

# Framtidsmuligheter for norsk camping- og reiselivsnæring

Ole Michael Bjørndal  
Fredrikstad 5.11.2024





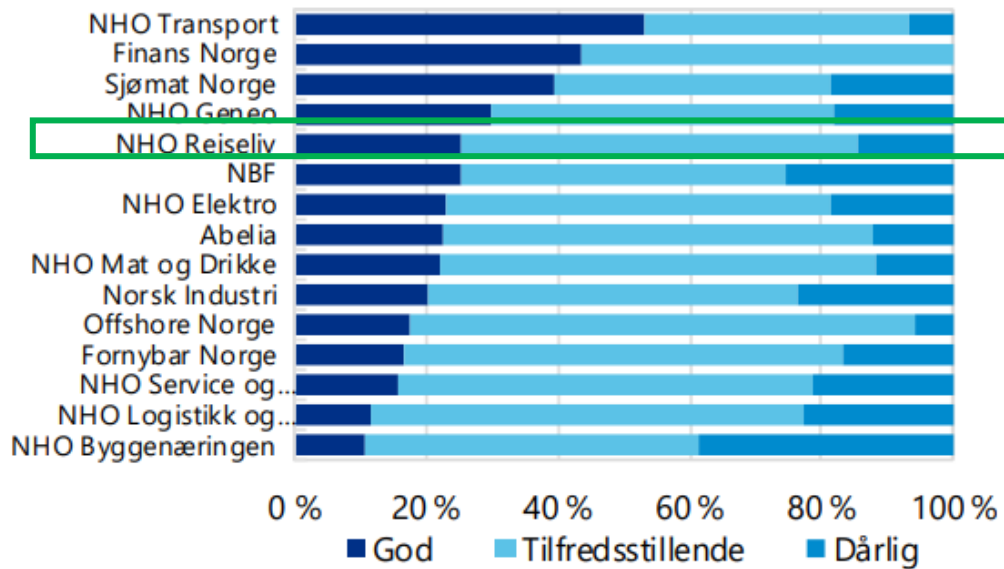


# Kun 4 av 15 LF anser situasjonen som dårlig

## Men situasjonen er forverret hos 9 av 15 i oktober

### Generell markedssituasjon

Oktober

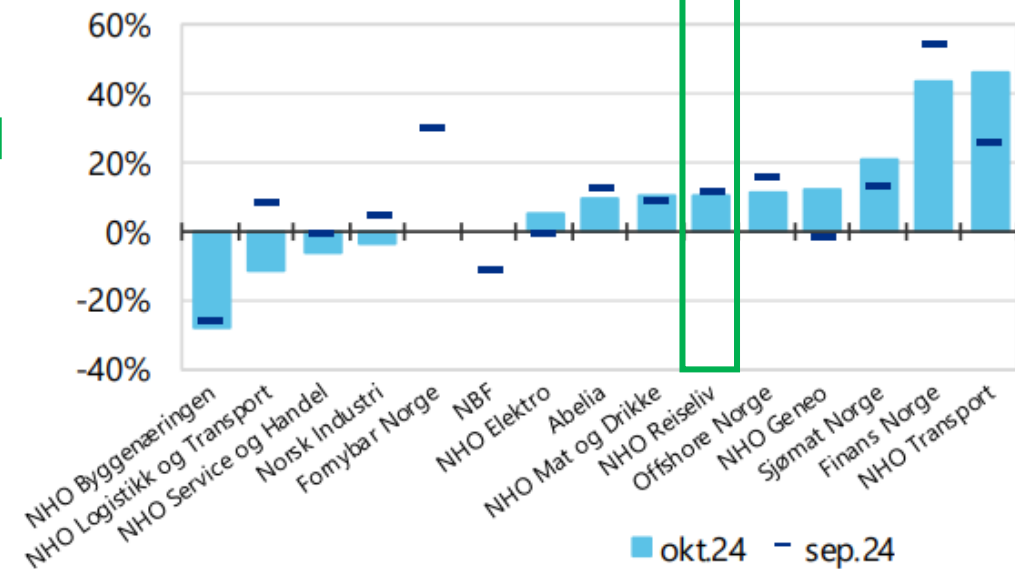


\*Tallene er uvektede og ikke sesongjusterte.

Kilde: NHOs medlemsundersøkelse

### Generell markedssituasjon

Differanse god - dårlig

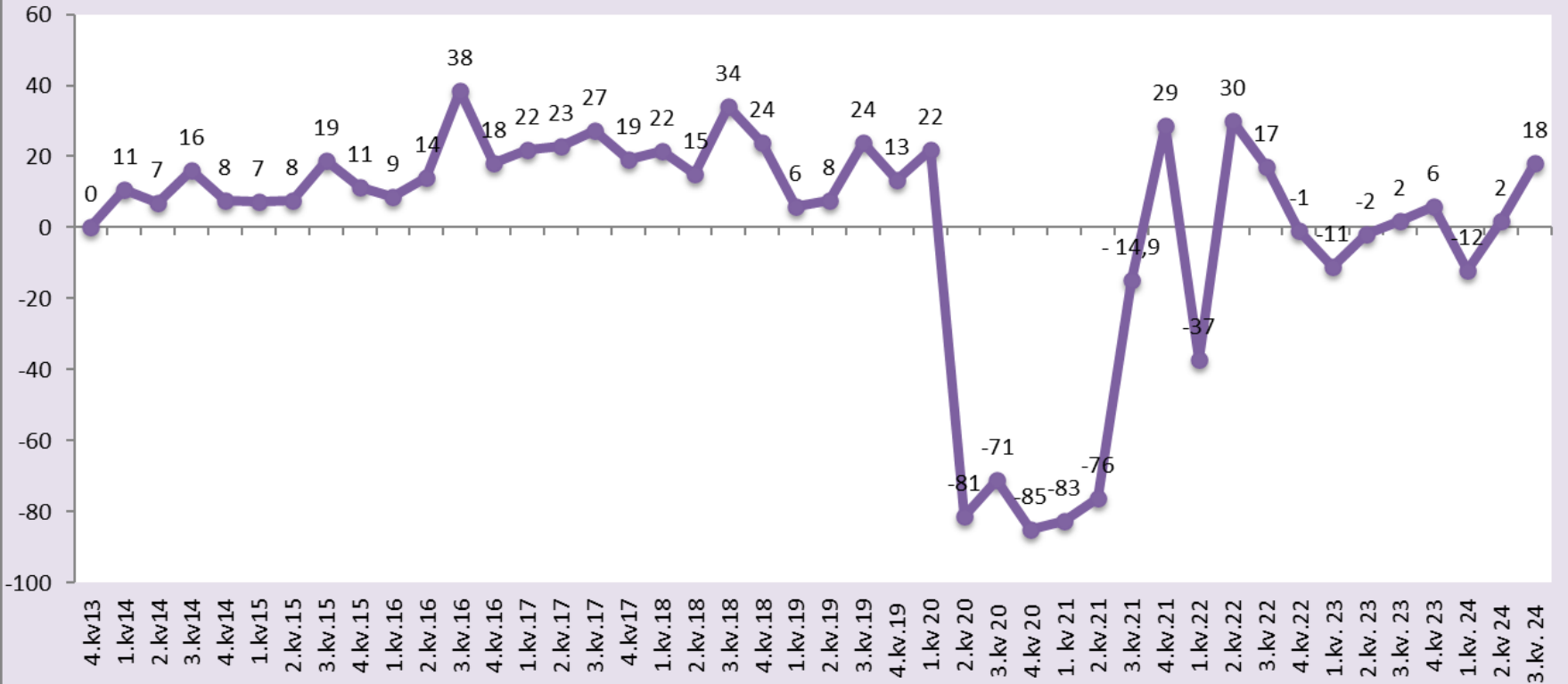


\*Tallene er uvektede og ikke sesongjusterte.

Kilde: NHOs medlemsundersøkelse

## MARKEDSITUASJONEN NÅ

Grafen viser differanse mellom bedrifter med positiv og negativ markedsvurdering

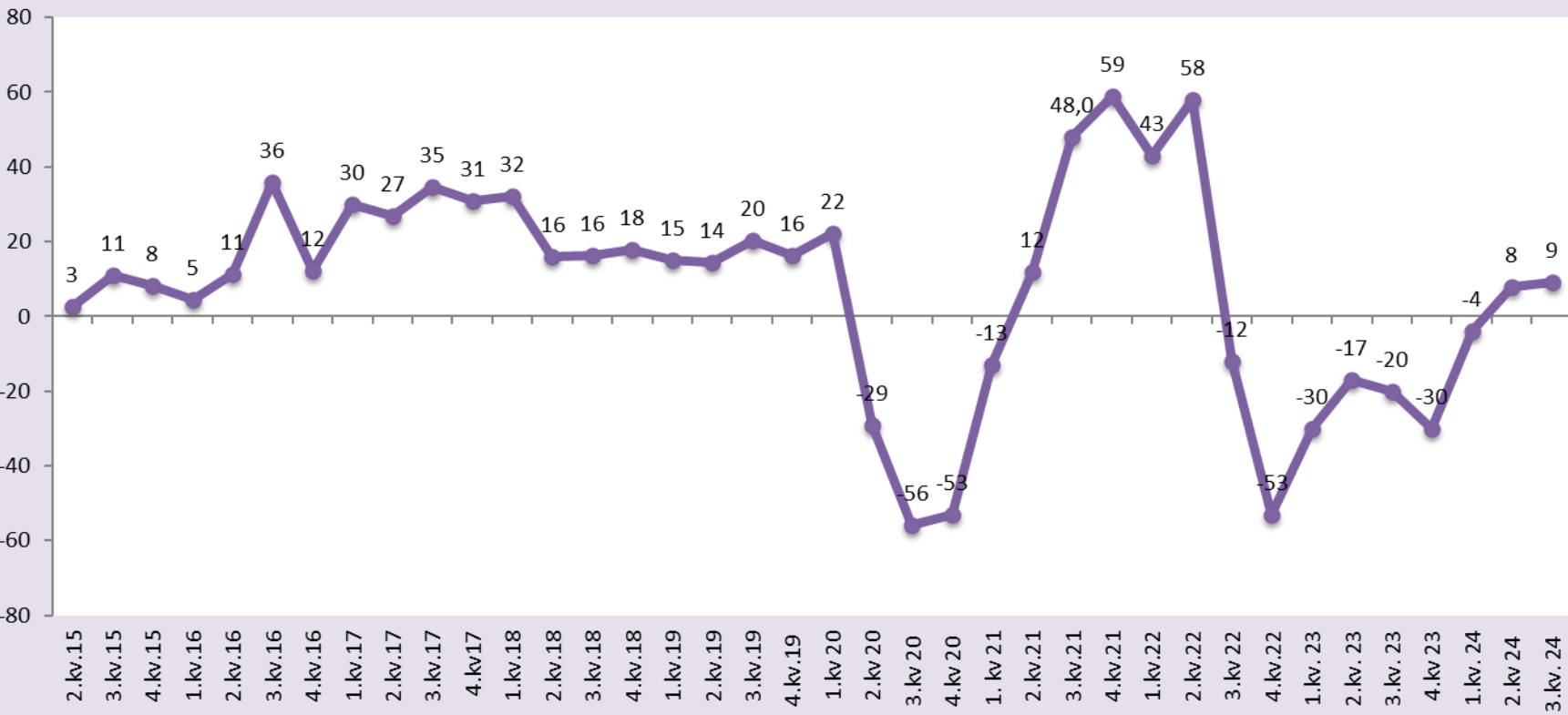


87% mener den generelle markedsituasjonen er uendret eller god (31 % god)

83 % mener  
markedsutsiktene er  
uendret eller gode  
(27 % tror på  
bedre utsikter)

### Markedsutsikter utsikter de neste 6-12 mnd

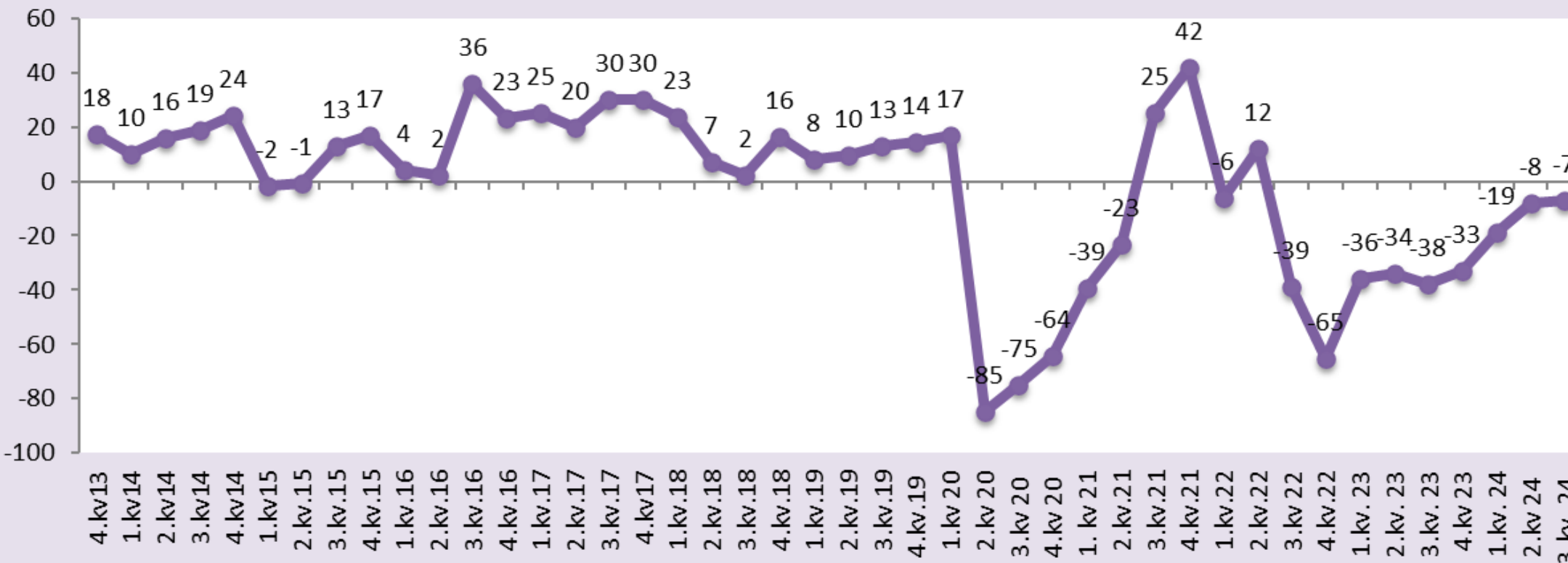
Grafen viser differanse mellom bedrifter med positiv og negativ markedsvurdering



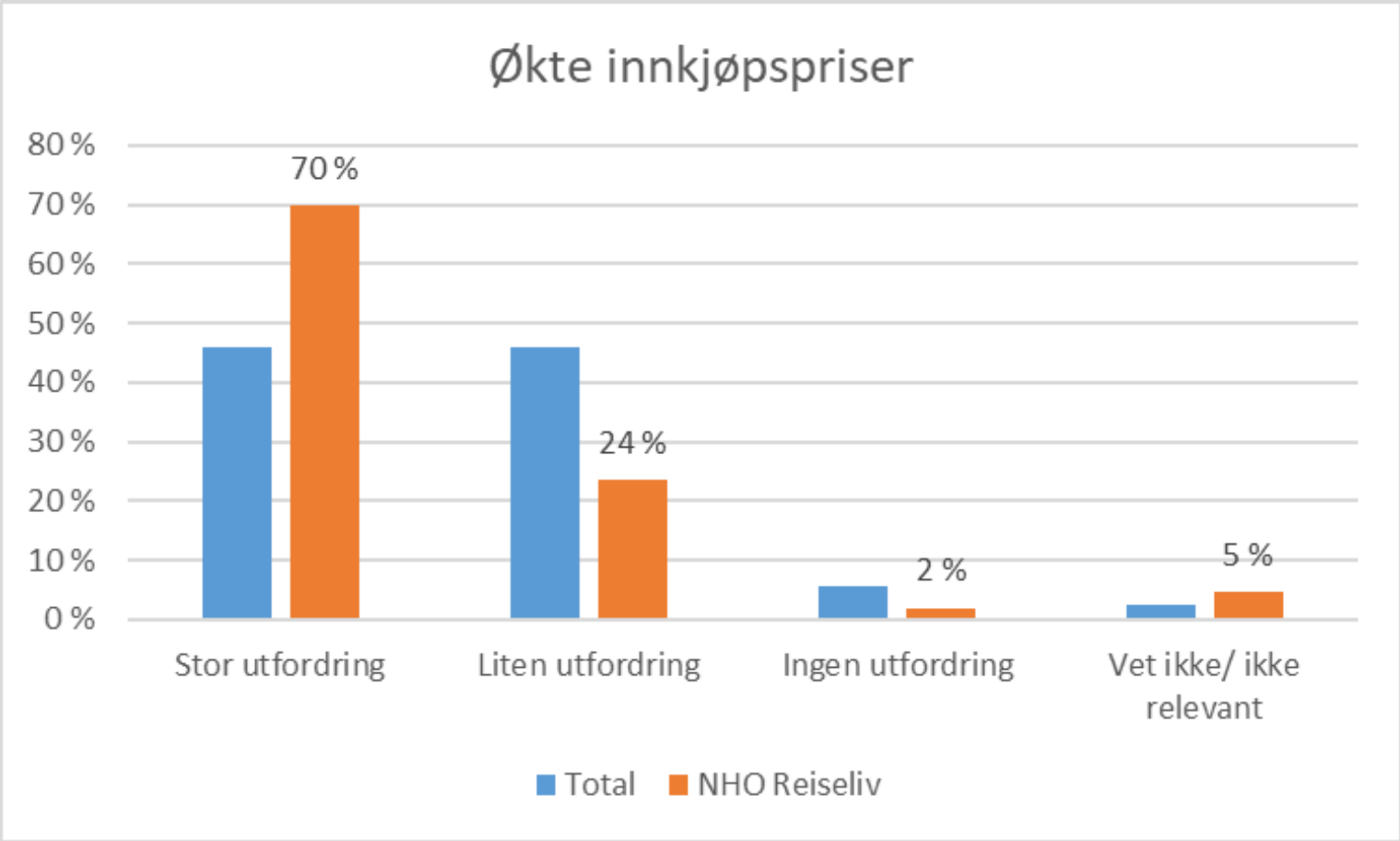
69 % tror på uendret eller bedre driftsresultat (25 % tror bedring)

## Driftsresultatutsikter utsikter de neste 6-12 mnd

Grafen viser differanse mellom bedrifter med positiv og negativ driftsresultatsvurdering

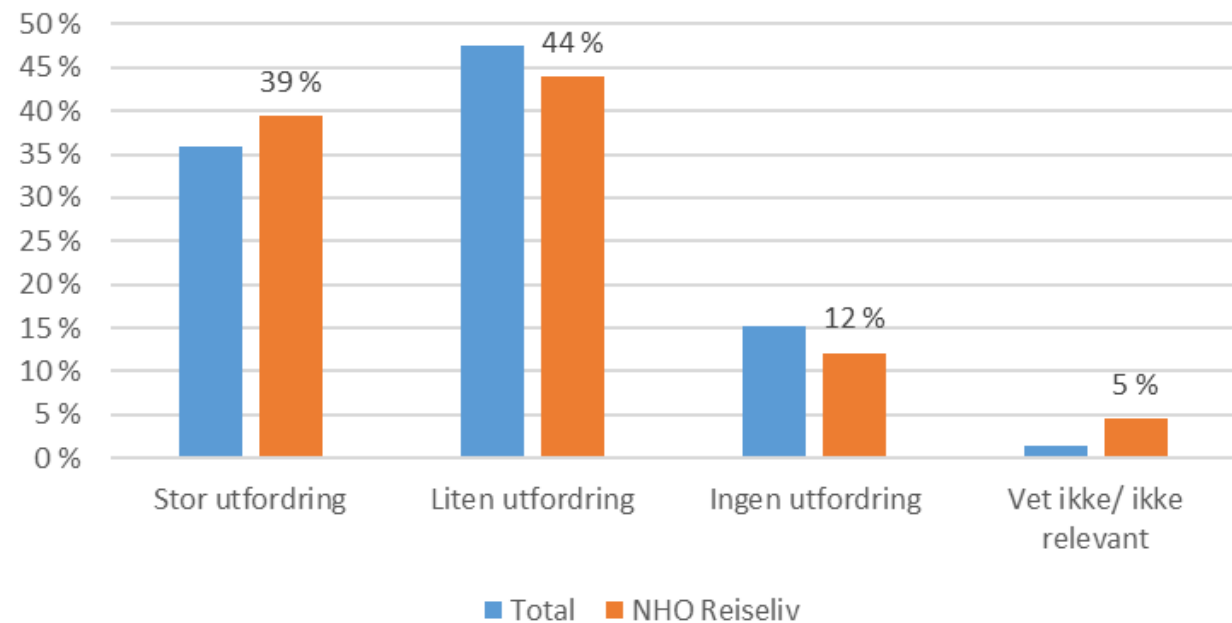


# Økte innkjøpspriser er den soleklart største utfordring

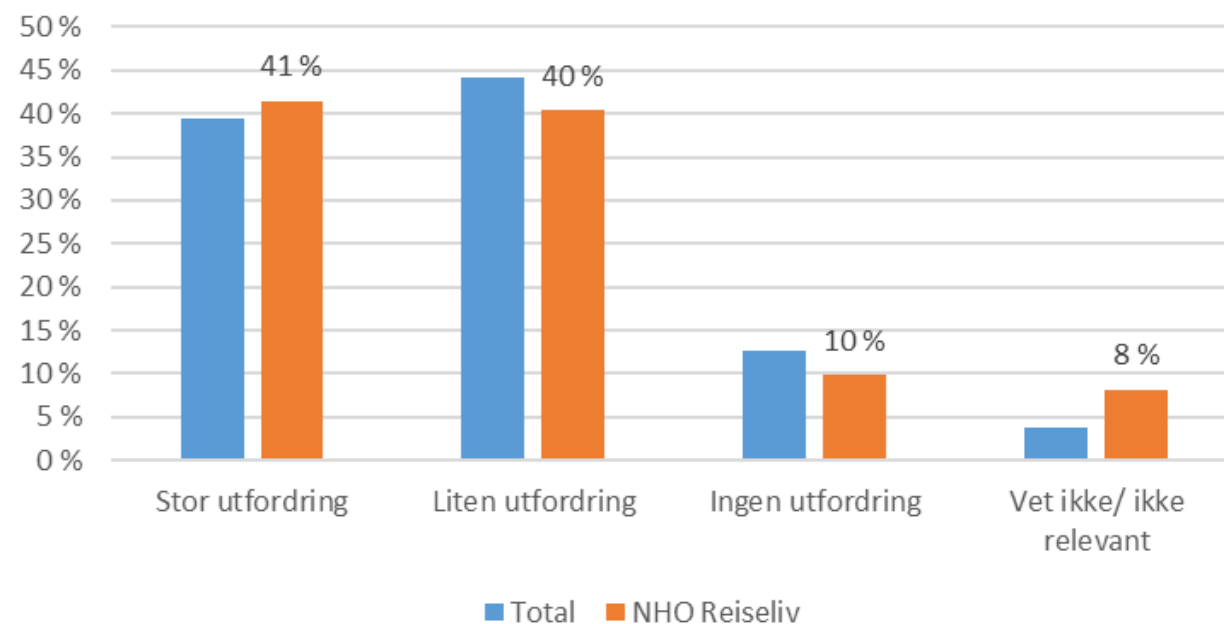




### Manglende tilgang på kvalifisert arbeidskraft

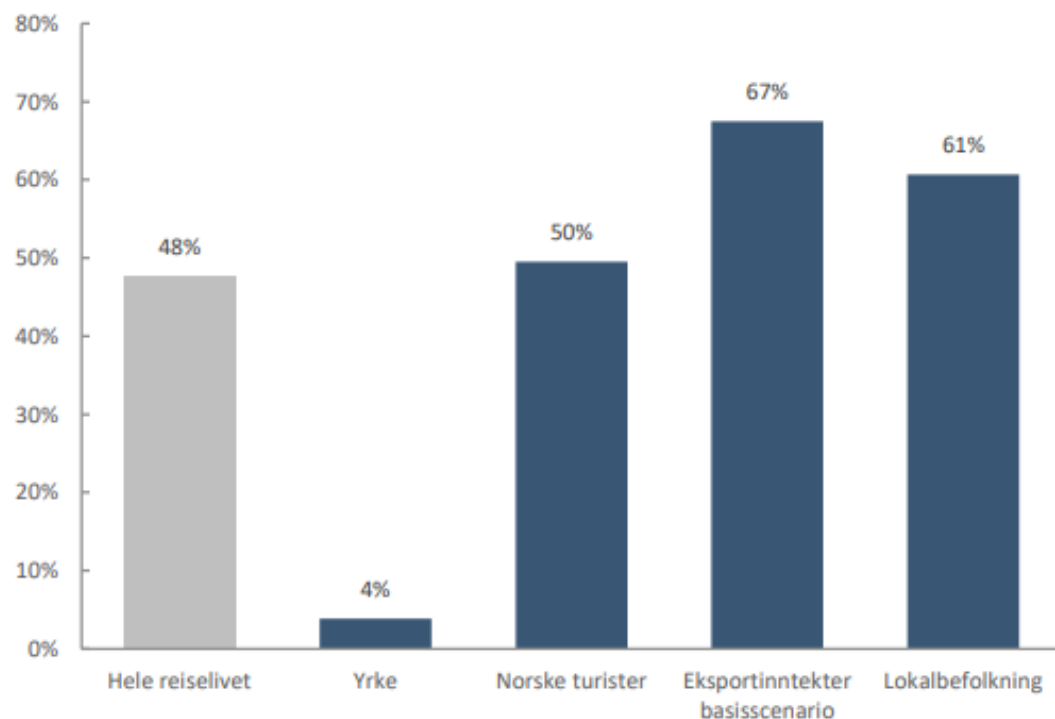


### Lite forutsigbare rammebetingelser



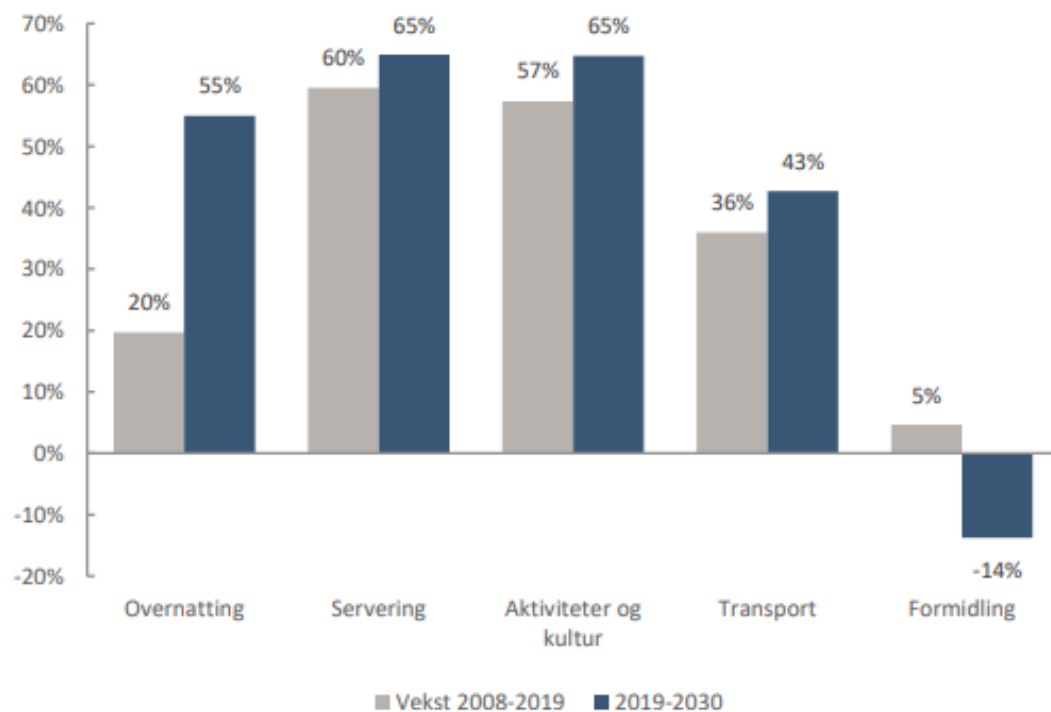
## Mot 2030: Utenlandsmarkedet vil vokse aller mest

Forventet prosentvis vekst innen **fire kundesegmenter** fra 2019 til 2030. Vekst målt i faste 2023-kroner. Kilde: Menon Economics



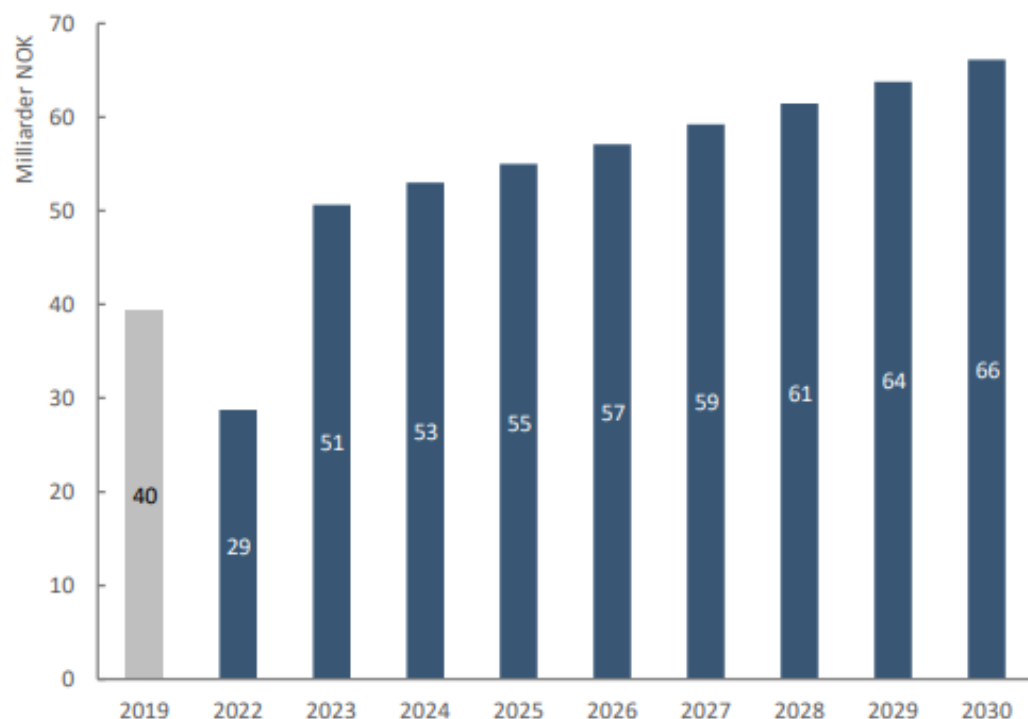
## Mot 2030: Høyest vekst i servering og aktiviteter/kultur

Prosentvis vekst i **fem reiselivsbransjer** fra 2008-2019 og forventet vekst 2019-2030. Vekst målt i faste 2023-kroner. Kilde: Menon Economics



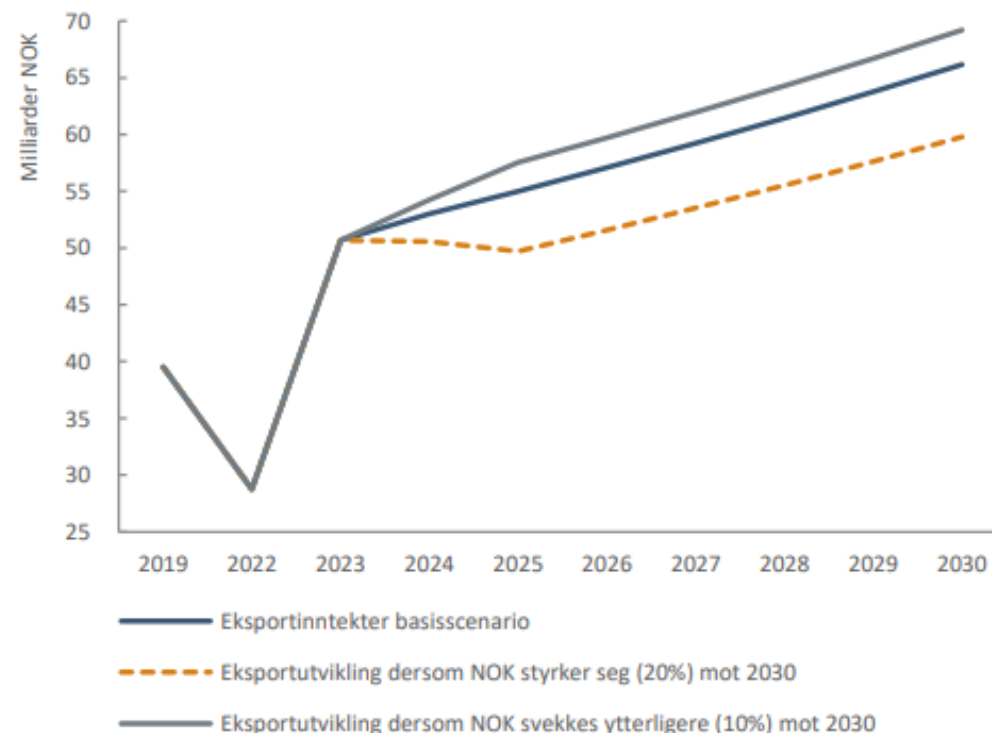
## Vi anslår at eksporten vil vokse med 67% til ca 66 milliarder kroner i 2030

Forventet vekst i norsk reiselivseksport fra 2019 til 2030. Faste 2023-kroner.  
Kilde: Menon Economics



## 10% svekket krone: 69 mrd NOK 20% styrket krone: 59 mrd NOK

Forventet eksportvekst fra 2019 til 2030 i faste 2023-kroner ved tre alternative valutakurs-scenarier. Kilde: Menon Economics



# Nye rapporter dokumenterer næringens betydning

## Destinasjonsanalyser mot 2030

(Viktig med lokale tall/fakta i møter med politikerne)

1. Stor-Oslo
2. Hallingdal
3. Bergen-regionen + minianalyse for Nordfjord
4. Sørlandskysten
5. Innlandet: Gudbrandsdalen inkl Lillehammer (+ en minianalyse på Mjøsregionen)
6. Trøndelag inkl Tronedheim
7. Nordland (+ 6 minianalyser: Bodø, Helgeland, Lofoten, Salten, Vesterålen, Narvik,)
8. Troms
9. Finnmark

Camping i Norge  
verdiskaping og  
ringvirkninger



UTENDØRS OPPLEVELSER I NORGE: EN  
VERDISKAPINGS- OG RINGVIRKNINGSANALYSE





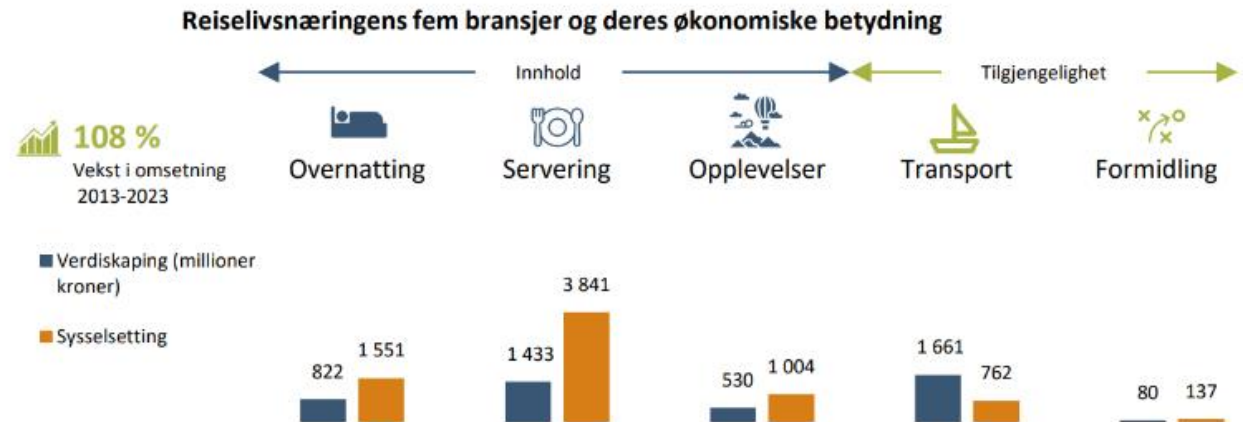
# SØRLANDSKYSTEN

I denne analysen kartlegges reiselivet på Sørlandskysten fra to perspektiver. Vi kartlegger først **markedsperspektivet**, hvor man identifiserer tilreisende og måler deres forbruk fordelt på ulike vare- og tjenestetyper. Identifisering av ulike typer gjestedøgn med tilhørende forbruk står sentralt i dette perspektivet. Analysen omfatter tilreisende til Sørlandskysten, og inkluderer ikke lokalbefolkning som reiser innad i regionen. Videre vurderer vi reiselivet med et **næringsperspektiv**, hvor vi identifiserer bedrifter innen overnatting, servering, opplevelser, transport og formidling, og måler deres økonomiske aktivitet.

## Markedsperspektivet (2023)



## Næringsperspektivet (2023)



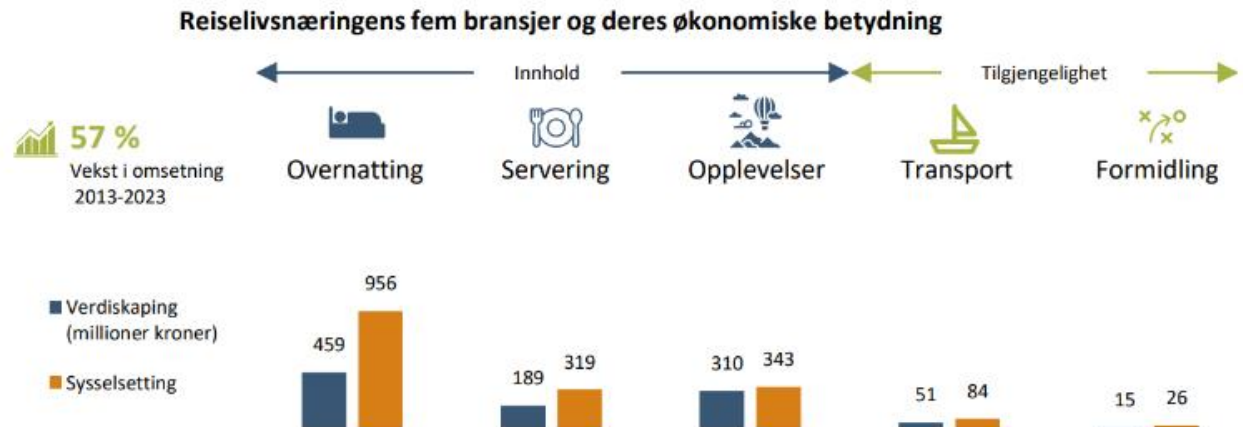
# HALLINGDAL

I denne analysen kartlegges reiselivet i Hallingdal fra to perspektiver. Vi kartlegger først **markedspektivet**, hvor man identifiserer tilreisende og måler deres forbruk fordelt på ulike vare- og tjenestetyper. Identifisering av ulike typer gjestedøgn med tilhørende forbruk står sentralt i dette perspektivet. Analysen omfatter tilreisende til Hallingdal, og inkluderer ikke lokalbefolkning som reiser innad i regionen. Videre vurderer vi reiselivet med et **næringsperspektiv**, hvor vi identifiserer bedrifter innen overnatting, servering, opplevelser, transport og formidling, og måler deres økonomiske aktivitet.

## Markedspektivet (2023)



## Næringsperspektivet (2023)



# Statsbudsjettet 2025: - Svakt budsjett for reiselivet

[Politikk](#)

Publisert 07.10.2024



Foto: Skjerm bilde fra stortinget.no

- Vi ser få spor av regjeringens såkalte store ambisjoner for reiselivet i dette budsjettet, men det er positivt at de vil øke støtten til arbeidsmarkedstiltak.



# Reiselivet frykter en ny hotellskatt

Politikk

Publisert 03.10.2024



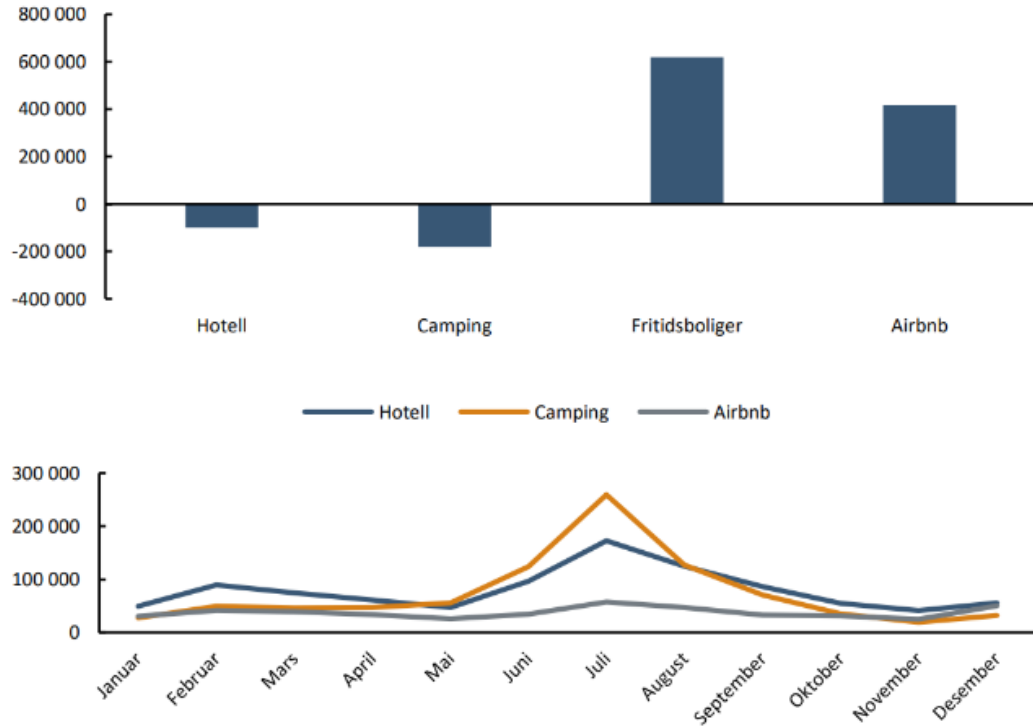
Snow-konferansen 2024. Foto: NHO Reiseliv

**Signaler fra regjeringen om en ny hotellskatt gjør reiselivet svært bekymret. - Mer skatt kan ikke være regjeringens løsning på alle problemer. En hotellskatt vil svekke eksportsatsingen på reiselivet.**

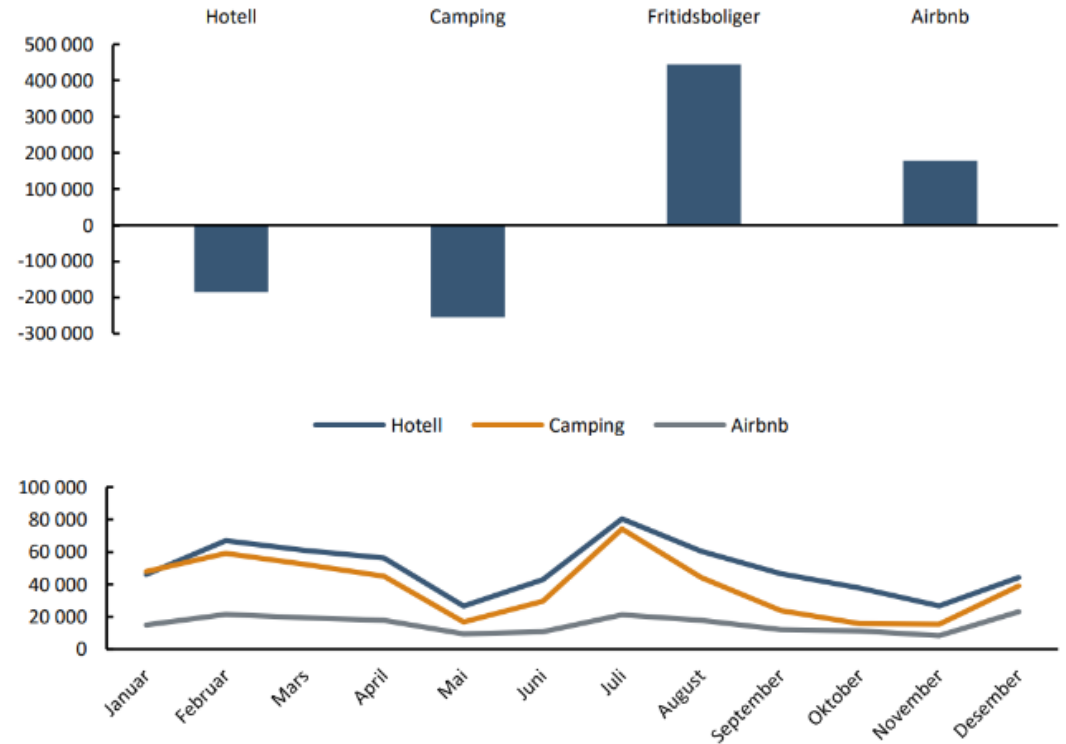
Virkninger på visitselskap?



Endringen i antall gjestedøgn mellom 2016 og 2023 fordelt på segment (øverst) og sesongprofil per segment i Gudbrandsdalen i 2023 (nederst). Kilde: SSB og AirDNA



Endringen i antall gjestedøgn mellom 2016 og 2023 fordelt på segment (øverst) og sesongprofil per segment i Hallingdal i 2023 (nederst). Kilde: SSB og AirDNA





# Reiselivets drømmekapittel

Ole Michael Bjørndal



# NHO Reiseliv med klar politisk bestilling til politikerne

Politikk

Publisert 11.09.2024



Kommunikasjonsdirektør i NHO Reiseliv, Merete Habberstad, presenterer under et politikermøte i Stryn. Foto: NHO Reiseliv

For å styrke reiselivsnæringens posisjon i forkant av stortingsvalget 2025 har NHO Reiseliv planlagt en rekke møter med politikere høsten 2024.

Del denne siden:



Ole Michael Bjørndal • You  
Specialist Director The Norwegian Hospitality ...  
1w •

Oktober skuffer ikke hva gjelder travle dager/ October doesn't disappoint when it comes to a tight schedule 📅📅. Startet forrige fredag med høring i finanskomiteen på Stortinget og presenterte **NHO Reiseliv** viktigste momenter til årets statsbudsjett. [https://lnkd.in/d6HDra\\_z](https://lnkd.in/d6HDra_z)

Så mandag i Drammen sammen med **Audun Pettersen** og en gjeng destinasjonsselskaper fra hele Østlandet om eksportarbeidet og besøksbidrag. Tirsdag på Stortinget med medlemsbedrifter fra Nordland, Troms og Finnmark og så onsdag til fredag på **HOTREC - Hotels, Restaurants & Cafés in Europe** General Assembly in lovely Warsaw, where several good discussions on sustainable tourism were held. Grateful for an exciting job, and at the same time happy that not

🌍 55

2 comments

👍 Like 💬 Comment 🔄 Repost 📩 Send

📊 1,592 impressions

View analytics



Add a comment...



# Dette er saker der NHO Reiseliv vil slåss for gjennomslag i stortingsperioden 2025 – 29:

- **Sikre norsk eierskap.** Den særnorske formueskatten på arbeidene kapital må fjernes, slik at norsk eierskap ikke fortrenses til fordel for utenlandske reiselivsgiganter.
- **Reiseliv som eksportnæring.** Gjennomføre eksportsatsingen på reiseliv med tiltakene som er foreslått i eksportstrategien inkludert økt støtte til markedsføring.
- **God besøksforvaltning.** Besøksbidrag må utformes treffsikkert, og ikke ramme det vi ønsker mer av - som overnatting på hotell og camping. Norge har i snitt 45 prosent ledig overnattingskapasitet på hotell. Opplevd overturisme er i stor grad tilknyttet vekst i cruise og bobilturisme. Lokale myndigheter må derfor sette grenser i forhold til lokal tåleevne. **Besøksbidrag må unntas overnatting på hotell og camping** og innrettes mot cruise og villcamping.
- **Innfør registreringsplikt på korttidsutleie** så kommunen får oversikt over volum av slike utleieenheter i egen kommune, og hvor stor del av det lokale utleiemarkedet dette utgjør.
- **Sikre norsk matkultur.** Restaurantene er en viktig del av et sosialt levesett, fremmer lokale produkter og skaper mange arbeidsplasser. Serveringsmomsen må derfor settes til samme nivå som take away-momsen (15 prosent). Alkoholavgiftene må harmoniseres mot svensk nivå.
- **Flere i jobb.** Reiselivet er en sysselsettings- og inkluderingsmotor, som kan tilby meningsfulle jobber til mange flere. Ordningene i NAV (arbeidsmarkedstiltakene) må tilpasses dette. Reiselivet har også ulike behov for personell gjennom året. For mange reiselivsbedrifter er det derfor viktig at de sikres adgangen til å leie inn fra bemanningsforetak for arbeid av midlertidig karakter.
- **Flere faglærte.** Reiselivet vil trenge mer faglært arbeidskraft i årene som kommer, ikke minst kokker og servitører. Fagutdanningen må derfor styrkes, og lærlingtilskuddet må pris- og lønnsjusteres årlig.
- **Gjennomgå regelverket for alkoholreklame** for enklere vilkår for serveringsstedene.
- **Sikre tilgjengeligheten.** Kollektivtransport må bli bedre tilpasset brukerne, både fastboende og tilreisende, samtidig må flybransjen i Norge ha konkurransedyktige rammebetingelser sammenliknet med våre naboland.
- **Leiebilbransjen** må, på lik linje med leasing, få momsfritak på korttidsutleie av elbil. Bransjen må også få like regler for tilbakeføring av moms, slik som foreslått for drosje.
- **Bedre og samordnede tilsyn.** Kontroll med reiselivet er viktig, men tilsyn må skje risikobasert og samordnet slik at belastningen på bedriftene står i forhold til gevinstene.

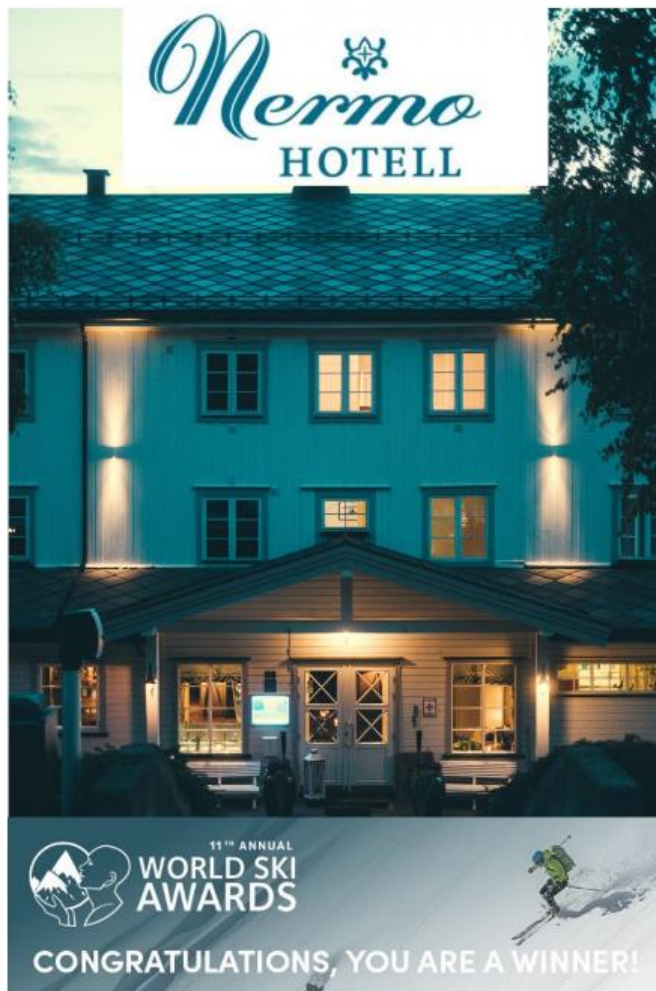


Kjenner du en politiker som  
bør få høre dette? Rop ut!



# Skatter og avgifter

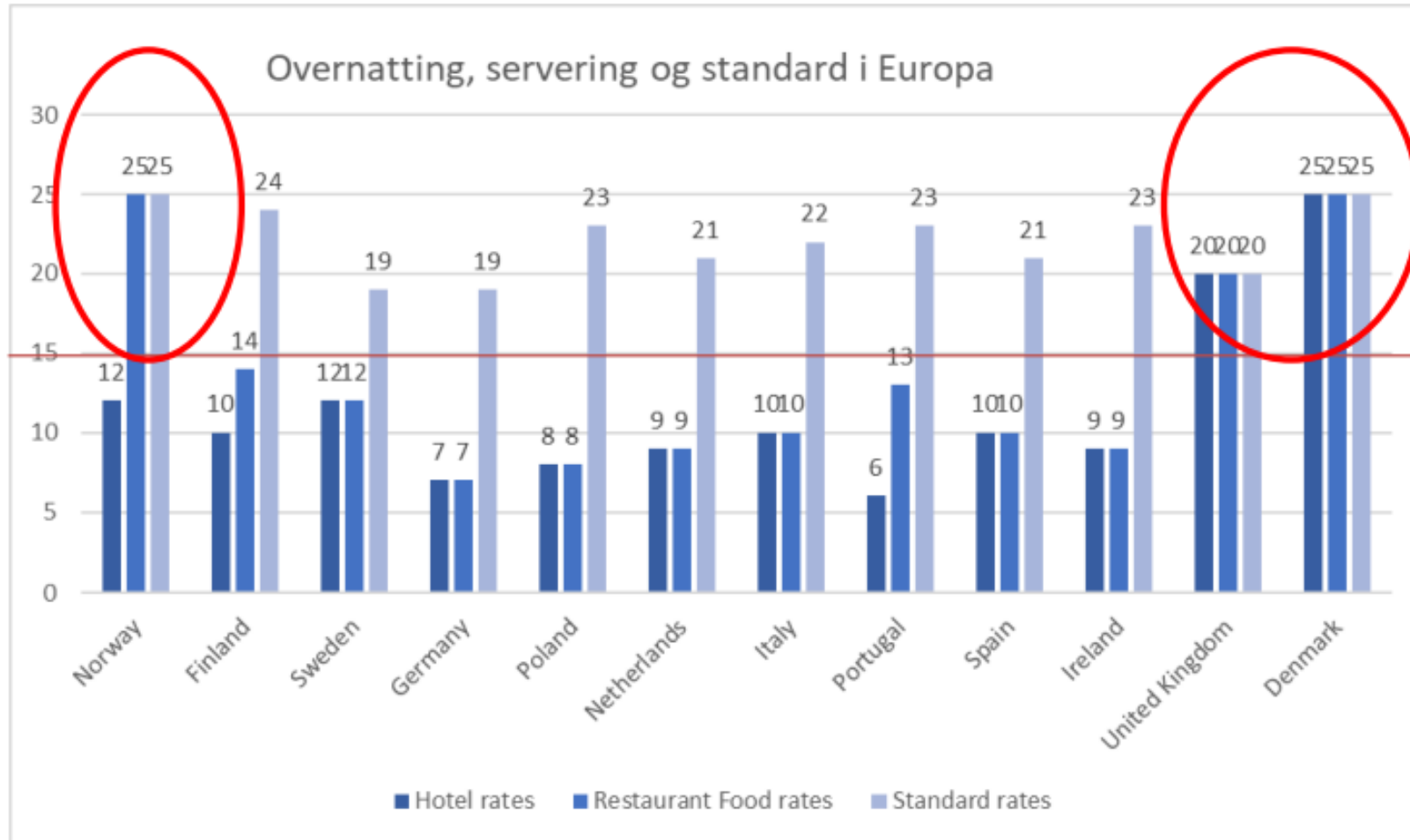
- Formueskatt
- Moms på overnatting
- Serveringsmoms



«Vi kan ikke risikere at norske reiselivsperler blir solgt til utlandet fordi vi har et skattesystem som straffer norsk eierskap.»

5. Generasjons  
hotelleier  
Johannes Nermo

# Norge er allerede i Europatoppen for høy moms



Figur 1 Merverdiavgift på overnatting og servering i Europa.

Det er hevet over enhver tvil at konkurransesituasjonen til norsk reiselivsnæring vil bli betydelig forverret om forslaget til MVA-økning som ligger i NOU 2022:20 blir gjennomført.

# Mer fleksible regler for alkoholreklame



Eksempel på ulovlig alkoholreklame



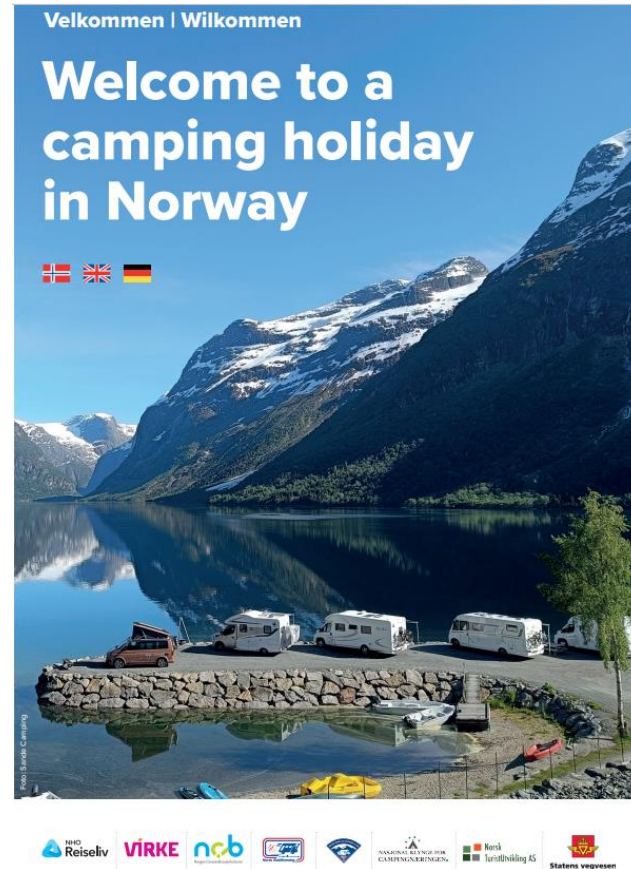
# Bærekraftig besøk – krever treffsikre løsninger

- Bra for de som bor – er bra for de som besøker
- Bobil, cruise og Airbnb
- Evt. Turistkatt-forsøk må være treffsikkert
- Nei til turistkatt på hotell



# Gode råd om overnatting til gjestene

- Norges Caravanbransjeforbund
- Bobilforeningen
- Norsk Bobil og Caravan Club
- Virke
- NHO Reiseliv
- Norsk Turistutvikling



## CAMPINGVETTREGLER

### 1. Bruk campingplasser og tilrettelagte bobilplasser der du kan.

Det er trygt. Å bruke campingplasser og å handle hos lokale aktører bidrar til en mer bærekraftig reising og til opprettholdelse av lokalsamfunn.

### 2. Ta hensyn ved fricamping.

Langtidsopphold på rasteplasser er ikke ønskelig, men det kan være behov for å stoppe og sove en enkelt natt. Husk på at det må være minst 150 meter fra bebyggelse. Unngå privat eiendom og dyrket mark, og ikke kjør i terreng. På grunn av trafikksikkerheten skal det ikke parkeres på møteplasser langs smale veier. Vis hensyn til omgivelsene. Plikten til å ferdes spurløst og ikke gjøre skade på terrenget eller forstyrre dyrelivet gjelder alltid.

### 3. Unngå forsøpling.

Ikke legg igjen noe avfall i naturen eller på bakken. Kast avfall i søppelkasser. Bruk tømmestasjoner for tømming av toaletter og spillvann.

### 4. Respekter skilting.

Dersom det er satt opp skilt med parkering eller overnatting forbudt for camping, bobil eller campingvogn, så må dette respekteres.

### 5. Hold 4 meter avstand mellom enheter ved overnatting.

Parker med 4 meter avstand til neste kjøretøy eller enhet når du overnatter pga. brannsikkerhet.



# Brev til kommunene

«Villcampere» er de som parkerer bobiler, campingvogner og telt ulovlig i naturen, mens fricampere parkerer lovlig på rasteplasser og andre lignende steder hvor parkering i prinsippet er tillatt.

Hvilke tiltak kan kommunen gjennomføre?

Vi gjør oppmerksom på at kommuner har mulighet til å sette opp ulike skilt som kan bidra til at flere overnatter på campingplasser eller andre tilrettelagte bobilplasser/overnattingssteder.

Etter Frilufsloven § 16 har kommunen anledning til å lage en lokal/kommunal forskrift og sette opp camping forbudt-skilt i særlig utsatte områder.

Lillehammer, 4. mars 2024

## **Anmodning om tiltak vedr. fricamping/villcamping og bobilparkering**

Antall bobilturister har økt merkbart de siste år over hele landet. Bobilene bidrar med lokal verdiskaping i form av handel og kjøp av tjenester hos lokale næringsaktører. Men antall bobilturister som parkerer eller camper utenfor campingplasser har også økt. Noen steder har omfanget av bobiler, og til dels telt og campingvogner, ført til forsøpling, trengsel og parkering på områder som ikke er beregnet for dette formålet.

Flere kommuner og grunneiere har satt søkelys på dette de siste år. Kommuner kan iverksette enkle tiltak for å kanalisere trafikken og parkeringen til områder man ønsker denne type aktivitet til. Dette vil bidra til å redusere miljøbelastningen og andre uønskede effekter fra «villcamping», og i stedet øke verdiskapingen og bidra til å styrke lokale arbeidsplasser og sikre allmennhetens adgang til områder.

Nasjonal klynge for campingnæringen samt Campingnettverk i Troms og Finnmark er frivillige klynger for ca. 60 campingbedrifter fra hele landet. I fellesskap arbeider vi for kompetanseheving, økt kvalitet og en bærekraftig utvikling av næringen. Klyngenes 60 bedrifter står bak dette brevet.

# Reiselivet som sysselsettings- og inkluderingsmotor

- Større fleksibilitet rundt NAVs arbeidsmarkedstiltak (lenge nok og mange nok, mindre byråkratisk)
- Forenklet søknadsprosess av arbeidssøkere fra tredjeland - (erfaring er kompetanse!)
- Oppheve innleiebegrensninger





## Utdanningspolitikk

- Reiselivet er i vekst – trenger flere faglærte i alle aldre (Fagbrev på jobb)
  
- Gjeninnføre muligheten til å etablere og drive videregående yrkesfaglige friskoler (som norsk restaurantskole) - Fagskole for camping er godkjent utdanning – trenger flere tilbydere av slike skoler

# Grønne transportløsninger

- Lettere å reise grønt og kollektivt
- Løyver (eksempel på mangel på taxi på bygda)
- Bilutleie (mer el)
- Kollektivtransport (planlegging – korresponderer og er i samme app)



# Eksportsatsing reiseliv

Ligger til behandling i NFD hos næringsministeren

NFD har nå publisert Reiseliv eksportsatsingen (rapporten) på Hele Norge eksporterer

Norgesprofilering - Det skal jobbes videre med kunnskapsgrunnlaget før videre behandling i Eksportrådet.

## Forslag til nasjonal eksportsatsing **REISELIV**



Til næringsminister Cecilie Myrseth

Fra Nasjonalt eksportråd



**29.04.  
2024**

**- Reiseliv ligger hjertet mitt nært**

Publisert 27.05.2024



## Tre ledd i eksporttiltakene

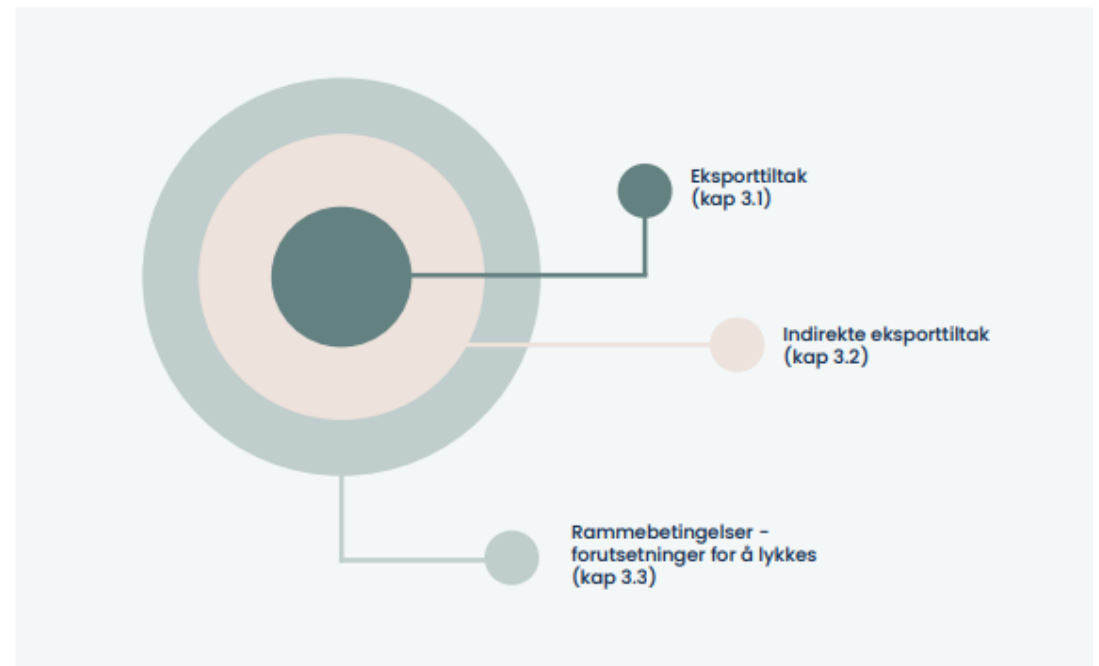
- For å lykkes med de direkte eksporttiltakene er det flere forutsetninger som bør være på plass
- indirekte eksporttiltak
- og rammebetingelser.

# 3.0

## Nasjonalt eksportråd sine råd, anbefalinger og tiltak

Nasjonal eksportsatsing på reiseliv er basert på innspill fra et bredt spekter av reiselivsaktører (se vedlegg 5.2) og er strukturert slik:

Figur 8: Nasjonal eksportsatsing reiseliv – Struktur





## Eksport-tiltak & budsjett - vedl 4

Nr	Kap	Tiltak	Mål	2024 (aug) MNOK	Årlig 2025-30 MNOK	Bedrifts-bidrag	Ansv
1	4.4.2	3-årige satsinger i utvalgte segmenter og markeder – suksessiv utrulling.	Tettere samarbeid reiseliv+IN. -effektiv bruk av off.+ private midler. - felles målekriterier. -næringen innflytelse på strategi, utvikling og gjennomføring.	5	10	Valg mht prisnivå i felleskampanje. + markedsføring egen bedrift.	IN +deltake rbedrifte r
2	4.4.3	Risikoavlastning for internasjonale kongresser og arrangement i Norge	Øke ant. Internasj. kongresser/arr. i N. Verdiskaping fra 1 milliard kr/ år til 2 milliarder kr/ år innen 2030.	10 (engangs garanti-ramme i søkefasen)	3 (ramme)	Egeninnsats	IN
3	4.4.4	Kompetanseprogram for flere eksportmodne reiselivsbedrifter	Økt kunnskap om hva som kreves for eksport.	4 mill NOK	6 (kurs 1+ Global Growth 5)	Deltakeravgift. Global Growth: pt 25.000 kr + reise//opphold/ timeforbruk	IN
4	4.4.5	Norges-spesialistprogram	Økt ant. norske reiselivsprodukter og reisemål tilgjengelig hos internasjonale reisearr. + markeds plasser	2,5	5	Egeninnsats fra næringen	IN

## Indirekte eksporttiltak (kap 4.3)

1. Bedre koordinering av reiselivspolitikken (departementsstrukturen)
2. Gjennomgang av bedriftsrettede virkemidler i reiselivet
3. Konkurransedyktig filmsentivordning
4. Bedre reisemålsutvikling
5. Reiseliv for alle
6. Nasjonal cruisestrategi
7. Team Norway (ute) + VMA hjemme – bedre koordinering av næringsfremmearbeidet
8. Etablere nasjonal monitor for reiselivsnæringen – innsikt om utviklingen + prognoser

## Rammevilkår - forutsetninger for å lykkes (kap 4.2)

- 4.2.1 Merverdiavgiften og reiselivet
- 4.2.2 Formuesskatten
- 4.2.3 Luftfartens betydning og viktigheten av like konkurransevilkår
- 4.2.4 Online travel agents
- 4.2.5 Korttidsutleie på digitale plattformer
- 4.2.6 Markedsføring
- 4.2.7 Fellesgodefinansiering
- 4.2.8 Flexibilitet i arbeidslivet
- 4.2.9 Bemanningssituasjonen i norsk reiseliv
- 4.2.10 Flexible åpningstider
- 4.2.11 Klimatiltak, EUs kvotesystem og nasjonale klimaavgifter
- 4.2.12 Reduserte klimautslipp og sømløse overganger
- 4.2.13 Grønn mobilitet
- 4.2.14 Bedre interdepartementalt samarbeid for reiselivsnæringen

Takk for meg  
[omb@nhoreiseliv.no](mailto:omb@nhoreiseliv.no)