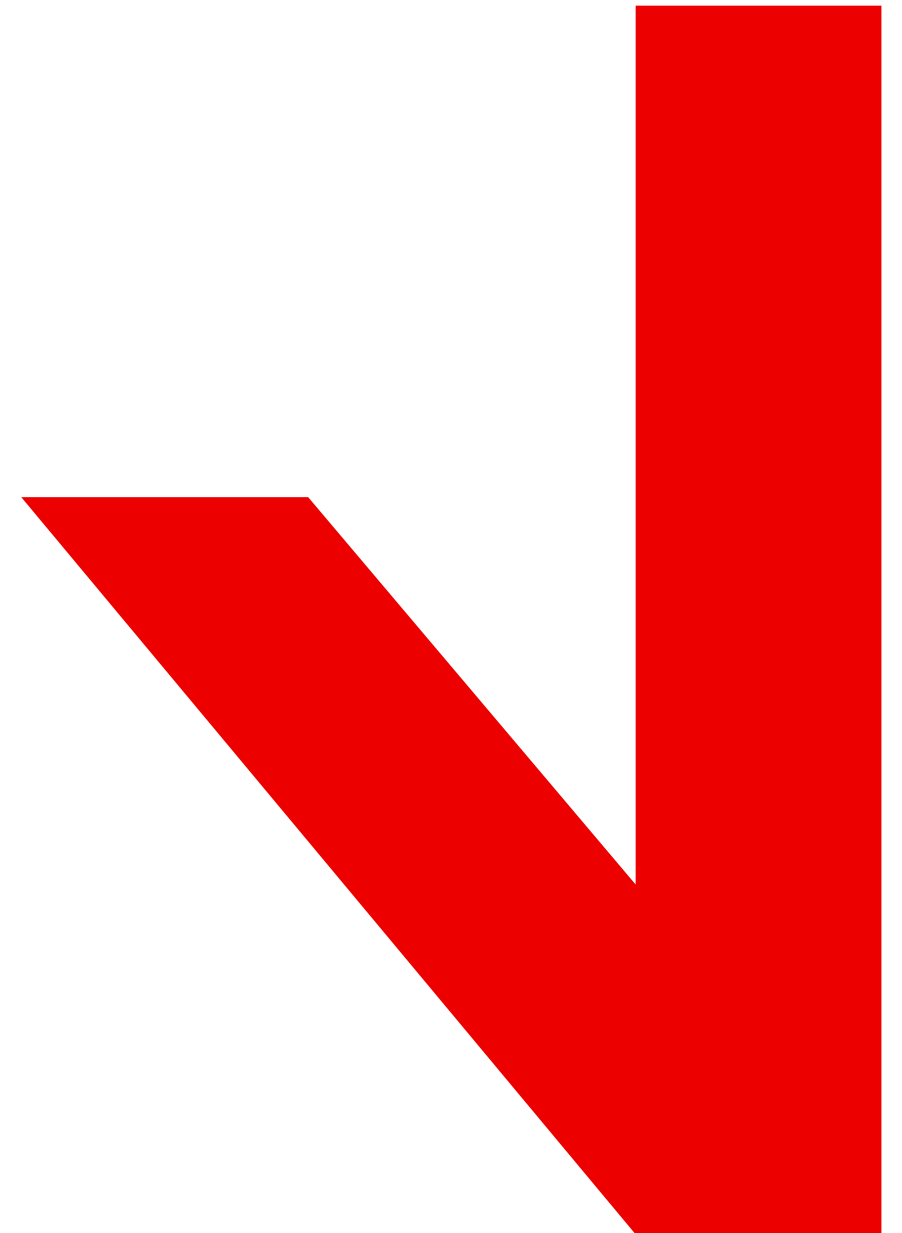


Camping og reiselivskonferansen 2024

Hvordan kan Innovasjon Norge bidra til å utvikle norsk camping- og reiselivsnæring

Toini H. A. Ness – seniorrådgiver reiselivsutvikling

Innovasjon Norge



Litt om Innovasjon Norge Reiseliv



Reiselivsoppdraget fra NFD



Utvikle reiselivet i mer bærekraftig og mer lønnsom retning.



Skape helårige, lønnsomme og attraktive arbeidsplasser i hele landet.



Styrke eksport av reiseliv, og legge til rette for salg.



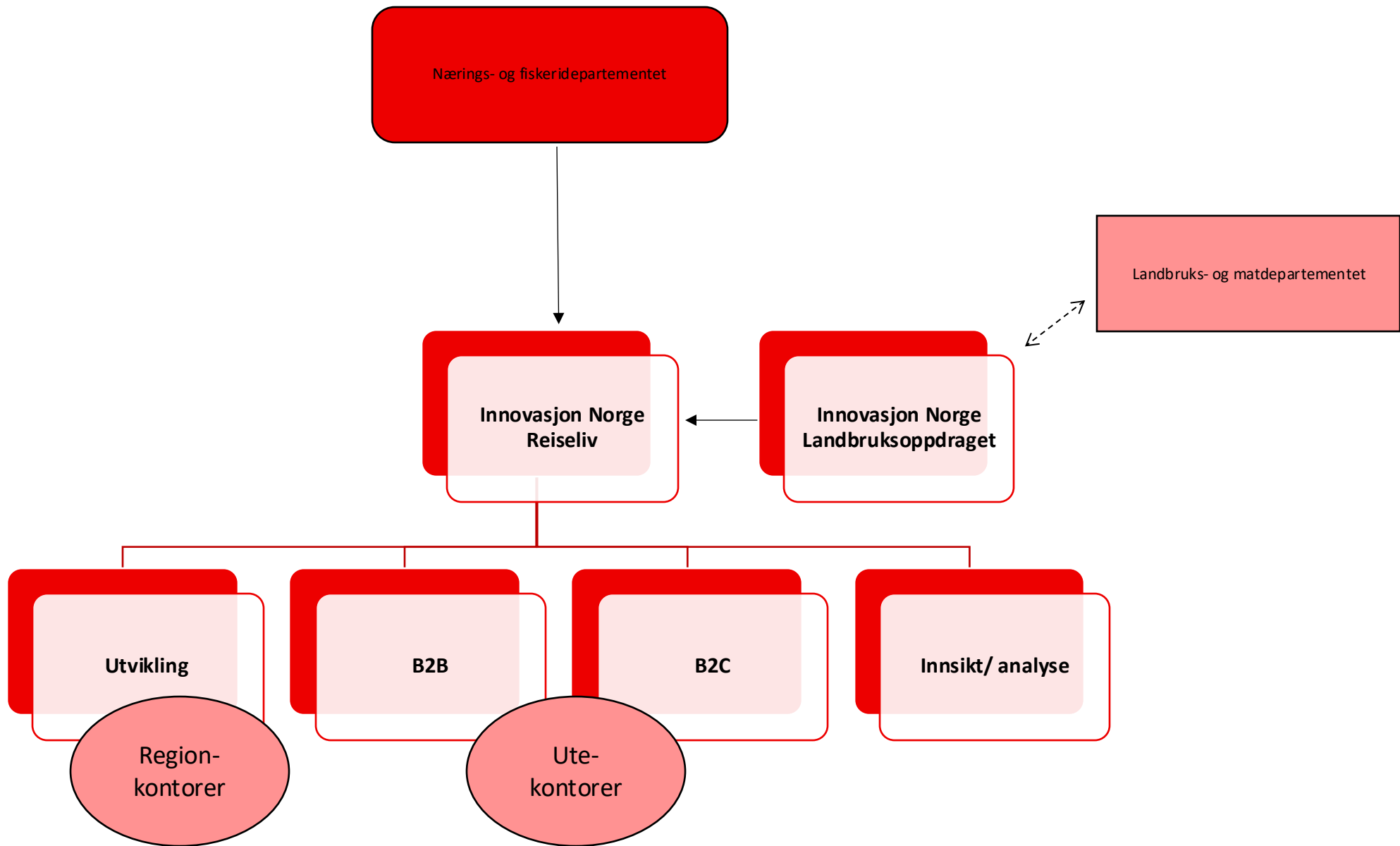
Redusere klimagassutslipp fra reiseliv.

205 millioner kroner (2025)

- Strategisk markedsføring
- Statistikk, analyse og innsikt fra markedene og markedsarbeidet
- God kontakt med næringen skal sikre riktig innretning på virkemidlene

Oppdrag fra Landbruks- og matdepartementet 10 millioner kroner

- Utviklingsprogrammet for landbruks- og reindriftsbasert vekst og verdiskaping
- Direkte eller indirekte tilknytning til landbruket
- Bygdebaserte reiselivstilbud
- Mat og drikke
- Norsk trearkitektur



Innovasjon Norge Reiseliv

B2C

- Internasjonal forbrukermarkedsføring av Norge som reisemål
- Web – visitnorway.com
- Pressebearbeidelse
- Sosiale medier
- Kampanjer

B2B

- Bransje/ferie og fritid, samt det internasjonale møte- og arrangementsmarkedet (MICE)
- Gjennomføring av operative aktiviteter med og uten næring
- Kompetanseheving og nettverksaktiviteter
- Kartlegging og bearbeidning av nasjonale og internasjonale aktører

Utvikling

- Reisemålsutvikling og tilleggsoppdrag
- Finansieringstjenester - policy
- Merket for Bærekraftig Reisemål
- Kompetanse
- Verktøy for reisemålsutvikling

Regionkontor IN/ generelle virkemidler

- Nettverk
- Finansiering
- Rådgivning
- Merkeordning
- Destinasjonsutvikling

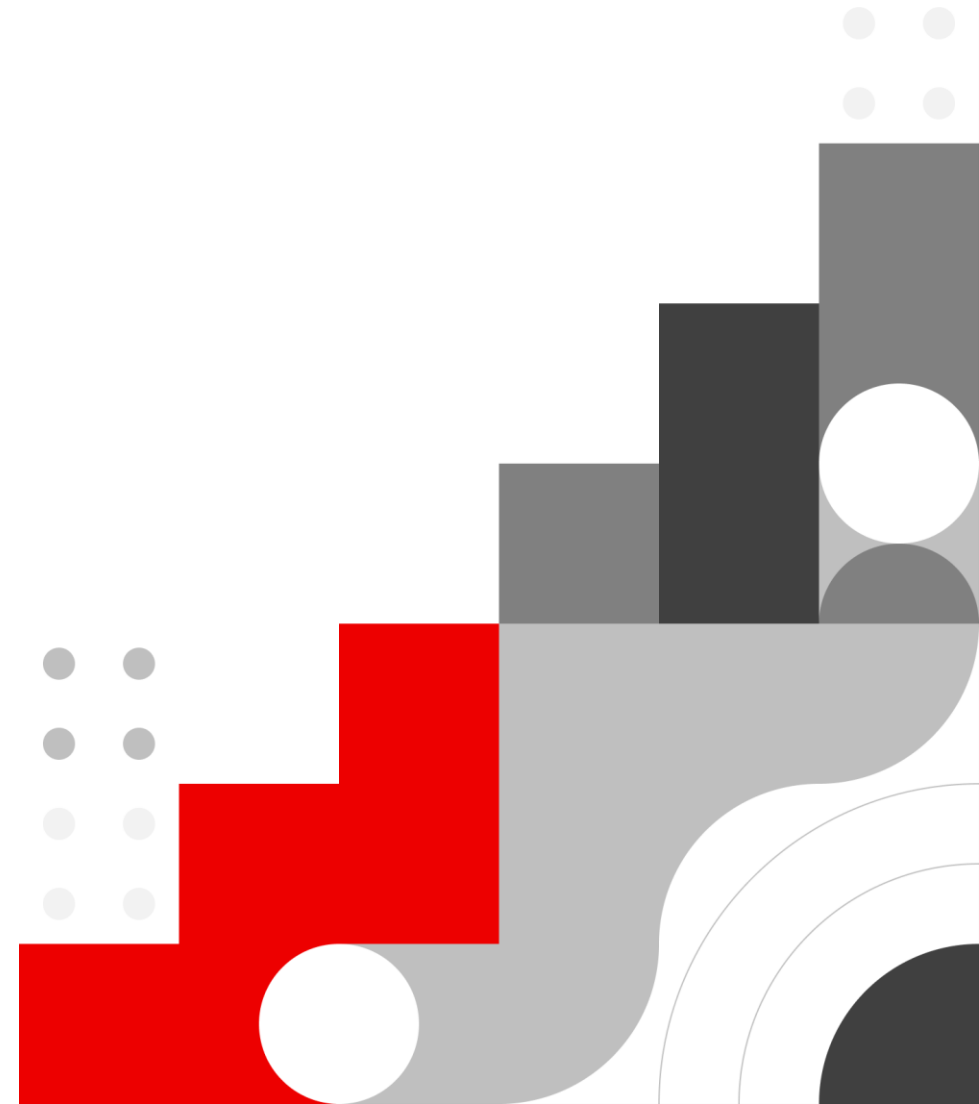
Utekontor IN

- Bearbeidning av TOs
- Markedsinnsikt
- Arenaer for salg og nettverk.

Analyse og innsikt

Bransjekommunikasjon

Tall og fakta



Rykende fersk rapport!

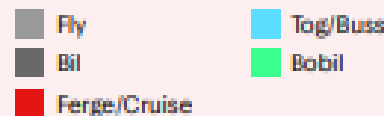
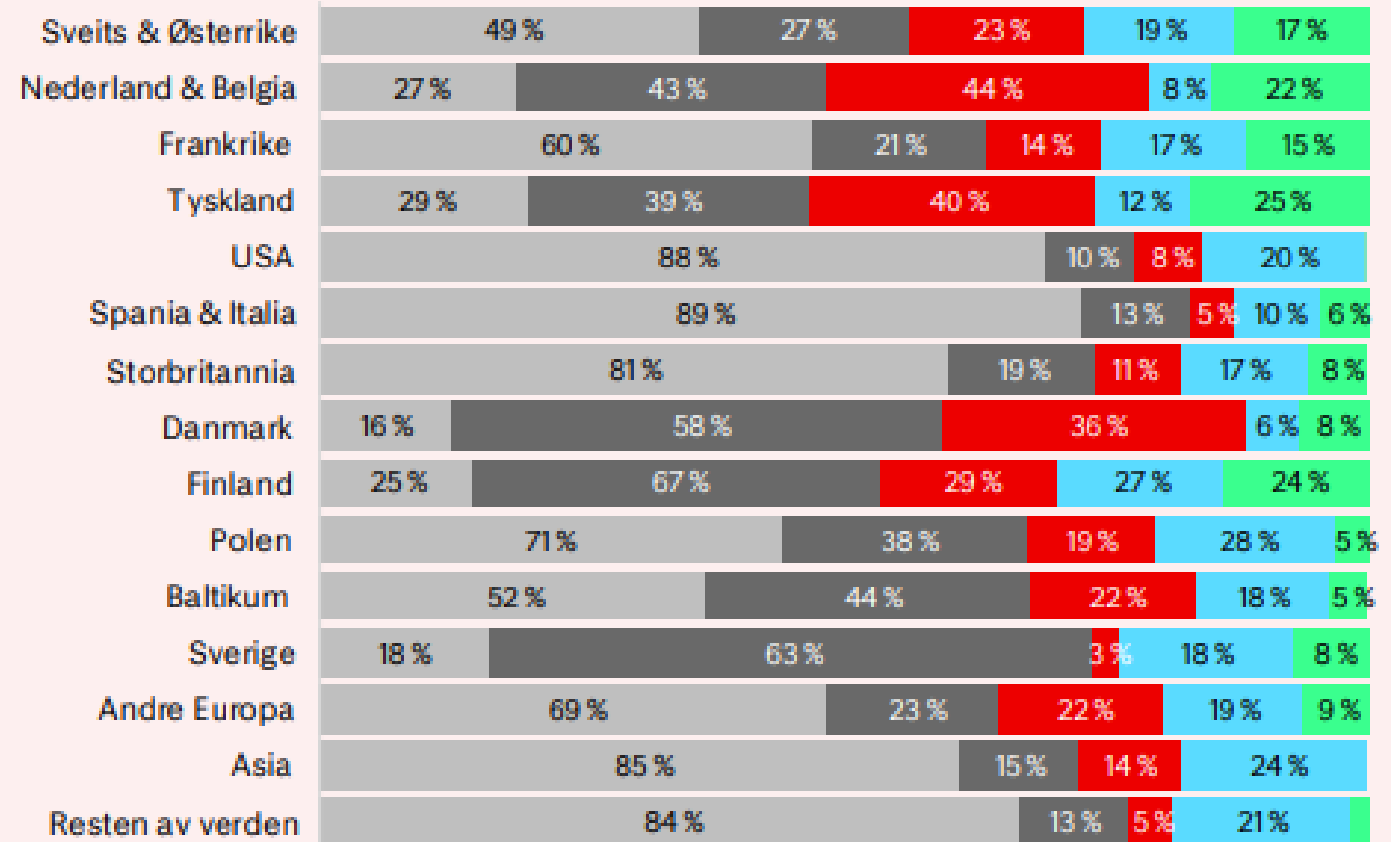
Nøkkeltall om norsk turisme 2023



Kjennetegn

- Reisefølge i snitt 3 pers.
- 8,2 netter i snitt
- Nordmenn 6,5 netter
- Utenlandske 11,8 netter
- Rundreise
- 41% mer enn en region

Transportform til Norge fordelt etter feriemarked



Kilde: Innovasjon Norge

Overnatting

38,6 millioner overnattinger ved kommersielle og via fritidsbolig formidlere

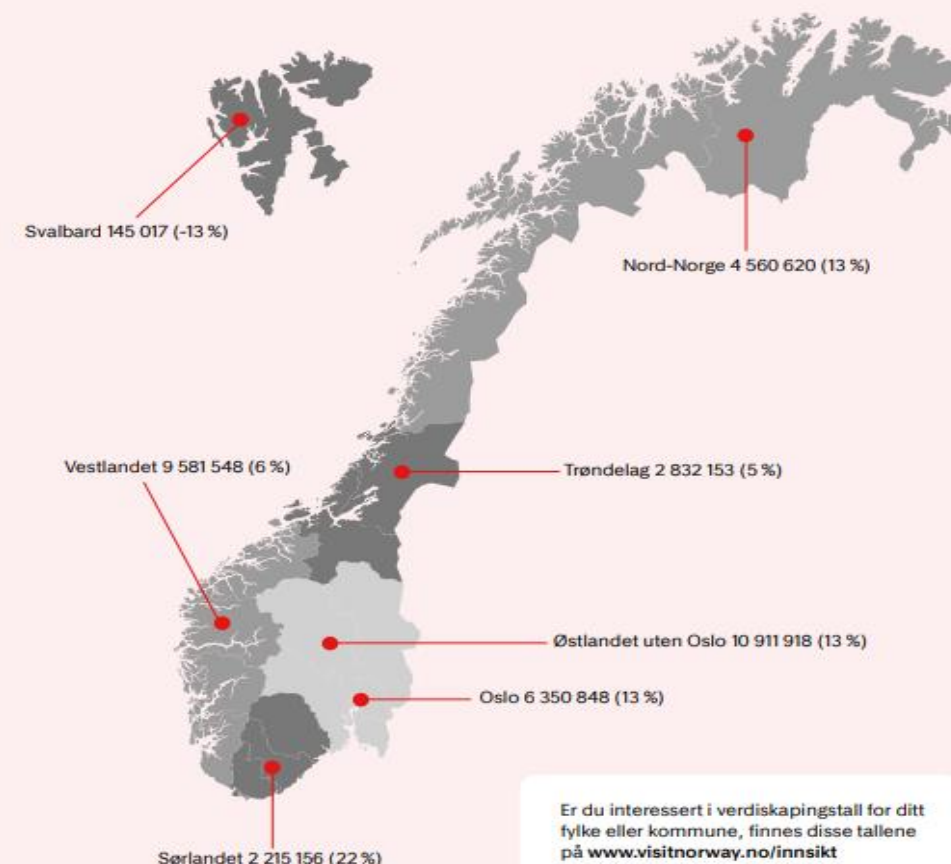
7% økning fra 2019 –

2,5 millioner overnattinger som fordeles slik:

- Hotell 307 500
- Hyttegrender og vandrehjem 1 600 000
- Fritidsbolig formidling 600 000
- Camping 400 000

Kommersielle overnattinger fordelt per landsdel

I parentes vises endring 2019–2023.



Totalvolum og –forbruk per feriemarked

Totalvolum og –forbruk for utenlandske feriereisende

Det er store variasjoner i både volum og forbruk blant de utenlandske feriereisende

Til høyre kan vi se at det er store variasjoner i både antall overnattinger og forbruk mellom de ulike utenlandske feriemarkedene. Samtidig ser vi at et høyt totalvolum av overnattinger ofte henger sammen med et høyt totalforbruk. Eksempelvis har feriereisende fra Tyskland et totalvolum på 4,3 millioner overnattinger og et totalforbruk på 5,9 milliarder norske kroner, mens feriereisende fra Polen har et totalvolum på 400 000 overnattinger og et totalforbruk på 800 millioner norske kroner.

Det er derimot noen utenlandske markeder som skiller seg litt ut, f.eks. feriereisende fra USA, Storbritannia, samt Spania og Italia. Disse har et høyere totalforbruk sammenlignet med andre markeder med samme overnattingsvolum.

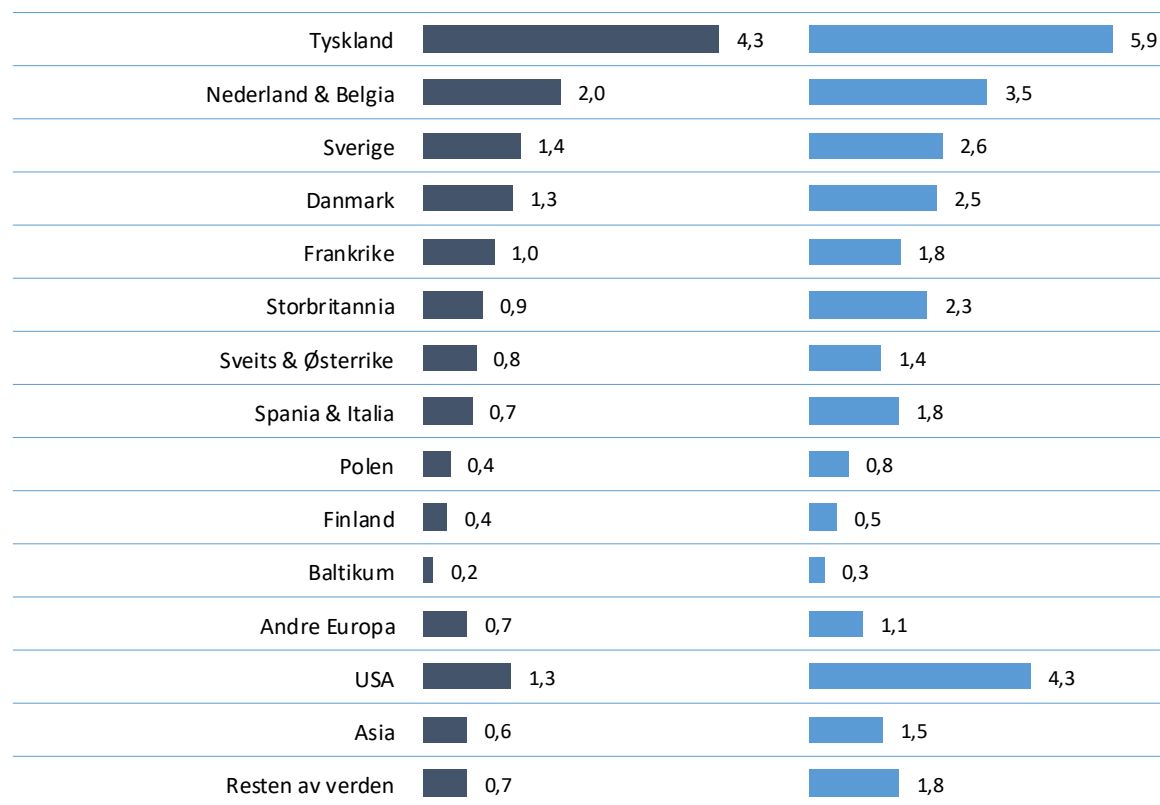
Totalvolum og -forbruk pr. utenlandske feriemarked



16,6 millioner
overnattinger



25,1 milliarder kr.
i totalforbruk



Kombinasjon av overnattingsformer blant utenlandske feriereisende

Flere velger å kombinere ulike overnattingsformer på feriereisen i Norge

Flere av dem som bor hos venner og familie eller benytter seg av privat leie, har også overnattinger på hotell i løpet av feriereisen

Det er ikke slik at turistene nødvendigvis kun benytter seg av kun én overnattingsform på feriereisen i Norge. Det viser seg at mange kombinerer ulike overnattingsformer i løpet av feriereisen, noe vi ser nærmere på i figuren til høyre.

Eksempelvis har litt over 40 % av de utenlandske feriereisende som har overnattet hos venner og familie også overnattinger på hotell. Tilsvarende er det 45 % av de som har hatt overnattinger i noe privat leie, som også har hatt overnattinger på hotell.

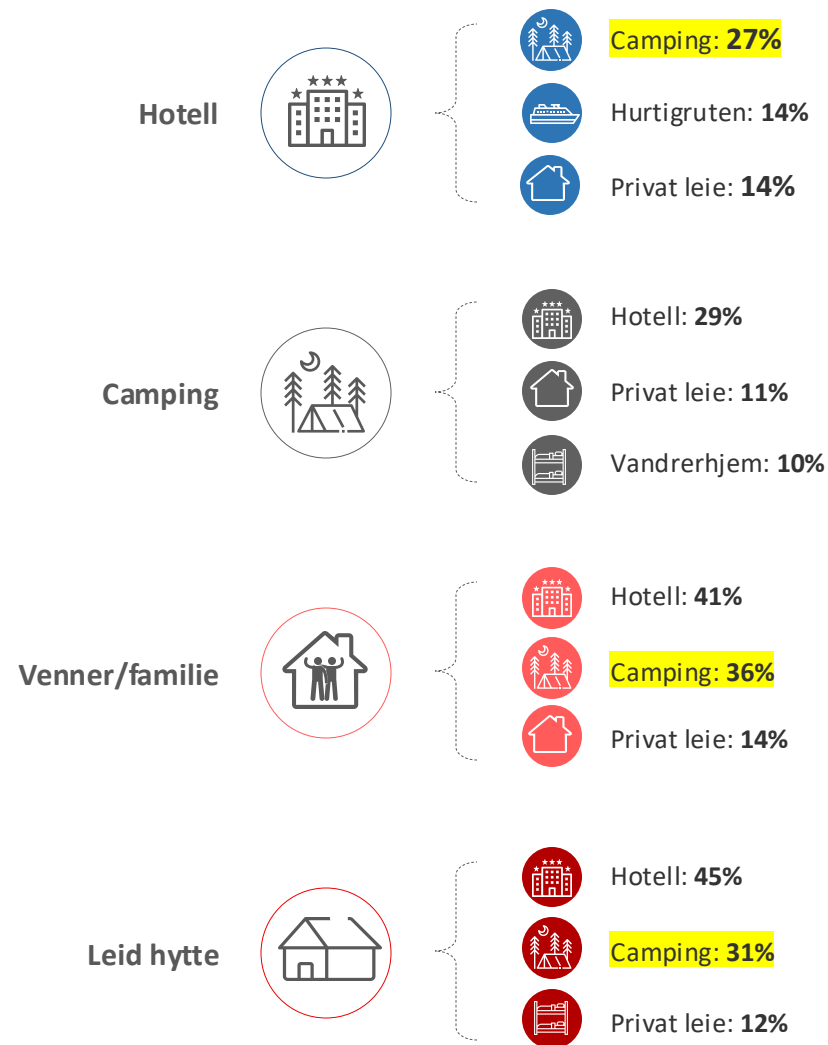
Valg av overnattingsform er derfor ikke ensbetydende med valg av én enkelt overnattingsform, som også kan henge sammen med den store andelen rundreiser hos de utenlandske turistene.

Note: Overnattinger fremvist for camping inkluderer tre ulike former for camping; camping på campingplass, camping utenfor campingplass og campinghytter.

Kombinasjon av flere typer overnatting på ferien i Norge

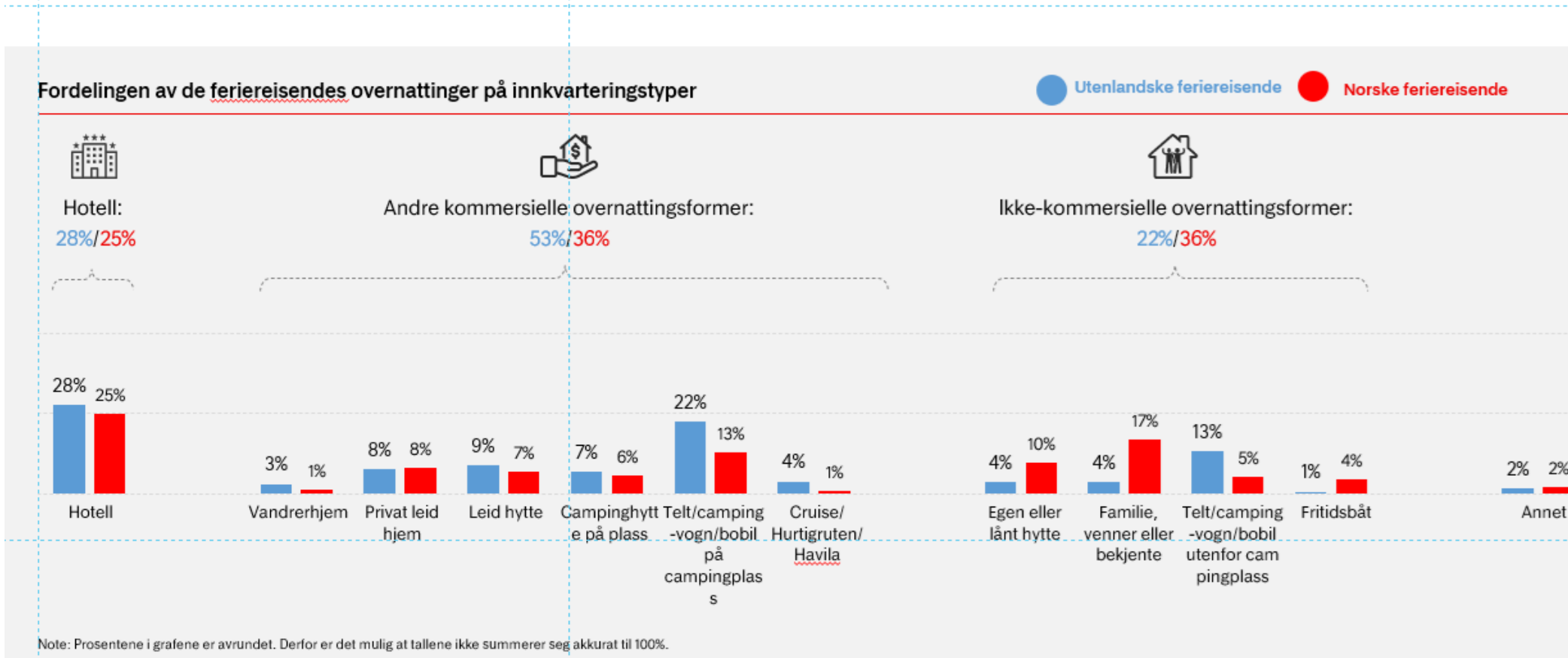
Har hatt minst én overnatting på...

Andel som også har overnattet på...

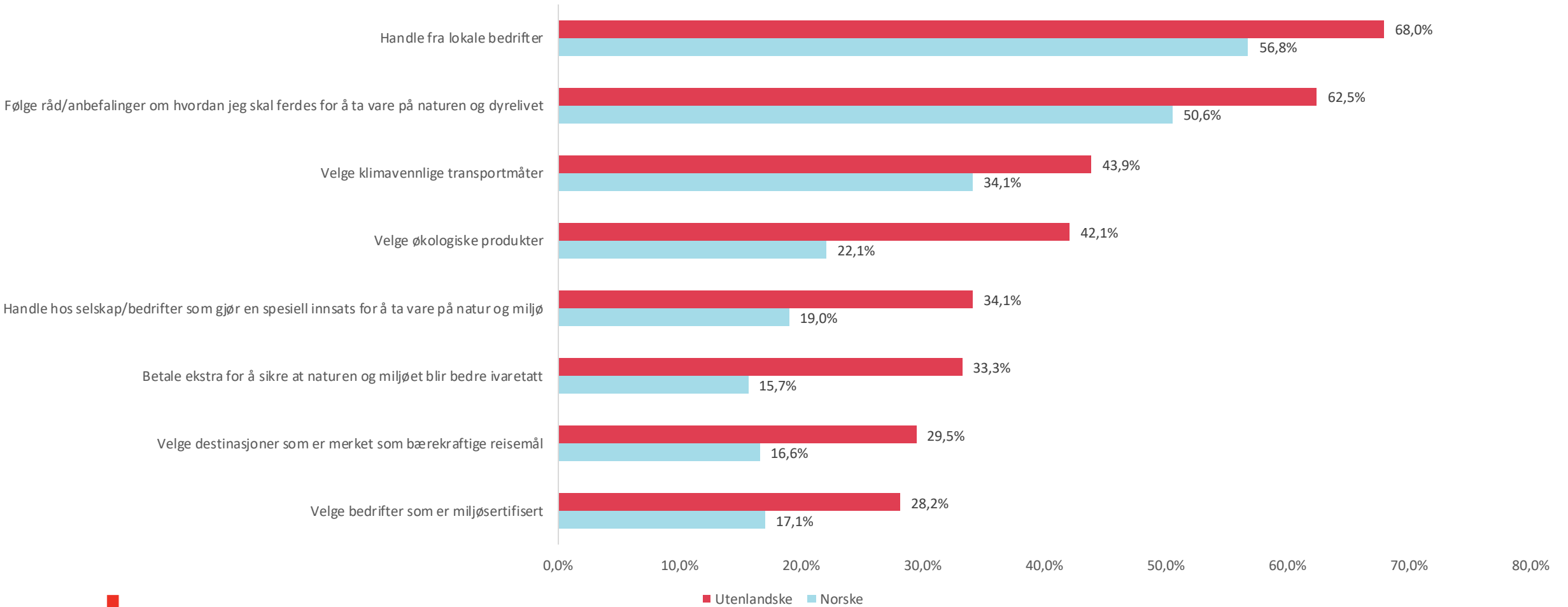


Færre overnatter på hotell og flere overnatter på campingplass

Andel hotellovernattinger er lavere enn i 2019, og Norge har hatt en god vekst til selvhushold, slik som hytte og camping. I tillegg kommer overnattinger på så kalte «Ikke-kommersielle overnattingsformer», som ikke dekkes av overnattingsstatistikken til SSB.



Har du under norgesferien gjort noe av følgende for å ta vare på miljø, klima og natur?

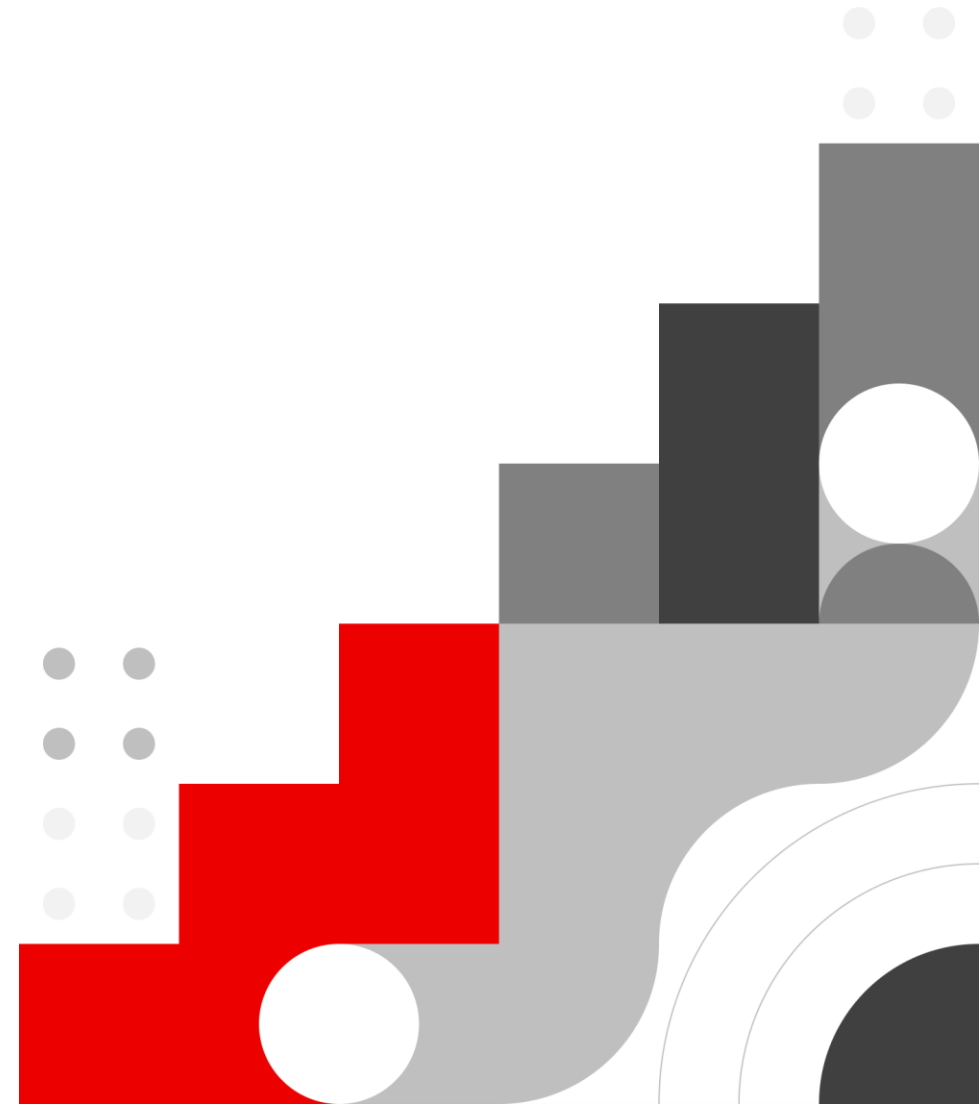


Overnatting camping: Andel av total så langt i år forhold til 2023

	2023	Pr 08.2024	Endring pr 08 2024
Østfold	4 %	4 %	0 %
Akershus	2 %	1 %	-1 %
Buskerud	4 %	4 %	0 %
Oslo	2 %	2 %	0 %
Innlandet	16 %	14 %	-2 %
Vestfold	8 %	9 %	1 %
Telemark	6 %	8 %	2 %
Agder	12 %	10 %	-2 %
Rogaland	5 %	5 %	0 %
Vestland	15 %	15 %	0 %
Møre og Romsdal	7 %	8 %	1 %
Trøndelag	7 %	7 %	0 %
Nordland	7 %	7 %	0 %
Troms	4 %	3 %	-1 %
Finnmark	2 %	2 %	0 %



Bærekraftig bedriftsutvikling



Formål

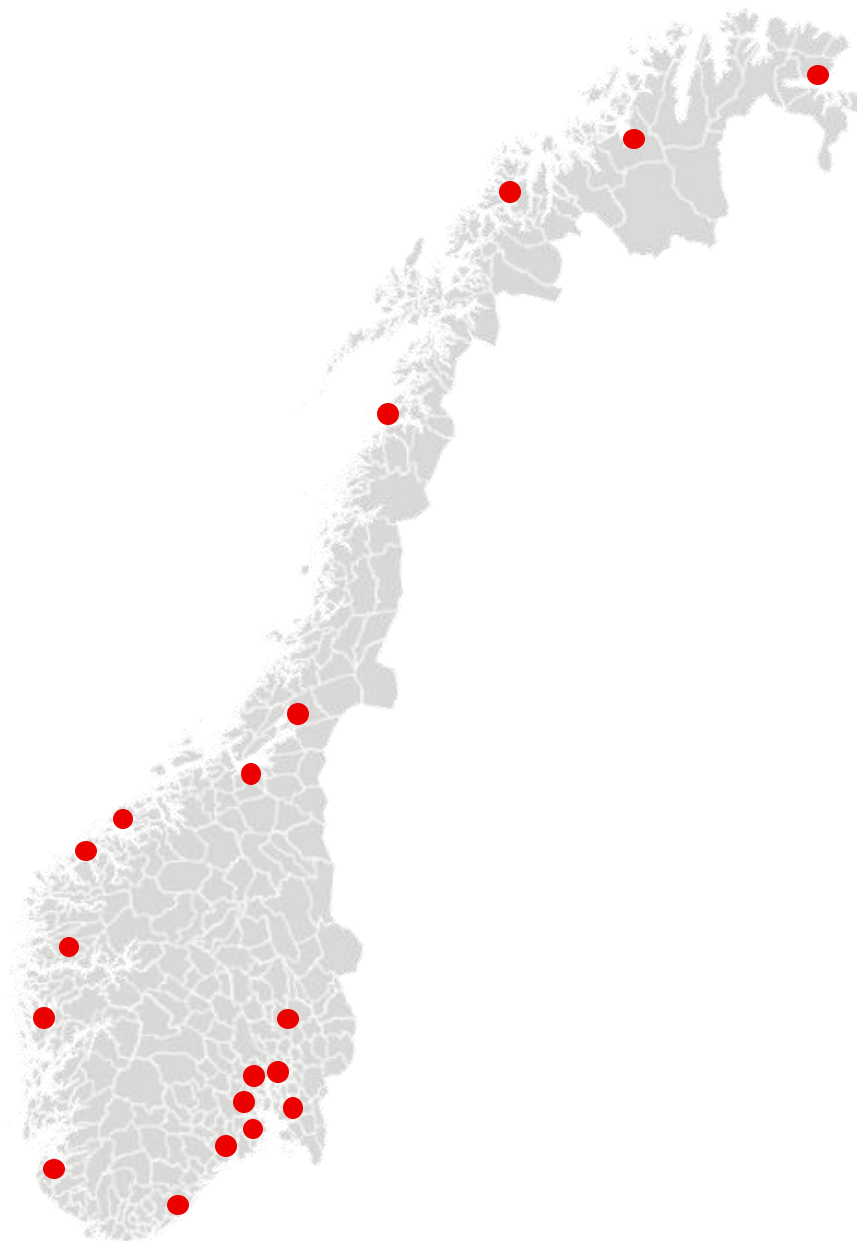
Innovasjon Norge skal være statens og fylkeskommunenes virkemiddel for å realisere verdiskapende næringsutvikling i hele landet

Hovedmål

Innovasjon Norge skal utløse bedrifts- og samfunnsøkonomisk lønnsom næringsutvikling, og utløse regionenes næringsmessige muligheter



Vi har kontorer i hele landet



- Agder - Grimstad
- Innlandet - Brumunddal
- Møre og Romsdal - Molde
- Møre og Romsdal - Ålesund
- Nordland - Bodø
- Oslo Viken – Drammen
- Oslo Viken - Oslo
- Oslo Viken - Sarpsborg
- Rogaland - Stavanger
- Troms og Finnmark - Alta
- Troms og Finnmark - Tromsø
- Troms og Finnmark - Vadsø
- Trøndelag - Steinkjer
- Trøndelag - Trondheim
- Vekst- og gründerenteret - Førde
- Vestfold og Telemark - Porsgrunn
- Vestland - Bergen
- Vestland - Sogndal

Våre tjenester

■ Rådgivning ■ Tilskudd ■ Lån ■ Kompetanseprogrammer

Vekst- og Gründersenteret; gratis telefonnummer: 22 00 25 00

Workshop nettverk

Markedsinnsikt

Finansieringsveiledning

Fra idé til marked

Innovasjon

EU

Partnersøk

Eksportteknisk

Internasjonalisering

IPR

Nettverk og etablering

Strategisk posisjonering

Oppstart 1

Oppstart 2

Oppstart 3

SkatteFUNN

STUD-ENT

Miljøteknologiordningen

Innovasjonskontrakt

Oppstartslån

Lavrisikolån

Innovasjonslån (og lån til vekst og internasjonalisering)

Vekstgarantilån

Grønt vekstlån

Fundraising for startups

FRAM

EU- Horisont Europa

Oppstartsmentor

Skaleringsmentor

Internasjonaliseringsmentor

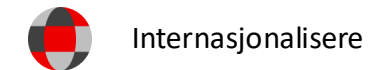
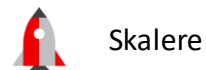
Global Gateways

Salgsakselerator

Teknologiakselerator

Globale akseleratorer

Heldigitale tjenester som kompetansesenteret, etablerertips, internasjonal markedsinfo, IPR



Vi hjelper reiselivet med **bærekraftig eksport** og skal bidra til å utvikle reisemålet Norge i en lønnsom og bærekraftig retning.

Vi bruker våre virkemidler, vår kompetanse, markedsinnsikt, nettverk og tilgang til distribusjonskanaler til å koble reiselivsaktører med internasjonale kunder.



Finansiering

Finansieringspolicy

Innovasjon Norges interne styringsdokument

Basert på oppdragsbrevet fra NFD og Nasjonal reiselivsstrategi 2030

Tar også hensyn til regionale oppdrag

Bedrifter med miljøsertifisering prioriteres

Eablering

Oppstart 1 og 2 – tidlig fase

Tilskudd og lån til kommersialisering

Vekst

En rekke ordninger, men strenge krav spesielt i sentrale strøk.



Nettverk

Bedriftsnettverk

Kommersielle samarbeid mellom tre eller flere bedrifter – SMB i førersetet.

Klynger

Klyngeprogrammet er redusert i omfang, men er fortsatt en tilgjengelig tjeneste

Mentorordning

Egen mentorordning for idretts- og kulturarrangører. Se mer på

Spesialister

Vi har markeds- og bransjespesialister som kan gi råd, og koble mellom norske og internasjonale partnere



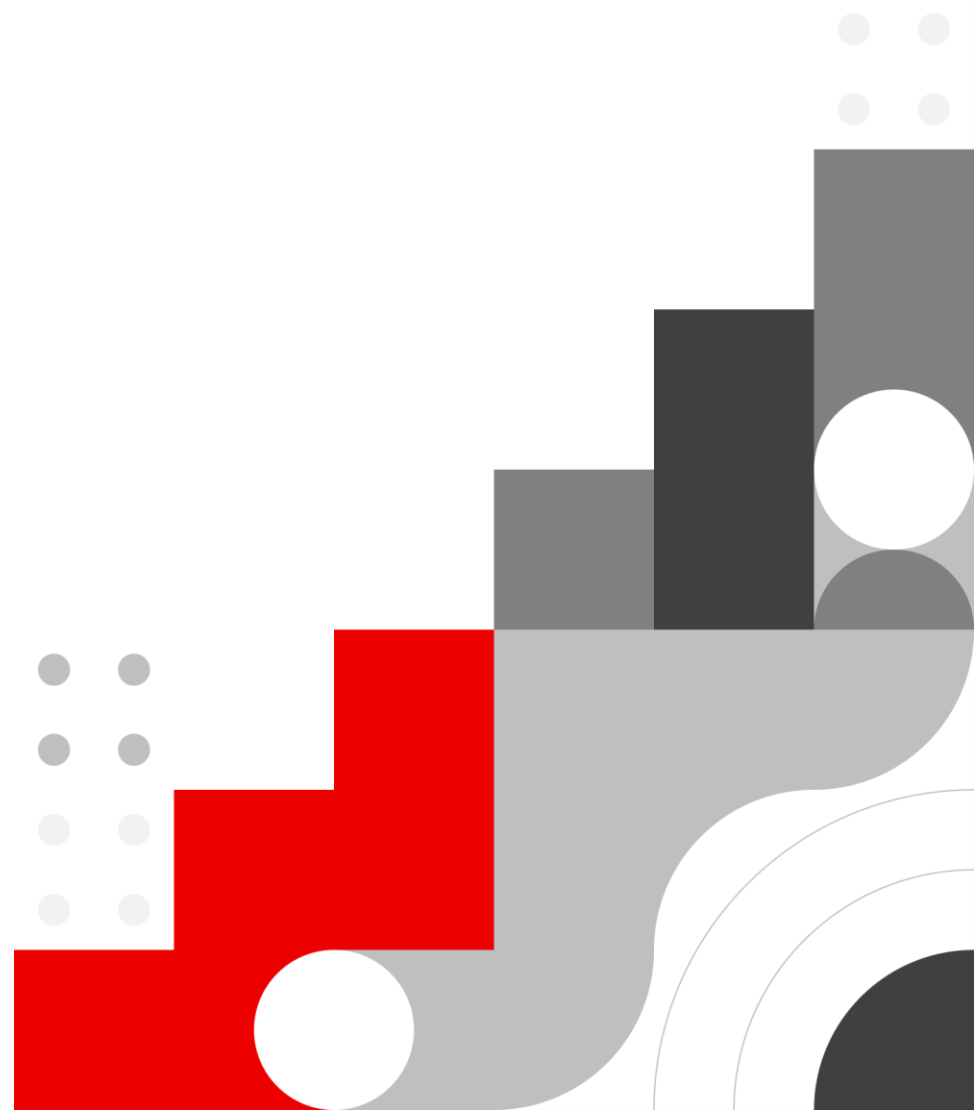
Global Growth er et eksportprogram for bedrifter med internasjonale vekstambisjoner der fysiske samlinger i Norge og det aktuelle eksportmarkedet inngår.

Programmet tilbyr:

- Dedikert Innovasjon Norge-rådgiver som følger hele programmet.
- Markedsinnsikt, hjelp til internasjonal vekststrategi og posisjonering
- Rådgivning i handelstekniske utfordringer og immaterielle rettigheter (IPR), avtaleinngåelse og internasjonal vekststrategi.
- Forståelse for kultur, og hvordan gjøre business i aktuelt eksportmarked.
- Praktisk trening i pitching og presentasjonsteknikk.
- Tilbyr relevante nettverk og fageksperter hjemme og ute.
- Møter med potensiell kunder i aktuell sektor.
- Programmet består av 8 - 12 bedrifter innen samme sektor, går over 6 – 12 mnd og koster mellom 25 – 130 000 kr.



Reisemålsutvikling



Merket for Bærekraftig reisemål

Innovasjon Norges verktøy for en mer bærekraftig reisemålsutvikling og operasjonalisering av bærekraft

Fremmer samfunnsutvikling med fokus på besøkende og bærekraft

Involverer lokalsamfunn, lokale myndigheter, reiselivsnæring og gjest

Krever samhandling om styring og tilrettelegging

Gir målemuligheter på reisemål

Gir grunnlag for erfaringsdeling og læring lokalt – og nasjonalt

Operasjonaliserer målene i Nasjonal reiselivsstrategi

43 reisemål er merket

145 kommuner

15 reisemål er i prosess



Økt etterspørsel

Turoperatører ønsker bærekraft i produkt og hos leverandører

Økende antall gjester ønsker bærekraftige opplevelser

Klar bevegelse i forbrukermarkedet

Nabomarkedene mer opptatt av klima enn norske gjester



Tema 6: Betydningen av bærekraft

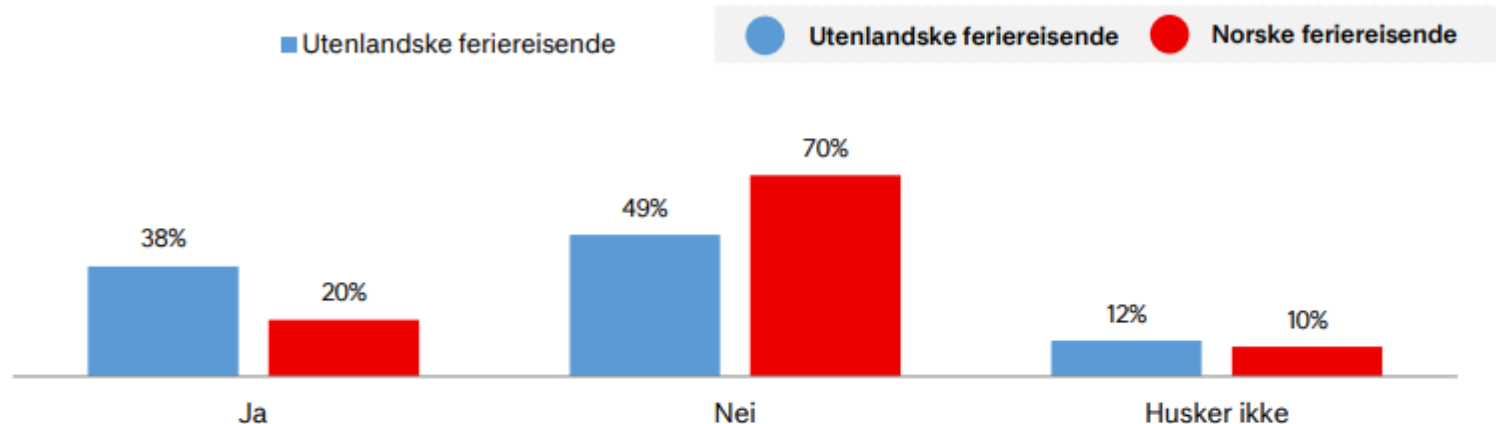
4 av 10 utlendinger tar hensyn til natur og klima når de planlegger ferien

De reisende under 40 år tar i større grad hensyn til natur og klima. De er mer opptatt av naturopplevelser og går i større grad på fottur, sykler og vil oppleve norsk friluftsliv. De bruker i mye større grad guide.

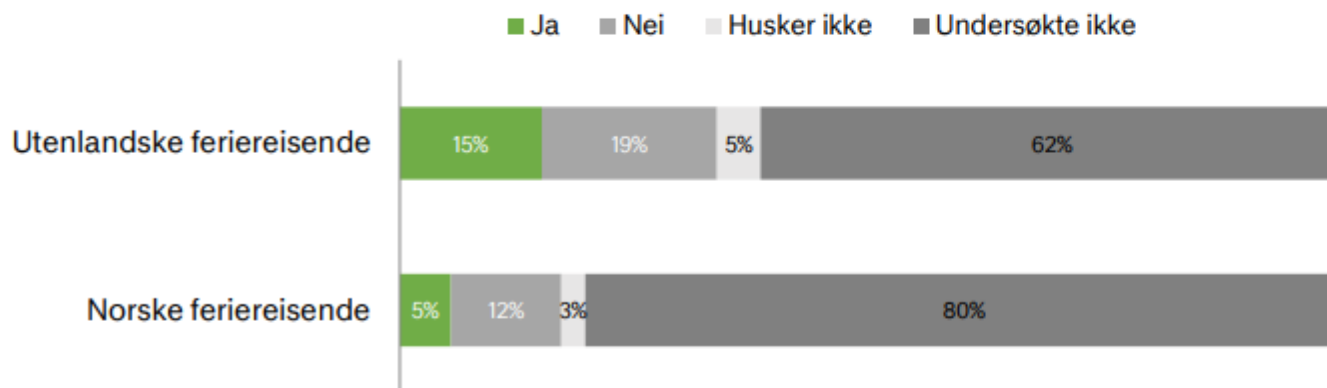
De er også mer interessert i å få med seg kulturopplevelser på reisen, særlig kunstopplevelser og matkultur.

De norske reisende som er undersøkte bærekraft under planleggingen av reisen bruker betydelig mer penger enn de øvrige. De utenlandske bruker også mer, men der er forskjellen mindre.

Under planleggingen av denne reisen, undersøkte du om destinasjonen(e), transportmåten(e) og/eller opplevelsen(e) tar vare på natur eller er klimavennlige?



Da du vurderte hvor du skulle reise, var det noen destinasjoner, transportmåter og opplevelser du ikke valgte av hensyn til natur og/eller klima?



Verdien av merkeordningen

- Offentlig eid ordning, høy integritet
- Internasjonalt anerkjent standard (kjente KPIer)
- Bygger lokal og nasjonal kunnskap
- Styrker merkevaren Norge
- Bruk av måleverktøy: Forbrukskalkulator, klimakalkulator, GINI



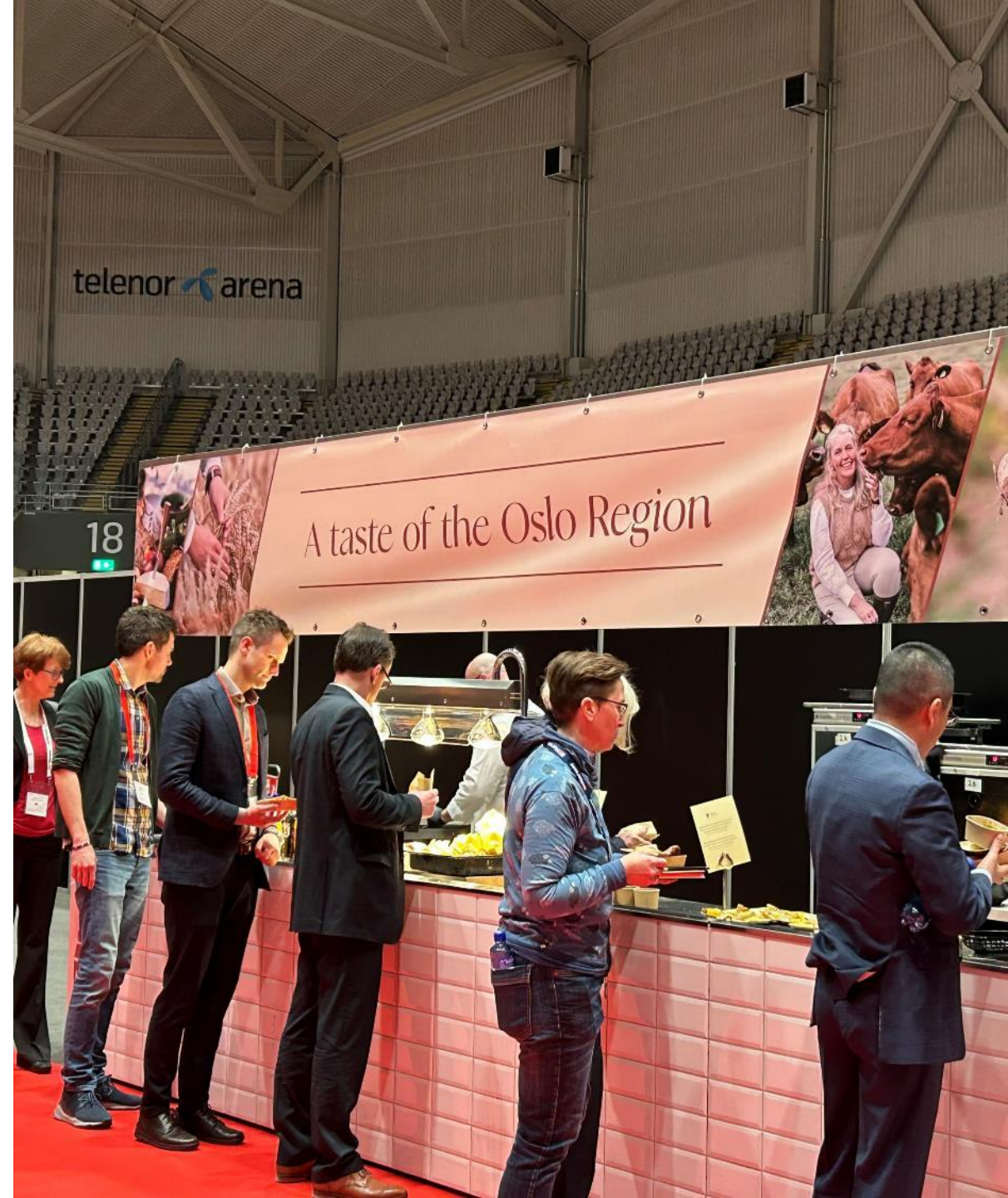
Aktuelt

- Merket for bærekraftig reisemål
 - [Merket for Bærekraftig reisemål \(visitnorway.com\)](https://www.visitnorway.com)
 - Kommer eksempelsamling for destinasjonsledelse rundt årskiftet.
- Innsikt:
 - Markedsanalyser og statistikk
 - [Oppdatert målgruppeinnsikt \(visitnorway.com\)](https://www.visitnorway.com)
 - [Turistundersøkelsen \(visitnorway.com\)](https://www.visitnorway.com)
 - Finnes for sesong og landsdel, skiturister, utenlandske nordlysturister
 - [Økning i reiselivets verdiskaping \(visitnorway.com\)](https://www.visitnorway.com)
- Nasjonalt ressurscenter for kultur- og idrettsarrangement
 - [Arrangementsturisme \(visitnorway.com\)](https://www.visitnorway.com)
 - [Mentorordning for internasjonale arrangement \(visitnorway.com\)](https://www.visitnorway.com)
- [Eksportfremstøt - tilskudd til å delta på messer | Innovasjon Norge](#)

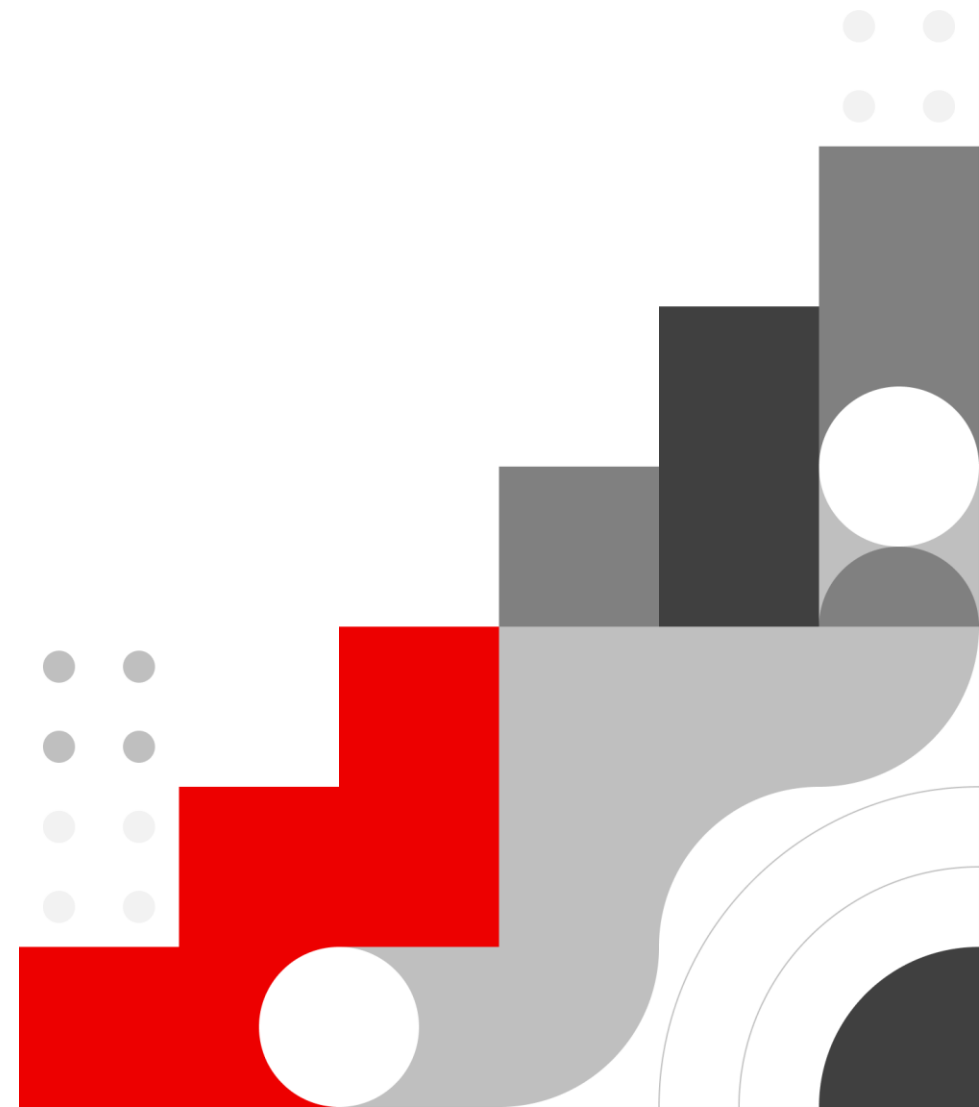


Tjenester og verktøy

- Reiselivskurs [Kurs og kompetanse for reiselivsnæringen | Innovasjon Norge](#)
- RISS [RISS - verktøy for utvikling av opplevelser og kommunikasjon | Innovasjon Norge](#)
- Forbrukskalkulator for lokal turisme
 - [Forbrukskalkulator \(visitnorway.com\)](#)
- Sesongkalkulator
 - [Kalkulator for sesongsvingninger - GINI-indeks \(visitnorway.com\)](#)
- Utslippskalkulator
 - [Utslippskalkulator \(visitnorway.com\)](#)
- Overnattingsstatistikk
 - [Overnattingsstatistikk \(visitnorway.com\)](#)
 - Inkluderer delingsplattformer
- Arrangementskalkulator
 - [Arrangements-kalkulator \(visitnorway.com\)](#)
- Bærekraftsindikator for arrangment
 - [Event Impact Tool \(visitnorway.com\)](#)



Vi venter på...



Eksportsatsingen

- vi er spent på hva den vil inneholde

Besøksbidrag

- Er varslet at kommer i høst

Godkjenningsordning for guider

- Standard Norge foreslått i statsbudsjett for 2025

Reiseliv 2030

- rapporten er overlevert fra strategigruppen 3 juni



- Audun Pettersen

- Ny leder for utviklingsavdelingen



REISE:LIV 2024 – 26 NOVEMBER Radisson Blu Plaza Hotel

Visit  Norway

 Tilbud  Søk  Meny



Velkommen til Reise:liv 2024

Visit Norway Innsikt / Aktivitetskalender – MICE og fritidsmarkedet / Velkommen til Reise liv 2024 /

Sterkere sammen

Velkommen til årets store reiselivskonferanse i Oslo tirsdag 26. november. Det blir et bredspekket og spennende program. Årets tema er "sterkere sammen" –

Takk for meg!

toini.h.a.ness@innovasjon Norge.no

