedssegmentering er å splitte markedet i grupper som består av – i dette tilfellet – eiere og leiere av fritidsboliger med visse fellestrekk. Markedssegmenter og segmenteringsprosesser er interessante for bedrifter i den grad segmentene tilfredsstillende bestemte krav:

- segmentet må være identifiserbart og rimelig kvantifiserbart (antall, omsetning eller tilsvarende)
- segmentet må være tilgjengelig og kommuniserbart
- segmentet må ha et potensial for lønnsomhet (må kunne tjene mer penger på å skille ut gruppen som eget segment enn å betjene det sammen med et annet segment)
- segmentet må være tilpasset eller håndterbart med de ressurser og den kompetanse bedriftene har tilgjengelige

Både identifiserbarhet, tilgjengelighet, lønnsomhet og ressursgrunnlag er av interesse når vi skal søke å avdekke karakteristika ved utenlandsk eierskap og drøfte omfang av fenomenet så langt kunnskapsgrunnlaget i dager rekker.

### **5.2 Markedsføring**

Segmentering gir føringer for markedsføringsstrategi. Bedrifter kan velge mellom markedsføringsstrategier etter segmenteringskriterier som:

- udifferensiert behandler alle eller mange segmenter likt – for eksempel samme markedsføringsopplegg overfor alle eksisterende og potensielle utenlandske eiere av fritidsboliger i Norge
- differensiert hvor hvert enkelt (eller et fåtall) segment behandles forskjellig – for eksempel hvor det skilles mellom et nordisk segment, et kontinentalt segment osv som utgangspunkt for markedsbearbeiding
- konsentrert ved å tilpasse markedsføringen til et eller noen svært få segmenter – for eksempel hvor man kun konsentrerer seg om Sverige, Danmark og Tyskland som segmenter det arbeides med

I vår sammenheng er markedsføringsstrategier i forhold til markedssegmentering et viktig anliggende. Markedsføringens utfordringer i møte med et stort spenn i språk og kultur krever at segmentering og markedsføringsstrategier vurderes nøye. En udifferensiert markedsføringsstrategi er antakelig lite effektiv nettopp fordi det foreligger segmenteringslinjer i markedet som gis av språk og kultur. Snarere ligger det til rette for en differensiering med påfølgende strategiske valg som konsentrerer markedsføringsinnsatsen etter en nærmere analyse av identifiserbarhet, tilgjengelighet, lønnsomhet og ressursgrunnlag.

### **5.3 Produktposisjonering**

Posisjonering i markedet er å gi produktet en bestemt plass i publikums bevissthet. Ved posisjonering fokuseres på oppfatningen av produktet, uten at selve produktet nødvendigvis endres. Arbeidet med posisjonering skjer i forhold til de markedssegmentene (målgruppene) bedriften retter markedsføringen sin mot.

Posisjoneringsarbeid kan ta form av utvikling av et ”brand” – en merkevare. En “brand” er å oppfatte som en samling av opplevelser, erfaringer og assosiasjoner som kan knyttes til en tjeneste eller en vare (et produkt), et område, en bedrift eller en annen enhet. ”Brand” og ”branding” er gjerne betraktet som en viktig komponent i kultur og økonomi, og beskrives til tider som "kulturelt tilbehør og personlige filosofier"<sup>9</sup> som blir heftet ved et objekt. Slik ”branding” er høyst aktuelt innenfor reiseliv og utvikling av så vel enkeltbedrifter og anlegg (for eksempel Hafjell som brand), som hele regioner (for eksempel Valdres som brand). Arbeidet med branding krever forskjellig tilnærming i forskjellige segmenter i forhold til utenlandske eiere og leiere av fritidsboliger.

Posisjonen til de produktene vi er opptatt av her – fritidsboliger i typiske fjellområder i Sør-Norge – avspeiles eksempelvis i det markedsføringsarbeidet som gjøres av reisearrangører og meglere i utlandet aktive mot dette segmentet. Det som går igjen i markedsføringen i utlandet er tilgang til kvaliteter som aktiv familieferie i en natur som kan tilpasses forskjellige brukerforutsetninger og interesser – både med vekt på ski slik eksemplet fra Danmark viser, men og som helårsprodukt.

*”Skiferie og skirejser til Hafjell, Lillehammer i Norge. Skiferie i Hafjell er ensbetydende som store skiopplevelser for store og små - øvede alpinister, barn og nybegyndere. Dansk Bilferies hytter og lejligheder ligger centralt placeret tæt på pisterne. Hafjell har desuden Norges eneste gondollift og et kæmpe legeland for de mindste.*

...

*Skiferie og skirejser til Trysil i Norge. Tag på skiferie i Trysil med Dansk Bilferie og oplev Norges største skiområde - kendt for stor snesikkerhed. Trysil er for hele familien og byder på varieret skiløb i fantastisk natur til skientusiaster på alle niveauer.”*

---

<sup>9</sup> Klein, Naomi (2000) No logo, Canada: Random House, ISBN 0-676-97282-9

## **5.4 Andre faktorer som pris, valuta og avstand**

Det konkurreres på pris i det transnasjonale markedet for fritidsboliger. På leiemarkedet er prisnivået i Norge gjennomgående gunstig for leie av fritidsbolig i et selvhushold. Derimot er markedet for kjøp av fritidsbolig i Norge i utgangspunktet oppfattet som høyt priset – men her spiller også valutasvingninger inn som en tilfeldig faktor i konkurransen. Eksempelvis skrev Berlinske Tidende i Danmark i mai 2007 ved inngangen til fallet i prisnivået på fast eiendom rundt Middelhavet i en periode med en høyt priset norsk krone, under headingen ”Køb feriebolig til spotpris” følgende – etter å ha redegjort for alle de gode kjøp det nå er mulig å gjøre:

### ***Meget dyrt i Norge***

*Der er dog steder, hvor priserne fortsat stiger med ekspresfart, og det er blandt andet i Norge. Forleden blev en hytte på 14 kvadratmeter i Oksøya i den norske telemark solgt for hele 3,6 millioner norske kroner. Den blev solgt 400.000 norske kroner over udbudsprisen på 3,2 millioner. Det svarer til 3,3 millioner danske kroner for 14 kvadratmeter eller omkring 236.000 danske kroner per kvadratmeter – hvilket slår selv de mest vilde priser i Danmark.*

*Seneste tal fra den norske sammenslutning af ejendomsmæglere, Eiendomsmæglerforetakenes Forening (EFF) viser, at priserne fortsætter op i Norge og særligt markedet for fritidsboliger. I fjeldkommunerne er købsprisen steget med omkring 25 procent fra 2005 til 2006. Tendensen er fortsat i år med fuld styrke, lyder meldingen fra EFF. Samtidig er der også væsentlig kortere tid mellem handlerne med fritidsboliger.*

*(<http://www.business.dk/article/20070501/dinepenge/105010935/>)*

Et par år senere var den norske kronen svakere mot den danske, og Ekstrabladet kunne skrive:

### **Norge klar med billige fjeldhytter**

*Store prisfald og en elendig norsk krone gør fjeldhytter attraktive for danskere. Hvis man vælger at leje hytten ud, er udgifterne dækket ...*

...

*- Mange vil blot forhøre sig om mulighederne. Selv om de ikke vil købe her og nu, så råder jeg dem til at veksle om til norske kroner nu. Olieprisen er nede lige nu, og det gør den norske krone svag. Vi har jo set, hvor hurtigt prisen på olie kan stige, og så følger den norske krone med op. Så hvis jeg var dansker med norske fritidshusdrømme, vekslede jeg pengene nu.*

*I nogle tilfælde er det næsten omkostningsfrit for danskerne at købe hus i Norge.*

*- En dansker, der kan lægge 400.000 kroner i udbetaling, kan købe et hus med stue, tre soveværelser og to badeværelser for 1,5 millioner kroner. På sådan et hus kan man snildt indkassere 80.000 kroner om året, hvis man vil leje ud, f.eks. til danske turister. Så er finansieringen nærmest på plads, siger Tore Rugsveen.*

*(<http://ekstrabladet.dk>)*

### **Det er bare sagen**

*Tommy Sørensens hjerte har altid galopperet en ekstra gang ved tanken om Hafjell ved Lillehammer i Norge. Så meget, at han sammen med en ven sidste år købte en skihytte på 88 kvadratmeter og med plads til 11 overnattende personer.*

*- Hafjell er bare sagen. Vi har allerede været deroppe fire-fem gange, siden vi købte for mindre end et år siden, siger Tommy Sørensen, der bor i Aars i Nordjylland med sin kone og tre børn.*

*Hytten kostede godt 1,6 millioner norske kroner, og de penge er mere end godt givet ud.*

*- Vi har haft huset i så kort tid, at det er svært præcist at sætte kroner og øre på. Men vi har haft held til at leje ud i alle de perioder, vi ikke selv har været der. På den måde har vi faktisk tjent udgiften ind. På bookingen lige nu tegner det også lovende fremover.*

### ***Bedre end aktier***

*- Omvendt tror jeg ikke på, at man kan skovle penge ind. Man skal se det på den måde, at man sikrer sig selv nogle gode ferieophold i nogle rare omgivelser samtidig med, at man kan holde skindet på næsen. Jeg har også sat penge i aktier, og det er noget skrammel lige nu. Så er de efter min mening bedre anbragt i en norsk hytte.*

*Og så har han lige et godt råd til andre, der går i samme tanker: Vælg området omhyggeligt ud.*

*- Hvis man gør sig håb om at leje ud, skal man sørge for at finde et sted, der er egnet både sommer og vinter. I Hafjell er der både et fantastisk skiterræn og dejlige omgivelser og gode aktiviteter om sommeren. Det sikrer en vis turisttilstrømning, siger Tommy Sørensen. (<http://ekstrabladet.dk/>)*

Ikke bare valuta og pris, men også afstand er vigtig for transnasjonalt eierskap. En illustrasjon på det er at Sverige nok er et mer attraktivt område for dansker – og kombinasjon avstand og pris blir rimeligvis et meget slående argument i forbrukervalget:

### ***Danskere flokkes om svenske fritidshuse.***

*HINSIDAN. Stadig flere danskere vender blikket mod den anden side af Øresund, når de kigger efter nyt sommerhus. Folk i ejendomsbranchen anslår, at mellem 15.000 og 20.000 danskere i dag har fritidshus i Sverige.*

...

*Drømmen om idylliske træhuse, spejlblanke skovsøer og ikke mindst lave priser får stadig flere danskere til at købe fritidsbolig i Sverige. Interessen for svenske sommerhuse stiger konstant år for år, og det anslås, at op mod 20.000 danskere nu har et fritidshus »hinsidan sundet«.*

*(<http://www.udvandrerne.dk/>)*



## **6 Aktivitet og trender i fritidsboligmarkedet.**

Vi har hatt kontakt med meglerbransjen i Norge og i Danmark (som største potensielle marked for kjøp av fritidsbolig i Norge) for å samle informasjon om aktivitet og trender i markedet.

### **6.1 Norge**

Vi har vært i kontakt med et utvalg meglere i Norge som er aktive på fritidsboligmarkedet. Kontakten har bestått i en analyse av deres hjemmesider samt et telefonintervju med firmaet – i utgangspunktet med daglig leder. Tema som ble drøftet var:

- Hva er omfanget av kontakt med potensielle utenlandske kjøpere av fritidsboliger i Norge?
- Har omfanget øket de siste årene?
- Hvilke nasjonaliteter dominerer i dette segmentet?
- Hva er de sentrale motivene for utenlandsk interesse?
- Er inntrykket at slike kjøpere i større grad enn norske kjøpere baserer seg på utleie som en stor del av finansieringen?
- Er inntrykket at transnasjonalt fritidsboliger blir solgt igjen etter kortere tid enn hva som er tilfelle med nasjonale fritidsboliger?
- Hva er de viktigste barrierene for transnasjonalt eierskap?

I tabellen under oppsummerer vi de viktigste konklusjonene fra disse kontaktene:

Tabell 6:

Meglerfirma	Kommentar
<b>Fjellmegleren Hemsedal</b>	Frittstående meglerfirma med kontor i Hemsedal og på Geilo. Har kun hjemmesider på norsk.
<b>Terra Eiendomsmegling Lillehammer</b>	Landsdekkende kjede – hvor kontoret på Lillehammer har en betydelig omsetning av fritidsboliger. Ikke hjemmesider på engelsk for dette segmentet spesielt.
<b>Valdres Eiendomskontor AS / Terra Eiendomsmegling Valdres</b>	Landsdekkende kjede – hvor kontoret i Valdres har en betydelig omsetning av fritidsboliger. Ikke hjemmesider på engelsk for dette segmentet spesielt.
<b>Terra Eiendomsmegling Gol</b>	Landsdekkende kjede – hvor kontoret på Gol har en betydelig omsetning av fritidsboliger. Ikke hjemmesider på engelsk for dette segmentet spesielt.
<b>DNB Nor Eiendom Lillehammer</b>	Landsdekkende kjede – hvor kontoret på Lillehammer har en betydelig omsetning av fritidsboliger. Ikke hjemmesider på engelsk for dette segmentet spesielt, men prisene på fritidsboliger står også oppgitt i euro (€).
<b>DNB Nor Eiendom Gol</b>	Landsdekkende kjede – hvor kontoret i Gol har en betydelig omsetning av fritidsboliger. Ikke hjemmesider på engelsk for dette segmentet spesielt, men prisene på fritidsboliger står også oppgitt i euro (€).
<b>DNB Nor Eiendom Trysil</b>	Landsdekkende kjede – hvor kontoret i Gol har en betydelig omsetning av fritidsboliger. Ikke hjemmesider på engelsk for dette segmentet spesielt, men prisene på fritidsboliger står også oppgitt i euro (€).
<b>finn.no</b>	En noe annen kategori er finn.no. Det er det dominerende nettsted for formidling av salg og kjøp av eiendom i Norge. Her ligger (26. Mars 2009) 2836 fritidsboliger til salgs. Nettstedet har kun norske hjemmesider.

Det generelle inntrykket fra kontaktene med meglerbransjen er at

- Mens utlendingers aktivitet på leiemarkedet er – slik vi har vist foran - stort er volumet for inngående kjøpere av fritidsbolig i fjellområdene i Norge er lite. Det er mer snakk om enkeltstående hendelser, enn at det er snakk om et markedssegment med jevn aktivitet.
- Det drives gjennomgående ikke markedsføring mot dette segmentet i Norge, dvs utlendinger som ønsker å kjøpe fritidsbolig.
- Kun i svært liten grad er sentrale dokumenter knyttet til kjøp av fritidsbolig oversatt til andre språk, det gjelder prosjekter og salgsdokumenter.
- Utenlandske eiendomsめglere er ikke etablert på det norske fritidsboligmarkedet.
- De kjøp som foregår skjer gjennomgående etter modellen ”først leie så eie” og / eller etter anbefaling fra andre utlending – da gjerne venner / kjente / familie som allerede har kjøpt fritidsbolig
- Innkommende kjøpere av fritidsboliger synes å finnes i alle segmenter i fritidsboligmarkedet, fra enkle hytter i spredt utbyggingsmønster, til fritidsboliger i leilighetsanlegg knyttet til kjente resorter.
- Det er dansker og i noen grad svensker som er den dominerende gruppen av innkommende eiere av fritidsboliger så langt.

Interessen fra utlendinger varierer mellom destinasjonene, så det kan være illustrerende å se på erfaringer fra noen enkeltdestinasjoner.

Fjellmegleren mener det er (relativt) mange som tar kontakt i Hemsedal mens det er mindre på Geilo. Interessen er da særlig knyttet knyttet til objekter som er letter å drive og hvor det er en utleieavtale knyttet til kjøpet. Leilighetskomplekser med ”sale and lease back” regnes i denne sammenheng som typiske "utlendingsobjekter".

Enefritidsbolig ol er mindre aktuelt for denne gruppen fordi det krever mer vedlikehold, tilstedeværelse osv. Fjellmegleren har ikke spesiell markedsføring rettet mot segmentet. Kundene er folk som er på besøk - de bor gjerne først - reglen er først leie og så leie. Det er altså destinasjonen de kommer til i første omgang -- og Geilo og Hemsedal er godt kjent og markedsført i utlandet. I denne regionen, og for så vidt i tråd med at det er på destinasjonsnivå områdene er kjent, opplever meglerne at utlendinger har kommet mer og mer de seneste årene. Det blir fremhevet at det forhold at Skistar er sentrale på

Geilo og i Hemsedal antakelig har hatt en positiv effekt og brakt flere utlendinger inn til destinasjonene. Interessant nok har meglerne her ikke merket noe mer nedgang i det segmentet enn andre segmenter i krisetider. Prisnivået er åpenbart ikke skremmende det er "helt normale familier" som kommer og de er godt orientert om prisnivå innen de tar kontakt med megler.

Det er ikke overraskende naturen som er motivet hos innkommende transnasjonale kjøpere. Nå de kommer til Hemsedal og Geilo er det valg av destinasjon som styrer valgadferd - sterke destinasjoner tilbyr en form for økonomisk trygghet over tid - og dette tiltaler særlig utlendinger.

Forflytter vi oss over mot Trysil-området melder megler der at det er lite omfang på segmentet for tiden. Det er en jevn - men ikke stor - pågang fra svensker og dansker.

På 70 -tallet kom det inn en gruppe svensker og kjøpte hytter på Trysilfjellet – ”og det før det var noe her”. Man kan jo under seg over hvorfor de ikke bare fant de seg en fjelltopp i Sverige - nærmere hjemme – men denne ”innvandringsbølgen” viser at det innkommende transnasjonalt eierskap ikke alene styres av markedsføring av ferdige og tilrettelagte resorter. Denne gruppen med svenske eiere er fremdeles i området. Det ligger an til et generasjonsskifte her - med salg av disse gamle hyttene på nordsida. Når de legges ut på markedet så er det i det norske markedet.

Språk - det gjelder særlig i dokumentasjon - både avtaler og prospekter nevnes som en vanskelighet her. Et firma som DnBNOR Eiendom lager alt på norsk - og det er kjøper som eventuelt må betale for oversetting og selv ta ansvar for at oversettelser er dekkende. Megler tar intet ansvar her. Kjøpskontrakter er standardformularer - men det foreligger ingen autorisert oversettelse. Og uansett oversettes ikke prospekter av megler. For en destinasjon som Trysil, nevnes avstand en barriere – som kan bli mindre en barriere dersom det blir realitet med en flyplass i nærheten er Trysil slik det diskuteres for tiden. Firmaet markedsfører ikke spesielt overfor dette segmentet - har hatt et par annonser i Berlingske tidene.

Fra områder som Valdres, Gol og til dels også Lillehammer rapporteres det om lite, og sporadisk aktivitet i dette segmentet – her kan den generelle oppsummeringen

innledningsvis dekke situasjonen slik inntrykket er etter kontaktrunden.

## 6.2 Danmark

Dansk eiendomsmeglerbransje er analysert ved en gjennomgang av selskapenes hjemmesider. Det er undersøkt om og i hvilket omfang de retter seg mot et markedssegment for danske kjøpere av fritidsboliger i Norge. I tillegg er det gjort en analyse av oppslag på fritidsboligobjekter i Norge på danske boligsalghjemmesider.

Dansk EjendomsmæglerForening<sup>10</sup> samler ca 3000 meglere fordelt på 17 kjeder med til sammen ca 2500 medlemmer og vel 500 kjedeuavhengige medlemmer. Foreningen har ikke egen statistikk for fritidshus som danske meglere tilbyr i utlandet.

Det er vel 1500 eiendomsmeglerfirma i Danmark – disse er delvis i kjedesamarbeide og delvis frittstående firma. Rundt 200 meglerkontorer markedsfører aktivt på sine internettsider fritidsboliger. En ren stikkprøvegjennomgang gir følgende resultat:

Tabell 7:

Meglerfirma	Kommentar
EDC-kjeden	Dette er den største kjeden med vel 600 eiendomsmeglere som driver firma i eget navn. Under overskriften "Kjøp og salg i utlandet" tilbys fritidsboliger på markedet i 6 land – Norge er ikke på denne listen.
Estate Mæglerne	I underkant av 100 meglerkontor som driver under kjedenavn Har ikke fritidsbolig i utlandet som egen side.

---

<sup>10</sup> <http://www.de.dk>

RealMæglerne	Betydelig kjede med ca 120 eiendomsmeglere som driver firma i eget navn. Har en egen side på utland hvor det fokuseres på markedet i 8 typiske ferieland – Norge er ikke med på denne listen
Go 2 Sweden	Etablert for å betjene dansker som vil ha hus og fritidshus i Sverige. Noe liknende finnes ikke for det norske markedet.
Home	Danmarks nest største eiendomsmeglerkjede med 435 meglere. Har egne sider om fritidshus. Sverige er med her, men Norge nevnes ikke.
DanBolig	Stor eiendomsmeglerkjede med i størrelsesorden 150 meglerkontor. Aktive på fritidsboligmarkedet – også utenfor Danmark, men stort sett begrenset til Sverige.
Sunshineworld Sunliving	Eksempler på meglere som har en klar markedskonsentrasjon innenfor fritidssegmentet. De fokuserer på "sun" men har allikevel også aktivitet i alpeland som Østerrike. Noe tilsvarende finnes ikke som dekker det norske marked.
Salgskanaler	Kommentar
Boligstedet.dk	En noe annen kategori enn meglere er boligstedet.dk. Det er et nettsted som en er formidlingskanal a la finn.no i Norge. Her ligger (24. Mars 2009) 15 objekter fra utlandet, hvorav 1 er fra Norge, 3 fra Sverige.
sommerhuse-online.dk	Et liknende nettsted er sommerhuse-online.dk. Her er gen oppslag for objekter i utlandet. Norge er ikke representert på listen over objekter i markedet.

Oppsummert er inntrykket at danske eiendomsmeglere i liten grad driver markedsføring rettet mot dansker som ønsker å kjøpe fritidsbolig i Norge. Det er også svært få objekter i Norge som er presentert på danske bolig- og fritidsboligsalgssider.

Det er innenfor rammen av et slikt forprosjekt som vi her arbeider, ingen grunn til å tro at situasjonen er vesentlig annerledes i andre land.

## **7 Drøfting og konklusjoner**

### **7.1 Fokus**

Den foreliggende analysen fokuserer på situasjonen i fjellområdene i Sør-Norge. Det er grunn til å understreke dette, fordi situasjonen er annerledes både i kystområder og generelt nordover i landet.

### **7.2 *Hvor er et relevant potensial for vekst i utenlandsk eierskap?***

Innkommende transnasjonalt eierskap til fritidsboliger er et lite segment om en ser hele fritidsbolig-Norge i fokusområdet for denne analysen under ett. Som vi har sett er innkommende transnasjonalt eierskap i Norge da heller ikke skilt ut som eget segment i for eksempel meglerbransjen, det være seg i Norge eller blant meglere i et sentralt land som Danmark.

Det er heller ingen åpenbare grunner til å tro at dette vil endre seg vesentlig i årene som kommer. Fritidsboligmarkedet sett under ett er først og fremst et nasjonalt marked. Som vi har sett i kapittel 5 krever en markedssegmentering med tilhørende markedsføringsstrategi, produktposisjonering og –profilering betydelige ressurser - økonomiske så vel som organisatoriske. Så langt vi kan se er det ikke grunnlag for å arbeide for en bredt anlagt markedssegmentering mot innkommende transnasjonalt eierskap, en segmentering rettet mot flere land og generelt det å kjøpe fritidsbolig i Norge.

For visse interessante nisjer i markedet kan derimot situasjonen være en helt annen. For selv om innkommende transnasjonale eiere av fritidsboliger er et marginalt fenomen sett under ett, er det grunn til å peke på at det i visse sammenhenger kan representere et større innslag og et interessant potensial. Det er grunn til å vurdere nærmere den betydningen og det potensialet som ligger i utenlandsk eierskap til fritidsbolig i tilknytning til de store reiselivsdestinasjonene. Bakgrunnen for et slikt resonnement er femdelt:

1. I alpindestinasjonene, og antakelig også i nærliggende destinasjoner (som Sjusjøen med nærhet til Hafjell) utgjør utlendinger en betydelig andel av leietakere til fritidsboliger – se tabell 3.
2. Transnasjonalt eierskap etableres gjerne etter en kjøpsatferd som kan beskrives som ”først leie – så eie”. Dette er en forbrukeratferd flere meglere har trukket fram og som også er kjent fra hvordan nordmenn i for eksempel Spania fortar beslutninger ved kjøp av fritidsbolig der.
3. Pris og juridiske forhold er ikke til særlig hinder for innkommende transnasjonalt eierskap til fritidsbolig
4. Innkommende transnasjonale eiere av fritidsboliger eier er i dag for så vidt representert med alle typer fritidsboliger, fra enkle tradisjonelle hytter til høystandard enefritidsboliger i felt, til fritidsboliger i leilighetsbygg. Det synes allikevel rimelig å fokusere på en type objekter som er av særlig interesse i innkommende transnasjonalt eierskap: Fritidsleiligheter. Det er enheter som er framhevet som egnet for denne type eiere, fordi de krever relativt lite tilsyn og egner seg som utleieobjekter.
5. Denne type enheter er gjennomgående og i all hovedsak lokalisert i umiddelbar nærhet av eller i tilknytning til alpindestinasjoner, og slike leiligheter kan betraktes som en viktig del av infrastrukturen i reiselivsnæringen (se tabell xx).
6. Innkommende transnasjonalt eierskap og bruk representerer en eksportinntekt og ikke minst en tiltrengt utvidet markedstilgang.



Oppsummert går argumentet slik:

- Premisser
  - Utlendinger utgjør et betydelig innslag av leietakere i sjølhushold fritidsboliger i og i nærheten av flere alpindestinasjoner. Beslutningsatferd knyttet til utlendingers kjøp av fritidsbolig i Norge er som nevnt ofte ”først leie, så eie”. I tilknytning til alpindestinasjoner er det i flere områder et betydelig innslag av utlendingers leie av fritidsboliger (særlig leiligheter og enheter i rekke eller frittstående knyttet til alpinanlegg) av en type som også er attraktive eierobjekter – gjerne etter forskjellige ”kjøp og tilbakeleie” - modeller. Det er ingen vesentlige økonomiske eller juridiske barrierer mot innkommende transnasjonalt eierskap til fritidsbolig i Norge.
- Konklusjon
  - Det kan være grunn til å vurdere å satse på å utvikle et markedssegment med tilhørende markedsføringsstrategi, produktprofilering etc som en del av utviklingen av reiselivsnæringen knyttet til alpindestinasjonene og nærliggende områder.

## **7.3 Anbefalinger**

### **7.3.1 Videre strategi for utvikling av utenlandsk eierskap i fjellområdene**

Skal en strategi langs disse linjene vurderes nærmere – og vi mener det er et faglig grunnlag for å anbefale det – vil vi anbefale at det gjennomføres analyser for å understøtte og forankre en markedsutviklingsstrategi. Vi mener følgende problemstillinger bør undersøkes nærmere:

- En undersøkelse blant utlendinger i Norge som brukere i alpindestinasjonene – både brukere som eier og som leier fritidsbolig. Hensikten med denne undersøkelsen er å innhente synspunkter på og erfaringer med transnasjonalt

eierskap, med motiver for å eie eller leie, hvilke faktorer som synes å styre beslutningsatferden rundt tematikken eie / leie med mer.

- En utredning av sentrale elementer i en segmenteringsstrategi hvor man ser på hvilke kunnskapsmessige, økonomiske og organisatoriske ressurser som må sluses inn i en slik prosess. Dette er en utredning som må se på hva som kreves av reiselivsbedrifter, av meglere, av markedsføringsmateriale og -kanaler osv for å lykkes i å utvikle et slikt markedssegment.
- Et opplegg for en følgeevaluering som kan interagere med en slik markedsutviklingsstrategi for å gi korreksjoner til prosessen.

### **7.3.2 Et tilsvarende forprosjekt for kysten**

Fokus for dette forprosjektet er fjellområdene i Sør-Norge. De konklusjonene og anbefalingene som gjelder for disse områdene kan ikke overføres til situasjonen(e) langs kysten. Her er både reiselivsnæring, strukturen i fritidsboligbebyggelsen, hvilke elementer den består av, hvordan den er integrert i øvrig samfunnsmessig infrastruktur, bruksmotiv og bruksmønster forskjellig. Ikke desto mindre er utenlandsk eierskap til fritidsboliger interessant også her. Vi anbefaler at det gjennomføres et forprosjekt for kystområdene tilsvarende det som er gjennomført her.

## Referanser

Adressa (2007) Storlien klar for trønderinvasjon.

<http://www.adressa.no/nyheter/utenriks/article837212.ece>

Aftenposten (2007a) 90 000 har fritidseiendom ute.

<http://www.aftenposten.no/reise/article683648.ece>

Aftenposten. 2007b. Norske hyttefolk erobrer Sverige.

<http://forbruker.no/hyttemagasinet/article1638410.ece>

Aftenposten (2008) Fritidshus ute kan bli skattebomber.

<http://www.aftenposten.no/forbruker/pengenedine/article2051839.ece>

Arnesen, T. & Overvåg, K. (2006) Mellom fritidsbolig og bolig. Om eiendomsregistrering og om bruksendring. *Utmark* nr 1:2006. [www.utmark.org]

Barke, M. (2008) Second homes in the Spanish housing market: one market or two? *Journal of Housing and the Built Environment* (2008) 23:277-295.

Berglund, C. (2007) Norskägda fritidshus i den svenska delen av Inre Skandinavien.

Berger, S., Forsberg, G., Ørbeck, M. (red) *Inre Skandinavien – en gränsregion under omvandling*, 187-209. Karlstad University Press, Karlstad.

Buller, H. & Hoggart, K. (1994) *International Counterurbanisation: British Migrants in Rural France*. Aldershot. Ashgate.

Casado-Diaz, M.A. (2004) Second homes in Spain. Hall, C.M. & Müller, D.K. (eds.) *Tourism, Mobility and Second Homes. Between Elite Landscapes and Common Ground*, 215–232. Channel View Publications, Toronto.

- Ericsson, B. & Grefsrud, R. (2005) *Fritidshus i innlandet: Bruk og lokaløkonomiske effekter*. ØF-rapport 6/2005. Østlandsforskning, Lillehammer.
- Hagen, S.E., Overvåg, K. og Arnesen, T. 2009 "Snowball" - en klyngeanalyse. ØF-rapport 2009/05, Lillehammer:Østlandsforskning
- Helset, A. & Sandlie, H.C. (2004) *Norske pensjonister og norske kommuner i Spania – en levekårsundersøkelse blant norske Spania-pensjonister*. NOVA Rapport 3/04.
- Køhn, E. (2007) Svenske fritidsboligeiere – en katalysator for utvikling av Norges største alpintenter? Berger, S., Forsberg, G., Ørbeck, M. (red) *Inre Skandinaviens – en gränsregion under omvandling*, 174-186. Karlstad University Press, Karlstad.
- Müller, D. (1999) *German Second Home Owners in the Swedish Countryside*. ETOUR Vetenskapliga Bokserien V 1999:4. ETOUR, Østersund.
- Müller, D. & Hall, C.M. (2004) The Future of Second Home Tourism. Hall, C.M. & Müller, D.K. (eds.) *Tourism, Mobility and Second Homes. Between Elite Landscapes and Common Ground*, 273–278. Channel View Publications, Toronto.
- Nettavisen (2006) Rekord for sydenboliger.  
<http://arkiv.na24.no/Nyhet/197343/Rekord+for+sydenboliger.html>
- O'Reilly (2007) *The Rural Idyll, Residential Tourism, and the Spirit of Lifestyle Migration*. Association of Social Anthropologists Conference, London, 2007  
<http://www.lboro.ac.uk/departments/ss/lmhud/documents/Anthro-tourism%20paper.pdf>
- Overvåg, K. (2007) Private fritidsboliger og næringsutvikling. Berger, S., Forsberg, G., Ørbeck, M. (red) *Inre Skandinaviens – en gränsregion under omvandling*, 161-173. Karlstad University Press, Karlstad.
- Overvåg, K. & Arnesen, T. (2007) *Fritidsboliger og fritidseiendommer i omland til Oslo, Trondheim og Tromsø*. ØF-notat 04/2007. Østlandsforskning, Lillehammer
- Paris, C. (2006) *Multiple 'homes', dwelling & hyper-mobility & emergent transnational second home ownership*. Paper presented at the ENHR conference "Housing in an

expanding Europe: theory, policy, participation and implementation”. Ljubljana, Slovenia 2-5 July 2006.

Statistics Sweden. (2008) *Utenländsk ägande av fritidshus i Sverige 2007: Stora regionala skillnader i andelen utlandsägda fritidshus*. Statistics Sweden, Stockholm.  
[www.scb.se/Pages/PressRelease\\_238850.aspx](http://www.scb.se/Pages/PressRelease_238850.aspx)

ter Maat (2008) *External threats to tourism destinations; how to act upon?* Event review. Tourism Summit, Chamonix December 2007.

Williams, A.M. & Hall, C.M. (2002) Tourism, migration, circulation and mobility: the contingencies of time and place. Hall, C.M. & Williams, A.M. (eds.) *Tourism and Migration. New Relationships Between Production and Consumption*, 1–52. Kluwer Academic Publishers, Dordrecht.

Williams, A.M., King, R., Warnes, T. (2004) British second homes in southern Europe: shifting nodes in the scapes and flows of migration and tourism. Hall, C.M. & Müller, D.K. (eds.) *Tourism, Mobility and Second Homes. Between Elite Landscapes and Common Ground*, 97–112. Channel View Publications, Toronto.



## **Fritidsboligene og utlendinger.**

Om transnasjonalt eierskap av fritidsboliger i fjellområder i Norge

Innkommende transnasjonalt eierskap til fritidsboliger er et lite segment om en ser hele fritidsbolig-Norge under ett. Det er heller ingen åpenbare grunner til å tro at dette vil endre seg vesentlig i årene som kommer. Fritidsboligmarkedet sett under ett er først og fremst et nasjonalt marked.

En markedssegmentering krever betydelige ressurser. Så langt vi kan se er det ikke grunnlag for å arbeide for en bredt anlagt markedssegmentering mot utenlandsk eierskap. For visse og viktige nisjer i markedet kan derimot situasjonen være en annen. Det er grunn til å vurdere nærmere den betydningen og det potensialet som ligger i utenlandsk eierskap til fritidsbolig i tilknytning til de store reiselivsdestinasjonene.

**Rapport nr.: 07/2006**

**ISBN nr: 978-82-7356-652-2**