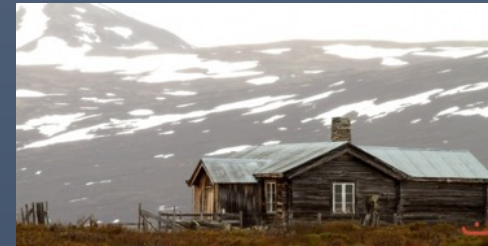


Nærings- & fritidssenger Bjorli Fjellandsby

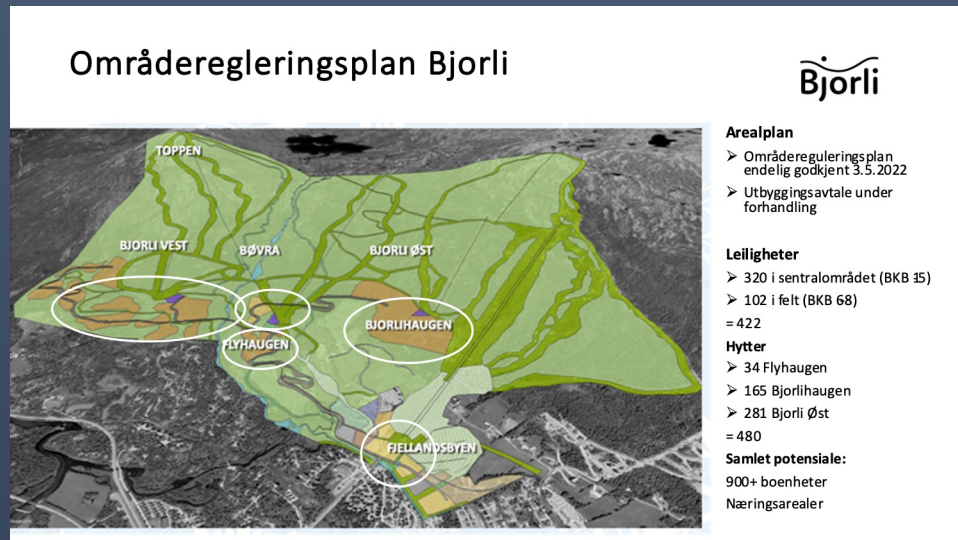
Bjorli Utvikling AS



Januar 2023

Bakgrunn

- Masterplanen for Bjorli ble laget med en ambisjon om 5.000 nye senger på Bjorli fordelt på 1.000 kommersielle/næringssenger og 4.000 fritidssenger.
- Denne ambisjonen ble videreført i områdereguleringsplanen som ga plass til 900 nye enheter fordelt på 420 leiligheter og 480 hytter. 900 enheter gir i gjennomsnitt 5,5 senger pr. enhet.
- Av disse enhetene er antatt 320 enheter plassert i Fjellandsbyen. I følge områdereguleringsplanen kan inntil 30 % av totalt BRA brukes til private fritidsboliger (ca. 100), mens resten 220 enheter (70 %) skal være næring/varme senger.



Problemstilling

- Å få etablert sentralområdet (fjellandsbyen) som et viktig kommersielt og attraherende element for destinasjonen Bjorli
 - Store investeringer i infrastruktur og bygg
 - Utleiesenger
 - Private fritidssenger
 - Kommersielt areal (restauranter, service & tjenester)
- Kan påregne godt weekendbelegg i vintersesong
 - Noe mer utfordrende midtuke vinter, samt sommer generelt pr i dag
- Krevende pr i dag å forsvare/forrente investeringer i kommersielle senger/ næringsareal
 - Det meste av det som var næringsregulerte senger på Bjorli er omregulert og solgt ut som fritidssenger siste 10-15 årene av samme begrunnelse
- Lykkes en med sentralområdet gir dette større attraksjonskraft både mht kommersielle gjester for å besøke Bjorli (leie en seng), men også overfor fritidsboligmarkedet som ønsker å kjøpe fritidsbolig
 - Dette igjen gir grunnlag for et større kommersielt tilbud og aktivitet på destinasjonen inkl. flere arbeidsplasser

Definisjon varme/ kalde senger

- Varm seng = Næringsareal (blått)
- Kald seng = Fritidsareal (gult)
- Næring kan da være alt fra restauranter, mat- og klesbutikker mv til utleiesenger
- Fritid er i praksis selveiersenger (leilighet/hytte uten plikt til utleie)
- 70/30 næring/fritid betyr at 70 % av bebyggelsen skal være næringsareal, 30% fritid
- Næringsareal/næringssenger bygges nesten utelukkende av profesjonelle investorer der investeringen finansieres med tradisjonell fordeling EK/Lån



Kommersiell destinasjon vs hyttekommune

De fleste fjelldestinasjoner i Norge i dag kan defineres som hyttekommuner. Med dette menes at det i hovedsak er private fritidsboliger som utgjør sengekapasiteten, destinasjonen har et lite/middels skisenter, samt langrennsløyper. Ytterligere kjennetegn på dette er at en finner et noe begrenset kommersielt tilbud i en slik hyttekommune ut over matbutikk, bensinstasjon og sportsartikler.

En kommersielt utbygd destinasjon er noe man helst kjenner fra Alpene og utlandet forøvrig. Ikke så underlig siden slike destinasjoner krever et stort antall gjester/tilreisende og dertil markeder å ta av. I Norge har man noen få eksempler på dette.

Typiske kjennetegn på en kommersiell destinasjon er at en finner et større (og lønnsomt alpinanlegg) som kan sies å være kjerneproduktet. Lønnsomheten er muliggjort med en kritisk masse utleiesenger (i hovedsak næringssenger, men også mange private senger). Nevnte har videre gitt grunnlag for et stort tilbud av restauranter, butikk- og handelstilbud og aktiviteter. Totalen av dette er en kommersielt attraktiv destinasjon som tiltrekker seg gjester som ønsker å leie seng og benytte seg av tjenestetilbudet på destinasjonen for en tidsbestemt periode.

Destinasjonen markedsføres og selges i Norge og utlandet der sistnevnte er en forutsetning for at det kommersielle navet fungerer også midtuke. Uten utenlandsgjestene vil en i stort kun ha norske weekendgjester.

Hybrid: Fritidssenger tilrettelagt for utleie

- For å sikre tilvekst av flere senger som også kan gå i utleie, har flere destinasjoner siste årene hatt suksess med å bygge fritidssenger (ofte leiligheter) som er tilrettelagt for utleie . Dette gjelder både ved fysisk utforming og gjerne via etablert felles utleieselskap/ordning.
- Bygges ofte i kombinasjon/nær tilknytning til kommersielle arealer og senger
- Lettere salgbart og gir bedre markedspris, dvs fortjeneste til utbygger som så kan bruke denne til egenkapital i næringsarealbygging
- Kjøper av leiligheten vil i stor grad ønske organisert utleie og dertil kapitalinntekter
 - Delingsøkonomi
- Gjort rett vil kanskje 50 % av fritidssengene gå i ordinær utleie
 - Redusert for noe egenbruk
- Årlig leieinntekt gir et godt bidrag til leilighetseier, men gir for lav avkastning til å forrente investeringen som ren næringsinvestering
- Destinasjonen får slik nye moderne senger til utleie hvor 3. part tar kapitalkostnaden
- Sengene er et viktig tilskudd til rene næringssenger og administreres av kommersiell utleieaktør som en næringsseng
- Samme tilnærming kan benyttes på fritidshytter som ligger noe lengre unna sentralområdet. Ofte vil da eier stille hytta til disposisjon for utleieselskapet i gitte perioder, alternativt at de leier ut direkte selv via ulike nettbaserte kanaler. Egenutleie krever imidlertid noe mer fra hytteeier mht organisering av nøkler, vask, vaktmestertjenester osv.
 - På attraktive destinasjoner er også mange bolighus/utleieleiligheter regulert til bolig også et betydelig innslag i destinasjonens sengekapasitet.

Fordeling senger Fjellandsbyen

Gjeldende områdeplan tilsier 1.210 næringsregulerte senger i Fjellandsbyen og 550 fritidssenger ved fordeling 70/30.

Ved en endret fordeling til 50/50:

Dersom en antar at en oppnår at 50 % av fritidsleilighetene ønsker å leie ut sine boenheter vil antall utleiesenger være 1.320. Det er 110 flere enn ved dagens regulering 70-30. Fordelen med en justert fordeling til mer fritid er blant annet at en slik vil sikre en raskere og mer bærekraftig realisering av Fjellandsbyen.

Ved en endret fordeling 30-70:

Med samme antagelse (50 % av fritidsenheter legges i utleie) ville en fordeling på 30/70 (omvendt brøk vs gjeldende plan) gi 1.155 utleiesenger. Marginalt færre enn 70/30 fordelingen i dag.

Konklusjon:

Uansett vil et tusentall varme senger på Bjorli være en viktig forutsetning for endre Bjorli fra å være en vanlig hyttebasert fjelldestinasjon til å bli en kommersiell destinasjon. Spørsmålet er hvilken strategi en kan lykkes med for å realisere denne ambisjonen.

Områdeplanen for Fjellandsbyen	Totalt	70/30		50/50		30/70	
		Næring*	Fritid	Næring*	Fritid	Næring*	Fritid
Antall boenheter	320	220	100	160	160	100	220
Gj.snitt senger pr enhet	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5
Sum senger	1760	1210	550	880	880	550	1210
Senger i utleie næringsregulert		1210		880		550	
+ fritidssenger i utleie (50 %)					440		605
Sum senger i utleie		1210		1320		1155	

**Gitt at alt næringsregulert areal brukes til senger*



Konklusjon

- Bjorli må tiltrekke seg flere turister/økt volum for å kunne oppnå en kritisk masse mht servicetilbud og infrastruktur. Dette gjelder særlig kommersielle gjester som leier en seng, men også økt antall fritidsboligeiere.
- Det mangler gode og attraktive utleiesenger
- Det mangler et tilfredsstillende kommersielt tilbud på destinasjonen



Anbefaling

1. Rammevilkårene må legge forholdene til rette for at det raskt kan bygges leiligheter på Bjorli - både nærings- og fritidsregulerte
2. Med referanse til hva som skjer på andre kommersielle destinasjoner, er det en relevant strategi å nedjustere kravet til næringsandel og i større grad tilrettelegge og planlegge for bygging og utleie av fritidsleiligheter for å slik sikre raskere og mer bærekraftig utvikling totalt sett i Fjellandsbyen
3. Vurdere lettelser i forpliktelse til infrastrukturfond for næringsareal og fritidsleiligheter som går i utleie
 1. For fritidsleiligheter som legges i utleie må en i tilfelle kontraktsfeste en tidsperiode enhetene skal ligge i utleiepoolen for å oppnå slike lettelser i fondsbidrag
4. Nevnte betinger et potent salgs- og markedsføringsorgan/apparat på destinasjonen som både kan selge og administrere utleievirksomhet inkludert stedlig vaktmesterservice mm.