Menon Economics

RAPPORT

Effektmåling av Nasjonale turistveger

Lokaløkonomiske effekter av de nasjonale turistvegene på Andøya og Havøysund



Nasjonal turistveg Havøysund. Foto: Nasjonale turistveger, Statens vegvesen

Av Henrik Motrøen Foseid, Kristian Berg Nielsen og Erik Jakobsen

Menon-publikasjon Nr. 210

2026

Forord

Menon Economics har på oppdrag for seksjonen Nasjonale turistveger i Statens vegvesen gjennomført en analyse av verdiskapingseffektene som skapes av de nasjonale turistvegene Andøya og Havøysund. Målet med oppdraget har vært å gjennomføre en effektmåling av vegstrekningene, for å undersøke om turistvegsatsingen har hatt en positiv effekt på det lokale reiselivet og handelslivet, og eventuelt størrelsen på effektene. Denne rapporten er en fortsettelse av en serie tidligere rapporter Menon har utført etter 2017 på turistvegene Varanger, Rondane, Senja, Gaularfjellet, Atlanterhavsvegen, Ryfylke, Geiranger-Trollstigen og Aurlandsfjellet.

Ansvarlig for prosjektet hos Menon har vært Erik Jakobsen, mens Henrik Motrøen Foseid har vært prosjektleder. Kristian Berg Nielsen har vært prosjektmedarbeider. Glenn Widenhofer har vært kvalitetssikrer.

Vi takker Statens vegvesen for et spennende oppdrag. Vi takker også alle intervjuobjekter for gode innspill. Menon står ansvarlig for alt innhold i rapporten.

September 2026

Erik Jakobsen
Prosjektansvarlig
Menon Economics

Henrik Motrøen Foseid
Prosjektleder
Menon Economics

Om Menon Economics

Menon Economics analyserer økonomiske problemstillinger og gir råd til bedrifter, organisasjoner og myndigheter. Vi er et konsulentselskap som opererer i grenseflatene mellom økonomi, politikk og marked.

Menon kombinerer samfunns- og bedriftsøkonomisk kompetanse innenfor fagfelt som samfunnsøkonomisk lønnsomhet, verdsetting, nærings- og konkurranseøkonomi, strategi, finans og organisasjonsdesign. Vi benytter forskningsbaserte metoder i våre analyser og jobber tett med ledende akademiske miljøer innenfor de fleste fagfelt.

Les mer om vårt arbeid på menon.no.

Innhold

Sammendrag 4

English summary 8

1 Innledning og metode 13

1.1 Kort om Nasjonale turistveger 13
1.2 Lokale verdiskapingseffekter fra Nasjonale turistveger 17
1.3 Metode for økonomiske virkninger 19

2 Andøya 24

2.1 Veistrekningen 24
2.2 Datagrunnlaget 27
2.3 Økonomisk utvikling over tid 30
2.4 Funn fra intervjuer 34
2.5 Vår vurdering av økonomiske effekter 40

3 Havøysund 42

3.1 Veistrekningen 42
3.2 Datagrunnlaget 46
3.3 Økonomisk utvikling over tid 49
3.4 Funn fra intervjuer 54
3.5 Vår vurdering av økonomiske effekter 57

4 Vedlegg 59

4.1 Næringskoder benyttet i handelspopulasjonen 59

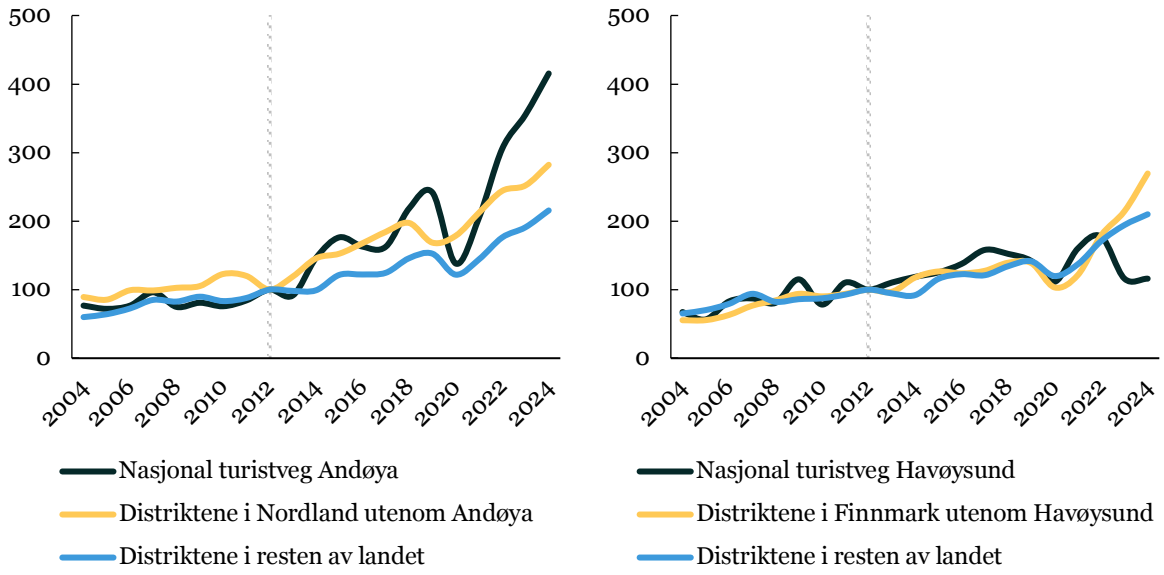
Sammendrag

Menon Economics har på oppdrag for seksjonen Nasjonale turistveger i Statens vegvesen gjennomført en *ex post*-effektmåling av turistvegstrekningene Andøya i Nordland og Havøysund i Finnmark. Formålet med oppdraget har vært å undersøke om turistvegsatsingen har hatt en positiv virkning på det lokale handels- og reiselivet. Denne analysen inngår som en del av flere effektmålinger av Nasjonale turistveger som Menon har gjennomført de siste årene. Analysene er gjennomført med tilsvarende metodikk som ble benyttet under effektmålingen av Nasjonal turistveg Geiranger – Trollstigen og Nasjonal turistveg Aurlandsfjellet i 2023. I tillegg til disse er det tidligere gjennomført tilsvarende effektmålinger av Rondane og Varanger i 2017, Gaularfjellet og Senja i 2019 og Atlanterhavsvegen og Ryfylke i 2020.

Våre analyser finner at handels- og reiselivsrelatert næringsliv har hatt sterkere vekst langs Nasjonal turistveg Andøya, sammenlignet med andre sammenlignbare områder regionalt og nasjonalt. Langs Nasjonal turistveg Havøysund finner vi ingen vesentlige avvik fra gjennomsnittlig vekst i sammenlignbare distrikter og landet for øvrig. Næringslivet i områdene omfattet av begge turistvegstrekningene er relativt begrenset, slik at enkeltbedrifters aktiviteter får store utslag i de overordnede tallene. Likevel beskriver ulike representanter fra lokalt næringsliv at vegstrekningene har bidratt til betydelig økning i turisme langs strekningene, og relateres til aktivitet som er krevende å fange opp i den kvantitative analysen. Vi konkluderer derfor forsiktig med at begge de Nasjonale turistvegene har hatt en positiv effekt på lokalt handels- og reiselivsrelatert næringsliv i områdene. Figuren under viser indeksert verdiskapingsvekst for reiselivsbedriftene (overnatting, servering og opplevelser) langs de to Nasjonale turistvegene sammenlignet med lignende bedrifter regionalt og nasjonalt.

Figur A: Indeksert verdiskapingsvekst (med basisår 2012) i stedbundet reiseliv (overnatting, servering og opplevelser) langs Nasjonal turistveg Andøya (venstre) og Havøysund (høyre), og i regionale og nasjonale referansegrupper.

Stiplet vertikal linje illustrerer år for åpning av Nasjonal turistveg. *Kilde: Menon Economics*[1]



Statens vegvesen har gjennomført og utarbeidet referater fra 29 intervjuer med aktører, organisasjoner og kommuner i influensområdene. Innspillene er viktige for å nyansere betydningen av de Nasjonale turistvegene på Andøya og Havøysund. Overordnet sett finner vi at den kvantitative analysen, i varierende grad, undervurderer betydningen av Nasjonale turistveger for vekst i begge områdene. En sentral årsak til dette er sterk vekst blant bobilturister langs begge strekningene. Bobilturistene skaper økt aktivitet langs strekningene, men er ikke blant turistgruppene som legger igjen mest penger. Utslagene i økonomiske nøkkeltall er derfor relativt sett beskjedne.

Nasjonal turistveg Andøya

Nasjonal turistveg Andøya følger vestkysten av øya Andøya i Vesterålen, mellom Bjørnskinn i sør og Andenes i nord. Strekningen er 58 kilometer lang og slynger seg tett langs kystlinjen mellom fjell, hav og myrlandskap i et av Norges mest særpregede kystområder.

Vår analyse av utviklingen i det stedbundne reiselivet langs Nasjonal turistveg Andøya viser positiv verdiskapingsvekst over analyseperioden, fra om lag 12

[1] Referanseområder inkluderer alle bedrifter omfattet av områder med sentralitetsklasse 5 og 6, utenom bedrifter innenfor influensområder til andre Nasjonale turistveger i Norge.

millioner kroner i 2004 til over 65 millioner kroner i 2024. De siste årene har veksten vært noe sterkere, og sammenfaller i stor grad med utviklingen i referanseområdene, med sterkere vekst i kjølvannet av pandemien. Den sammenfallende utviklingen på Andøya og i referanseområdene, med enkelte utslag de siste par årene, gjør det utfordrende å isolere en tydelig kausal effekt av turistvegsatsingen på Andøya alene. Samtidig viser intervjuer gjennomført av Statens vegvesen langs strekningen tydelig og samstemt at statusen som Nasjonal turistveg har hatt stor betydning for reiselivsutviklingen langs strekningen.

På Andøya beskriver aktørene at turistvegen spiller en sentral rolle for utviklingen av reiselivsnæringen i området. Nasjonal turistveg Andøya har blitt stadig mer kjent blant norske og utenlandske turister, og fungerer som et kvalitetsstempel for veistrekningen og området. For aktørene langs strekningen bidrar turistvegen til å øke synlighet, skape forutsigbarhet og gjøre området mer attraktivt som reisemål.

Langs turistvegen på Andøya beskriver aktørene i området at utviklingen påvirkes av flere sterke drivere. Økt internasjonal tilgjengelighet via Evenes og Tromsø, fergeforbindelse mellom Andenes og Gryllefjord, vekst i naturbasert reiseliv og oppmerksomhet rundt kommende nye attraksjoner som *The Whale* er alle faktorer som bidrar til positiv utvikling langs strekningen. Flere peker i denne sammenhengen på at Nasjonal turistveg er en viktig forsterkende faktor for å øke besøksvolumer, strekke sesongene og skape investeringsvilje i området.

Gjennom intervjuene blir det også tydelig at utfordringer knyttet til stadig økende trafikk langs strekningen, kapasitetsbegrensninger på fergen mellom Andenes og Gryllefjord, fricamping og stadige stenginger av vegen i forbindelse med aktivitet ved Andøya Spaceport negativt påvirker opplevelsen for reisende. Flere aktører uttrykker et stadig økende behov for bedre forvaltning av de besøkende, for å sikre at man evner å kapitalisere på den økte turismen.[2]

Nasjonal turistveg Havøysund

Nasjonal turistveg Havøysund byr på en reise gjennom det arktiske landskapet i Finnmark, hvor kyst, fjell og hav møtes. Strekningen følger fylkesveg 889 fra Kokelv

[2] NB: Undersøkelsen og intervjuene er gjort før hovedrasteplassen Bukkekjerka ble stengt på ubestemt tid av sikkerhetsmessige årsaker i mai 2026. Det er p.t. uvisst om, og evt. når Bukkekjerka vil gjenåpne.

til Havøysund og er 67 kilometer lang. Vegen går gjennom et landskap som skifter mellom nakne vidder, bratte fjell og utsikt over Barentshavet.

Vår analyse av utviklingen i det stedbundne reiselivet langs Nasjonal turistveg Havøysund er nokså begrenset i omfang. I influensområdet finner vi at verdiskapingen har vokst fra 4 millioner kroner i 2004 til rett under 7 millioner kroner i 2024. Antall reiselivsbedrifter er lavt langs strekningen, og enkeltaktørers aktiviteter får stor betydning for den samlede verdiskapingen i området. Samtidig som regnskapsanalysen overordnet viser en tilsvarende vekst som sammenlignbare områder, er det krevende å trekke en tydelig konklusjon om målbare økonomiske effekter av turistvegsatsingen på Havøysund alene. Den kvalitative vurderingen av intervjuer med lokale næringslivsaktører i området ilegges derfor vesentlig mer vekt langs denne strekningen.

Intervjuene viser at turistvegen har stor betydning for trafikk, synlighet og oppmerksomhet nasjonalt og internasjonalt. Aktørene beskriver besøksvekst av ulike reisende, som bobil-, MC- og sykkelturisme, i tillegg til at aktørene opplever lengre sesonger enn tidligere. Det er imidlertid vanskelig å kapitalisere på bobilturistene, som i stor grad fricamper langs strekningen. Med nokså beskjeden reiselivsnæring, men vakre omgivelser, beskrives veistrekningen av flere som en «reason to go».

Det begrensede næringslivet i området reduserer evnen til å kapitalisere på den økte turismen. Med få serverings- og overnattingstilbud langs strekningen, er det relativt lite forbruk knyttet til den økte trafikken i området. Aktørene peker på manglende kapasitet, arbeidskraft og investeringsevne som sentrale barrierer for vekst, samt at infrastruktur og vinterforhold begrenser mulighetene for helårlig verdiskaping.

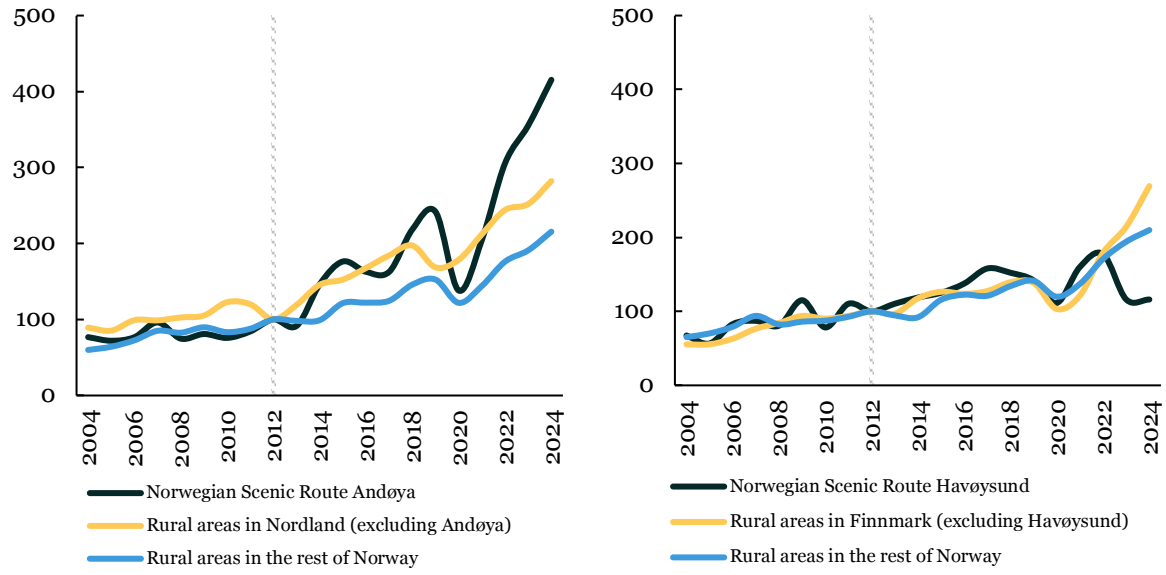
English summary

On behalf of the Norwegian Scenic Routes section of the Norwegian Public Roads Administration, Menon Economics has conducted an ex-post impact assessment of the Norwegian Scenic Routes Andøya in Nordland and Havøysund in Finnmark. The purpose of the assignment has been to examine whether the Norwegian Scenic Route initiative has had a positive impact on local retail and tourism-related industries. This analysis forms part of a series of impact assessments of the Norwegian Scenic Routes that Menon has carried out in recent years.

The analyses have been conducted using the same methodology as that applied in the impact assessments of the other Norwegian Scenic Routes Geiranger – Trollstigen and Aurlandsfjellet in 2023. In addition to these, impact assessments were previously conducted for Rondane and Varanger in 2017, Gaularfjellet and Senja in 2019, and Atlanterhavsvegen and Ryfylke in 2020.

Our analyses find that tourism and retail businesses along the Norwegian Scenic Route Andøya have experienced stronger growth than comparable areas at both regional and national level. Along the Norwegian Scenic Route Havøysund, we find no significant deviations from the average growth observed in comparable rural areas in Finnmark and Norway as a whole. The business base in both areas is relatively limited, meaning that the activities of individual firms have a considerable impact on aggregate figures. Nevertheless, interviews with local stakeholders indicate that both scenic routes have contributed to substantial increases in visitor numbers, particularly among traveller segments that are difficult to capture through traditional accounting data. We therefore conclude, with appropriate caution, that both Norwegian Scenic Routes have had a positive effect on local tourism and retail activity. Figure A illustrates indexed growth in value creation within place-based tourism (accommodation, food services and visitor experiences) along the Norwegian Scenic Routes Andøya and Havøysund compared with regional and national reference groups.

Figure A: Indexed growth in value creation (base year 2012) in place-based tourism (accommodation, food services and experiences) along the Norwegian Scenic Routes Andøya (left) and Havøysund (right), and in the regional and national reference groups. The dashed vertical line indicates the year in which the route was designated as a Norwegian Scenic Route. ***Source: Menon Economics***[3]



The Norwegian Public Roads Administration has conducted and documented 29 interviews with stakeholders, organisations and municipalities within the areas of influence. These interviews provide important qualitative insights that complement the quantitative analysis. Overall, we find that the quantitative analysis tends to underestimate the contribution of the Norwegian Scenic Routes to tourism development in both areas. One important explanation is the strong growth in motorhome and campervan tourism along both routes. Although motorhome and campervan visitors generate substantial traffic and activity, they generally spend less on commercial accommodation and food services than other visitor groups. Consequently, their economic contribution is only partly reflected in business accounts.

[3] The reference groups include all businesses located in areas with a centrality index of 5 or 6, excluding businesses located within the areas of influence of other Norwegian Scenic Routes in Norway.

Norwegian Scenic Route Andøya

The Norwegian Scenic Route Andøya follows the west coast of the island of Andøya in the Vesterålen region, between Bjørnskinn in the south and Andenes in the north. The route is 58 kilometres long and winds closely along the coastline between mountains, sea and wetlands in one of Norway's most distinctive coastal landscapes.

Our analysis of place-bound tourism along the Norwegian Scenic Route Andøya shows growth in value creation over the analysis period, from approximately NOK 12 million in 2004 to more than NOK 65 million in 2024. In recent years, growth has been somewhat stronger and largely coincides with developments in the reference areas, but with stronger growth in the aftermath of the pandemic. This parallel development makes it challenging to isolate a clear causal effect of the scenic route initiative on Andøya alone. At the same time, interviews conducted by the Norwegian Public Roads Administration along the route provide a clear and consistent picture of the importance that Norwegian Scenic Route status has had for tourism development in the area.

On Andøya, stakeholders describe the scenic route as playing a central role in the development of the local tourism industry. The Norwegian Scenic Route Andøya has become increasingly well known among both Norwegian and international tourists and serves as a quality label for both the road and the surrounding area. For businesses along the route, the scenic route contributes to increased visibility, greater predictability, and enhanced attractiveness of the area as a destination.

Along the scenic route on Andøya, stakeholders highlight that development is influenced by several strong drivers. Increased international accessibility via Evenes and Tromsø, the ferry connection between Andenes and Gryllefjord, growth in nature-based tourism, and attention surrounding new attractions such as the upcoming museum *The Whale* all contribute to positive development along the route. In this context, several actors emphasise that the Norwegian Scenic Route functions as an important reinforcing factor by increasing visitor volumes, extending the tourism season, and encouraging investment in the area.

The interviews also make it clear that steadily increasing traffic along the route, capacity constraints on the ferry between Andenes and Gryllefjord, free camping and

frequent road closures in connection with activity at Andøya Spaceport negatively affect the visitor experience. In addition to constant road closures in connection with activity at Andøya Spaceport negatively affect the experience for travellers. Several actors express a growing need for improved visitor management to ensure that the increased tourism can be effectively managed and capitalised on.[4]

Norwegian Scenic Route Havøysund

The Norwegian Scenic Route Havøysund offers a journey through the Arctic landscape of Finnmark, where coast, mountains and sea converge. The route follows county road 889 from Kokelv to Havøysund and is 67 kilometres long. The road passes through a landscape that shifts between barren plateaus, steep mountains and views of the Barents Sea.

Our analysis of developments in place-based tourism along the Norwegian Scenic Route Havøysund is relatively limited in scope. Within the area of influence, value creation has increased from NOK 4 million in 2004 to just under NOK 7 million in 2024. The number of tourism businesses along the route is low, and the activities of individual actors have a significant impact on overall value creation in the area. While the accounting analysis at an aggregate level shows growth comparable to similar areas, it is challenging to draw a clear conclusion regarding measurable economic effects of the scenic route initiative on Havøysund alone. Consequently, greater weight is placed on the qualitative assessment based on interviews with local business actors along this route.

The interviews show that the scenic route is of great importance for traffic volumes, visibility and attention at both the national and international level. Stakeholders describe growth in visits from various traveller segments, including motorhome and campervan tourism, motorcycle and cycling tourism, and also report longer tourism seasons than previously. With a relatively modest tourism industry but striking natural surroundings, the road stretch is described in several interviews as a “reason to go.”

[4] Note: The analysis and interviews were conducted before the main rest area at Bukkekjerka was closed indefinitely for safety reasons in May 2026. At the time of writing, it remains uncertain whether, and if so when, Bukkekjerka will reopen.

The limited business base in the area reduces the ability to capitalise on increased tourism. With few dining and accommodation options along the route, there is relatively low visitor spending associated with the increased traffic. Stakeholders point to a lack of capacity, labour shortages and limited investment capability as key barriers to further growth, as well as infrastructure and winter conditions that limit opportunities for year-round value creation.

1 Innledning og metode

Nasjonale turistveger er Statens vegvesens satsing på utvalgte strekninger der arkitektur, natur og reiseliv kombineres for å styrke Norge som reisemål og skape lokal verdiskaping. Formålet med denne rapporten er å måle hvorvidt det har vært effekter av Nasjonale turistveger på lokalt handels- og reiseliv langs turistvegene Andøya og Havøysund. Analysene i rapporten er utarbeidet med samme metodikk som ble brukt til effektmålingene av Nasjonal turistveg Rondane og Nasjonal turistveg Varanger i 2017[5], Gaularfjellet og Senja i 2019[6], Atlanterhavsvegen og Ryfylke i 2020[7], og Geiranger – Trollstigen og Aurlandsfjellet i 2023.[8]

Rapporten består av tre kapitler. I det første kapittelet fremstiller vi bakgrunnen for oppdraget og metoden for hvordan analysen utføres. De neste to kapitlene inneholder effektmålingene av de nasjonale turistvegene Andøya og Havøysund.

De første delkapitlene i dette kapitlet samsvarer i noen grad med innholdet fra rapportene i 2017, 2019, 2020 og 2023. Det vil være noen gjentakelser, og derfor kan lesere som allerede har lest disse rapportene gå direkte til kapittel 2 eller 3, hvor influensområdene til turistvegene Andøya og Havøysund presenteres.

1.1 Kort om Nasjonale turistveger

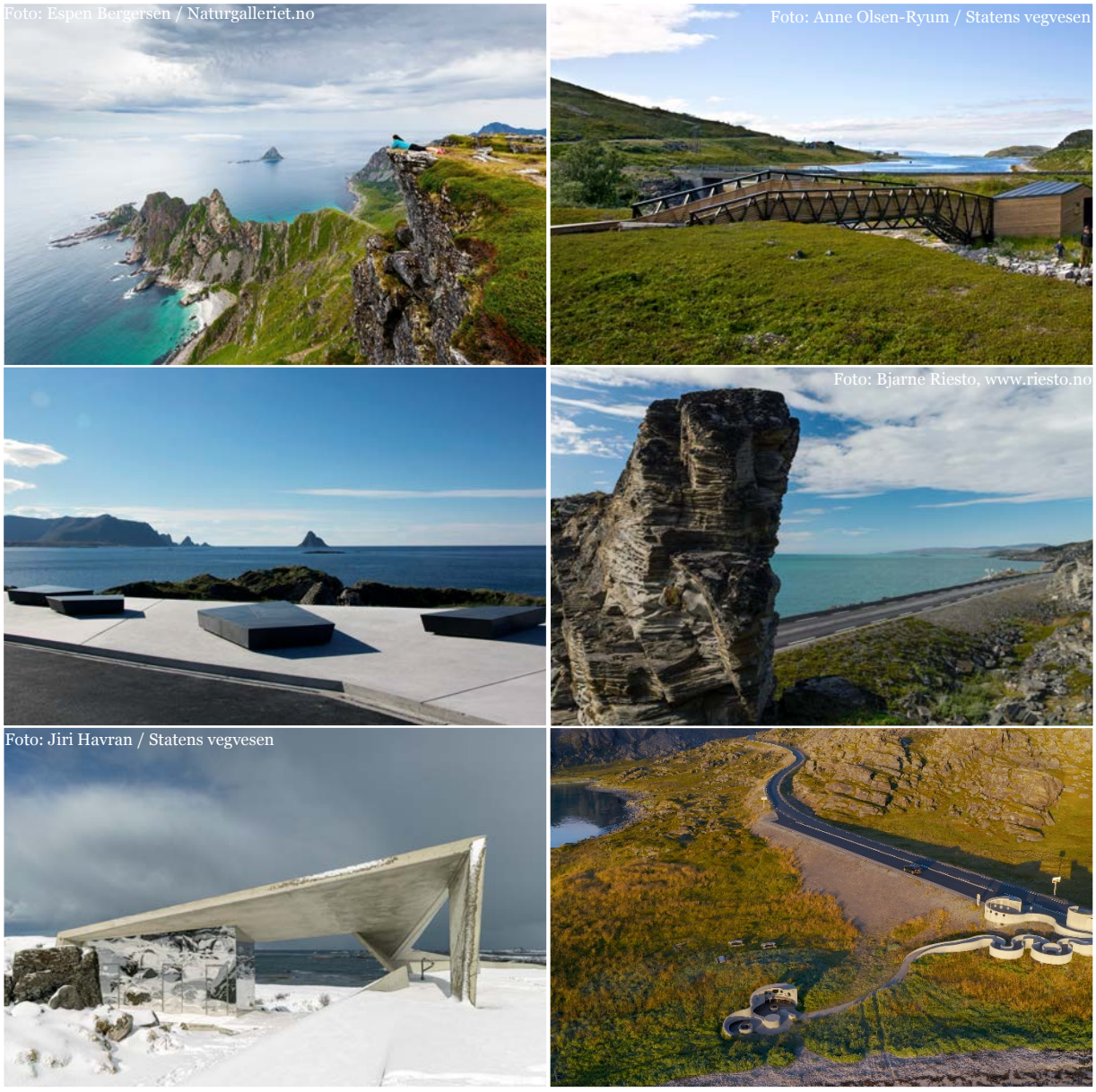
Nasjonale turistveger skal være en inngang til opplevelse og økt forståelse for natur og kultur. Med inspirasjon fra de amerikanske «scenic byways», tyske «Romantische Strasse» og vinruter i Frankrike, ble turistvegprosjektet startet opp i 1994, den gang kalt Reiselivsprosjektet.

Det er 18 utvalgte vegstrekninger som inngår i satsingen Nasjonale turistveger. De utvalgte vegene er varierte og går gjennom landskap med unike naturkvaliteter, langs kyst og fjorder, fjell eller fosser. Strekningene skal gå gjennom landskap med

[5] *Menon Economics (2017). Tilgjengelig her.*
[6] *Menon Economics (2019). Tilgjengelig her.*
[7] *Menon Economics (2020). Tilgjengelig her.*
[8] *Menon Economics (2023). Tilgjengelig her.*

unike naturkvaliteter, være et godt alternativ til hovedvegene og selve kjøreturen i seg selv skal være en god opplevelse.

Figur 1-1: Illustrasjoner av naturlandskap og fullførte prosjekter langs Nasjonal turistveg på Andøya (venstre) og Nasjonal turistveg Havøysund (høyre).[9] *Foto: Nasjonale turistveger, Statens vegvesen*



Naturopplevelsen er selve hovedattraksjonen langs de nasjonale turistvegene. Nasjonale turistvegers hovedoppgave er å forsterke naturopplevelsen med nyskapende arkitektur og tankevekkende kunst på tilrettelagte utsiktspunkter og

[9] Oppe til venstre: Utsikt fra Måtinden, Nasjonal turistveg Andøya. Foto: Espen Bergersen / Naturgalleriet.no. I midten til venstre: Kleivodden utsiktspunkt. Nede til venstre: Bukkekjerka, Nasjonal turistveg Andøya. Foto: Jiri Havran / Statens vegvesen. Oppe til høyre: Lillefjord rasteplass, Nasjonal turistveg Havøysund. Foto: Anne Olsen-Ryum for Statens vegvesen. I midten til høyre: Forrevent landskap ved Revsbotn, Nasjonal turistveg Havøysund. Foto: Bjarne Riesto, www.riesto.no. Nede til høyre: Selvika rasteplass, Nasjonal turistveg Havøysund.

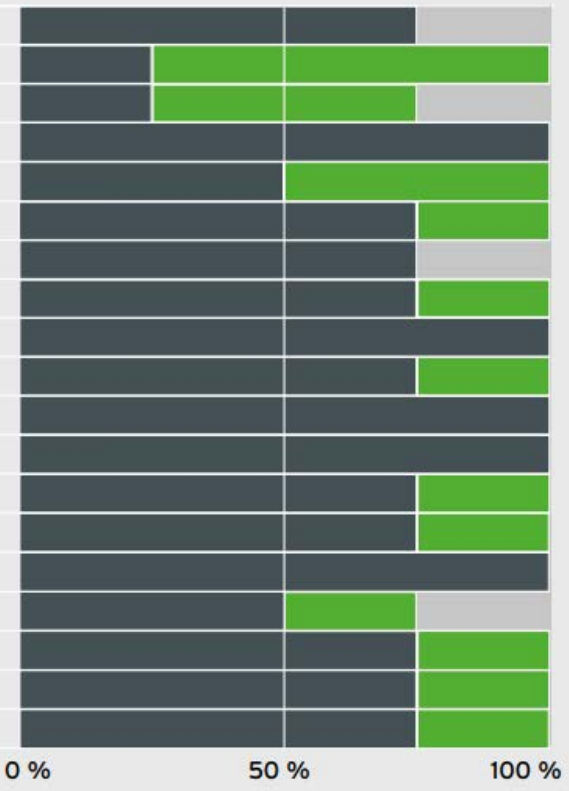
rasteplasser. Dette skal gi vegfarende turister opplevelser som frister til lengre opphold og flere besøk. Målsettingen med satsingen er å gjøre Norge til et enda mer attraktivt reisemål som bidrar til å styrke næringslivet og bosettingen i distriktene.

Arkitekturen langs de nasjonale turistvegene skal være dristig og nyskapende, samtidig som den formidler stemningen på stedet. Det unike er viktig, men samtidig skal man tilfredsstille konkrete funksjoner som rast, parkering, stier, utsikt, informasjon, søppelhåndtering og toaletter. Valg av materialer og utførelse skal i tillegg ha kvaliteter som gjør at turistvegtiltaket er varig. Så langt har vel 50 arkitekter, landskapsarkitekter og kunstnere vært i aksjon. For mange unge arkitekter har Nasjonale turistveger fungert som et springbrett, og flere har vunnet priser og høstet internasjonal anerkjennelse for sitt arbeid. Tabellen under gir en oversikt over framdrift i prosjektene fra 1994 til og med 2023 og fremover i tid.

Figur 1-2: Oversikt over planlagt fremdrift, fordelt på periodene 1994-2017, 2018-2023 og 2024-2029. Kilde: Turistvegarbeidet 2024 | 2025, Nasjonale turistveger.

PLANLAGT FRAMDRIFT 1994 - 2023 - 2029

Strekning	Lengde (km)	NT-midlar 1994-2029 (mill. 2025 kr)
Rondane	75	158
Valdresflye	49	458
Jæren	130	152
Ryfylke	267	532
Hardangervidda	67	737
Hardanger	165	422
Aurlandsfjellet	47	142
Gaularfjellet	108	216
Sognefjellet	114	150
Gamle Strynefjellsvegen	27	82
Atlanterhavsvegen	36	259
Geiranger - Trollstigen	104	746
Helgelandskysten	434	516
Lofoten	230	318
Andøya	58	87
Senja	102	173
Havøysund	67	132
Varanger	160	345
	2240	**5625**



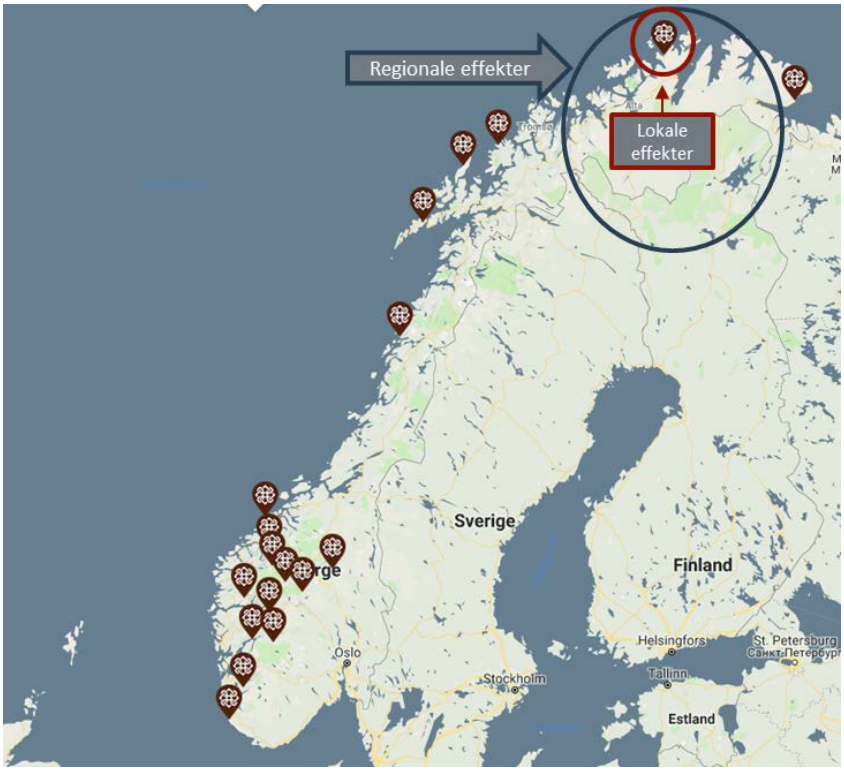
I løpet av 2025 er rundt 6/7 av de planlagte turistvegprosjektene langs de 18 strekningene gjennomført. Som illustrasjonen ovenfor viser, er avsatte midler allerede brukt i fjorten av turistvegstrekningene, mens det i 2023 fortsatt var 25 prosent tilbake av budsjettet ved de resterende fire turistvegstrekninger.

1.2 Lokale verdiskapingseffekter fra Nasjonale turistveger

Nasjonale turistveger påvirker turisme til Norge og reiselivet i Norge på flere ulike måter. Nasjonale turistveger påvirker turister tidlig i planleggingsprosessen og genererer trafikk til Norge. Prosjektet har skapt stor oppmerksomhet gjennom en rekke presseoppslag i utenlandske og norske medier. Turistvegene brukes også aktivt i Innovasjon Norges profilering av Norge, og i øvrig reiselivsmarkedsføring av regioner og destinasjoner. Oppmerksomheten kan bidra til at turister i både inn- og utland velger Norge som reisemål med økt nettoeksport av reiselivstjenester som følge. Oppmerksomheten bidrar sannsynligvis til trafikk i regioner med Nasjonale turistveger, også med andre fremkomstmidler enn bil. Dersom Nasjonale turistveger bidrar til økt trafikk i regionene der de er plassert, bidrar også turistvegene til økt reiselivsrelatert forbruk langs vegene og i bredere områder rundt vegene.

Nasjonale turistveger påvirker rundreiseturistenes opplevelser i Norge. Ved å tilføre strekningene nyskapende arkitektur, kunst og flotte rasteplasser og servicefasiliteter bidrar Nasjonale turistveger til å øke kvaliteten på rundreiseturistenes opplevelser og leder trafikk mot de samme ferdselsårene. De nasjonale turistvegene skaper *direkte* økt nytte for turistene gjennom flott arkitektur og gode fasiliteter. De nasjonale turistvegene skaper *indirekte* økt nytte gjennom at reiselivsnæringen koordinerer seg rundt turistvegene og tilbyr turistene flere og bedre tjenester.

Figur 1-3: Illustrasjon av eksempel på områder for lokale og regionale effekter



Nasjonale turistveger kan også bidra til styrket bosteds- og arbeidsmarkedsattraktivitet i lokale regioner. Dersom inntektsgrunnlaget for næringen langs vegene øker, vil det gi mer verdiskaping og gjerne flere arbeidsplasser. Videre vil det kunne gi et bedre tilbud av varer, tjenester og opplevelser for lokalbefolkningen. Flere arbeidsplasser og et bedre tjenestetilbud kan gjøre det enklere for andre bedrifter å rekruttere arbeidskraft til regionen.

Å måle overnevnte effekter er imidlertid metodisk utfordrende. Man kan måle oppmerksomheten Nasjonale turistveger har skapt i inn- og utland i form av oppslag i konvensjonelle medier og treff på sosiale medier, men det er vanskeligere å beregne hvor mye turisme oppmerksomheten har generert i Norge. Så lenge man har vanskeligheter med å fastslå hvor mye økt trafikk de nasjonale turistvegene har skapt i Norge, er det også utfordrende å beregne total verdiskaping skapt av de nasjonale turistvegene.

En mulig metode for å stadfeste eventuelle effekter av Nasjonale turistvegprosjekter er å analysere utviklingen i relevante bedrifter over tid. Selv om Nasjonale turistvegprosjekter kan skape verdiskapingseffekter for bedrifter i større regioner,

kan betydningen av Nasjonale turistveger forventes å være sterkere jo nærmere turistvegprosjektet bedriftene er lokalisert.

Formålet med denne undersøkelsen er å kartlegge om de nasjonale turistvegene skaper lokal økonomisk verdiskaping for bedrifter langs turistvegene.[10] Regnskapstall viser hvordan lokalt næringsliv påvirkes av endringer i turisme. Siden regnskapstall ikke gir informasjon om hvem som er bedriftenes kunder og hvor viktig turistvegen er for inntektene, må man sammenligne bedriftenes utvikling over tid med lignende bedrifter i lignende regioner uten turistveg for å måle Nasjonale turistvegers effekt på lokalt næringsliv. Vi har avgrenset et «influensområde» langs de nasjonale turistvegene, hvor vi, i samråd med Statens vegvesen, vurderer at effekten av turistvegene er sterkest. Influensområdet er postkretsene hvor de Nasjonale turistvegene er plassert.

1.3 Metode for økonomiske virkninger

Menons metode for å identifisere de økonomiske virkningene av de Nasjonale turistvegene Andøya og Havøysund starter med **innsnevring** av relevante bedrifter i avgrensede geografiske områder, og finne lignende bedrifter å sammenligne med. Deretter henter vi ut og **analyserer** regnskapstall for både bedrifter påvirket av satsingen og referansebedriftene. Til slutt **vurderer vi effekt**, altså hvorvidt utviklingen i bedriftenes verdiskaping kan knyttes til effekter fra Nasjonale turistveger eller ikke.[11]

[10] Økonomisk verdiskaping, også kalt bruttoprodukt, er bedrifters omsetning minus vare- og tjenestekjøp, noe som tilsvarer lønnskostnader og driftsresultat (EBITDA). Bedrifters og offentlige virksomheters samlede verdiskaping summerer seg opp til et lands BNP.

[11] Vurderingen av økonomiske effekter omfatter utelukkende utvikling i verdiskaping fra handels- og reiselivsrelatert aktivitet i området. Analysen inkluderer derfor ikke kostnader knyttet til utbygging og vedlikehold av vei, administrasjonskostnader hos Statens vegvesen eller andre kostnader forbundet med drift av Nasjonale turistveger.

Figur 1-4: Prosess for å identifisere effekter av Nasjonale turistveger.



Innsnevre: Velge ut relevante bedrifter og referansegrupper

Menon identifiserer bedriftene som blir påvirket av den nasjonale turistvegen ved bruk av regnskapsdata og Menons reiselivspopulasjon. Influensområdet er bestemt i samråd med oppdragsgiver og avgrenses på postnummernivå. Tabellen under oppsummerer gjeldende postnummer som knyttes til turistvegene:

Tabell 1-1: Influensområde knyttet til Havøysund og Andøya. *Kilde: Menon Economics*.

Strekning	Fylke	Kommune	Postnummer	Navn poststed
Havøysund	Finnmark	Måsøy	9714	Snefjord
			9690	Havøysund
		Hammerfest	9715	Kokelv
			9624	Revsneshavn
			8481	Bleik
Andøya	Nordland	Andøy	8484	Risøyhamn
			8480	Andenes
			8489	Nordmela

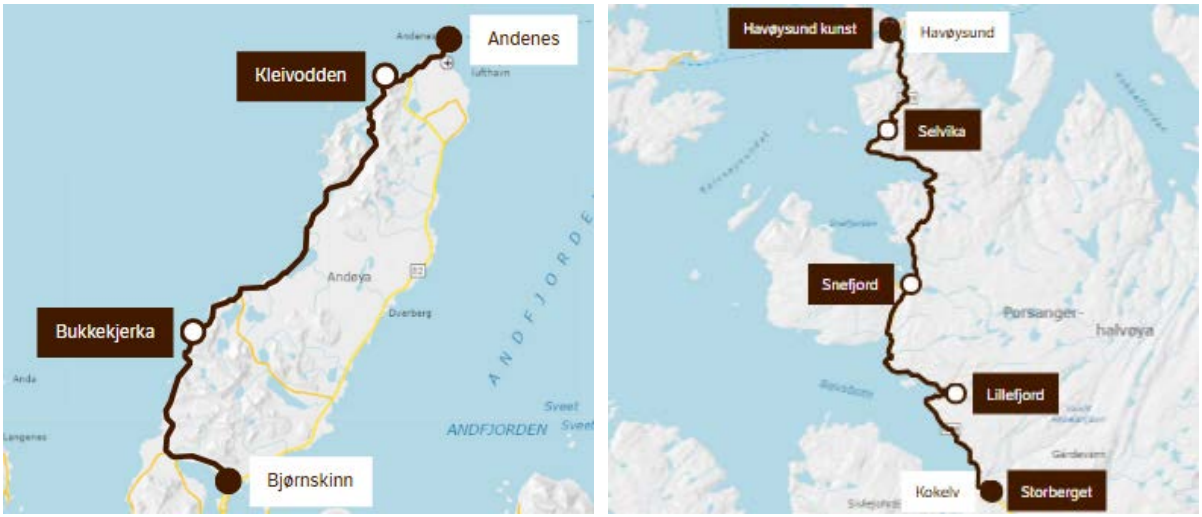
For å få fram tall på verdiskaping benytter vi Menons regnskapsdatabase. Regnskapsdatabasen inneholder regnskapsinformasjon for alle foretak i Norge med plikt til å levere regnskap til Brønnøysundregistrene. Databasen er blitt utviklet gjennom flere år, og herfra kan vi trekke ut informasjon om samtlige rapporteringspliktige reiselivs- og handelsbedrifter i Norge. Vi identifiserer reiselivs- og handelsbedriftene med utgangspunkt i Menons reiselivsdatabase, som inneholder informasjon om alle selskaper som knyttes til overnatting, servering, transport, formidling og opplevelser. I dette prosjektet analyserer vi kun det stedbundne reiselivet, det vil si bransjene overnatting, servering og opplevelser (aktiviteter og kultur). Når det gjelder handelsbransjen, tar vi utgangspunkt i detaljhandel (utenom salg av drivstoff) og utleie av kjøretøyer.[12]

Regnskapsdatabasen inneholder kun bedrifter som er rapporteringspliktige til Brønnøysund, noe som innebærer at det er en del mindre bedrifter som ikke fanges opp. De ikke-rapporteringspliktige bedriftenes andel av den totale verdiskapingen er imidlertid liten, rundt 5 prosent på landsbasis. Vi vurderer at dette derfor ikke gir de store utslagene for den helhetlige vurderingen. En stor fordel med databasen er at den inneholder virksomhetsdata, det vil si at foretak som har virksomheter registrert

[12] I denne analysen tar vi utgangspunkt i en rekke femsifrede næringskoder for handelsbransjen. Næringskodene er hovedsakelig knyttet til butikkhandel. Se vedlegg for fullstendig oversikt over næringskoder som omfattes av handelsbransjen i denne rapporten.

lokalt, men som har hovedkontor i andre deler av landet, også er inkludert. På denne måten får vi synliggjort den verdiskapingen og sysselsettingen som faktisk finner sted i influensområdet, uavhengig av hvor foretakets hovedkontor er lokalisert.

Figur 1-5: Nasjonal turistveg Andøya (venstre) og Nasjonal turistveg Havøysund (høyre). *Kilde: Nasjonale turistveger.*



Vi identifiserer også referansegrupper i fylkene som helhet (Nordland for Andøya, og Finnmark for Havøysund), og nasjonalt. Her lager vi referansegrupper basert på tilsvarende næringsstrukturer. For reiselivsbedriftene tar vi utgangspunkt i de samme bransjene (overnatting, servering og opplevelser), mens vi for handelsbransjen tar utgangspunkt i det samme utvalget av næringskoder som for influensområdet. For begge referansegruppene ser vi kun på bedrifter plassert i distriktsområder (sentralitetsklasse 5 og 6). Vi filtrerer også bort bedrifter som påvirkes av andre Nasjonale turistveger i Norge. På den måten sørger vi for at andre Nasjonale turistveger ikke over- eller undervurderer utviklingen i referanseområdene.

Tallanalyse: Hente ut regnskapstall og finne utvikling over tid

Når bedrifter og referansegrupper er valgt, henter vi ut og kvalitetssikrer regnskapstall for hver av gruppene. En viktig oppgave er å innhente tall for referansegruppene. Bedriftene i referansegruppene velges ut basert på næringskodene som er representert i tiltakspopulasjonen. For analysene av reiseliv vektes i tillegg reiselivsbransjene (overnatting, opplevelser og servering) etter

fordelingen i tiltakspopulasjonen.[13] Når tallene er hentet ut, sammenstilles og analyseres tiltaksbedriftenes vekst relativt til referansegruppene.

Vurdere effekt: Isolere effekten av Nasjonale turistveger

I steg tre vurderer vi hvordan tiltaksbedriftenes vekst skiller seg fra de syntetiske referansegruppene, og hvorvidt en eventuelt sterkere vekst i tiltaksbedriftene enn i referansegruppene skyldes en satsning på Nasjonale turistveger. Ved å konstruere gode syntetiske referansegrupper sørger vi for å kontrollere for egenskaper knyttet til virksomhet, og sammenligning med lignende bedrifter over tid bidrar til å kontrollere for konjunkturendringer som ikke må tilegnes tiltakene. Resultatene av vår regnskapsanalyse sammenstilles med 29 intervjuer med aktører som er berørt av satsingene på strekningene, gjennomført av Statens vegvesen.

[13] *I disse analysene vektes reiselivspopulasjonen basert på bransje. Handelspopulasjonen vektes ikke. I tidligere analyser (utenom analysen gjennomført i 2023) har reiselivs- og handelspopulasjonen blitt vektet basert på femsifret næringskode-nivå. I praksis betyr det at denne analysen gjenspeiler næringssammensetning noe grovere (i form av NACE-kode). Det er samtidig ikke nødvendigvis store forskjeller mellom virksomheten til bedriftene som tilhører ulike NACE-koder. Fordelen ved å bruke en grovere næringssammensetning er at det er mindre sensitivt for svingninger i enkelte NACE-koder ettersom tallene blir mer aggregerte. For denne analysen vurderer vi at sistnevnte fordel veier tyngst.*

2 Andøya

2.1 Veistrekningen

Nasjonal turistveg Andøya følger vestkysten av øya Andøya i Vesterålen, mellom Bjørnskinn i sør og Andenes i nord. Strekningen er 58 kilometer lang og slynger seg tett langs kystlinjen mellom fjell, hav og myrlandskap i et av Norges mest særpregede kystområder. Her møter storhavet spisse tinder, hvite strender og værslitte fiskevær, mens myrvidder og åpent landskap vitner om kontrasten mellom det ville og det menneskeskapte. Langs ruten kan man oppleve både midnattssol og nordlys, hval og ørn samt få en følelse av hvordan menneskelig bosetting og naturskapt villmark eksisterer side om side.

Figur 2-1: Kart over Nasjonal turistveg Andøya. *Kilde: Nasjonale turistveger.*



Ruten starter ved Bjørnskinn, et tidligere administrativt sentrum og et av de eldste bosettingsområdene på Andøya. Området er omgitt av grønne lier og åpent

jordbrukslandskap som står i kontrast til den nakne kysten lenger nord. Her får reisende et første inntrykk av hvordan menneskelig bosetting og landbruk har tilpasset seg et karrig, men rikt landskap.

Videre nordover følger veien kystlinjen mot storhavet og passerer flere små gårdsbruk og fjellformasjoner før man kommer til Bukkekjerka. Dette er et markant kulturminne og et av de mest besøkte stoppene langs ruten. Den karakteristiske fjellformasjonen Bukkekjerka har vært et samisk offersted, og senere et kjent landemerke for fiskere. Rasteplassen her er utformet som et arkitektonisk anlegg med et karakteristisk toalettbygg i betong med speilglass der store vinduer gir panoramautsikt mot storhavet og klippene rundt. Stier fører til toppen av Bukkekjerka, og ut til holmen med to ubetjente fyrlykter.[14]

Rett nord for Bukkekjerka ligger det nye oppskytingsanlegget for satelitter, Andøya Spaceport. Den norske romhavnen tilbyr oppskytinger av småsatellitter til polare og solsynkrone baner. Satellittene som sendes opp, skal blant annet brukes til kommunikasjon og jordobservasjon. I forbindelse med oppskytinger blir vegen stengt i perioder på inntil åtte timer.

Når man fortsetter nordover, åpner landskapet seg og veien legger seg nær havet. Etter hvert når man frem til Kleivodden, et utsiktspunkt som gir en storslått panoramautsikt mot Bleikstranda, fuglefjellet Bleiksøya og havet mot vest. Anlegget består av en betongflate, sitteplasser i mørk granitt som inviterer til pause, og en enkel liten sti.

Strekningen avsluttes i Andenes, øyas nordligste tettsted og et levende fiskevær med sterk tilknytning til havet. Her møtes tradisjonell kystkultur og moderne reiseliv, med tilbud som hvalsafari, sjøfartsmuseum og besøkssenteret Spaceship Aurora på Andøya Space i Oksebåsen. Veien ender ytterst på moloen, der storhavet og midnattssola markerer slutten på reisen langs en av Norges mest naturskjønne kyststrekninger. Herfra kan man ta sommerferge over til Gryllefjord og Nasjonal turistveg Senja.

[14] NB: Undersøkelsen og intervjuene er gjort før hovedrasteplassen Bukkekjerka ble stengt på ubestemt tid av sikkerhetsmessige årsaker i mai 2026. Det er p.t. uvisst om, og evt. når Bukkekjerka vil gjenåpne.

Figur 2-2: Bukkekjerka, Nasjonal turistveg Andøya.[14] *Foto: Nasjonale turistveger / Statens vegvesen.*



Figur 2-3: Kleivodden, Nasjonal turistveg Andøya. *Foto: Nasjonale turistveger / Statens vegvesen.*



Tabell 2-1: Oversikt over fullførte prosjekter langs Nasjonal turistveg Andøya. *Kilde: Nasjonale turistveger.*

Installasjon	Fullføringsår
Kleivodden: Rasteplass og utsiktspunkt	2013
Bukkekjerka: Rasteplass, utsiktspunkt og toalett	2018

2.2 Datagrunnlaget

Effektmålingen lages med utgangspunkt i Menons regnskapsdatabase for å analysere verdiskaping i reiseliv og handel omkring turistvegen.

Bedriftene i influensområdet

Influensområdet fra Nasjonal turistveg Andøya strekker seg fra Bjørnskinn til Andenes langs kysten på Andøya. Turistvegen går igjennom fire postnumre; Nordmela, Risøyhamn, Bleik og Andenes. Dette definerer influensområdet til Nasjonal turistveg Andøya.

Det var totalt 45 aktive rapporteringspliktige reiselivs- og handelsbedrifter i de fire postnumrene i 2024.[15] Av disse 45 bedriftene er det 25 som kategoriseres som reiselivsbedrifter. Reiselivsnæringen inkluderer bransjene overnatting, servering og opplevelser (aktiviteter og kultur). Samtidig er det 21 aktive bedrifter i handelsbransjen. Dermed er det en bedrift som både er inkludert i handelsbransjen og reiselivsnæringen.

Tabell 2-2: Rapporteringspliktige reiselivs- og handelsbedrifter etter postkretser langs Nasjonal turistveg Andøya (2024). *Kilde: Menon Economics.*

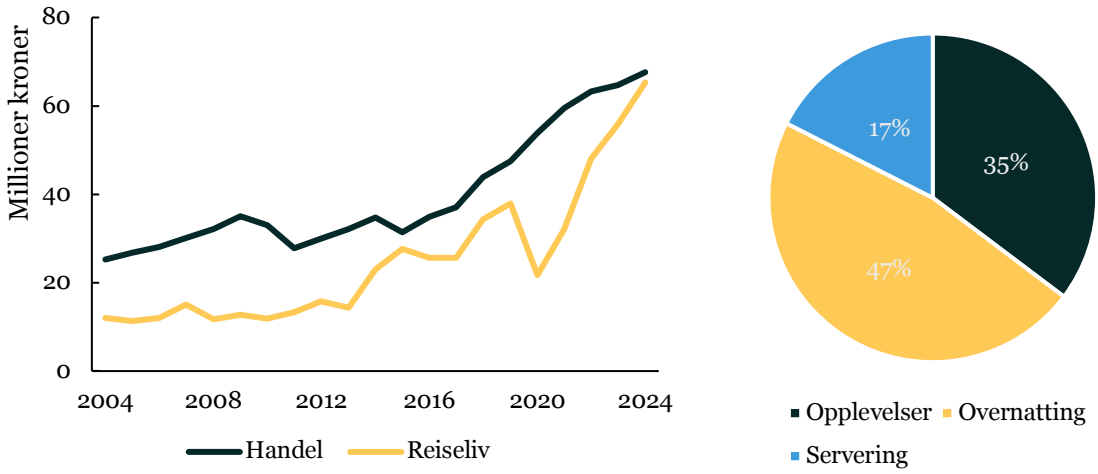
Poststed	Antall reiselivs- og handelsbedrifter	Verdiskaping i reiseliv og handel (mill. kr.)	Største reiselivsbedrift
8480 Andenes	31	101,5	Whale2Sea AS
8481 Bleik	4	4,2	Midnattsol Camping AS
8489 Nordmela	2	5,3	Stave Camping AS
8484 Risøyhamn	8	21,9	Experience Andøy AS

Tabell 2-2 viser antall reiselivs- og handelsbedrifter, verdiskaping blant disse og den største reiselivsbedriften for hver av de fire poststeder. Nesten all reiselivs- og handelsrelatert næringsvirksomhet langs Nasjonal turistveg Andøya foregår i postkretsene Andenes og Risøyhamn. De tre største reiselivsbedriftene i influensområdet er fordelt på ulike reiselivsbransjer; opplevelser, overnatting og servering. De tre bedriftene er Whale2Sea AS, Andøy Hotell og Restaurantdrift AS samt Arresten AS, og hadde henholdsvis 13, 11,7 og 8,6 millioner kroner i verdiskaping i 2024.

Figur 2-4: Venstre: utvikling i verdiskaping i reiselivsnæringen og handelsbransjen langs Nasjonal turistveg Andøya. Høyre: Andel omsetning i

[15] Dette inkluderer selskaper med omsetning i 2024.

reiselivet fordelt på bransjene opplevelser, overnatting og servering i 2024. ***Kilde: Menon Economics.***



Figur 2-4 viser verdiskaping i henholdsvis handelsbransjen og reiselivsnæringen innen det spesifiserte influensområdet i perioden 2004 til 2024. Verdiskapingen i reiselivsnæringen har økt i perioden fra om lag 12 millioner kroner i 2004 til 65 millioner kroner i 2024. Blant de ti største reiselivsbedriftene målt på verdiskaping i 2024, er seks av disse etablert i 2010 eller senere. Det eksisterer i dag tolv aktive bedrifter i overnattingsbransjen, hvorav ti er etablert siden 2009. Dette vitner om økt turisme i området i analyseperioden.

Rundt halvparten av verdiskapingen i reiselivsnæringen er fra overnattingsbransjen. Foruten den største overnattingsaktøren, Andøy Hotell og Restaurantdrift AS, er det ytterligere syv bedrifter i overnattingsbransjen med en verdiskaping i 2024 på mer enn en million kroner. Dermed er det ulike overnattingstilbud i influensområdet. Bedrifter innen opplevelsesbransjen hadde i 2024 omtrent en tredel av den samlede verdiskapingen i influensområdets reiselivsnæring. Denne verdiskapingen er primært drevet av fire aktører innen natur- og dyrelivsopplevelser. Den resterende verdiskapingen er skapt av i hovedsak to serveringsbedrifter.

Handelsbransjen langs Nasjonal turistveg Andøya har økt den årlige verdiskapingen fra omtrent 25 til 68 millioner kroner over perioden. Verdiskapingen i influensområdets handelsbransje var i 2011 på omtrent samme nivå som i analysens startår. Siden har de økt, og i 2024 var den på det hittil høyeste nivået. Totalt sett er denne verdiskapingen mer enn doblet siden 2011.

Referansegruppene

Formålet med analysen er å vurdere i hvilken grad Nasjonale turistveger har bidratt til økt verdiskaping blant reiselivs- og handelsbedrifter langs strekningene. Analysen bygger på en kombinasjon av kvantitative sammenligninger og kvalitative vurderinger basert på intervjuer med lokale aktører.

For å identifisere eventuelle forskjeller i utviklingen har vi sammenlignet verdiskapingen i reiseliv og handel langs Nasjonal turistveg Andøya med tilsvarende bedrifter på ulike geografiske nivå. Referansegruppene er valgt med utgangspunkt i næringssammensetningen blant reiselivs- og handelsbedriftene. Våre referansegrupper er som følger:

- lignende bedrifter i distriktskommuner i Nordland, utenom Andøya-området
- lignende bedrifter i distriktskommuner i hele landet, utenom Nordland-området

Vi har inkludert referansegrupper på to ulike geografiske nivåer for å kontrollere for henholdsvis nasjonale og regionale utviklingstrekk. Blant referansegruppene er det kun inkludert bedrifter som ikke er i influensområde til andre Nasjonale turistveger. I tillegg er det bare inkludert bedrifter lokalisert i distriktene. Vi definerer distriktene som kommuner innen sentralitetsklasse 5 og 6.

2.3 Økonomisk utvikling over tid

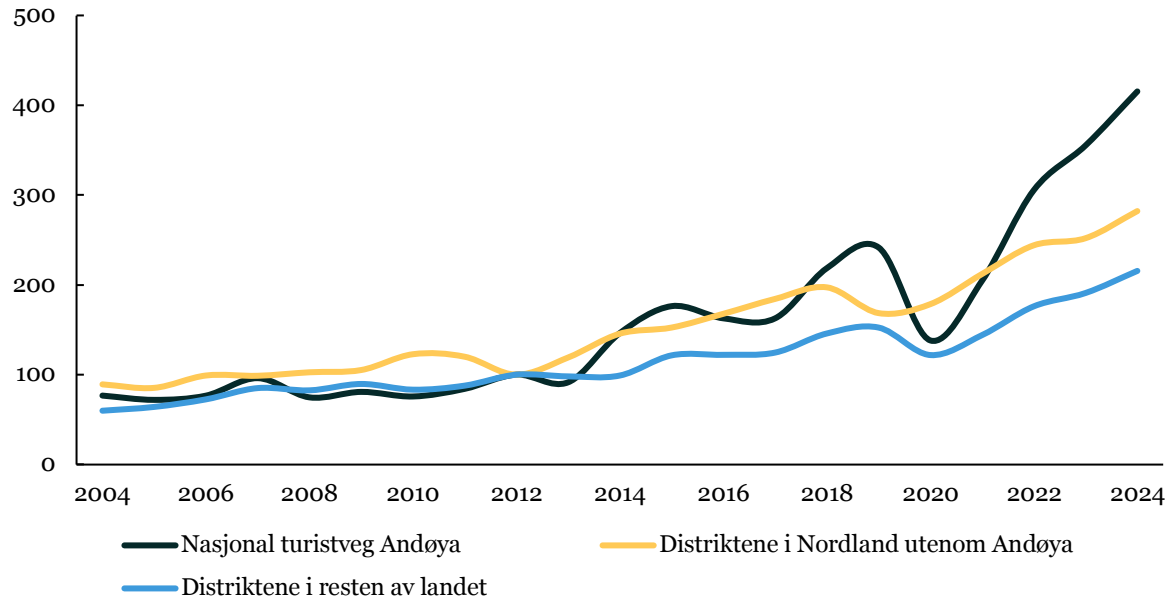
I dette delkapittelet sammenligner vi utviklingen i reiselivsnæringen og handelsnæringen langs Nasjonal turistveg Andøya med utviklingen i referansegruppene i Nordland og distriktene i resten av landet. Utviklingen er indeksert med basisår 2012, ettersom det er året hvor Statens vegvesen markerte de 18 Nasjonale turistveger, herunder Andøya, for åpnet som en samlet attraksjon.[16]

Figuren under viser den indekserte utviklingen i reiselivsnæringen totalt sett for hver av influensområdene for turistvegen på Andøya, distriktene i Nordland og i resten av landet. I perioden 2012 til 2024 har reiselivsnæringen langs Nasjonal

[16] Lauritzen, Per Roger, *Nasjonale turistveger* i *Store norske leksikon* på snl.no. Tilgjengelig her.

turistveg Andøya hatt høyere vekst sammenlignet med begge referansegruppene. Langs turistvegen er verdiskapingen på indeks 415 i 2024, tilsvarende mer enn en firdobling, mens verdiskapingen i den nasjonale referansegruppen er omtrent doblet i perioden.

Figur 2-5: Indeksert utvikling for verdiskaping i reiselivsnæringen langs Nasjonal turistveg Andøya og referanseområdene med basisår 2012. *Kilde: Menon Economics.*



I analysens startår var indeksnivået lavest i distriktene i resten av landet. Dette vitner om at de inntil basisåret 2012 hadde høyest vekst. Den regionale referansegruppen hadde høyest indeksnivå i 2004 og dermed lavest vekst frem til 2012.[17] Influensområdet fulgte i denne perioden omtrent samme utviklingsbane som den nasjonale referansegruppen. De etterfølgende to årene inntil 2014 var det influensområdet og den regionale referansegruppen som hadde høyest vekst på 46 prosent. Året før stod den første av to attraksjoner på Nasjonal turistveg Andøya ferdig, Kleivodden rasteplass.[18]

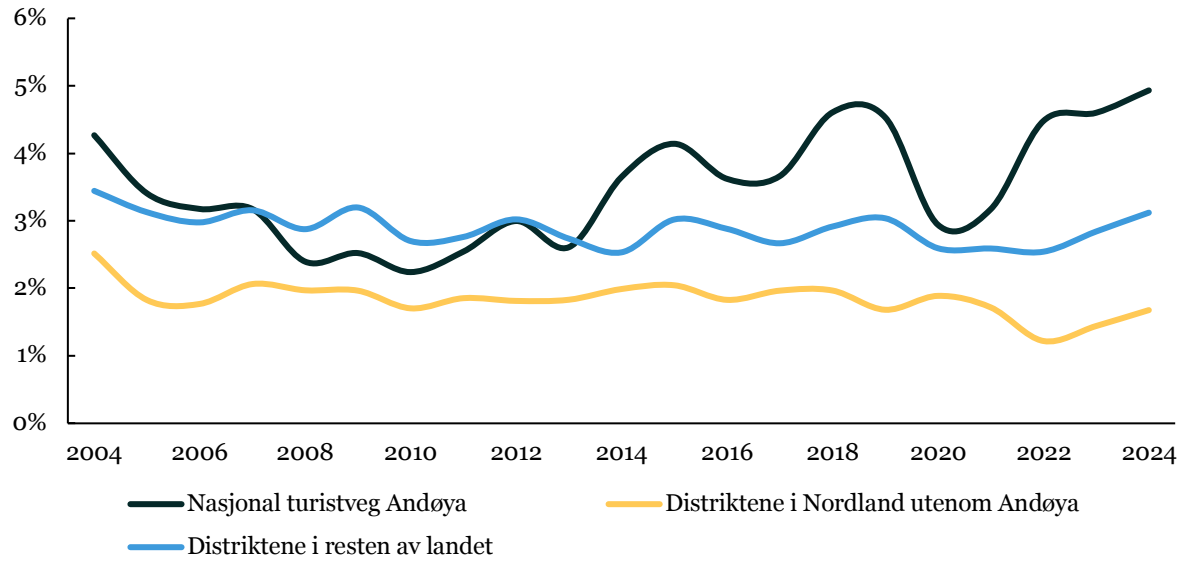
Siden har det hovedsakelig vært en positiv utvikling i alle tre gruppene. I 2024 er alle på det høyeste nivået i analyseperioden. Spesielt influensområdet har opplevd stor

[17] For distriktene i Nordland var det i 2011 en usedvanlig høy vekst. Dette tilskrives Hurtigrutens Hus AS som ifølge deres årsregnskap 2011 solgte noen av deres bygninger til Hadsel kommune for 137,5 millioner kroner, hvilket ga en ekstraordinær verdiskaping på 108,4 millioner kroner. Denne summen er ikke med i figuren.
[18] K. Apeland. Tilgjengelig her.

vekst etter pandemien, og har siden 2019 mer enn doblet verdiskapingen i reiselivsnæringen. Referansegruppene har tilsvarende kommet styrket ut etter pandemien, dog med mer moderat vekst.

Reiselivsnæringens andel av næringslivets totale verdiskaping i perioden 2004 til 2024 for henholdsvis Nasjonal turistveg Andøya, det regionale referanseområdet og det nasjonale referanseområdet er illustrert i Figur 2-6. Reiselivsbedriftenes andel av næringslivets verdiskaping langs Nasjonal turistveg Andøya har økt i perioden 2004 til 2024.

Figur 2-6: Reiselivsbedriftenes andel av næringslivets verdiskaping over tid langs Nasjonal turistveg Andøya og referanseområdene. *Kilde: Menon Economics*.



Reiselivsbedriftenes andel av næringslivets verdiskaping i influensområdet var ved analysens startår, 2004, 4 prosent. Andelen var lavest i 2010 med 2 prosent, og har siden økt til dagens nivå på 5 prosent.

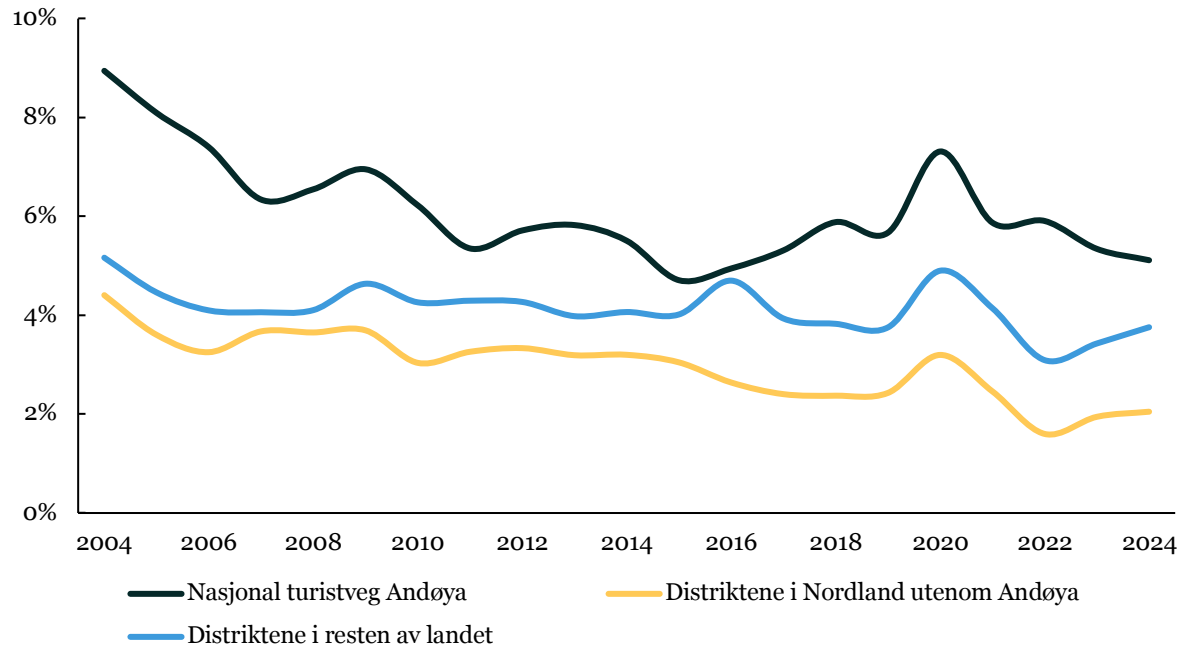
For distriktene i Norge utenfor Nordland har reiselivsbedriftenes andel av næringslivets verdiskaping ligget stabilt på 3 prosent i hele perioden. Dermed har andelen i størstedelen av analyseperioden ligget under tilsvarende for influensområdet.

I den regionale referansegruppen, distriktene i Nordland, ligger tilsvarende andel under de to andre kurvene i analyseperioden med unntak av året 2011. Denne andelen startet på 3 prosent og har de seneste årene ligget på 1 til 2 prosent.

Selv om verdiskapingen i reiselivsnæringen langs Nasjonal turistveg Andøya har femdoblet seg i perioden 2004 til 2024, har dens betydning for den samlede verdiskapingen i influensområdet blitt bare litt større. Dette skyldes at næringslivets totale verdiskaping i influensområdet har økt med mer enn 370 prosent i tilsvarende periode. I perioden har det vært tilsvarende prosentmessig økning i Nordland generelt, mens det i den nasjonale referansegruppen har økt med rundt 280 prosent. I tillegg er reiselivet i både de regionale og nasjonale referansegruppene mer enn tredoblet i perioden.

Figur 2-7 viser tilsvarende utvikling i handelsbransjens andel av næringslivets verdiskaping over tid langs Nasjonal turistveg Andøya og referanseområdene. Andelen har for alle tre gruppene blitt mindre fra 2004 til 2024.

Figur 2-7: Handelsbransjens andel av næringslivets verdiskaping over tid langs Nasjonal turistveg Andøya og referanseområdene. *Kilde: Menon Economics.*



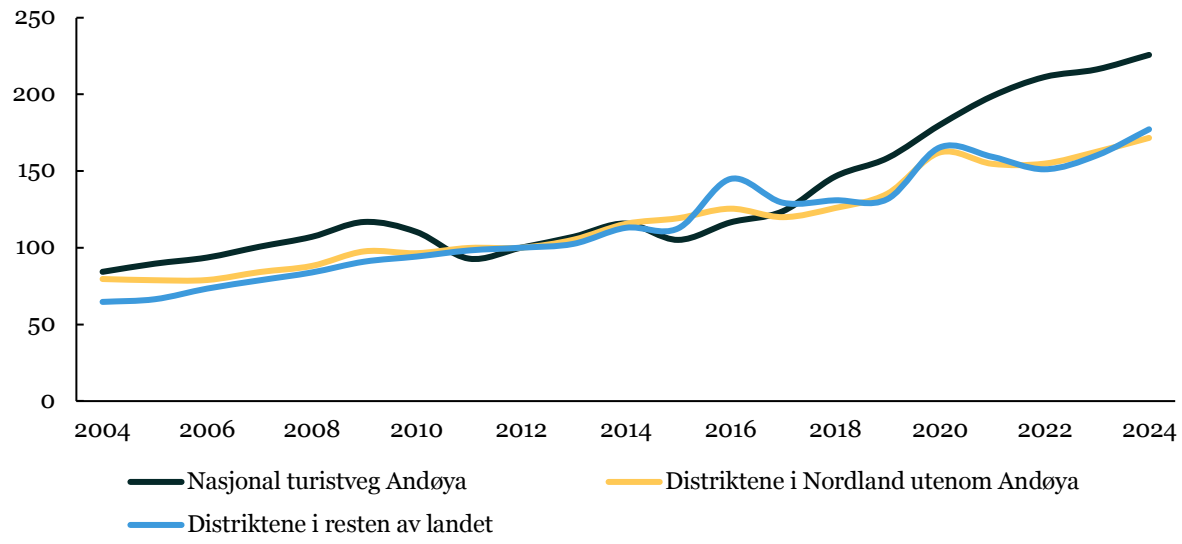
Handelsbransjens andel av næringslivets verdiskaping i influensområdet har i hele perioden vært høyere enn tilsvarende for begge referansegruppene. I 2004 var

andelen i influensområdet 9 prosent. Det laveste nivået var i 2015, hvoretter andelen siden har vært mellom 5 og 7 prosent.

I den regionale referansegruppen har handelsbransjens andel av næringslivets verdiskaping også falt. Fallet var i denne gruppen fra 5 til 2 prosent. For distriktene i hele landet har tilsvarende andel falt fra 5 til 4 prosent.

Selv om handelsbransjens andel av den samlede verdiskapingen i næringslivet i de tre områdene har blitt mindre i perioden, viser Figur 2-8 at verdiskapingen i gruppene har økt i perioden. Felles for alle tre områdene er at de i 2024 er på det høyeste nivået i analyseperioden. Langs Nasjonal turistveg Andøya har verdiskapingen mer enn doblet seg siden 2012, mens det i både regionale og nasjonale referanseområdene har økt med 77 prosent i denne perioden.

Figur 2-8: Indeksert utvikling for verdiskaping i handelsbransjen langs Nasjonal turistveg Andøya og referanseområdene med basisår 2012. *Kilde: Menon Economics.*



2.4 Funn fra intervjuer

Som beskrevet av analysene i delkapitlene over, er det utfordrende å gi et helhetlig bilde av betydningen Nasjonal turistveg på Andøya har for lokalt reiseliv og verdiskaping. Dette skyldes hovedsakelig at strekningen er den femte korteste nasjonale turistvegen i Norge, med et område preget av relativt få næringslivsaktører

generelt, og reiselivsaktører spesielt. Samtidig som tallene over indikerer vekst i reiselivsnæringen langs strekningen de siste 20 årene, er datamaterialet sårbart for enkelte aktørers utvikling. Strukturelle forhold som kapasitet på ferger, sesongvariasjoner, værforhold, og betydningen av Andøya Space Center er med på å påvirke de regnskapsmessige dataene.

Til tross for usikkerhetene som gjør seg gjeldende gjennom reiselivsnæringens regnskapsstatistikker, er det gjennom samtaler med lokale aktører tydelig at Andøya for tiden opplever næringsmessig vekst, hvor trafikken langs turistvegen er sentral. Endringer i sesonglengde, vekst i bobiltrafikk og antall sykkelturister, samt økt internasjonal oppmerksomhet omkring nye attraksjoner fanges ikke opp fullt ut gjennom en regnskapsanalyse alene. For å ytterligere nyansere betydningen av Nasjonal turistveg på Andøya, har det blitt gjennomført 17 intervjuer med aktører på Andøya. Aktørene består av kommunerepresentanter, visitselskaper, overnattingssteder, opplevelsesaktører i tillegg til andre aktører som på ulike måter representerer lokalt næringsliv på Andøya.

Betydningen av Nasjonal turistveg på Andøya

Intervjuene som er gjennomført med representanter fra både næringslivet, kommunen og destinasjonsselskaper danner et bilde av at Nasjonal turistveg på Andøya har stor betydning både for næringslivet generelt på Andøya, herunder reiselivet spesielt, i tillegg til lokalbefolkningen. For mange er Nasjonal turistveg et kvalitetsstempel, som bidrar til å gjøre veistrekningen til en attraksjon i seg selv. Flere omtaler veistrekningen som en sentral attraksjon, på lik linje med naturopplevelser og aktivitetsbaserte opplevelser.

Siden etableringen av Nasjonal turistveg på Andøya i 2012 har flere aktører investert i oppgraderinger og utvidelser av sine foretak. For aktørene som driver handels- eller reiselivsrettet virksomhet, oppleves turistvegen å gi trygghet for fremtidige kundestrømmer og etterspørsel. Representanter fra Andøy kommune beskriver turistvegen som en ryggrad i det lokale og stedbundne reiselivet på vestsiden av Andøya, med stadig økende internasjonal oppmerksomhet.

Ikke unaturlig er reiselivsaktiviteten på Andøya generelt størst i løpet av sommerhalvåret. Kapasiteten på overnattingsstedene fylles tidligere på året nå enn

før, og campingplasser rapporterer om besøkende som ankommer mye tidligere på dagen. Flere aktører melder at sesongen starter allerede tidlig på våren, og går til oktober. Trykket i løpet av sommerhalvåret er såpass betydelig at aktører også på andre siden av øya i Dverberg opplever økt pågang som følge av veistrekningen. Andøya opplever likevel betydelig forskjell mellom sommer og vinter. I løpet av vinterhalvåret er det lite reiselivsaktivitet på øya, da fergen ikke går, og de harde værforholdene ikke tillater de samme aktivitetene som i løpet av sommerhalvåret.

Nasjonal turistveg på Andøya som katalysator for vekst

Intervjuene med aktørene på Andøya gir inntrykk av at Nasjonal turistveg er en tydelig katalysator for å stimulere til vekst i det lokale næringslivet. Flere aktører beskriver at jevn trafikkvekst over en lengre periode gir forutsigbarheten som trengs for dem til å satse. Den positive trafikkutviklingen siden etableringen har gitt aktørene nye markedsmuligheter, økt inntektsgrunnlag og bidrar til å styrke deres vilje til å investere i både kapasitetsøkende tiltak og heve kvaliteten på allerede eksisterende aktivitet. Flere beskriver at turistvegen har gitt positiv vekst hvert år siden etableringen i 2012, hvor kun pandemien har vært unntaket.

Siden etableringen av turistvegen har ulike overnattingsaktører utvidet sin kapasitet, bygget nye rom og modernisert anleggene. Enkelte beskriver at de i dag arbeider med å etablere nye aktivitetstilbud, i møte med økt etterspørsel. Eksempelvis beskriver overnattingsaktøren Marmelkroken at nasjonal turistveg-stempelet har vært utslagsgivende for etableringen av tilbudet, og at de aktivt benytter tilknytningen til veien i sin markedsføring. Aktørene beskriver at tilknytningen til vegstrekningen har en utløsende effekt for nye investeringer, i tillegg til å være et sentralt argument i markedsføringen. Samtidig er det flere som beskriver et underutnyttet potensial i å synliggjøre nærheten til turistvegen tydeligere i kommunikasjonen mot turistene.

Forsterkning av natur- og aktivitetsbasert reiseliv

Andøya byr på spektakulært kystlandskap, som danner selve grunnlaget for turistvegens evne til å tiltrekke seg turister. Med det naturbaserte reiselivet som et sentralt trekkplaster, byr Andøya i tillegg på en rekke ulike attraksjoner. På den måten binder Nasjonal turistveg Andøya sammen attraksjonene langs den 58 kilometer lange strekningen.

Langs turistvegen ligger flere naturbaserte opplevelser, som Måtinden, Bleiksøya med fuglefjell og lundefuglsafari, karakteristiske kritthvite strender ved Bleik og Nordmela, i tillegg til utsiktspunkter som Kleivodden, Andenes fyr og Bukkekjerka.[14] Turistvegen har flere parkeringsplasser og rasteplasser, som gjør det mulig for turistene å oppleve de ulike severdighetene. Med skilting til de ulike severdighetene beskriver aktører i området at flere turister stopper, og kombinerer flere severdigheter/aktiviteter på reisen. Blant disse er fottur opp Måtinden en populær fjelltur, et av Vesterålens mest besøkte fjell.[19] Måtinden byr på vakker utsikt over dramatisk natur, og gjør det mulig for turistene å kombinere fottur med kjøreturen. For turistene som hovedsakelig ønsker å nyte utsikten og strekke på beina er Kleivodden, Bukkekjerka og Andenes fyr populære attraksjoner.[20] Severdighetene er rasteplasser med god utsikt over naturen i området.

Andøya har de siste årene opplevd en kraftig vekst i antall sykkelturister langs den nasjonale turistvegen. Turistvegen inngår i en nasjonal sykkelrute og internasjonal EuroVelo-rute.[21] Den nasjonale turistvegen har en nokså flat høydeprofil, som gjør den attraktiv for syklister med ulik erfaring. Både campingplasser og aktører innen opplevelsesbransjen opplever at stadig flere velger å benytte seg av sykkelen langs turistvegen. Med relativt korte avstander mellom overnattings- og serveringsstedene, gjør dette Andøya til en velegnet sykkeldestinasjon.

Utfordringer langs Nasjonal turistveg på Andøya i dag

Andøya har siden etableringen av Nasjonal turistveg på Andøya i 2012 opplevd en sterk vekst i antall turister i området. Først og fremst har veksten vært positiv for næringslivet på Andøya, og legger grunnlag for etterspørsel hos både reiselivs- og handelsbedrifter på store deler av Andøya. Samtidig som tilnærmet alle intervjuobjektene beskriver turistveksten i området som formidabel, peker aktørene på flere utfordringer som preger lokalt næringsliv, lokalsamfunn og besøksopplevelsen. I det følgende beskriver vi noen sentrale utfordringer som intervjuobjektene trekker frem.

[19] Visit Vesterålen (u.d.). Tilgjengelig her.
[20] Per september 2026 er Bukkekjerka stengt på ubestemt tid.
[21] Statens vegvesen (u.d.). Tilgjengelig her.

Veksten i turiststrømmer i løpet av sommerhalvåret på Andøya siden etableringen av Nasjonal turistveg har de siste par årene lagt et betydelig press på dagens infrastruktur i området. Sentralt står fergedriften mellom Gryllefjord og Andenes, som blant mange omtales som en flaskehals for hele regionen. Den begrensede kapasiteten fører til lange køer på begge sider av fjorden, og mange turister kommer ikke med fergen. Dette er særlig uheldig for dem som har forhåndsbestilt aktiviteter på Andøya, noe eksempelvis lundefuglsafari-aktøren Puffin Safari opplever. Turister som ikke kommer med fergen, fører for dem til tapte inntekter. Flere aktører viser til et behov for en ekstra ferge eller økt mannskapskapasitet i toppmånedene. Likevel beskrives tilgangen på gode nok fergekaier, og arbeidskraft som begrenset. I tillegg til fergekapasiteten beskriver flere aktører en økende utfordring med utilstrekkelig kapasitet på parkeringsplassene ved populære rasteplasser og severdigheter. Per i dag tas det ikke betalt for å parkere på rasteplassene, noe som bidrar til at flere oppholder seg unødig lenge på parkeringene.

Intervjuobjektene trekker også frem uønsket ferdsel som en stadig økende utfordring langs den nasjonale turistvegen på Andøya. I løpet av de siste årene har også veksten i antall bobilturister vært betydelig, som har ført til økning i fricamping langs strekningen. Fricampingen foregår på uegnede steder, som på parkeringsplasser, rasteplasser, langs veien og på overnattingsstedenes parkeringsplasser. Med både camping- og hotellovernattingstilbud i området, fører fricampingen til tapte inntekter, i tillegg til å redusere opplevelseskvaliteten for både lokalbefolkningen og andre turister. Per i dag preges området av manglende regulering, som ytterligere kompliseres av at flere grunneiere må søke om å tilrettelegge for brukerbetaling gjennom friluftslovgivningen.

Videre trekker aktørene frem at den nasjonale turistvegen er i stadig dårligere forfatning. Den sterke veksten i antall turister de siste årene tærer på veiens kvalitet. Nasjonal turistveg Andøya er klassifisert som fylkesvei, og derfor utenfor kommunens ansvarsområde. Bruken av vegen har økt betraktelig blant ulike grupper, som privateide biler, bobiler, lastebiler og syklende. Mens økningen i biltrafikk, bobiltrafikk og syklende delvis kan tilskrives turistvegen og reiseliv, knyttes den økte lastebiltrafikken til aktiviteten ved Andøya Spaceport. Flere uttrykker bekymring over hva denne veksten fører med seg, og beskriver at risikoen

for ulykker har økt betraktelig. Risikoen oppleves som særlig stor for de myke trafikantene, spesielt i perioder med stor lastebiltrafikk.

Samtidig som selve veistrekningen er i stadig dårligere tilstand, er den også ofte stengt i Børvågen mellom Nordmela og Nøss.[22] Dette skyldes aktiviteten ved Andøya Spaceport. Romfartsanleggets aktivitet innebærer risiko for storulykker. Dette kan medføre avstenging av et større område i inntil 8 timer av gangen. Ettersom den nasjonale turistvegen går gjennom storulykkeområdet, vil det ikke være mulig for reisende å passere i dette tidsrommet. Til tross for dette har Andøya Spaceport vært flink til å informere om når anlegget vil stenge av veistrekningen, som bidrar til å sikre forutsigbarhet for reisende.

Turistvegens betydning i møte med fremtidig vekst

Blant intervjuobjektene er det bred enighet om at reiselivet på Andøya vil fortsette å vokse i tiden som kommer. Flere av dem beskriver at den nasjonale turistvegen vil fortsette å spille en sentral rolle i møte med utviklingen. Flere aktører trekker særlig frem etableringen av museet The Whale, med potensial til å bli en betydelig turistattraksjon i området, og tilføre tusenvis av nye besøkende. Når The Whale åpner, er det ventet at etterspørselen etter både overnatting, servering og øvrig aktivitetstilbud vil øke. Turistvegens rolle som turistattraksjon, i tillegg til transportåre, ventes å forsterkes ytterligere. Med dette som utgangspunkt er det flere som ytrer bekymringer for hvorvidt dagens infrastruktur vil tåle den økte trafikken. Med utfordringer knyttet til nok fergekapasitet mellom Gryllefjord og Andenes, og slitasje på veiene, kan veksten hemmes dersom ikke utbedringer foretas.

Stadig flere opplever at Andøya Spaceport i seg selv kan tiltrekke flere besøkende, samtidig som den kan skape økte trafikale utfordringer. Flere intervjuobjekter forventer at aktiviteten ved Andøya Spaceport vil tiltrekke seg flere besøkende som følge av økt interesse for romfartsaktivitet. Likevel frykter mange at den økte aktiviteten på anlegget, med tungtrafikk og hyppigere stenging av turistvegen, kan stikke kjepper i hjulene for turistopplevelsen i området.

---

[22] Nasjonale turistveger (u.d.). Tilgjengelig her.

Forventningene til økt vekst i reiselivet i årene som kommer, gjenspeiles også hos overnattingsstedene i området. Flere overnattingssteder investerer i nytt overnattingstilbud, og private tilrettelegger for privat utleie av sine enheter, eksempelvis gjennom plattformer som Airbnb. Intervjuobjektene beskriver det også som relevant med nytt aktivitetstilbud i møte med fremtidig vekst. Aktivitetene viser at næringslivet posisjonerer seg for større markeder.

2.5 Vår vurdering av økonomiske effekter

Vi vurderer at Statens vegvesens satsing på Nasjonal turistveg Andøya har bidratt til økt turistaktivitet og større oppmerksomhet om området. Dette understøttes både av reiselivs- og handelsrelatert vekst i verdiskaping siden etableringen av Nasjonal turistveg Andøya i 2012, og av funnene fra intervjuene.

Den økte aktiviteten fremkommer tydelig i analysen av verdiskapingen blant bedriftene i influensområdet, sammenlignet med øvrige distrikter i Nordland og distrikter utenfor Nordland. Våre verdiskapingstall viser at både reiselivs- og handelsbedrifter har hatt sterkere vekst enn sammenlignbare områder over analyseperioden. Samtidig som man skal vurdere årsakssammenhengene i verdiskapingstallene med varsomhet, understøttes resultatene av funnene fra intervjuer med lokale aktører langs strekningen. Den økte veksten kan trolig forklares av flere forhold. For det første opplever lokale aktører at turistvegen fungerer som et sterkt kjerneprodukt, som gjør Andøya til et attraktivt turistmål, og knytter områdene langs vestkysten sammen. For det andre gir etableringen av nye attraksjoner økt synlighet. Dette kan ses i sammenheng med den kommende etableringen av The Whale, og stadig økt oppmerksomhet rundt Andøya Spaceport. For det tredje har området opplevd sterk vekst i bobil- og sykkelmarkedet. Selv om bobilturistene ikke er gruppen som i størst grad etterspør kommersielle tjenester som overnatting og servering, har disse vist seg å skape betydelig aktivitet og trafikk langs veien. Til slutt har aktørene i området vist investeringsvilje til å etablere ny virksomhet eller utvide eksisterende virksomhet.

Samtidig som Andøya har opplevd vekst i handels- og reiselivsrettet næringsliv, står vekstpotensialet overfor flere utfordringer som kan begrense fremtidig utvikling. Bekymringene og utfordringene kan knyttes til flere forhold. For det første er dagens

kapasitet på fergesambandet mellom Gryllefjord og Andenes allerede for dårlig. Kødannelser på begge sider av fjorden fører til tap av turister, som heller velger å reise andre steder. Utbyggingen av The Whale og vekst i internasjonal turisme er ventet å forsterke presset på denne infrastrukturen ytterligere. For det andre er dagens kapasitet på parkeringsplasser ved populære severdigheter allerede nådd. Mangel på parkering og trengsel ved populære attraksjoner bidrar til å redusere opplevelsen for den enkelte. Til slutt skaper fricamping og gratis bruk av parkeringsområder praktiske utfordringer i området, og tapte inntekter for lokale aktører og kommunen.

Samlet sett vurderes turistvegen å ha gitt vekst i både antall besøkende og synlighet. Veksten har materialisert seg i både reiselivs- og handelsrettet næringsliv på Andøya, og er forventet å vokse videre i årene som kommer. Det er likevel en risiko for at veksten hemmes, som følge av kapasitetsutfordringer ved sentrale kommunikasjonsårer og uønsket ferdsel på Andøya. Kommunens manglende ressurser til å kapitalisere på sentrale severdigheter reduserer også vekstpotensialet, og kan trolig føre til negativ utvikling i opplevelsestilbudet.

3 Havøysund

3.1 Veistrekningen

Nasjonal turistveg Havøysund byr på en sjelden reise gjennom det arktiske landskapet i Finnmark, hvor kyst, fjell og hav møtes. Strekningen følger fylkesveg 889 fra Kokelv til Havøysund og er 67 kilometer lang. Vegen går gjennom et landskap som skifter mellom nakne vidder, bratte fjell og utsikt over Barentshavet. Her får reisende oppleve kontrasten mellom det barske og det vakre. Dette inkluderer midnattssol, mørketid og kraftige værskifter, og gjør turen til en opplevelse i seg selv. Havøysund er det nordligste tettstedet i landet som er forbundet med fastlandet gjennom veg, og turen hit gir en unik følelse av å nå verdens ende.

Figur 3-1: Kart over Nasjonal turistveg Havøysund. *Kilde: Nasjonale turistveger.*



Strekningen starter ved Kokelv, en liten bygd innerst i Revsbotn. Herfra følger veien et kupert terreng langs fjorden før den stiger opp mot det åpne høyfjellsplatået over Ifjordfjellet. Etter hvert åpner landskapet seg, og man får panoramautsikt mot havet og de tallrike småøyene som ligger som perler i Barentshavet. Langs veien finnes flere tilrettelagte stopp som inviterer til korte pauser og naturopplevelser.

Det første stoppet på ruten er Storberget, et utsiktspunkt som ligger på en slette ovenfor Russelva med panoramautsikt over fjell, fjord og vidde. Den buede betongkonstruksjonen følger terrengets form og danner en rolig ramme for opplevelsen av det åpne landskapet.

Videre nordover kommer man til Lillefjord, der en gangbro krysser elva og leder besøkende til en liten foss innerst i fjordarmen. Rasteplassen er plassert mellom grønne dalsider og nakne berg, og viser tydelig kontrasten mellom det milde innlandslandskapet og den værbitte kysten lenger nord.

Lenger ute langs kysten ligger Snefjord, en liten bosetning omgitt av lave åser og åpent hav. Her er det etablert en rasteplass med tre små vindskjermer i stål og tre, utformet som sittebokser vendt i ulike retninger. De gir ly for vinden og inviterer til korte stopp der man kan nyte stillheten og utsikten mot horisonten.

Et av høydepunktene langs strekningen er Selvika, en arkitekttegnet og prisbelønt rasteplass ved en lun vik med sandstrand. En buet gangsti i betong slynger seg ned mot stranden og binder sammen fjell, elv og hav i en helhetlig opplevelse. Her er det lagt til rette med toalett, parkering og sitteplasser, og stedet har blitt et symbol på hvordan Nasjonale turistveger kombinerer design og natur.

Havøysund selv er et levende fiskevær med sterk kystkultur og et aktivt lokalsamfunn. Her finner man overnattingssteder, lokale spisesteder og et maritimt miljø som knytter historien til dagens fiskerivirksomhet. Området er også startpunkt for turer videre ut til øyene Rolvsøy og Ingøy. Veien ender ved moloen i Havøysund, hvor havet og vinden setter rammen for et landskap som i sin råhet representerer noe av det mest særpregede i Norge.

Figur 3-2: Selvika rasteplass, Nasjonal turistveg Havøysund. *Kilde: Nasjonale turistveger / Statens vegvesen.*



Figur 3-3: Snefjord rasteplass, Nasjonal turistveg Havøysund. *Foto: Anne Olsen-Ryum for Nasjonale turistveger / Statens vegvesen.*



Tabell 3-1: Kronologisk oversikt over fullførte prosjekter langs Nasjonal turistveg Havøysund. *Kilde: Nasjonale turistveger.*

Installasjon	Fullføringsår
Snefjord: Rasteplass og utsiktspunkt	2005
Lillefjord: Rasteplass, utsiktspunkt og toalett	2006
Selvika: Rasteplass, utsiktspunkt og toalett	2012
Storberget: Rasteplass og utsiktspunkt	2017
Havøysund kunst: Kunstverk av Roni Horn i arkitekttegnet trehytte	2021

3.2 Datagrunnlaget

Effektmålingen lages med utgangspunkt i Menons regnskapsdatabase for å analysere verdiskaping i reiseliv og handel omkring turistvegen.

Bedriftene i influensområdet

Influensområdet fra Nasjonal turistveg Havøysund strekker seg fra Kokelv til Havøysund. Turistvegen går gjennom fire postnumre.

Det var totalt tolv aktive rapporteringspliktige reiselivs- og handelsbedrifter i det definerte influensområde i 2024.[23] Av disse tolv bedriftene er det syv som er kategorisert som en del av reiselivsnæringen, hvilket inkluderer opplevelsesbransjene overnatting, servering og aktivitet og kultur. De resterende fem er handelsbedrifter som opererer i detaljhandel eller annen turistrelatert handel.

Tabell 3-2: Rapporteringspliktige reiselivs- og handelsbedrifter etter postkretser langs Nasjonal turistveg Havøysund (2024). *Kilde: Menon Economics.*

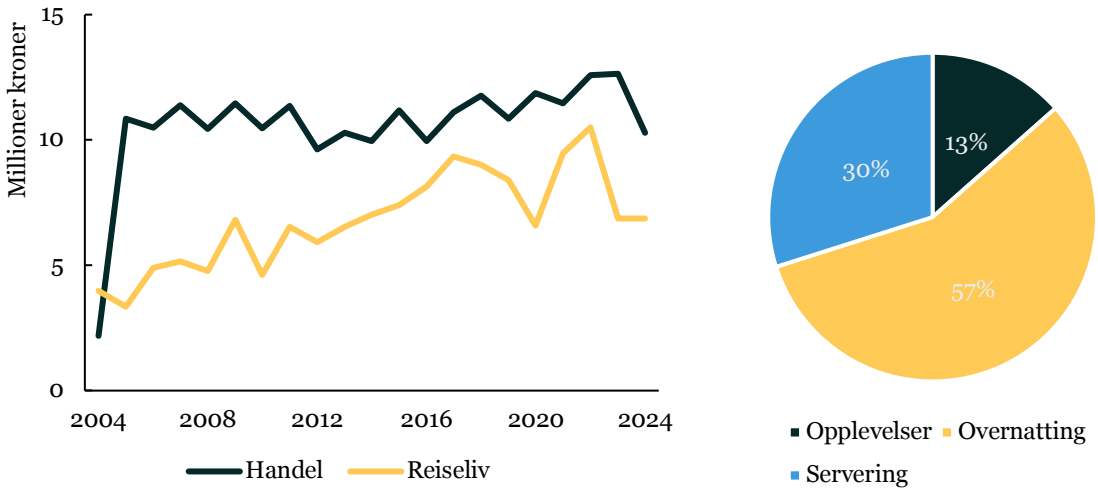
Poststed	Antall reiselivs- og handelsbedrifter	Verdiskaping i reiseliv og handel (mill. kr.)	Største reiselivsbedrift
9690 Havøysund	10	15,9	Havøysund Hotell

[23] Dette inkluderer selskaper med omsetning i 2024.

Poststed	Antall reiselivs- og handelsbedrifter	Verdiskaping i reiseliv og handel (mill. kr.)	Største reiselivsbedrift
9715 Kokelv	2	1,3	Kokelv sjøsamiske museum
9714 Snefjord	-	-	-
9624 Revsneshavn	-	-	-

Tabellen over viser at det kun er i Havøysund og i Kokelv det finnes aktive reiselivs- og handelsbedrifter. Samlet sett hadde reiselivs- og handelsbedriftene i Havøysund en verdiskaping på 15,9 millioner kroner. Den største reiselivsaktør målt i både omsetning og verdiskaping i 2024 er Havøysund Hotell. Aktøren hadde en verdiskaping på omtrent 3 millioner kroner i 2024. Dette er samtidig én av bare to overnattingsbedrifter i Havøysund. Den resterende verdiskapingen i reiselivsnæringen er konsentrert i bedriftene Video Kroa, Sjøfiske, Pure Nordic og Havets Smak.

Figur 3-4: Venstre: utvikling i verdiskaping i reiselivsnæringen og handelsbransjen langs Nasjonal turistveg Havøysund. Høyre: andel omsetning i reiselivet fordelt på bransjene opplevelser, overnatting og servering i 2024. *Kilde Menon Economics.*



Figuren over viser utviklingen i verdiskaping innen det definerte influensområdet for henholdsvis handelsbransjen og reiselivsnæringen. Handelsbransjen har hatt en relativt stabil verdiskaping i perioden. Etter en kraftig økning fra 2004 til 2005, har

verdiskapingen i handelsbransjen i den resterende periode, 2005 til 2024, ligget i intervallet 9 til 13 millioner kroner. Siden 2005 har denne verdiskapingen hatt en negativ utvikling i perioden på 5 prosent. Den samlede verdiskapingen i handelsbransjen i Havøysund var 10,3 millioner kroner i 2024. Økningen i analysens første år fra 2004 til 2005 skyldes åpningen av en Coop-butikk. Når en aktør som denne i 2024 utgjør mer enn 75 prosent av den totale verdiskapingen i handelsbransjen, vil næringslivet i stor grad påvirkes av denne aktørens aktiviteter og utvikling. Figuren for utviklingen i handelsbransjens verdiskaping er derfor i stor grad preget av Coop Havøysund.

I reiselivsnæringen er verdiskapingen fordelt mer jevnt over flere aktører. Verdiskapingen i reiselivsnæringen innen influensområdet var i 2024 6,9 millioner kroner, og har på 20 år vokst med rundt 70 prosent. I 2024 utgjorde overnatting over halvparten av reiselivsnæringens samlede verdiskaping i influensområdet, mens servering utgjorde rundt en tredel. Det begrensede antallet reiselivsbedrifter innebærer at endringer i enkeltaktørers drift kan få merkbar innvirkning på næringens samlede verdiskaping og sammensetning herav fremover. Dette er eksemplifisert ved en halvering av verdiskapingen fra 2023 til 2024 for Havøysund Hotell.

Referansegruppene

Formålet med analysen er å vurdere i hvilken grad Nasjonale turistveger har bidratt til økt verdiskaping blant reiselivs- og handelsbedrifter langs strekningene. Analysen bygger på en kombinasjon av kvantitative sammenligninger og kvalitative vurderinger basert på intervjuer med lokale aktører.

For å identifisere eventuelle forskjeller i utviklingen har vi sammenlignet verdiskapingen i reiseliv og handel langs Nasjonal turistveg Havøysund med tilsvarende bedrifter på ulike geografiske nivå. Referansegruppene er valgt med utgangspunkt i næringssammensetningen blant reiselivs- og handelsbedriftene. Våre referansegrupper er som følger:

- lignende bedrifter i distriktene i Finnmark, utenom Havøysund-området
- lignende bedrifter i distriktene i hele landet, utenom Finnmark-området

Vi har inkludert referansegrupper på to ulike geografiske nivåer for å kontrollere for henholdsvis nasjonale og regionale utviklingstrekk. Blant referansegruppene fokuserer vi kun på bedrifter i områder med sentralitetsklasse 5 og 6. I tillegg ekskluderer vi alle områder som er i influensområdene til andre Nasjonale turistveger i Norge.

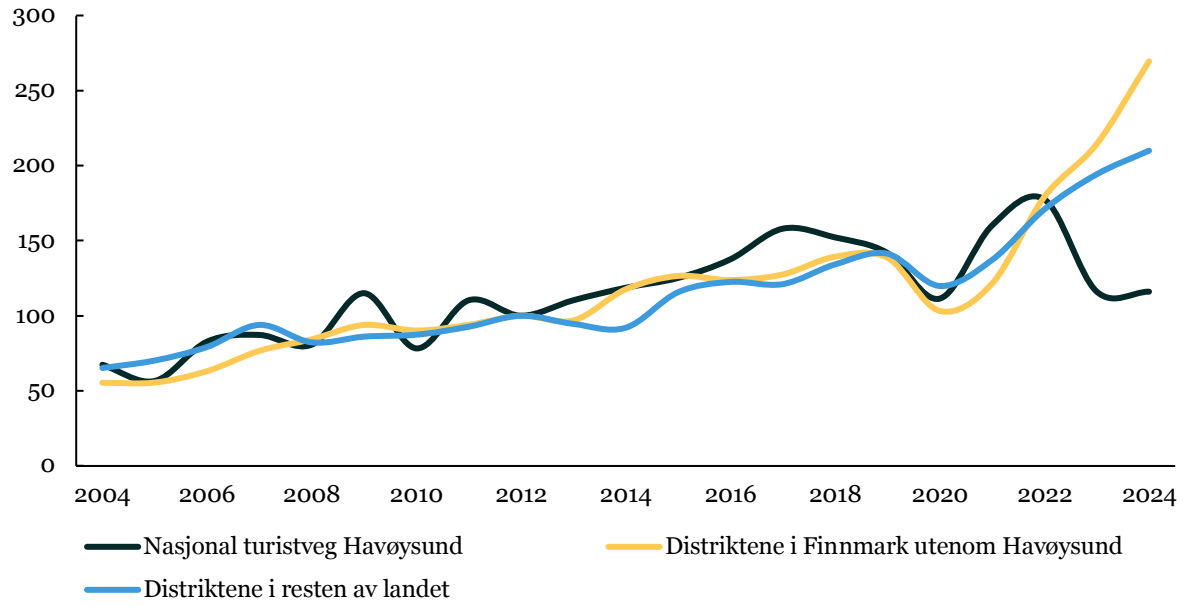
3.3 Økonomisk utvikling over tid

I dette delkapittelet sammenligner vi utviklingen i reiselivsnæringen og handelsnæringen langs Nasjonal turistveg Havøysund med utviklingen i referansegruppene regionalt og nasjonalt. Utviklingen er indeksert med basisår 2012, ettersom det er året Statens vegvesen markerte de 18 Nasjonale turistveger, herunder Havøysund, for åpnet som en samlet attraksjon.[24] I tillegg ble rasteplassen og utsiktspunktet Selvika ferdigstilt i 2012.[25]

Figuren under viser den indekserte utvikling i reiselivsnæringen for influensområdet langs turistvegen sammenlignet med distriktene i Finnmark og distriktene i resten av landet. I perioden 2012 til 2022 har reiselivsnæringen langs turistvegen hatt en utvikling som ligger på nivå med begge referansegruppene.

Figur 3-5: Indeksert utvikling for verdiskaping i reiselivsnæringen langs Nasjonal turistveg Havøysund og referanseområdene med basisår 2012. *Kilde:*

[24] Lauritzen, Per Roger: *Nasjonale turistveger* i *Store norske leksikon* på snl.no. Tilgjengelig her.
[25] Reiulf Ramstad Arkitekter AS. Tilgjengelig her.



I de første årene etter 2004 vokste verdiskapingen i influensområdet raskere enn i referansegruppene. Denne tidlige veksten sammenfalt med ferdigstillelsen av de to første attraksjonene langs ruten, Snefjord i 2005 og Lillefjord i 2006. Etter en topp rundt 2009 fulgte en svakere utvikling, hovedsakelig som følge av nedgang i aktivitet ved Havøysund Hotell. Fra 2010 til 2017 økte verdiskapingen igjen og overgikk i perioder utviklingen i referanseområdene. Underveis ble Selvika i 2012 ferdigstilt og veksten mellom 2012 og 2014 var om lag 19 prosent både i influensområdet og i distriktene i Finnmark, mens distriktene i resten av landet opplevde en nedgang på om lag 8 prosent. Utsiktspunktet Storberget ble åpnet i 2017.

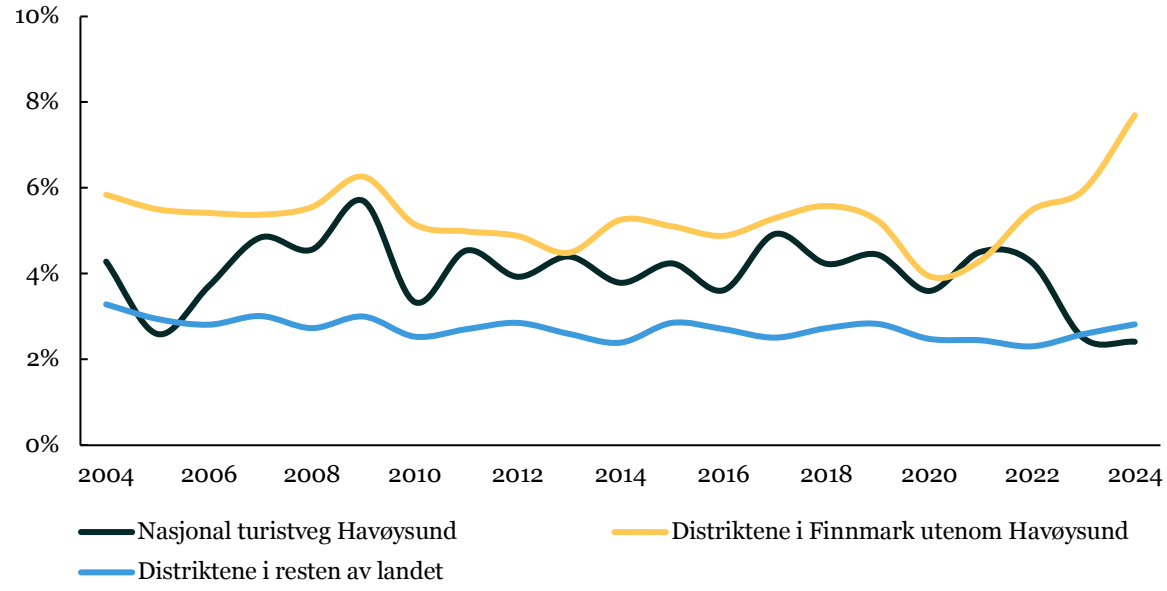
Utviklingen etter pandemien viser tydelige forskjeller mellom områdene. Fra et felles utgangspunkt i 2019 økte verdiskapingen i reiselivsnæringen betydelig i distriktene, mens utviklingen i Havøysund falt etter 2022. I 2024 hadde distriktene i Finnmark og resten av landet indekser på henholdsvis 270 og 215, tilsvarende mer enn en dobling av verdiskapingen. Deler av veksten i influensområdet kan sammenkobles med sterk vekst i nordlysturisme siden 2019.[26] I Havøysund falt indeksen til 116, noe som tilsvarer en svak vekst siden 2012. Den svake veksten skyldes hovedsakelig at verdiskapingen i Havøysund Hotell ble halvert de to siste

[26] Innovasjon Norge. Tilgjengelig her.

årene, til tross for åpningen av Roni Horns kunstinstallasjon på Ørahaugen i Havøysund ved turistvegens endepunkt i 2021. Samtidig indikerer utviklingen de siste årene at veksten i nordlysturisme i hovedsak konsentreres i områder med et mer etablert reiselivstilbud, spise-, overnattings- og aktivitetstilbud.

Figur 3-6 viser reiselivsbedriftenes andel av næringslivets totale verdiskaping i perioden 2004 til 2024. Andelen i Havøysund har vært stabil over tid, men uten markant vekst.

Figur 3-6: Reiselivsbedriftenes andel av næringslivets verdiskaping over tid langs Nasjonal turistveg Havøysund og referanseområdene. *Kilde: Menon Economics*.



Reiselivsbedriftenes andel av næringslivets verdiskaping langs Nasjonal turistveg Havøysund var omtrent 4 prosent i 2004. Året etter var andelen på det nest laveste nivå i hele perioden med 3 prosent, mens andelen toppet seg i 2009 med 6 prosent. Siden har denne ligget stabilt i dette intervallet, før andelen i 2023 og 2024 var på 2 prosent. Som nevnt ovenfor tilskrives en stor del av nedgangen fra 2022 til 2023 langs Nasjonal turistveg Havøysund en halvering av verdiskapingen til Havøysund Hotell.

For distriktene i resten av landet har reiselivsbedriftenes andel av næringslivets verdiskaping ligget i intervallet 2 til 3 prosent i hele perioden. Andelen var i 2004

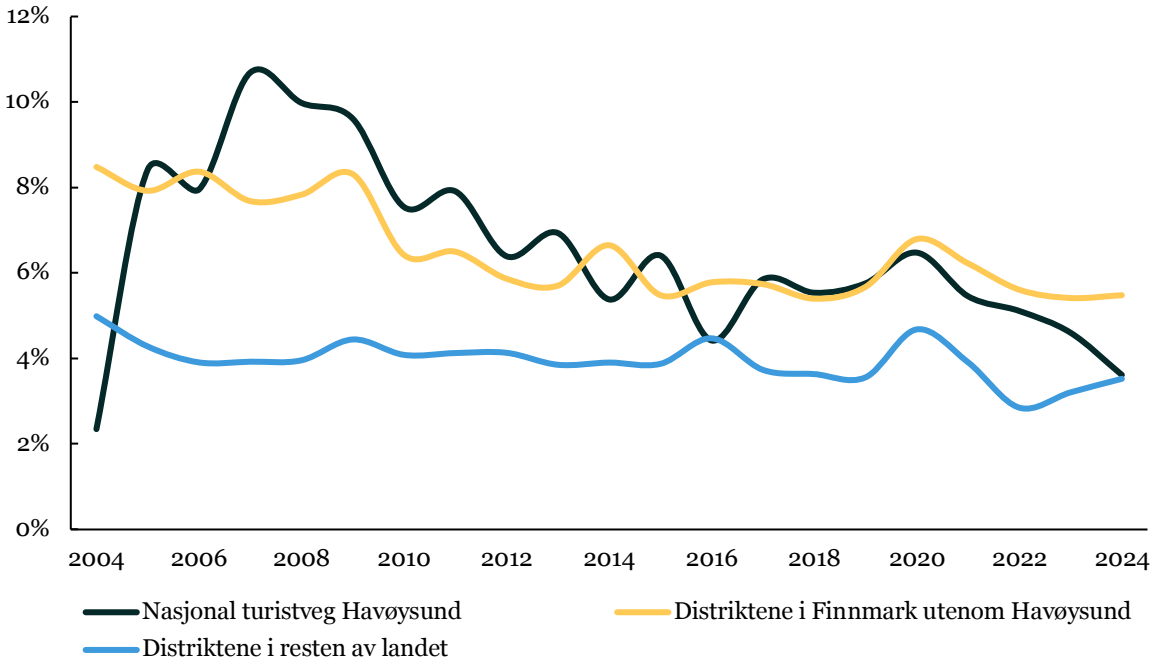
omtrent 2 prosent, mens andelen de seneste to år har steget, slik at den i 2024 var på om lag 3 prosent.

Samtidig har reiselivsbedriftenes andel av næringslivets verdiskaping i distriktene i Finnmark deler av perioden ligget høyere enn både langs Nasjonal turistveg Havøysund og den nasjonale referansegruppen. I den regionale referansegruppen var andelen i analysens første år, 2004, på 6 prosent, og var inntil 2019 ganske stabil. Siden fulgte først to år med nedgang i samme periode som pandemien inntraff, mens det de seneste fire år har vært en positiv utvikling slik at andelen var på det høyeste nivå i analyseperioden seneste år med 8 prosent.

Samlet sett viser resultatene at Nasjonal turistveg Havøysund ikke har gitt målbar økning i reiselivets relative betydning sammenlignet med utviklingen regionalt og nasjonalt.

Figur 3-7 viser handelsbransjens andel av næringslivets totale verdiskaping i perioden 2004 til 2024 langs Nasjonal turistveg Havøysund, i det regionale referanseområde og i det nasjonale referanseområde. Andelen langs Nasjonal turistveg Havøysund har i perioden hatt flere større årlige endringer.

Figur 3-7: Handelsbransjens andel av næringslivets verdiskaping over tid langs Nasjonal turistveg Havøysund og referanseområdene. *Kilde: Menon Economics.*



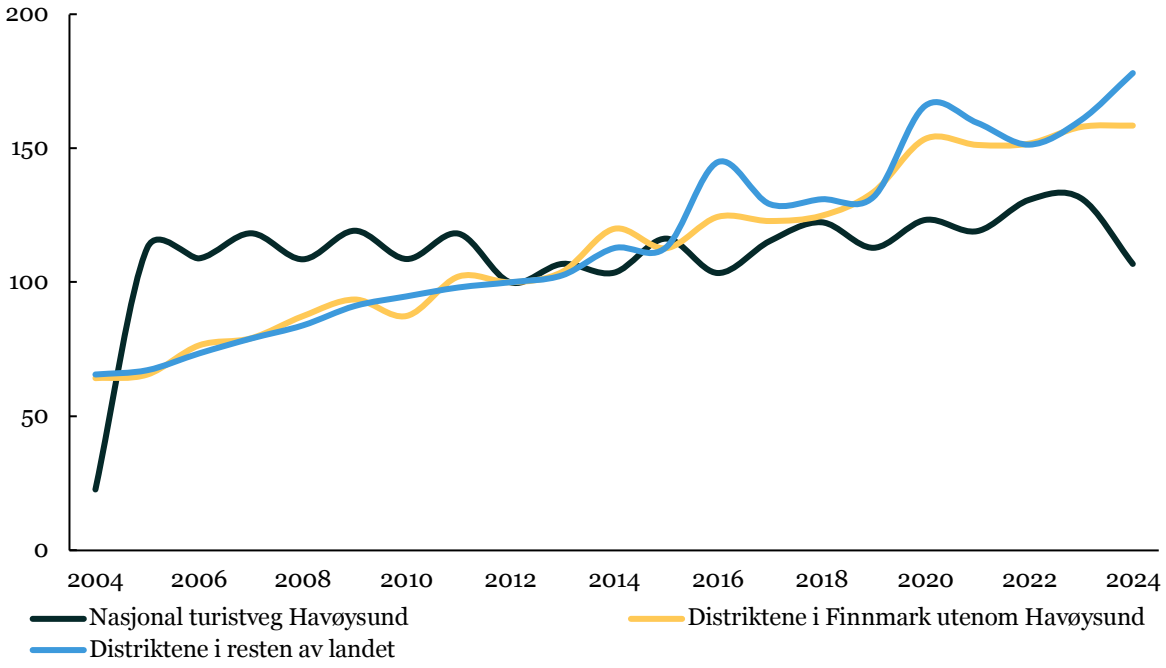
Handelsbransjens andel av næringslivets verdiskaping langs Nasjonal turistveg Havøysund har utviklet seg fra 2 prosent i 2004 til 4 prosent i 2024. Sammenlignet med reiselivsnæringens andel har handelsbransjens andel av næringslivets verdiskaping vært noe mer volatil. I løpet av de første årene steg andelen fra 2 prosent til 11 prosent i 2007, hvor denne falt tilbake til 4 prosent i 2016. Siden har andelen ligget på 3 til 6 prosent.

I den regionale referansegruppen har handelsbransjens andel av næringslivets verdiskaping vært fallende i perioden. Denne var på 8 prosent i 2004 og var på rundt dette nivået frem til 2009, hvor den falt til 6 prosent. Siden har den ligget rundt dette nivået og var i 2024 5 prosent. Andelen har siden 2017 ligget innenfor 2 prosentpoeng fra Nasjonale turistveg Havøysund.

Sammenlignet med influensområdet, har handelsbransjens andel av næringslivets verdiskaping i den nasjonale referansegruppen ligget stabilt i hele perioden. Den var med 3 prosent på det laveste nivået i 2022, mens det var på det høyeste nivået med 5 prosent i 2020. I 2024 var andelen på omtrent samme nivå som langs Nasjonal turistveg Havøysund med 4 prosent.

Figuren under viser den indekserte utviklingen for handelsbransjens verdiskaping med basisår 2012 for de tre områdene av interesse. Her er det tydelig at referanseområdene har hatt en jevn vekst igjennom analyseperioden. Begge var på rundt indeks 65 i analysens startperiode, og var i 2024 på det hittil høyeste nivå på indeks 158 for Finnmark og indeks 178 for resten av landet. Til sammenligning begynte influensområdet på indeks 23, hvilket skyldes at Coop Havøysund først begynte sin drift i 2005, da indeksen allerede var på 113. Siden har den ligget rundt dette nivået, hvor den i 2024 var 107. Det er spesielt siden 2018 at utviklingen har skilt lag mellom influensområdet og referansegruppene.

Figur 3-8: Indeksert utvikling for verdiskaping i handelsbransjen langs Nasjonal turistveg Havøysund og referanseområdene med basisår 2012. *Kilde: Menon Economics.*



På bakgrunn av analysen finner vi ingen indikasjoner på at Nasjonal turistveg Havøysund har gitt høyere vekst i verdiskaping innen reiseliv eller handel enn det som kan forklares av den generelle utviklingen i distriktene regionalt og nasjonalt.

3.4 Funn fra intervjuer

Analysen av den økonomiske utviklingen langs Nasjonal turistveg Havøysund og de tilhørende referanseområdene i kapittel 3.3 er basert på regnskapsdata. Denne

kvantitative analysen gir nyttige indikasjoner på utviklingen, men som det også kommer frem av tallmaterialet, er næringslivet innen reiseliv og deler av handelsbransjen relativt begrenset langs denne strekningen. For å supplere de økonomiske dataene og belyse sider av utviklingen som ikke fanges opp i regnskapstall, er det derfor gjennomført 12 intervjuer med et bredt utvalg av lokale og regionale aktører. Intervjuene bidrar med kvalitative nyanser som gir et mer helhetlig bilde av hvordan Nasjonal turistveg Havøysund oppfattes, benyttes og påvirker området.

Betydning av Nasjonal turistveg Havøysund

De fleste intervjuobjektene beskriver en tydelig positiv utvikling i turismen de siste årene. Flere omtaler en jevn vekst i trafikk og aktivitet, mens enkelte karakteriserer utviklingen som «enorm», selv om dette ikke gjenspeiles i den økonomiske analysen. Samtidig er det en felles erkjennelse av at det er krevende å isolere effekten av selve turistvegstatusen fra andre forhold. Likevel knyttes utviklingen ofte direkte til tiltakene under Nasjonale turistveger, og spesielt til etableringen av rasteplasser og utsiktspunkt som Selvika og Storberget, samt til det markante kunstverket av Roni Horn i Havøysund, som flere omtaler som et symbolprosjekt for stedet. Enkelte forteller at kunstverket har tiltrukket kunstinteresserte reisefølger, blant annet to privatfly med gjester fra København som besøkte stedet med det ene formål å se installasjonen. Selv om meningene lokalt er delte, beskriver flere aktører hvordan kunstverket og arkitekturen aktivt brukes i markedsføringen av Havøysund.

Utviklingen i bobiltrafikk

Et nøkkelord som går igjen i nesten alle intervjuene er bobil. Den økte aktiviteten i området tilskrives i hovedsak denne turistgruppen, som fremstår som en markant brukergruppe av turistvegen. Bobiltrafikken er særlig synlig på rasteplassene Selvika og i Havøysund sentrum, der det ofte er fullt i høysesongen. Samtidig kan denne typen turisme være vanskelig å fange opp i økonomiske analyser. Bobilgjestene har gjerne lavere forbruk per opphold enn andre turister, ettersom de står for overnatting og deler av mattilbudet selv. I et intervju fremheves at nettopp gratis tilgang til attraktive oppstillingsplasser er en viktig del av appellen til denne målgruppen. Havøysund Hotell har merket økt trafikk, men eier Logen Karthigesan påpeker at mye av kapasiteten fortsatt dekkes av havfisketurister, som i mindre grad

er direkte knyttet til turistvegen. Han forteller samtidig om flere drop-in-gjester og økt matsalg, noe som tyder på at bobiltrafikken og andre turister også gir ringvirkninger for de etablerte reiselivsbedriftene. I tillegg forteller flere at antallet motorsykkel- og sykkelturister har økt de siste årene.

Serverings- og opplevelsessteder i influensområdet

Tilbudet av serverings- og opplevelsessteder langs strekningen er fortsatt begrenset, men de som finnes, spiller en viktig rolle for områdets attraktivitet. Arctic View har i 2025 hatt sin første fulle driftssommer på flere år, men disse tallene gjenspeiles ikke i analysen, da 2025-tallene ikke er med. Kafeen var åpen i om lag to måneder, og det beskrives en massiv pågang hele perioden. Dette vitner om et klart behov i markedet. Samtidig viser erfaringene at driften er krevende uten flere ansatte og stabile rammer. Flere peker på at stedet har et stort potensial som helårsattraksjon dersom kommunen eller nye eiere investerer videre.

Et annet tiltak som fremheves som viktig for reiselivet, er restauranten Havets Smak, som siden åpningen i 2022 har bidratt til å sette Havøysund på kartet som et gastronomisk reisemål. Restauranten hadde en omsetning på om lag én million kroner i 2024 og regnes som en vesentlig bidragsyter til lokal verdiskaping, selv om den kun har hatt åpent noen få uker i løpet av sommersesongen 2025 på grunn av manglende bemanning.[27] Både lokale og eksterne informanter beskriver restauranten som et bevis på at små, kvalitetspregede initiativ kan skape sterk profilering og tiltrekke seg gjester fra store deler av regionen.

Potensialet for økonomiske effekter fremover

Den økte turisttrafikken vurderes av flere som et tegn på betydelig potensial for nye tilbud og næringsutvikling. Samtidig påpekes utfordringen med å finne drivere og gründere som kan realisere ideene. Katrine Næss, reiselivssjef i Visit Hammerfest, beskriver et åpent møte med potensielle gründere der mange kom med gode forslag, men få ønsket å ta initiativet selv. Mangel på entreprenørskap og arbeidskraft kan dermed bli et hinder for å kapitalisere på den aktiviteten som turistvegen genererer.

[27] Manglende bemanning kobles av intervjuobjektet sammen med fraflytting og den demografiske utviklingen i området.

For å tiltrekke nye målgrupper har Visit Hammerfest også nylig produsert en reklamefilm rettet mot motorsyklister, som ofte har høyere forbruk per gjestedøgn enn bobilgjester. MC-miljøet trekkes frem som en attraktiv målgruppe som både etterspør naturopplevelser og bruker lokale tjenester i større grad. En økning i denne gruppen kan dermed gi tydeligere økonomiske utslag av turistvegsatsingen.

Til slutt peker flere informanter på at infrastruktur og vinterforhold begrenser mulighetene for helårs verdiskaping. Vegen er ofte stengt i vintermånedene, og perioder med rasfare skaper usikkerhet for både lokalbefolkning og næringsliv. Dette gjør det vanskelig å opprettholde stabile helårsarbeidsplasser i reiselivet. Kombinert med mangel på servicetilbud bidrar dette til at mye av trafikken i dag gir mer symbolsk enn økonomisk verdi. Samtidig uttrykker mange optimisme og stolthet over utviklingen, og mener at bedre tilrettelegging og samarbeid mellom kommune og næringsliv kan gjøre Nasjonal turistveg Havøysund til et bærekraftig helårs reisemål i fremtiden.

Samlet sett peker funnene fra intervjuene på at Nasjonal turistveg Havøysund har bidratt til økt turistaktivitet i influensområdet. Det er særlig veksten i bobiltrafikk som fremheves av respondentene som den mest synlige effekten av satsingen. Samtidig antyder intervjuene at turistvegen også har styrket områdets attraktivitet som reisemål, selv om den økonomiske effekten foreløpig i hovedsak begrenser seg til sommerhalvåret.

3.5 Vår vurdering av økonomiske effekter

Vi vurderer at Statens vegvesens satsing på Nasjonal turistveg Havøysund har bidratt til økt turistaktivitet og større oppmerksomhet om området. Dette understøttes av funnene fra intervjuene, som peker på betydelig vekst i trafikken av bobiler, motorsykler og syklister langs strekningen.

Den økte aktiviteten fremkommer imidlertid ikke tydelig i analysen av verdiskapingen blant bedriftene i influensområdet, sammenlignet med distriktene i Finnmark og landet for øvrig. Den manglende økonomiske utslagseffekten kan trolig forklares av flere forhold. For det første tiltrekker turistvegen seg i stor grad bobilbasert trafikk, en gruppe som i liten grad etterspør kommersielle overnattings-

og serveringstilbud. For det andre er det begrenset antall bedrifter og få etablerte reiselivsaktører langs selve strekningen. I tillegg trekkes mangel på arbeidskraft og gründere frem som en utfordring for å utnytte potensialet turisttrafikken representerer. Infrastruktur og krevende vinterforhold vanskeliggjør også helårs arbeidsplasser i reiselivet.

Samlet sett vurderes turistvegen å ha gitt økning i besøk og synlighet, men uten at dette foreløpig har materialisert seg i en målbar vekst i lokal verdiskaping.

4 Vedlegg

4.1 Næringskoder benyttet i handelspopulasjonen

I denne analysen benytter vi en rekke næringskoder som knyttes til handelsbransjen. Selskapene utgjør en undergruppe av den totale handelsnæringen, hvor majoriteten av engros-bedrifter i denne sammenhengen holdes utenfor. I sum fokuserer analysen på den delen av handelsbransjen som knyttes til butikkhandel.

Tabell 4-1: Oversikt over næringskoder i handelsbransjen som inkluderes i denne analysen. *Kilde: Menon Economics*

NACE-kode	Beskrivelse
46170	Agenturhandel med nærings- og nytelsesmidler
46390	Engroshandel med bredt utvalg av nærings- og nytelsesmidler
46494	Engroshandel med sportsutstyr
47111	Butikkhandel med bredt vareutvalg med hovedvekt på nærings- og nytelsesmidler
47112	Kioskhandel med bredt vareutvalg med hovedvekt på nærings- og nytelsesmidler
47190	Butikkhandel med bredt vareutvalg ellers
47241	Butikkhandel med bakervarer og konditorvarer
47251	Butikkhandel med vin og brennevin
47430	Butikkhandel med audio- og videoutstyr
47510	Butikkhandel med tekstiler og utstyrsvarer
47593	Butikkhandel med kjøkkenutstyr, glass og steintøy
47599	Butikkhandel med innredningsartikler ikke nevnt annet sted
47610	Butikkhandel med bøker
47641	Butikkhandel med sportsutstyr
47710	Butikkhandel med klær
47721	Butikkhandel med skotøy
47730	Butikkhandel med apotekvarer
47750	Butikkhandel med kosmetikk og toalettartikler
47761	Butikkhandel med blomster og planter

NACE-kode	Beskrivelse
47772	Butikkhandel med gull- og sølvvarer
47781	Butikkhandel med fotoutstyr
47782	Butikkhandel med optiske artikler
47789	Butikkhandel ikke nevnt annet sted
77110	Utleie og leasing av biler og andre lette motorvogner

Menon Economics

Menon Economics

Sørkedalsveien 10 B, 0369 Oslo

+47 909 90 102

post@menon.no

menon.no