

AVINOR LUFTHAVNER

TILBUDSNR.: 26/00098

LEIEKONTRAKT FORRETNINGSVIRKSOMHET INNENFOR PARKERING

TILBUDSORIENTERING

INNHOLDSFORTEGNELSE

1	AVINOR DIN PARTNER FOR VEKST OG MULIGHETER I NORSK LUFTFART	3
2	LUFTHAVNER	3
3	KOMMERSIELL STRATEGI TIL 2030	4
	3.1 Bredere tilbud som aktiverer flere	4
	3.2 Tettere relasjon med gjestene våre.....	4
	3.3 Mer attraktiv markedsarena	4
	3.4 Økt rekkevidde via tredjeparter	5
4	STRATEGI FOR PARKERINGSVIRKSOMHETEN	6
	4.1 Parkering i en større kommersiell sammenheng	6
	4.2 Parkeringsstrategi.....	6
5	PARKERINGSVIRKSOMHETEN FOR KOMMENDE KONTRAKTSPERIODE	9
	5.1 Parkeringskonsepter	9
	5.2 Kundeservice	9
	5.3 Parkeringsteknikk	10
6	FORHOLD SOM IKKE ER INKLUDERT I LEIEAVTALEN.....	10
	6.1 Drifts-, service- og leveranseavtaler.....	10

1 Avinor | Din partner for vekst og muligheter i norsk luftfart

Avinor AS (heretter «Avinor») driver Norges nettverk av 43 statlig eide lufthavner og leverer flysikringstjenester for både sivil og militær luftfart. Våre flyplasser er mer enn bare transportknutepunkter – de er møteplasser som binder Norge sammen og kobler landet til verden.

Hvert år legger Avinor til rette for over **50 millioner sikre og effektive flyreiser**, hvorav halvparten går til og fra Oslo lufthavn – Norges største og travleste flyplass. Dette gir våre samarbeidspartnere en unik mulighet til å nå et bredt spekter av reisende, fra forretningsfolk og turister til lokalbefolkning og internasjonale gjester.

Avinor er også en **pådriver for bærekraftig utvikling i luftfarten**. Vi leder an i arbeidet med å redusere klimagassutslipp gjennom innovasjoner som el-fly og biodrivstoff, og vi jobber kontinuerlig for å skape mer miljøvennlige og fremtidsrettede flyplasser. For våre kommersielle partnere betyr dette en mulighet til å være en del av en grønnere fremtid – og å møte kundenes økende forventninger til bærekraftige løsninger.

Med rundt **3 000 dedikerte medarbeidere** har vi ekspertisen til å planlegge, bygge og drifte et av verdens mest effektive lufthavnnettverk. Vår virksomhet finansieres gjennom luftfartsavgifter og et sterkt fokus på kommersielle inntekter fra butikker, spisesteder og tjenester på flyplassene.

Som partner hos Avinor får du tilgang til **noen av Norges mest attraktive handels- og serveringsarenaer**, med et stort og variert kundegrunnlag. Vi er opptatt av å skape en dynamisk og inspirerende opplevelse for våre reisende – og vi ser etter aktører som deler vår visjon om kvalitet, innovasjon og bærekraft.

Velkommen til Avinor – sammen skaper vi fremtidens flyplassopplevelser!

For mer informasjon se www.avinor.no

2 Lufthavner

Denne tilbudsforespørselen omfatter følgende lufthavner;

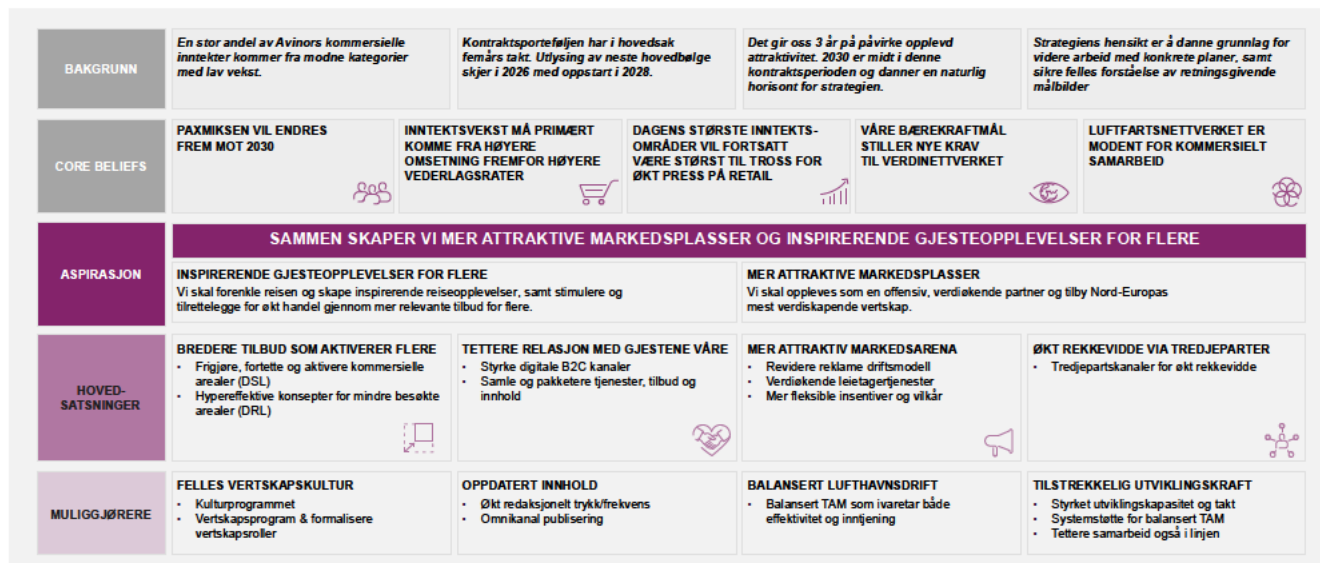
Tromsø lufthavn, Bodø lufthavn, Nye Bodø lufthavn, Harstad/Narvik lufthavn, Kristiansand lufthavn, Ålesund lufthavn, Molde lufthavn, Alta lufthavn, Andøya lufthavn, Bardufoss lufthavn, Brønnøysund lufthavn, Florø lufthavn, Hammerfest lufthavn, Kirkenes lufthavn, Kristiansund lufthavn, Lakselv lufthavn, Førde lufthavn, Leknes lufthavn, Mo i Rana lufthavn, Nye Mo i Rana lufthavn, Mosjøen lufthavn, Namsos lufthavn, Røros lufthavn, Rørvik lufthavn, Sandane lufthavn, Sandnessjøen lufthavn, Sogndal lufthavn, Stokmarknes lufthavn, Svolvær lufthavn, Vadsø lufthavn, Ørsta-Volda lufthavn, Honningsvåg lufthavn.

Avinors DRL-lufthavner består av et stort antall regionale og lokale lufthavner med et varierende trafikkgrunnlag. En fellesnevner for de fleste av disse lufthavnene er imidlertid at det tilbys parkering mot betaling for alle reisende.

Omfanget på parkeringsvirksomheten ved den enkelte lufthavn er beskrevet i etterfølgende punkt 5, og Romfunksjonsprogrammet (RFP) som følger som eget vedlegg A. Ytterligere detaljer om den enkelte lufthavn finnes også i vedlegg A, som utgjør Avinors leveranser på den enkelte lufthavn.

3 Kommersiell strategi til 2030

Avinor etablerte våren 2023 en ny kommersiell strategi. Den kommersielle strategien er oppsummert på 1 side i etterfølgende bilde;



Figur 1 Avinor | Kommersiell strategi for 2030

Vår vinnende aspirasjon mot 2030 er oppsummert på følgende måte:

«Sammen skaper vi mer attraktive markedsplasser og inspirerende gjesteopplevelser for flere»

For å realisere den vinnende aspirasjonen, skal vi fokusere på fire strategiske hovedsatsninger i perioden 2023-2030;

3.1 Bredere tilbud som aktiverer flere

Vi skal frigjøre, fortette og aktivere arealer for å bredde tilbudet og bli attraktive for flere

Avinor skal frigjøre, fortette og aktivere kommersielle arealer for å tiltrekke seg et bredere spekter av kunder for de største lufthavnene.

På de mindre lufthavnene som har få kommersielle arealer skal vi søke utvikling av hypereffektive konsepter som dekker et bredt spekter av behov for gjestene våre.

3.2 Tettere relasjon med gjestene våre

Vi skal øke penetrasjon på egne direkte kanaler og gjøre våre og leietakers tilbud lettere å oppdage

Avinor vil styrke sine digitale B2C-kanaler med økt redaksjonelt trykk og frekvens i flere kanaler.

Kundeopplevelsen skal forbedres ved å samle og pakke tjenester, tilbud og innhold, som vil styrke våre relasjoner med gjestene.

3.3 Mer attraktiv markedsarena

Vi skal øke attraktivitet ved å gi merkevarer mer plass og fortsette å styrke salg/prospektering og vårt verdiøkende partnertilbud

Avinor ønsker å styrke relasjonen med leietakere gjennom en profesjonell kontraktstyring og en tett dialog for å finne de beste løsningene med tanke på kundetilfredshet og inntektsvekst. Dette skjer blant annet gjennom

- Å være en kompetent kontraktspart som utfordrer og er aktiv pådriver for felles mål og kontinuerlig forbedring
- Organisering av felles aktiviteter og markedsføring for lufthavnens kommersielle aktører
- Gjennomføring av service- og kundeundersøkelser, med tilhørende rapportering og oppfølging
- Mulighet for utarbeidelse av felles planer om kampanjer, arrangement og salgsutløsende aktiviteter, samt mulighet for markedsføring i Avinors digitale kanaler og sosiale medier
- Deling av relevant innsikt og analyser

Avinor har revidert reklame driftsmodellen, sørget for betydelig investeringer porteføljen og vil tilby mer attraktive markeds plasser.

Avinor vil styrke relasjonen med leietakere gjennom en profesjonell kontraktstyring og en tett dialog for å finne de beste løsningene med tanke på kundetilfredshet og inntektsvekst. Dette innebærer

- Å være en kompetent kontraktspart som utfordrer og er aktiv pådriver for felles mål og kontinuerlig forbedring
- Å søke fleksible incentiver og vilkår for å øke attraktiviteten av de kommersielle arealene
- Tilby verdiøkende tjenester til leietakere
- Organisering av felles aktiviteter og markedsføring for lufthavnens kommersielle aktører
- Gjennomføring av service- og kundeundersøkelser, med tilhørende rapportering og oppfølging
- Deling av relevant innsikt og analyser for å synliggjøre det kommersielle potensialet for våre partnere

3.4 Økt rekkevidde via tredjeparter

Vi skal utforske mulighetene for indirekte salg via flyselskap og booking-plattformer

Avinor vil bruke tredjepartskanaler (flyselskaper, tilbringeroperatører, digitale mediekkanaler etc.) for å øke rekkevidden og tilrettelegge for verdiøkende samarbeid på tvers av luftfartsnettverket.

Luftfartsnettverket har i dag et lite utviklet kommersielt samarbeid som møter kundenes behov på reisen. Avinor ønsker å spille en sentral rolle i arbeidet med å forstå kundenes totale behov som gir grunnlag for nye produkttilbud og partnerkontrakter.

Eksempler på tiltak vil kunne være;

- Bidra til en samordnet og helhetlig kundeopplevelse på tvers av økosystemet
- Kommersialisere passasjerrelasjonen i hele kundereisen
- Vurdere felles incentivprogrammer for markedsføring og salg av tjenester og produkter fra lufthavnen
- Utvikle flere salgskanaler og mer tilpasset passasjerkommunikasjon for å gi en bedre kundeopplevelse og økt omsetning

4 Strategi for parkeringsvirksomheten

4.1 Parkering i en større kommersiell sammenheng

Flypassasjerene stiller stadig større krav til hvordan reisen forløper. De forventer korte ventetider, presise avganger og komfort på reisen. Samtidig stilles det stadig høyere krav til tjenestene og produktene som tilbys på flyplassen. Passasjerene forventer å finne et godt tilbud av etterspurte varer, serveringssteder og servicetjenester med konkurransedyktige priser. De mest sentrale kommersielle premisser for all virksomhet ved Avinors lufthavner er derav;

«Opplevd verdi»

Å styrke prispersepsjonen på lufthavnen er viktig for Avinor. Avinor søker derfor å bygge et helhetlig kommersielt tilbud som bidrar til å styrke opplevelsen av «Opplevd verdi». Opplevelsen av god verdi for pengene kan styrkes ved å tilby «flyplass-tilbud» og produkter som er unikt for flyplassen.

Sømløs reise

Videre ønsker Avinor at det kommersielle tilbudet skal bidra til opplevelsen av en sømløs reise, og søker derfor å tilby fremtidsrettede konsepter som forenkler reisen gjennom blant annet smidige betalingsløsninger og sterk integrasjon av fysiske og digitale kanaler som øker tilgjengeligheten av det kommersielle tilbudet før, under og etter reisen.

Gode opplevelser

Avinor har en overordnet målsetting om å skape gode passasjeropplevelser og er opptatt av at helheten til lufthavnen ivaretas. Lufthavnens stedsfølelse, designvalg og atmosfære skal bidra til å styrke passasjeropplevelsen – på lik linje med et attraktivt kommersielt tilbud og et imøtekommende vertskap.

Dekke faktiske behov

All kommersiell virksomhet skal tilrettelegges for et vare- og tjenestetilbud som tilfredsstiller kundenes behov. Passasjermiksen varierer stort, både med tanke på nasjonalitet på de reisende og balansen mellom forretnings- og fritidsreisende. Leietakeren forventes å løpende tilpasse tilbudet til passasjermiksen for å skape vekst på relevante segmenter.

4.2 Parkeringsstrategi

Parkering på Avinors lufthavner utgjør en svært viktig del av Avinors inntekter, det er derfor viktig å ivareta, og utvikle parkeringstilbudet. En god parkeringsopplevelse på lufthavnene, er en viktig start for reisen, både for forretningsreisende og fritidsreisende.

4.2.1 Visjon

«Vi skal tilby det mest relevante parkeringsproduktet til alle som ønsker å parkere på Avinors lufthavner»

Dette innebærer at vi skal ha et differensiert tilbud, som møter alle kunders forventninger. Antall parkeringsprodukter som tilbys og hvordan de skal differensieres må stadig vurderes og tilpasses kundebehovene.

Kundereisen som kan være fra booking av parkering, via parkering av bilen og helt til man går inn i terminalen, skal være så enkel og intuitiv som mulig.

4.2.2 Mål

Målsetningen er å ha en vekst i parkeringsinntektene utover trafikkveksten og ta markedsandeler i parkeringsmarkedet. Dette skal oppnås ved å optimalisere driften, forbedre bookingløsningen, jobbe aktivt med pris, øke utnyttelsen av parkeringsarealene og gjøre parkeringsområdene mer attraktive.

Avinor har bygd opp en betydelig kompetanse på booking, og vil i samarbeid med parkeringspartneren vår videreføre satsingen. Sammen skal vi øke parkeringsproduktene attraktivitet, og derigjennom ta markedsandeler og øke parkeringsinntektene.

4.2.3 Situasjonsanalyse

4.2.3.1 Dagens virksomhet

Tilbringervirksomheten i Avinor har som hovedmål å sikre at alle reisende enkelt skal kunne reise til og fra lufthavnen. Målet for tilbringervirksomheten er videre å ha en realvekst i de kommersielle inntektene utover trafikkveksten ved å optimalisere eksisterende drift, øke utnyttelsen av parkeringsarealene og ta markedsandeler fra eventuelle andre konkurrerende utenfor lufthavnen uten å gå på bekostning av kundenes tilfredshet.

Avinor har valgt ANPR som teknisk løsning på alle sine lufthavner med kommersiell parkering. Men vi ønsker å utvikle tjenesten, særlig med bedre "way-finding" for å skape en enda bedre parkeringsopplevelse.

De viktigste verdidriverne på tvers av kundesegmentene på parkering er: Pris, Enkelhet, Nærhet og Trygghet. Avinor er opptatt av å ivareta disse verdidriverne, både for de reisende og for alle de andre brukergruppene.

- **Pris** handler om opplevd verdi for kunden. Avinor er opptatt av at lufthavnens totale tjenestetilbud skal ha konkurransedyktige priser. Leietaker skal gjennom prissetting av parkering bidra til å skape tillit hos kunden.
- **Nærhet** viser at parkeringsområdene som er nærmest terminal har et konkurransefortrinn.
- Det skal være **enkelt** å både finne parkeringsplass, samt finne bilen når du kommer tilbake fra reisen. I tillegg er kunden opptatt av å forstå parkeringstilbudet i form av priser og vilkår.
- Kundene skal være **trygge** når de parkerer bilen på lufthavn. Det er sentralt for kunden å vite at bilen er sikkert parkert og i god stand når de kommer tilbake.

4.2.3.2 Konkurrerende virksomhet

Lufthavnene i Alta, Harstad/Narvik og Ålesund har konkurrerende parkeringsvirksomhet tett innpå Avinors parkeringsområder.

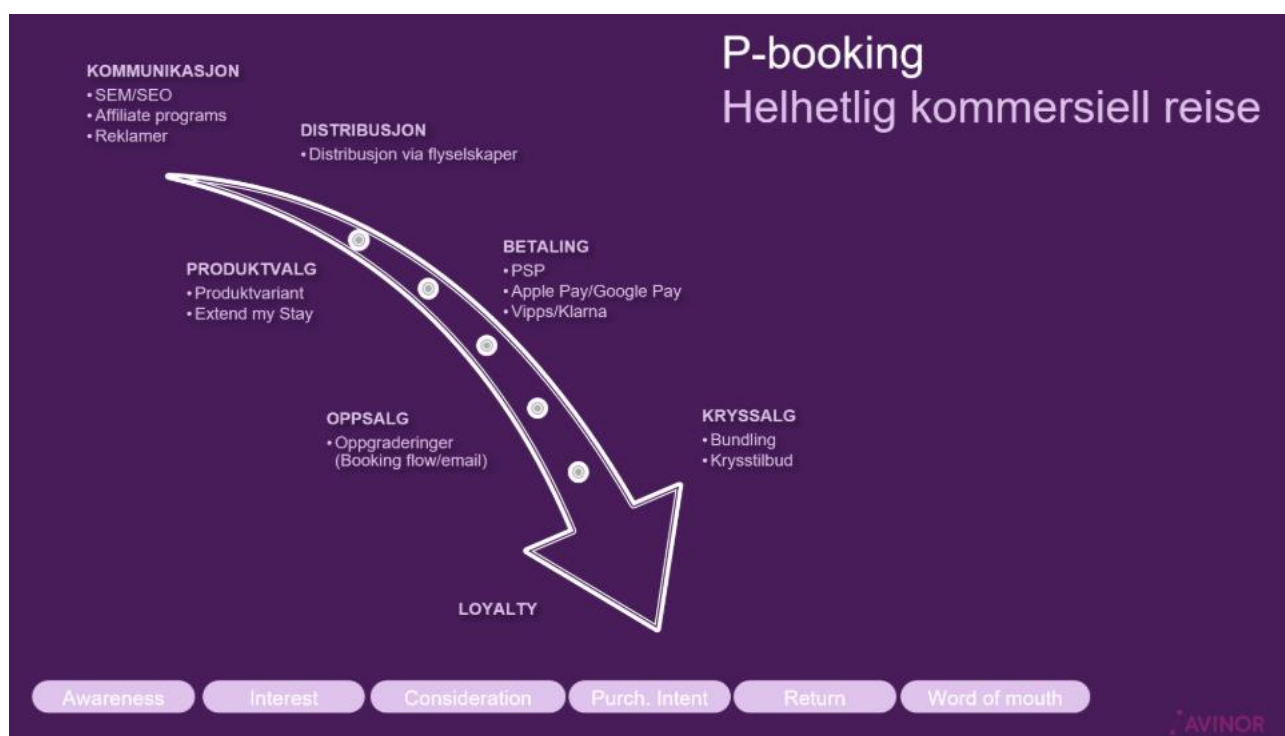
Den konkurrerende virksomheten er i RFP-ene markert på kartet for Evenes (øst for terminalen). I Ålesund ligger den konkurrerende parkeringen på området syd for veien inn til lufthavnen.

4.2.3.3 Transportmiddel til lufthavnen

Den største andelen av de reisende kommer med bil til lufthavna, men det er et betydelig antall som blir kjørt og hentet (såkalt kiss&fly). Det er mange som kommer med buss, og der lufthavna er bynær, er det et stort antall som kommer med taxi. I datarommet er det en detaljert oversikt.

4.2.4 Parkeringsbooking

Forhåndsbooking av parkering er blant de første kontaktpunktene de reisende har med Avinor og legger grunnlaget for en helhetlig, trygg og sømløs opplevelse. Bookingløsningen er et strategisk virkemiddel for optimalisering av den digitale kundereisen, inntekter og kapasitetsstyring.



Figur 5 Helhetlig strategi for parkeringsbooking. Kilde: Avinor

Avinors strategi for parkeringsbooking handler om å skape en helhetlig og brukervennlig digital tjeneste som gir innsikt i etterspørsel og reisemønstre, og samtidig fungerer som et kommersielt nav for tjenester og produkter tilknyttet lufthavnen. Over halvparten av brukerne benytter mobil, derfor jobbes det med å utvikle en mobiloptimalisert løsning, hvor det legges til rette for enkle og moderne betalingsløsninger.

Figur 5 over illustrerer verdikjeden for parkeringsbooking. Denne viser at Avinor sammen med parkeringspartneren må arbeide helhetlig med alle ledd: fra distribusjon og synlighet i søk, via booking og kundekontakt, til mersalg og utvikling av kundeloyalitet. Målet er at hele prosessen – fra første kontakt til etter endt booking – bidrar til en bedre kundeopplevelse og økte inntekter.

4.2.4.1 Data- og innsiktsdrevet produktutvikling

Rundt en tredjedel av alle besøkende på Avinor.no oppgir i dag at de besøker siden på grunn av parkering, noe som gjør dette til en betydelig trafikkdriver for en kanal med over én million besøkende per måned.

Avinor jobber data- og innsiktsdrevet i forvaltning og videreutvikling av bookingtjenesten, og benytter Posthog som analyseverktøy for både nettside og app. Verktøyet gir data i sanntid og gjør det mulig å identifisere trender på mikro- og makronivå, noe som gir muligheten til å handle basert på faktisk brukeratferd.

Ettersom parkering og booking er en betydelig trafikk- og inntektsdriver for Avinor er det etablert et tverrfaglig produktteam som har ansvar for forvaltning og videreutvikling av tjenesten. Parkeringspartneren skal være et aktivt medlem av produktteamet og bidra til utvikling.

Teamet følger blant annet med på følgende nøkkeltall:

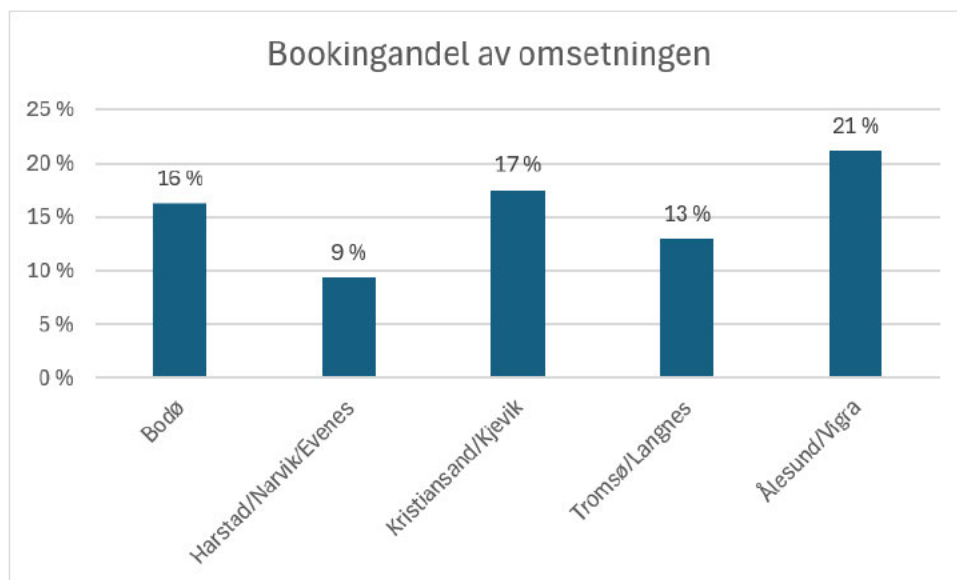
- enhetstype (PC, mobil, nettbrett)
- konverteringsrate og hvor brukerne faller av i kjøpstrakten
- ledetid (tid mellom booking og innkjøring)
- gjennomsnittlig handlekurv
- fordeling mellom gjestebukere og innloggede brukere (Min Profil)
- hvilke produkter og produktvarianter kundene velger
- hvilke sider brukerne kommer fra, eksempelvis kanaler, nettsider, søkemotor og markedsføringskampanjer

Produktteamet i Avinor gjennomfører i tillegg befaringer, brukerintervjuer og –testing på jevnlig basis, med eller uten parkeringsoperatør involvert. Vi har dermed gode forutsetninger for å si noe om hva brukerne gjør og hvorfor.

4.2.4.2 Booking i DRL

Bookingandelen i DRL er relativ lav. Booking vil være et viktig verktøy der det er konkurranse, for de som vil sikre seg en parkeringsplass, for å bygge kundelojalitet og for å muliggjøre bundling eller kryss-salg. Det kan være forskjellige strategier for å nå disse kundegruppene.

Det er store forskjeller i hvor stor andel av omsetning som er gjennom bookingen, grafen under viser booking-andelen for noen utvalgte lufthavner.



Figur 2 Forhåndsbooking av parkering for enkelte lufthavner, tallene er fra 2025.

5 Parkeringsvirksomheten for kommende kontraktperiode

5.1 Parkeringskonsepter

Parkeringsvirksomhetene vil være noe ulike for den enkelte lufthavn, avhengig av fysisk oppsett og kundegrunnlag. Etterfølgende tabell beskriver innholdet i det enkelte parkeringskonsept for den enkelte lufthavn som er inkludert i tilbudskonkurransen.

Det er stor forskjell på de største og minste lufthavnene i DRL. Men lufthavnene vil stort sett tilby de samme konseptene, se tabellen under.

Konsept	Beskrivelse
Parkering reisende	Parkering på Kiss & Fly, korttidsparkering og langtidsparkering – roll-up og booking Kontraktparkering kan tilbys hvis det er kommersielt interessant.
Parkering ansatte	Administrere og registrere parkering for ansatte i alle bedrifter på lufthavnen
Parkering bilutleie	Administrere og fakturere for leide p-plasser og for parkering av utleide biler
Elbil-lading	Ladetjenesten tilbys og administreres av MER Norway AS.
Kontroll/håndheving	Kontroll og håndheving av gjeldende parkeringsbestemmelser inne på leietakers «egne» p-områder, og på leiebilområdene
Charterbuss på forplass	Administrere og fakturere busstrafikken på enkelte lufthavner

5.2 Kundeservice

Kundehenvendelser skal mottas og saksbehandles av operatør av parkeringstjenestene etter gjeldene regler og rutiner.

5.3 Parkeringsteknikk

Leietaker er ansvarlig for all investering, utskifting, oppgradering, drift og vedlikehold av både eksisterende og ny parkeringsteknikk, herunder ANPR og digitale skjermer.

6 Forhold som ikke er inkludert i leieavtalen

6.1 Drifts-, service- og leveranseavtaler

For enkelte funksjoner må Leietaker benytte Avinors etablerte rammeavtaler og/eller kjøpe tjenester av Avinor.

Etterfølgende tabell oppsummerer enkelte forhold som faktureres Leietaker utenom denne leiekontrakten, og derav ikke inngår i denne kontrakts definerte driftskostnader, se vedlegg B.

Estimerte kostnader fremkommer av etterfølgende tabell, ut fra historisk forbruk. Avinor garanterer ikke for at oppgitte beløp er korrekte for kommende kontraktsperiode.

Avtale	Beskrivelse	Leverandør	Estimert kostnad per år
IT-tjenester i felles infrastruktur for IT	Kjøp av IT-tjenester hvor Avinor IT Partner er pliktig leverandør	Avinor	600.000
	Etableringskostnader for oppkobling av datatjenester.	Avinor	70.000

Tabell 1 Drifts-, service- og leveranseavtaler som ikke er inkludert i leieavtalen