

Nye Hovden Badeland

Ringvirkningsanalyse utarbeidet av Oxford Research

Knowledge for a better society

I Oxford Research utvikler vi kunnskap for et bedre samfunn ved å kombinere kompetansen vår innen forskning, strategi og kommunikasjon.

Vi gjennomfører undersøker, analyser og evaluerer på tvers av fagområder og på en rekke tematiske felt, inkludert nærings- og regionalutvikling, velferdsområdet, arbeidsmarkeds- og utdanningsområdet samt innen forsknings- og innovasjonssystemer.

Vi legger til rette for implementerings- og endringsprosesser basert på utfallet av utredningene og analysene våre.

Oxford Research ble etablert i 1995 og er en del av Oxford Group. Vi har kontorer i Danmark, Norge, Sverige, Finland, Latvia og Belgia (Brussel).

Oxford Research AS

Østre Strandgate 12
4610 Kristiansand
Norway
(+47) 40 00 57 93
post@oxford.no
www.oxford.no

Oppdragsgiver

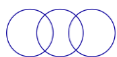
Bykle og Hovden Vekst/Hovden
Prosjektutvikling AS

Prosjektperiode

Mai 2023

Team

Sjefsanalytiker Bjørn Brastad
Senioranalytiker Johan Løkken
Analytiker Ulrik Ruschke



The venn-diagram is a stylistic representation of Oxford Research's efforts to combine competences in research, strategy, and communication, in providing knowledge for a better society.

Forord

Spaavdelingen på Hovden Badeland brant ned 15. mars 2022, og det er nå utarbeidet en skisse til nye Hovden Badeland. Oxford Research har utarbeidet en analyse av hvilke ringvirkninger det nye badelandet kan få. Vi er både opptatt av konsekvensene for lokalbefolkningen (bostedsattraktivitet), reiselivet (besøksattraktivitet) og næringslivet for øvrig (næringsattraktivitet).

Analysen ble gjennomført i mai 2023 og er utarbeidet av sjefsanalytiker Bjørn Brastad, senioranalytiker Johan Løkken og analytiker Ulrik Ruschke.

Vi vil takke Bykle og Hovden Vekst/Hovden Prosjektutvikling AS for et spennende oppdrag og godt samarbeid underveis i gjennomføringen. Forfatterne står helt og holdent ansvarlig for alt innhold i rapporten.

Kristiansand, 30. mai 2023

Bjørn Brastad

Sjefsanalytiker og prosjektleder

Oxford Research AS

Innholdsfortegnelse

1. Sammendrag	4
2. Formål og hovedspørsmål	5
3. Effekter av et nytt badeland	6
3.1 Vesentlig økning i besøkstallet.....	6
3.2 Gunstige samfunnsmessige ringvirkninger	10

1. Sammendrag

Det foreligger betydelige planer for oppgradering av badelandet på Hovden. Oxford Research har analysert hva som vil være mulige konsekvenser av nye Hovden Badeland. Analysen viser at utbyggingen vil styrke badelandets attraksjonskraft og øke Bykle kommune sin attraktivitet på flere måter:

- Nye Hovden Badeland vil gi en vesentlig økning i det samlede besøkstallet. Både besøksfrekvensen og/ eller besøkslengden vil øke.
- Nye Hovden Badeland vil bidra til å gjøre Bykle kommune mer attraktiv som helårsdestinasjon. Det vil bli økt aktivitet i skuldresesongene og en jevnere besøkstilstrømming, uavhengig av været og sesongene.
- Nye Hovden Badeland vil være positivt for den øvrige reiselivsnæringen. Det vil være med på å skape økte inntekter for både hotell- og utleiebransjen, serveringsbransjen og kulturnæringene.
- Nye Hovden Badeland vil gi betydelige ringvirkninger for det øvrige næringslivet. For hver krone som legges igjen i badelandet, vil det også bli brukt minst 3 kroner i det resterende næringslivet.
- Nye Hovden Badeland vil bidra til noen flere besøksdager i kommunen. Dersom alle dagens hytter brukes en ekstra dag, vil det føre til en meromsetning på minimum 3,9 millioner kroner i næringslivet.
- Tilbudet ved det nye badelandet vil være et viktig konkurransefortrinn for Hovden skigymnas. Det vil styrke attraksjonskraften sett opp mot sammenlignbare gymnas i resten av landet.

2. Formål og hovedspørsmål

I Bykle kommunene og i mange fjellkommuner rundt om i landet har det vært et sterkt fokus på hvordan man kan utvikle et helårstilbud som sikrer en jevn strøm av besøkende hele året. Et av prosjektene som det i sin tid ble satset på, var byggingen av Hovden Badeland i 1990. Besøktallet har siden starten variert fra 48 000 til 65 000 besøkende per år, men ligger nå på ca 40 000. En medvirkende årsak til reduksjonen er etableringen av Aquarama Bad og Spa i Kristiansand.

I 2022 brant spaavdelingen på Hovden Badeland ned, og det er nå utarbeidet en skisse til et nytt badeland med betydelige investeringskostnader. Disse kostnadene må adresseres rent bedriftsøkonomisk, men særlig må de ses i et samfunnsøkonomisk lys. I denne analysen tar vi for oss to hovedspørsmål:

- Hva vil det potensielle besøktallet i det nye badelandet være?
- Hva vil være den samfunnsmessige betydningen for Bykle kommune av et nytt, moderne badeland? Dette er både konsekvensene for lokalbefolkningen (bostedsattraktivitet), reiselivet (besøksattraktivitet) og næringslivet for øvrig (næringsattraktivitet).

Disse spørsmålene henger tett sammen. Det er det potensielle besøktallet som er avgjørende for den samfunnsmessige nytten av badelandet. Vi vil dermed koble de to dimensjonene, og på den måten få fram den helhetlige betydningen av det nye badelandet. I hvilken grad vil det bidra til å styrke Bykle kommune sin attraktivitet?

3. Effekter av et nytt badeland

I dette kapitlet ser vi nærmere på hvilke effekter et nytt badeland på Hovden kan føre til. Vi belyser først hvilke konsekvenser det vil ha for antall besøkende. Deretter bruker vi utviklingen i besøkstilstrømmingen for å belyse de samfunnsmessige ringvirkningene og vurdere betydningen for Bykle kommune sin attraktivitet.

3.1 Vesentlig økning i besøkstallet

Besøkstilstrømmingen til det nye badelandet er avhengig av en rekke faktorer. Det har vært utviklet ulike typer badeanlegg over lang tid. Det opprinnelige Hovden Badeland kan betegnes som 3. generasjons badeanlegg¹. I disse var det ofte fokus på lek, bølger og sklier, mens de klassiske tilbudene som svømming og stuping ble mindre prioritert. Disse badelandene fikk likevel en større andel av befolkningen som brukere enn svømmehallene, men suksessen begrenses av at man i mindre grad kan svømme eller stupe der.

Det nye badelandet på Hovden kan betegnes som et 4. generasjons bad. Dette er moderne folkebad med tilbud som er attraktive for alle brukere. Behovene for mosjon og idrett tilfredsstilles så vel som behov for lek, avslapning og velvære. Sammenlignet med det gamle badelandet innebærer nye Hovden Badeland et betydelig løft i kvaliteten på tilbudet, noe som vil føre til:

- En vesentlig økning i det samlede besøkstallet.
- En jevnere besøkstilstrømning, uavhengig av været og sesongene.

3.1.1 Nye Hovden Badeland vil ha vesentlig høyere attraksjonsverdi

Et badeanlegg sin attraksjonsverdi har betydning for å tiltrekke seg både nære og fjerne brukere. Asplan Viak påpeker at attraksjonsverdien til et badeanlegg avgjøres av følgende faktorer²:

- Badets innhold / tilbud
- Badets størrelse
- Hvordan tilbudene er organisert i badet
- Badets arkitektur
- Beliggenhet / omgivelser
- Tilgjengelighet

¹ Asplan Viak, 2016. Bad og svømmeanlegg Haugesund – Analyserapport.

² Op.cit.

- Service og pris

Tilgjengelighet i denne sammenhengen betyr ikke bare fysisk tilgjengelighet, men også åpningstider. Badet må være tilgjengelig når folk ønsker det, og ha åpningstider som er lette å huske. De andre punktene forutsetter vilje til kvalitetstenkning og vilje til investering. De foreliggende planene for det nye badelandet på Hovden er i stor grad i tråd med dette. Sammenlignet med det tidligere tilbudet utvides tilbudet vesentlig og det legges også stor vekt på et moderne arkitektonisk uttrykk og en god tilpasning til de fysiske omgivelsene ned mot Otra. Slik Oxford Research vurderer det, innebærer det at det nye badelandet vil ha en vesentlig høyere attraksjonsverdi enn det gamle.

Det er vanskelig å estimere nøyaktig hvor stor forbedringen i attraksjonsverdi vil være, da den vil avhenge av en rekke forhold. Særlig vil åpningstidene og en differensiering av tilbudet rettet mot barn og voksne være viktig. Dersom en skal nå det voksne publikumet i større grad enn hva som er tilfelle i dag, er det ønskelig med lengre åpningstider på kveldene. Det kan også vurderes å ha egne tider på kveldene der badelandet kun disponeres av voksne. På den måten vil det kunne være mulig å hente ut en større andel av det samlede besøkspotensialet, men det må naturligvis gjøres nærmere analyser av om merinntektene forsvarer merkostnadene.

3.1.2 Besøk fra lokalbefolkningen

Både Bykle kommune (1000 innbyggere) og de omkringliggende kommunene har et lavt folketall. Asplan Viak påpeker at besøk fra fastboende badegjester kommer svært ujevnt fordelt gjennom året, gjennom uka og også ujevnt fordelt over dagen.³

Uavhengig av hvordan det nye badelandet utformes, både når det gjelder innhold, størrelse, arkitektur, tilgjengelighet og pris, vil antall besøk fra lokalbefolkning være marginalt i den store sammenhengen. De aller fleste besøkende til Hovden Badeland så langt har vært hytteeiere, langtidsbesøkende og gjennomreisende, og det er all grunn til å tro at dette fortsatt vil være situasjonen også med et nytt badeland.

Samtidig er det grunn til å tro at nye 4.generasjons bad vil få større deler av lokalbefolkningen som brukere, og at det gjennomsnittlige besøksantallet per innbygger vil øke. Inntektene fra lokalbefolkningen vil dermed øke noe, men det klart viktigste er likevel betydningen for folks helse og trivsel. Vi belyser dette nærmere i kapittel 2.2.1.

³ Op.cit

3.1.3 Økt besøkstilstrømning fra hytteeiere, overnattingsbesøkende og gjennomreisende

På Hovden Badeland er det tre besøksgrupper som står for det aller meste av besøket:

- Hyttefolk
- Langtidsbesøkende
- Gjennomreisende

Dette vil også være hovedbildet fremover, men gjennom oppgraderingen vil nye Hovden Badeland styrke sin besøksattraktivitet betydelig. Dette fører til et noe økt geografisk nedslagsfelt og en vesentlig økning i det gjennomsnittlige antall besøk i hver av de tre gruppene. En ringvirkningsanalyse fra 2019 som Menon Economics har gjort av reiselivet i Hallingdal viser at både hyttefolk, langtidsreisene og gjennomreisende bruker et relativt likt beløp per dag på det som kan betegnes som «opplevelser»⁴.

Videre i delkapittelet går vi nærmere inn på hvordan besøkstilstrømningen vil endre seg for hver av de tre gruppene. Vi belyser både hva som vil skje med gjennomsnittlig antall besøk samt om antall besøksdager til Bykle kommune vil øke. Særlig det sistnevnte er interessant med tanke på å belyse den samfunnsmessige betydning av et nytt badeland. Antall ekstradager vil representere de viktigste ringvirkningene både for reiselivet for øvrig og resten av næringslivet.

Hytteeiere

I begynnelsen av 2023 var det ifølge Statistisk Sentralbyrå 2 768 hytter i Bykle, men dette antallet vil øke betydelig framover hvis planene som ligger inne i de ulike reguleringsplanene for Hovden og Midt-regionen realiseres.

I nært omland vil det være naturlig å sikte seg inn til Valle kommune, hvor det ifølge SSB er 1 536 hytter i 2023. Også i Valle kommune er det betydelige hytte-utbyggingsplaner framover.

Dette understreker at det potensielle besøkstallet vil kunne øke betraktelig i løpet av de neste 10 årene. Likevel er det mest interessante hvordan et nytt badeland påvirker antall besøk per familie/person per år og antall besøksdager til Bykle kommune. Det nye Hovden Badeland vil opplagt ha økt attraksjonsverdi, men hvor mye vil den stige? Dette vil variere mellom ulike målgrupper:

- **Friluftinteresserte.** Disse reiser primært for å benytte seg av naturen og turmulighetene, og vil i liten grad endre antall dager de er på hytta dersom det bygges et nytt badeland. De vil imidlertid bruke det nye badelandet mer når de er

⁴ <https://www.nhoreiseliv.no/contentassets/4fbfba66b94448f289b971bed3d7f242/rapport-ringvirkningsanalyse-av-reiselivsbransjen-i-hallingdal.pdf>

på hytta. For denne gruppen vil særlig utvidede åpningstider være viktig for økt bruk.

- **Voksne uten (hjemmeboende) barn.** Det er store forskjeller internt i denne gruppa, men for en del vil trolig antall besøksdager øke noe. Særlig vil det være aktuelt å invitere med seg familie og venner noen flere ganger i året, og utover det kan de selv også besøke badelandet oftere. Også for denne gruppa vil utvidede åpningstider være viktig for økt bruk.
- **Barnefamilier.** For denne gruppa vil trolig antall besøksdager på hytta øke mest som følge av det nye badelandet. Et nytt badeland vil supplere naturopplevelsene og gi et mer attraktivt tilbud på dager med dårlig vær. Samtidig vil tilbudet i det nye badelandet også være mer attraktivt for de voksne.
- **Utlån.** Uavhengig av hvilken av de tre målgruppene over det er snakk om, vil trolig det nye badelandet øke omfanget av hytteutlån til venner og familie noe.

Overnattingsbesøkende

Dette er personer/ familier som leier hytter/leiligheter på Hovden, eller som overnatter på hoteller. Også denne gruppen er svært sammensatt. Det er grunn til å tro at det nye badelandet vil ha aller størst betydning for barnefamilier. For disse vil trolig antall årlige besøk øke noe, og det vil være en større andel av de overnattingsbesøkende som vil benytte badelandet.

Gjennomreisende

Dette er personer og familier som ikke har Hovden som endestinasjon. Betydningen av et nytt badeland vil være begrenset for denne målgruppen. I noen tilfeller kan det imidlertid tenkes at noen barnefamilier tar et besøk på badelandet. Spesielt i sommersesongen vil turister på gjennomreise kunne stoppe for et besøk før de drar videre til Kristiansand eller Danmark.

3.1.4 Besøksutviklingen i andre badeland i Norge

I tabellen under vises det hvordan besøkstallet har utviklet seg ved fire andre badeland i perioden 2018 til 2022. Ikke overraskende gikk besøkstallet noe ned under pandemien, men det er nå stort sett tilbake på nivået før. Badelandene har dermed opprettholdt sin attraksjonsverdi over tid.

Tabell 1 Besøkstallet i fire badeland i perioden fra 2018-2022.

	2018	2019	2020	2021	2022
Drammensbadet	349 872	339 476	163 960	168 572	296 773
Østfoldbadet	169 551	195 071	139 482	159 138	221 585
Sørlandsbadet	171 075	171 228	123 007	141 130	169 761
Lillehammer	107 000	95 000	90 000	115 000	112 000

3.1.5 Samlet vurdering

Slik Oxford Research vurderer det, vil antall besøk til det nye badelandet øke betydelig. Dette skyldes først og fremst en vesentlig økning i gjennomsnittlig antall besøk, men også at besøksfrekvensen og/ eller besøkslengden vil øke. Det er hytteeierne som vil stå for den klart største økningen i antall besøk.

3.2 Gunstige samfunnsmessige ringvirkninger

De ulike brukergruppene har både like og ulike interesser og behov. Dette legger føringer for hvordan man kan planlegge et nytt og moderne badeland som møter de ulike behovene, og bidrar til samfunnsmessige synergier som kommer lokalbefolkningen, reiselivet og næringslivet for øvrig til gode. I det videre belyser vi hvilke konsekvenser det nye badelandet vil kunne ha for disse tre gruppene.

3.2.1 Betydningen for lokalbefolkningen

Et mer moderne badeland gir bedre svømmeopplæring for barna i kommunen, bedre muligheter for rehabilitering og aktivisering for ulike grupper (eldre og funksjonshemmede), bedre trenings- og rekreasjonsmuligheter. I tillegg vil badelandet forsterke sin rolle som en sosial møteplass for lokalbefolkningen. Tidligere analyser som ser på betydningen av nye badeland, understreker at dette vil bidra til økt livskvalitet og bedret folkehelse for lokalbefolkningen. Dette kan redusere utgifter i kommunens budsjetter relatert til ulike behandlingstilbud noe⁵.

3.2.2 Positive ringvirkninger for reiselivet

Med flere besøkende og en økning i antallet besøksdager blant turistene vil nye Hovden Badeland ha positive ringvirkninger for reiselivsnæringen i kommunen. Det vil være med på å generere økte inntekter for hotell- og utleiebransjen, serveringsbransjen og kulturnæringene. Inntektsøkningen vil være særlig velkomment for serveringsbransjen og kulturnæringene. Aktørene i disse næringene har dårlig lønnsomhet, og hver ekstra besøkende vil være et betydningsfullt bidrag for å styrke overlevelsesnivået. Som påpekt over viser en ringvirkningsanalyse fra Menon Economics av reiselivet i Hallingdal⁶ at alle turisttyper (hyttefolk, lagtidsreisene og gjennomreisende) bruker et relativt likt beløp per dag på «opplevelser». Den økte besøkstilstrømmingen som følge av et nytt badeland vil dermed gi et viktig bidrag til serveringsbransjen og kulturnæringene.

⁵ Asplan Viak, 2016. Bad og svømmeanlegg Haugesund – Analyserapport.

⁶ <https://www.nhoreiseliv.no/contentassets/4fbfba66b94448f289b971bed3d7f242/rapport-ringvirkningsanalyse-av-reiselivsbransjen-i-hallingdal.pdf>

Med tanke på fremtidig utvikling, vil det nye badelandet være et viktig fundament for reiselivsnæringen. Dette er særlig knyttet til følgende dimensjoner:

- Nye Hovden Badeland vil bidra til å gjøre kommunen mer attraktiv som helårsdestinasjon. Badelandet vil gi særlig økt aktivitet i skuldervesongene.
- Styrkingen av kommunen som helårsdestinasjon vil også gjøre det lettere å rekruttere arbeidskraft til reiselivsnæringen og bevare denne over tid. Dette vil gi kvalitativt bedre reiselivsprodukter.
- Det vil være gode muligheter for å kombinere en rekke varer og tjenester med badelandets tilbud. På den måten kan man lage «pakker» som skaper økt attraksjon og bidrar til økt verdiskaping.

Samlet mener vi at det nye badelandet bidrar til å øke besøksattraktiviteten til Bykle kommune. Men hvor stor vil gevinsten være? Slik Oxford Research ser det, vil den være stor. Det er to grunner til dette:

- Bykle er en liten kommune, noe som gjør at den relative betydningen vil være vesentlig større enn for store kommuner med et mer omfattende tilbud i sitt omland.
- Det finnes få konkurrerende tilbud innenfor en nær geografisk beliggenhet. Dette er både lignende tilbud, men også noe fjernere substitutter.

I tillegg til betydningen for det øvrige reiselivet, vil nye Hovden Badeland kunne føre til noen nye arbeidsplasser. Dette er særlig tilfelle hvis man utvider og utvikler spa-tilbudet, men nøyaktig hvor mange arbeidsplasser det er snakk om vil naturligvis avhenge av hvordan man velger å innrette tilbudet, og hva som blir åpningstidene. Utover dette vil utvidelsen kunne medføre et økt behov for serveringspersonell. En del tilbakemeldinger fra en brukerundersøkelse Hovden Badeland selv har gjennomført viser at flere er interessert i et bedre serveringstilbud, særlig knyttet opp mot spa-fasilitetene.

3.2.3 Betydelige økonomiske ringvirkninger for næringslivet

Det nye badelandet vil gi betydelige ringvirkninger for det øvrige næringslivet i kommunen. I sin ringvirkningsanalyse av Sørlandsbadet fant Transportøkonomisk institutt at for hver krone turister legger igjen i badelandet får regionen igjen 3 kroner i andre næringer. For Bykle kommunene sin del er det grunn til å tro at denne gevinsten vil være enda høyere. En sentral forklaring er de lange avstandene til nærmeste konkurrerende tilbud. Dette gjør at besøkende til badelandet i hovedsak vil benytte butikktilbudet i kommunen.

Et annet element som må tas med i vurderingen av de økonomiske ringvirkningene er særlig utvidelsen av antall besøksdager fra hyttebefolkningen. Statistisk Sentralbyrå og Menon Economics har et datagrunnlag som kan brukes for å kaste lys over dette:

- Tall fra Statistisk Sentralbyrå viser at det gjennomsnittlige antall personer som er på hytta er 4 personer på landsbasis, mens det i enkelte fjellkommuner ligger så høyt som 7,2 personer.
- Tall fra Menon Economics⁷ viser at det gjennomsnittlige døgnforbruket for hytteeiere ligger på om lag 300 kroner per person. Dette er noe lavere enn Transportøkonomisk institutt sin ringvirkningsanalyse av Sørlandsbadet fra 2015⁸. Dersom man baserer estimatet på begge, ligger det gjennomsnittlige døgnforbruket på 350 kroner per person.

Dersom en bruker dette tallgrunnlaget og tar utgangspunkt i dagens 2 768 hytter i Bykle kommune, betyr det at et ekstra besøksdøgn på alle hyttene genererer en meromsetning i næringslivet fra 3,9 millioner kroner til 7,0 millioner kroner⁹. Slik Oxford Research vurderer det, er det første estimatet mest realistisk.

I de vedtatte reguleringsplanene for Hovden og Midt-regionen ligger det inne planer om et betydelig antall nye hytter. Dersom disse realiseres, vil estimatene over øke betydelig. En medvirkende årsak til dette er også at de nye hyttene som bygges er større enn gjennomsnittet for de eksisterende.

3.2.4 Styrket attraksjonskraft for Hovden skigymnas

Gode resultater i junior-vm på ski, et attraktivt løypenett og en planlagt utbygging av bomuligheter for elevene er alle forhold som bidrar til å gjøre Hovden skigymnas til et attraktivt utdanningssted for potensielle elever. Samtidig er konkurransen om elevmassen fra andre tilsvarende utdanningstilbydere hard. Nye Hovden Badeland vil gi gunstige synergieffekter med skigymnaset. Dette vil skje på flere måter:

- Utbyggingen av det nye badelandet vil gjøre det noe lettere å rekruttere elever. Badelandet vil gi elevene et mer attraktivt tilbud som de kan bruke på fritiden. Dette vil skape en sosial møteplass som gjør det lettere for elevene å trives, også utenom skoletiden. Dette vil være viktig da mange av dem flytter for seg selv for første gang og bor lang unna foreldene.

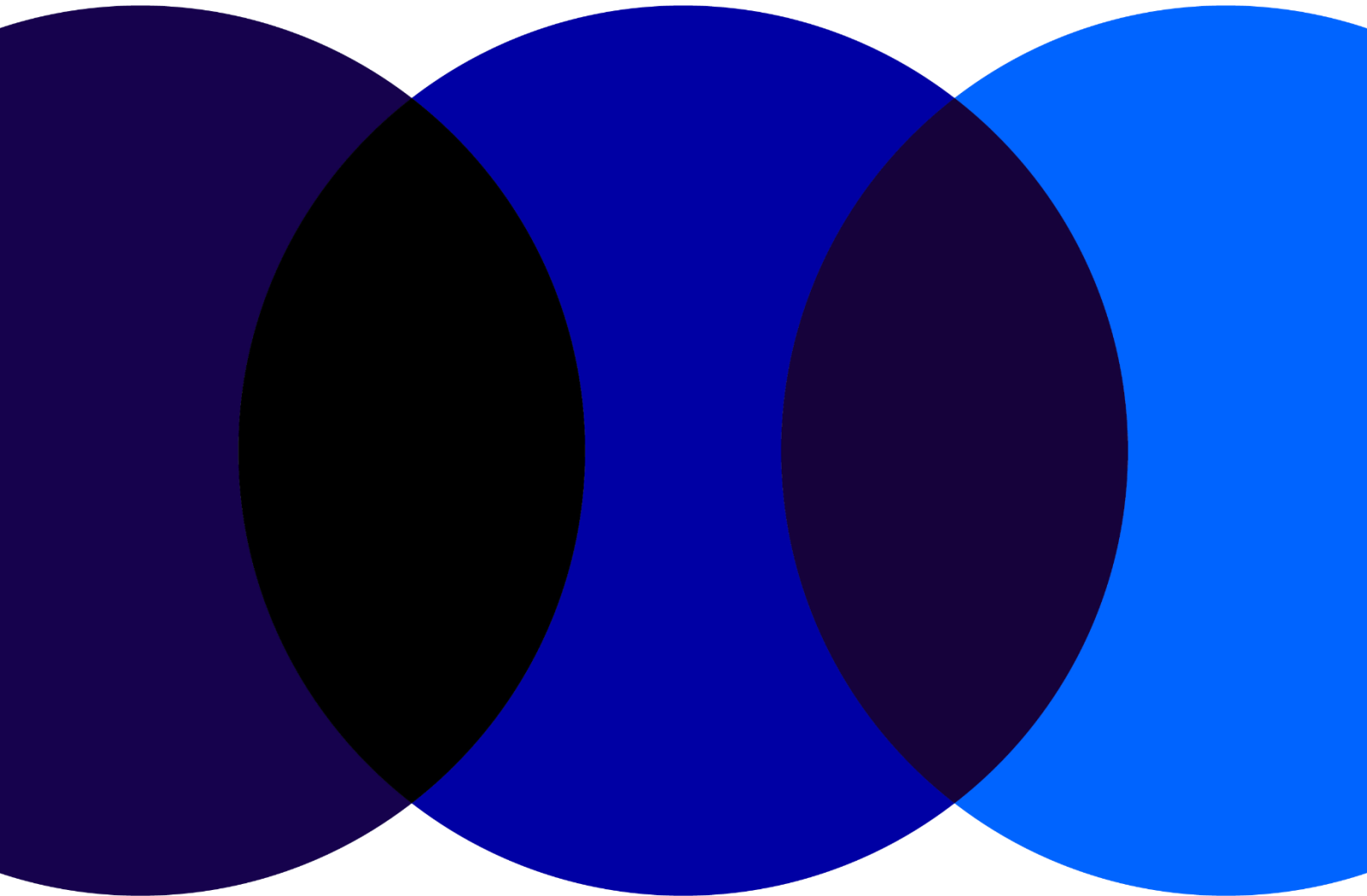
⁷ <https://www.nhoreiseliv.no/contentassets/4fbfba66b94448f289b971bed3d7f242/rapport-ringvirkningsanalyse-av-reiselivsbransjen-i-hallingdal.pdf>

⁸ Transportøkonomisk institutt, 2015. Økonomiske ringvirkninger av Sørlandsbadet og Knertenland. Arbeidsdokument 50706.

⁹ Det laveste estimatet er basert på 4 personer i gjennomsnitt per hytte per døgn, mens det høyeste estimatet tar utgangspunkt i 7,3 i gjennomsnitt per hytte per døgn.

- En betryggende effekt for foreldrene. For foreldrene vil det være viktig og positivt at elevene også har et tilbud utenom skoletiden. Dette vil bidra til økt trivsel og mer utbredt kontakt med andre elever.
- Det nye badelandet kan være et viktig verktøy for restitusjon, rehabilitering og opptrening ved skader. For eksempel kan anlegget brukes til løping i vann, og det er også mulig å se for seg at badelandet og skigymnaset i fellesskap bygger attraktive treningsfasiliteter.

Det er viktig å ha en god «totalpakke» som styrker attraksjonskraften for Hovden skigymnas. Samlet sett er det vår vurdering at tilbudet ved det nye badelandet vil være et viktig supplement for Hovden skigymnas, både i skolesammenheng og på fritiden. Det vil være et konkurransefortrinn som styrker attraksjonskraften til Hovden skigymnas sett opp mot sammenlignbare gymnas i resten av landet.



OXFORD RESEARCH

Denmark

Oxford Research A/S
Vesterbrogade 149, Bld. 12
3rd floor, 1620 Copenhagen V
office@oxfordresearch.dk

Norway

Oxford Research AS
Østre Strandgate 12
4610 Kristiansand
post@oxford.no

Sweden

Oxford Research AB
Norlandsgatan 11
111 43 Stockholm
office@oxfordresearch.se

Finland

Oxford Research Oy
Eteläinen Hesperiankatu 18
LH 2, 00100 Helsinki
office@oxfordresearch.fi

Baltics/Riga

Oxford Research Baltics SIA
Kr.Valdemara 23-37, k.2
LV-1010, Riga
info@oxfordresearch.lv

Belgium/Brussels

Oxford Research c/o ENSR
5. Rue Archimède
Box 4, 1000 Brussels
office@oxfordresearch.eu