

Verdiskapingsanalyse Lillehammer Olympiapark

Presentasjon formannskapet 07.05.2024

Oppdraget

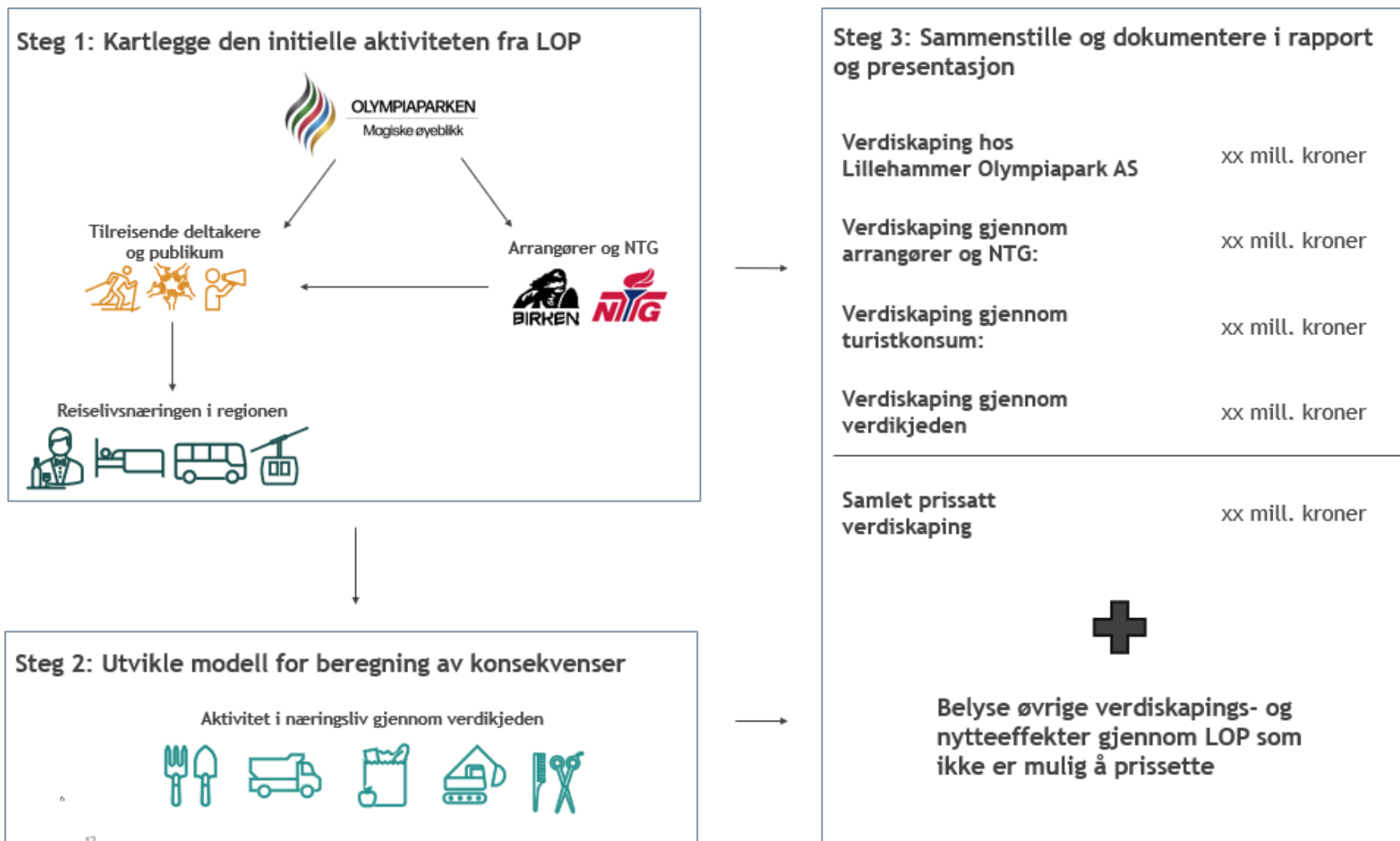
Kartlegging av verdiskaping gjennom tre kanaler

- Beregning av verdiskaping fra Olympiaparken gjennom tre konkrete kanaler
 - Verdiskaping i Lillehammer Olympiapark
 - Verdiskaping fra arrangører
 - Verdiskaping gjennom tilreisende
- Beregne og/eller synliggjøre andre verdiskapingsvirkninger
- Utvikle en modell som kan brukes og oppdateres
- Dokumentere metode og forutsetninger



Overordnet om metode

Kartlegging av verdiskaping gjennom tre kanaler



Verdiskaping fra Olympiaparken - oppsummeringslide

Store tallfestede verdiskapingsvirkninger + store ikke-tallfestede virkninger



Olympiaparken

245 millioner kroner i prissatt lokal verdiskaping

- Olympiaparken omsatte for 116 millioner kroner i 2022
- Dette tilsvarer direkte lokal verdiskaping på 32 millioner kroner
- Høy vekst i både aktivitet og verdiskaping de siste årene



NTG Lillehammer

- Olympiaparken viktig premiss for NTG Lillehammer
- Omsetter for 68 millioner kroner
- Direkte lokal verdiskaping på 39 millioner kroner
- 300 studenter, hvorav 85 prosent tilflyttere
- Årlig studentforbruk anslått til 31 millioner kroner lokalt - 19 millioner kroner i lokal verdiskaping



Tilreisendes forbruk

- Kartlagt tilreisende fra 36 arrangement og aktiviteter
- 84 000 overnatningsdøgn + en rekke dagsbesøk
- Samlet reiselivskonsum estimert til 138 millioner kroner
- Bidrar til 57 millioner kroner i lokal verdiskaping



Verdikjede-effekter

- Olympiaparken, NTG og reiselivsnæringen kjøper varer og tjenester fra andre lokale bedrifter for om lag 150 millioner kroner
- Bidrar til opp mot 100 millioner kroner i lokal verdiskaping



Regionomdømme og øvrig bidrag til reiseliv

Store ikke-prissatte effekter

- Godt samspill mellom LOP og øvrig reiselivsnæring, med gjensidige avhengigheter
- Olympiaparken bidrar til aktivitet i reiselivet, uttover det kartlagt turistkonsum
- Viktig del av «det samlede tilbudet» i Lillehammerregionen
- Høy eksponering i nasjonal og internasjonal media



Idrettsklynge

- Stor idrettsklynge i Lillehammer, med utspring i Olympiaparken og NTG
- Toppidrettslinje på høgskolen, med tilhørende forskningsmiljø
- Stor mengde toppidrettsutøvere og -team etablert i regionen
- Support og utstyrsleverandører



Konsumentnytte

- Stor nytte for innbyggere som bruker og har mulighet til å bruke Olympiaparken
- Stort utvalg i arrangementer
- Positivt for bostedsattraktivitet
- 16 000 timer registrert innsats fra frivillige



Øvrige virkninger

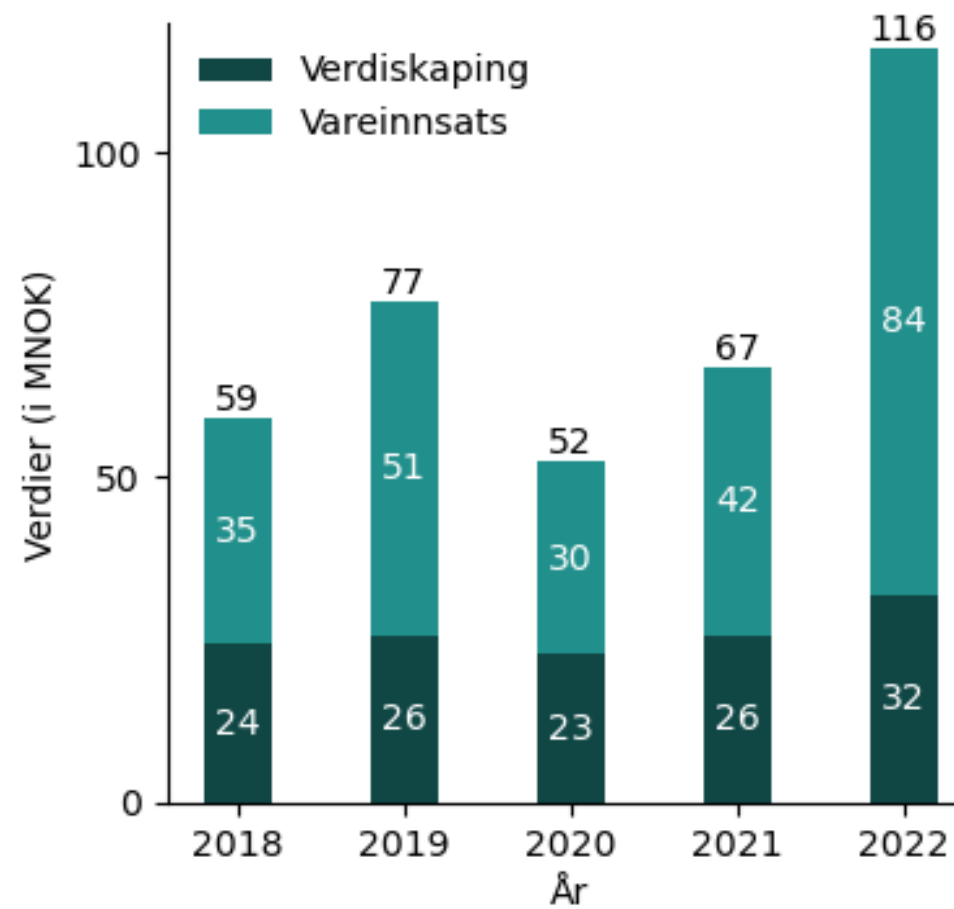
- Induserte konsumeffekter tilsier ytterligere verdiskaping på 26 millioner kroner
- Inngår ikke i sum på grunn av stor usikkerhet
- Høy arrangementskompetanse og -utstyr kommer andre arrangører til gode

Tallfestede virkninger

Direkte verdiskaping utgjør omtrent 32 millioner kroner

Direkte verdiskaping gjennom lønn til ansatte og driftsresultat

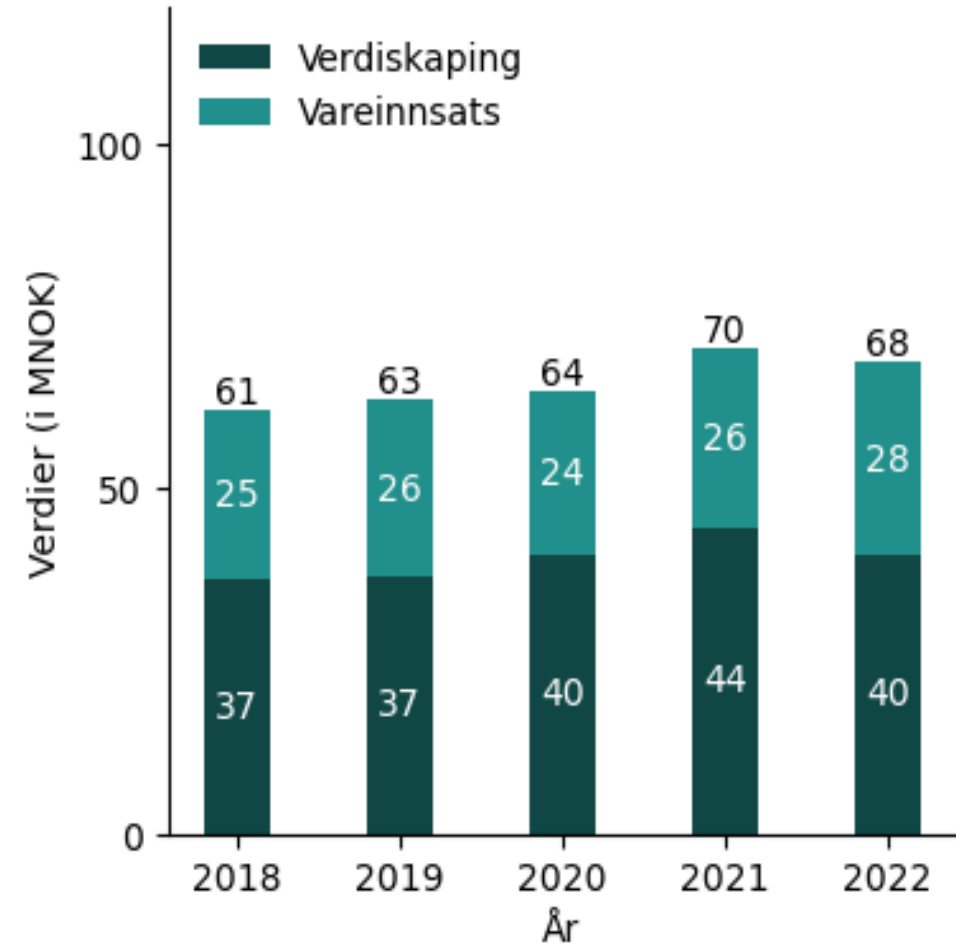
- Olympiarparken omsatte for 116 millioner kroner i 2022
- Hvorav 32 millioner kroner er direkte lokal verdiskaping
- Høy vekst i både aktivitet og verdiskaping de siste årene



Verdiskaping fra NTG utgjør opp mot 60 millioner kroner

Direkte og gjennom studentenes lokale forbruk

- Olympiaparken viktig premiss for NTG Lillehammer
- Direkte lokal verdiskaping på 39 millioner kroner
- Verdiskaping gjennom tilflyttede studenter forbruk estimert til 19 millioner kroner årlig.
- 300 studenter, hvorav 85 prosent tilflyttere
- Årlig studentforbruk anslått til 31 millioner kroner lokalt



Verdiskaping i reiselivsnæringen på om lag 57 millioner kroner

Tilreisendes til arrangementer og aktiviteter legger igjen anslagsvis 138 millioner kroner årlig

- Kartlagt tilreisende til 36 ulike arrangement og aktiviteter
 - Antall deltakere, støtteapparat og publikum
 - Andel tilreisende og gjennomsnittlig oppholdstid i regionen
 - Turistforbruk per døgn fra Turistundersøkelsen
- Over 80 000 overnattingsdøgn + en rekke dagsbesøk
- Samlet reiselivskonsum estimert til 138 millioner kroner
- Bidrar til 57 millioner kroner i lokal verdiskaping
- Største enkeltarrangement er Raw Air og Birkebeinerrennet, med henholdsvis 14 og 13 millioner kroner i turistforbruk.
- Treningsksamlinger i LOBA omtrent på samme nivå.



Lokal verdiskaping gjennom verdikjeden estimert til 100 millioner kroner

Gjennom kjøp av varer og tjenester i flere ledd

- Olympiaparken, NTG og reiselivsnæringen kjøper varer og tjenester fra andre lokale bedrifter for om lag 150 millioner kroner.
- Bidrar til opp mot 100 millioner kroner i lokal verdiskaping
- Beregnet ved hjelp av BDOs ringvirkningsmodell, med lokale tilpasninger

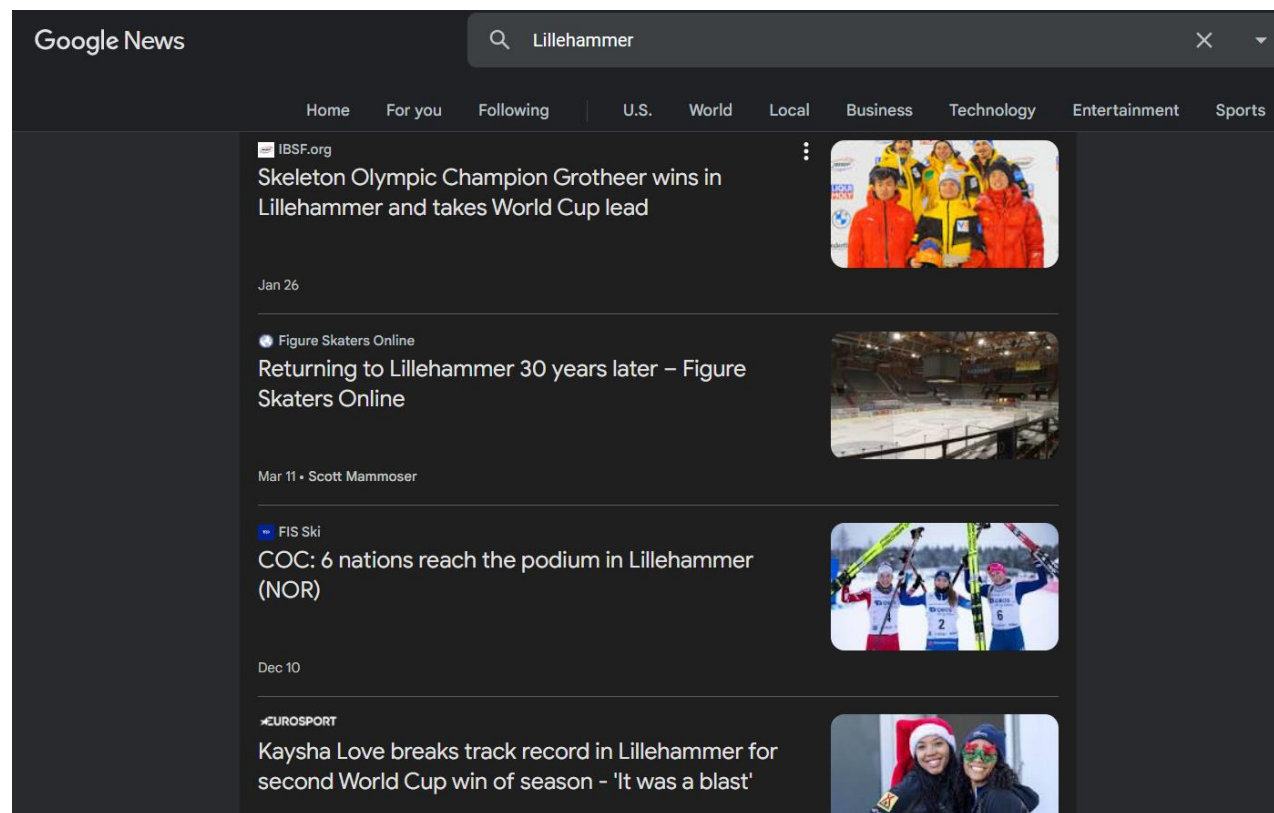


Ikke-tallfestede virkninger

Olympiaparken bidrar positivt til regionens omdømme og attraktivitet

Bidragstende til øvrig turisme gjennom aktivitetstilbud og eksponering

- Godt samspill mellom LOP og øvrig reiselivsnæring, med gjensidige avhengigheter
- Olympiaparken bidrar til aktivitet i reiselivet, utover det kartlagt turistkonsum
- Viktig del av «det samlede tilbudet» i Lillehammerregionen
 - 15 000 betalende turister i Lysgårdsbakkene
 - 2000 overnattinger på Olympiaparken camping
 - Kjelke, hjulbob, taxibob og mange andre aktiviteter
- Høy eksponering i nasjonal og internasjonal media
 - Engelskspråklige nyhetssøk
 - Sentral del av fleste utenlandske destinasjonsbeskrivelser



Olympiaparken en sentral del av en verdiskapende idrettsklynge



- Lillehammer kan sies å ha en idrettsklynge, med utgangspunkt i miljøet rundt Olympiaparken og NTG
- Høgskolen i Innlandet med idrettsstudier, tilrettelegging for toppidrettsutøvere og ledende forskning
- Regional avdeling av Olympiatoppen
- Stor mengde aktivt satsende utøvere innen en rekke idretter
- Treningsfasiliteter, utstyrsleverandører og fysiske behandlere
- Alt kan ikke tilskrives Olympiaparken, men hadde trolig vært betydelig mindre uten

Ytterligere bidrag gjennom verdier for lokalbefolkning



- Tilgjengeliggjør en rekke aktiviteter og arrangement for lokalbefolkningen, hvorav flere gratis
- Bruksverdier - Eksempel løypenettet
- Tilbudet av kulturelle aktiviteter og arrangement viktig for innbyggers trivsel
 - Sosiale verdier - samarbeid, økt tillit, utvikling av sosiale normer og økt engasjement for felleskapet
 - Kulturelle verdier - materielle og ikke-materielle kulturminner som bidrar til fellesskapsfølelse gjennom å være del av felles identitet, tradisjoner og forståelse
- Verdien av frivilligheten kan prissettes til opp mot 5 millioner kroner årlig

BDO

tett på