

Nøkkeltall om norsk turisme

2024



© Innovasjon Norge / Christine Baglo, Visit Norway

Innhold

| | | |
|-----------|--|----|
| 01 | Innledning og nøkkeltall | 3 |
| 02 | Turismens betydning for Norge | 8 |
| 03 | Internasjonal turisme og Norges andel | 15 |
| 04 | Det norske reiselivsåret 2023 | 22 |
| 05 | Kommersielle overnattinger | 36 |
| 06 | Kjennetegn ved de ferierende | 55 |
| 07 | Miljøhensyn og Merket for Bærekraftig reisemål | 65 |
| 08 | Cruiseturisme og Norges andel | 69 |
| 09 | Nordmenns ferievaner | 79 |
| 10 | Arrangementsturisme | 83 |
| 11 | Internasjonale møter/kongresser | 88 |
| 00 | Kort om Innovasjon Norge | 93 |
| 00 | Definisjoner | 94 |

01

Innledning og nøkkeltall



Reiselivsåret 2024

– Et år preget av vekst og sesongutjevning

2024 var et år preget av en god vekst målt i antall overnattinger og turismeforbruk. Ifølge estimater ble det registrert 103,9 millioner overnattinger og et totalforbruk på 145,5 milliarder kroner fra norske og utenlandske ferie- og forretningsreisende. Majoriteten av veksten kom fra feriereisende, som på lik linje med året før, var motoren i veksten. I tillegg kommer cruiseturismen, der tall fra Kystverket viser at 1,5 millioner internasjonale cruiseturister besøkte Norge. Med et gjennomsnitt på fire havneanløp per turist, tilsvarer dette nærmere 5,9 millioner cruiseovernattinger langs norskekysten. Norges andel av den globale cruiseturismen utgjorde dermed 4,3 prosent, mens andelen av den landbaserte internasjonale turismen har holdt seg stabil på 0,5 prosent over flere år.

2024 ble året internasjonal turisme tok seg opp

Mens 2023 var året norsk reiseliv var tilbake til et pre-pandeminivå, ble 2024 året da internasjonal turisme tok seg opp og lå kun én prosent bak toppåret 2019. Det er derimot regionale forskjeller. Mens innreisen til et europeisk land lå én prosent over, lå innreisen til et asiatisk under. Det gjør også utreisen fra Asia.

Denne utviklingen gjenspeiles også i tallene for Norge. USA er det eneste oversjøiske markedet som har hatt vekst i antall overnattinger sammenlignet med 2019. Økningen har vært stor at USA nå er Norges nest største utenlandsmarked, kun slått av Tyskland – som fortsatt er det største både i antall overnattinger og i økonomisk bidrag.

Stor tilvekst i overnattinger som faller utenfor den offisielle statistikken

I estimatene på antall overnattinger ligger både alle overnattinger som er en del av den offisielle statistikken til Statistisk sentralbyrå (SSB), data fra Hurtigruten og Havila, og alle andre overnattinger som faller utenfor den offisielle statistikken. Disse



God vekst gjennom året

Norge har hatt en sammenhengende månedlig vekst fra utlandet siden april 2023 og god tilvekst utenom høysesongen. Denne utviklingen har bidratt til at andelen utenlandske kommersielle overnattinger i sommersesongen har gått ned fra 60 prosent i 2019 til 55 prosent i 2024.

blir fanget opp i Turistundersøkelsen. Datagrunnlaget fra Turistundersøkelsen fra 2024, viser på lik linje med 2023, en betydelig økning i antall utenlandske turister som overnatter i bobil eller telt, både på og utenfor campingplasser, samt en større andel som overnatter i leide private hjem og hytter. Mens andel hotellovernattinger har gått noe ned. Det er fordi gjennomsnittlig oppholdslengde er betydelig lengre blant dem som leier privat og/eller reiser rundt i bobil, enn blant dem som har en hotellferie.

Det gjør også at andelen som bruker fly på feriereisen i Norge har gått betydelig ned fra 2019, det samme har andelen som reiser med buss og tog. Det skyldes primært at det er en større andel av turistene som kommer fra Tyskland, Nederland, Belgia, Sveits og Østerrike som kommer til Norge med egen bil, og en mindre andel som kommer fra Asia og land utenfor Europa. Det store flertallet er fornøyd med norgesferien og anbefaler gjerne Norge som reisemål til andre.

Nordmenn fortsetter å utforske sitt eget ferieland

Etter pandemien har reiselivsnæringen i mange land opplevd en kraftig vekst i innenlandsreiser – og Norge er intet unntak. Ifølge SSBs reiseundersøkelse ble 2021, kanskje ikke overraskende, et rekordår med det høyeste antallet norgesferier noensinne registrert blant nordmenn og det fortsetter. I 2024 gjennomførte nordmenn hele 19,8 millioner feriereiser innenlands – en økning både fra rekordåret 2021 og hele 8,7 millioner flere enn i 2019. Og for andre år på rad i et normalår, bruker nordmenn over halvparten av sitt totale ferieforbruk på innenlands ferier.

Det kan sammenheng med at den norske kronen har svekket seg betraktelig siden 2019

Konkurranssekursindeksen, som måler Norges konkurranseevne, har økt fra 114 i 2019 til 131 i 2024. Det er en vekst på 15 prosent. Det betyr at det er langt dyrere for nordmenn og ferierer i utlandet, mens utenlandske besøkende her får desto mer igjen for pengene.

Norge har en god fordeling av førstegangsbesøkende og gjenbesøk

Ifølge Turistundersøkelsen var 46 prosent av de feriereisende i 2024 førstegangsbesøkende, og blant nordlysturistene var hele 62 prosent i Norge for første gang. Det å oppleve nordlyset er for mange «en gang i livet opplevelse». I den andre enden finner vi skituristene som kommer igjen år etter år, og kun tre prosent av de svenske skituristene var i Norge for første gang.

Les om dette og mer i brosjyren.

God leselyst!



Margrethe Helgebostad
Spesialrådgiver reiseliv/Oslo

© Innovasjon Norge / Astrid Waller

Mer informasjon og flere rapporter finnes på Innovasjon Norges nettsider for reiseliv:
visitnorway.no/innsikt

Nøkkeltall

| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | Endring siste periode |
|---|---------|---------|---------|------|-------|-------|-----------------------|
| Sysselsatte i reiselivsnæringen | | | | | | | |
| Antall sysselsatte reiselivsnæringen | 220 100 | 198 400 | 191 400 | n/a | n/a | n/a | -4 % |
| Turistkonsum i Norge etter konsumentgruppe (løpende priser). Tall i milliarder | | | | | | | |
| Totalt konsum | 194,3 | 129,8 | 147,8 | n/a | n/a | n/a | 14 % |
| Utenlandske turistenes konsum i Norge | 59,4 | 19,0 | 18,7 | n/a | n/a | n/a | -2 % |
| Norske husholdningers turistkonsum i Norge | 108 | 96 | 114 | n/a | n/a | n/a | 19 % |
| Norske næringers utgifter til forretningsreiser i Norge | 27,3 | 14,7 | 15,0 | n/a | n/a | n/a | 3 % |
| Reiselivsnæringens andel av BNP | 4,2 % | 3 % | 3 % | n/a | n/a | n/a | 0 % |
| Totalt turismeforbruk (ferie- og forretningsreisende) i Norge. Tall i milliarder | | | | | | | |
| Totalt forbruk | 124,9 | n/a | n/a | n/a | 134,6 | 145,5 | 8 % |
| Norske turister | 107,8 | n/a | n/a | n/a | 107,3 | 110,4 | 3 % |
| Utenlandske turister | 17,1 | n/a | n/a | n/a | 27,3 | 35,1 | 29 % |
| Forbruk fra feriereisende i Norge. Tall i milliarder | | | | | | | |
| Totalt forbruk | 84,6 | n/a | n/a | n/a | 90,2 | 90,4 | 0 % |
| Norske feriereisende | 70,0 | n/a | n/a | n/a | 65,1 | 60,4 | -7 % |
| Utenlandske feriereisende | 14,6 | n/a | n/a | n/a | 25,1 | 30,0 | 20 % |
| Forbruk fra forretningsreisende i Norge. Tall i milliarder | | | | | | | |
| Totalt forbruk | 40,4 | n/a | n/a | n/a | 44,4 | 55,1 | 24 % |
| Norske forretningsreisende | 37,9 | n/a | n/a | n/a | 42,2 | 50,0 | 18 % |
| Utenlandske forretningsreisende | 2,5 | n/a | n/a | n/a | 2,2 | 5,1 | 132 % |
| Alle overnattinger (ferie- og forretningsreisende) i Norge. Tall i millioner | | | | | | | |
| Totale overnattinger | 110,5 | n/a | n/a | n/a | 100,1 | 103,9 | 4 % |
| Norske turister | 99,2 | n/a | n/a | n/a | 81,8 | 84,4 | 3 % |
| Utenlandske turister | 11,3 | n/a | n/a | n/a | 18,3 | 19,6 | 7 % |
| Ferierelaterte overnattinger i Norge. Tall i millioner | | | | | | | |
| Alle ferieovernattinger | 93,7 | n/a | n/a | n/a | 85,2 | 87,9 | 3 % |
| Norske ferieovernattinger | 83,7 | n/a | n/a | n/a | 68,6 | 70,6 | 3 % |
| Utenlandske ferieovernattinger | 10,0 | n/a | n/a | n/a | 16,6 | 17,3 | 4 % |

| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | Endring siste periode |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------------------|
| Forretningsrelaterte overnattinger i Norge. Tall i millioner | | | | | | | |
| Alle forretningsgjestedøgn | 16,8 | n/a | n/a | n/a | 14,9 | 16,0 | 7 % |
| Norske forretningsgjestedøgn | 15,5 | n/a | n/a | n/a | 13,2 | 13,7 | 4 % |
| Utenlandske forretningsgjestedøgn | 1,3 | n/a | n/a | n/a | 1,7 | 2,3 | 35 % |
| Overnattinger ved kommersielle steder¹. Tall i millioner | | | | | | | |
| Alle kommersielle overnattinger | 35,2 | 23,7 | 27,1 | 36,1 | 37,0 | 38,5 | 4 % |
| Norske kommersielle overnattinger | 24,4 | 20,4 | 23,8 | 26,3 | 25,9 | 26,1 | 1 % |
| Utenlandske kommersielle overnattinger | 10,7 | 3,3 | 3,3 | 9,8 | 11,1 | 12,4 | 12 % |
| Overnattinger via norske fritidsboligformidlere | | | | | | | |
| Alle overnattinger i Norge | 924 301 | 959 043 | 657 375 | 1 426 642 | 1 558 058 | 1 800 608 | 16 % |
| Norske overnattinger | 156 589 | 463 351 | 479 289 | 1 008 503 | 384 817 | 437 481 | 14 % |
| Utenlandske overnattinger | 767 712 | 495 692 | 178 086 | 418 139 | 1 173 241 | 1 363 127 | 16 % |
| Overnattinger via utenlandske delingsplattform aktørene Airbnb, Booking.com, Expedia Group og Tripadvisor | | | | | | | |
| Alle overnattinger i Norge | 3 970 205 | 2 465 418 | 2 770 666 | 4 719 221 | 6 426 851 | 8 310 929 | 29 % |
| Norske overnattinger | 1 136 346 | 1 467 014 | 1 936 722 | 1 670 237 | 2 034 170 | 2 452 739 | 21 % |
| Utenlandske overnattinger | 2 833 859 | 998 404 | 833 944 | 3 048 984 | 4 392 681 | 5 858 190 | 33 % |
| Cruiseturisme i Norge | | | | | | | |
| Antall besøkende cruisepassasjerer | 944 944 | 20 211 | 41 445 | 1 080 768 | 1 523 263 | 1 535 235 | 1 % |
| Nordmenns ferie- og fritidsreiser. Tall i millioner | | | | | | | |
| Alle ferie- og fritidsreiser i inn- og utland | 18,5 | 16,0 | 20,0 | 23,8 | 24,8 | 27,0 | 9 % |
| Ferie- og fritidsreiser i Norge | 11 | 14,6 | 18,4 | 17,8 | 18,3 | 19,8 | 8 % |
| Ferie- og fritidsreiser til utlandet | 7,4 | 1,4 | 1,6 | 5,9 | 6,5 | 7,2 | 11 % |

1 – Samlebegrep på overnattinger på kommersielle overnattningssteder som hotell, camping, hyttegrend og vandrerhjem

Kilde: SSB, Kystverket, Eurostat og Innovasjon Norge

02

Turismens betydning for Norge



Norge har hatt en god utvikling i turisme

I dette kapittelet benyttes data fra 2021 og 2019, hvor sistnevnte representerer det siste normalåret med publiserte tall fra Statistisk sentralbyrå (SSB).

Per i dag foreligger det ikke nyere offisielle data fra SSB enn for 2021.



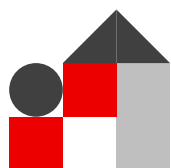
4,2 BPN

Utgjør 126,3 mrd



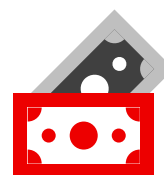
7 av 100

Jobber i reiselivsnæringen som utgjør 182 900 sysselsatte



194 330 mrd

Samlet turistkonsum



59,4 mrd

Utenlandsk andel av det samlede turistkonsumet utgjør 31 %

Turistkonsum

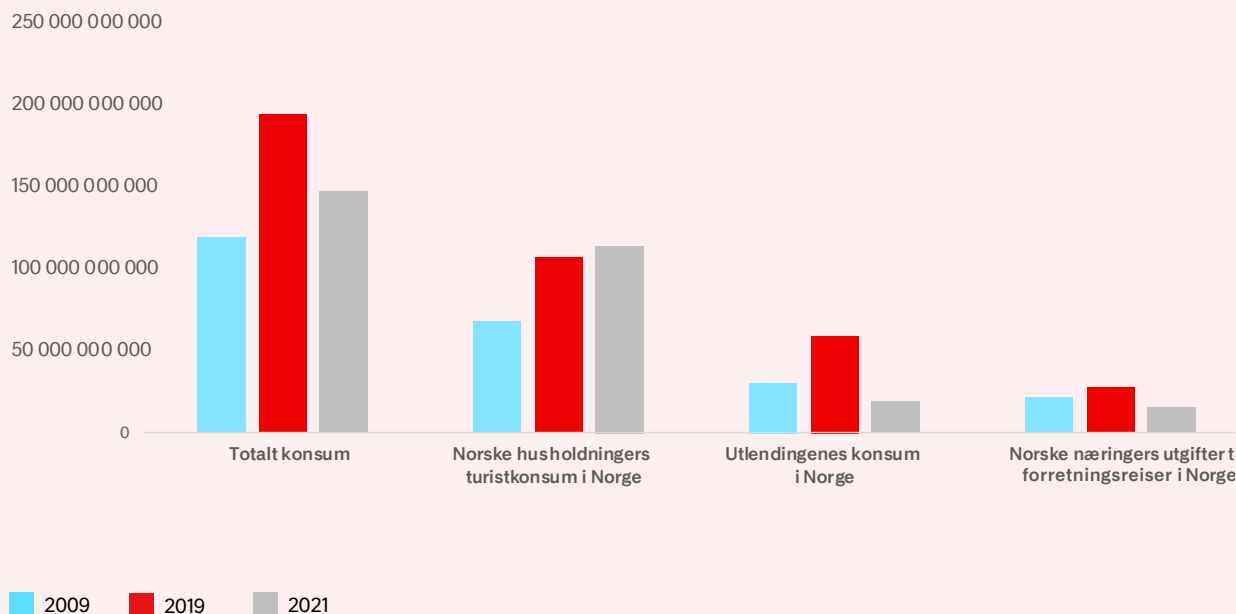
Ifølge tall fra SSB ble det samlede turistkonsumet i 2019 beregnet til 194,3 milliarder kroner. Av dette beløpet gikk 126,3 milliarder kroner til kjøp av varer og tjenester som defineres som reiselivsprodukter, som transport, overnatting, servering, formidling, kultur og underholdning.

Reiselivsnæringens bidrag til landets BNP utgjorde 4,2 prosent, en andel som har vært stabil de siste årene. Dette indikerer at turismens betydning for Norge øker i takt med resten av norsk økonomi.

Reiselivsåret 2021 var preget av to rekorder i hver sin ende. Resultatene fra 2021 var naturlig nok påvirket

av pandemien, med et samlet turistkonsum på 147,8 milliarder kroner. Dette representerer en nedgang på 24 prosent fra 2019, da turistkonsumet var 194,3 milliarder kroner. Utlendingers andel av turistkonsumet var rekordlavt i 2021, og falt fra 30,6 prosent i 2019 til 12,6 prosent i 2021. Samtidig var 2021 et år hvor nordmenn ikke kunne reise på mange utenlandsferier, noe som gjenspeiles i tallene. Hele 114 milliarder kroner ble brukt på ferier innenlands, noe som er en ny rekord. SSB har aldri tidligere registrert så høyt forbruk siden de begynte å publisere slike tall i 2007.

Fordeling av totalkonsumet

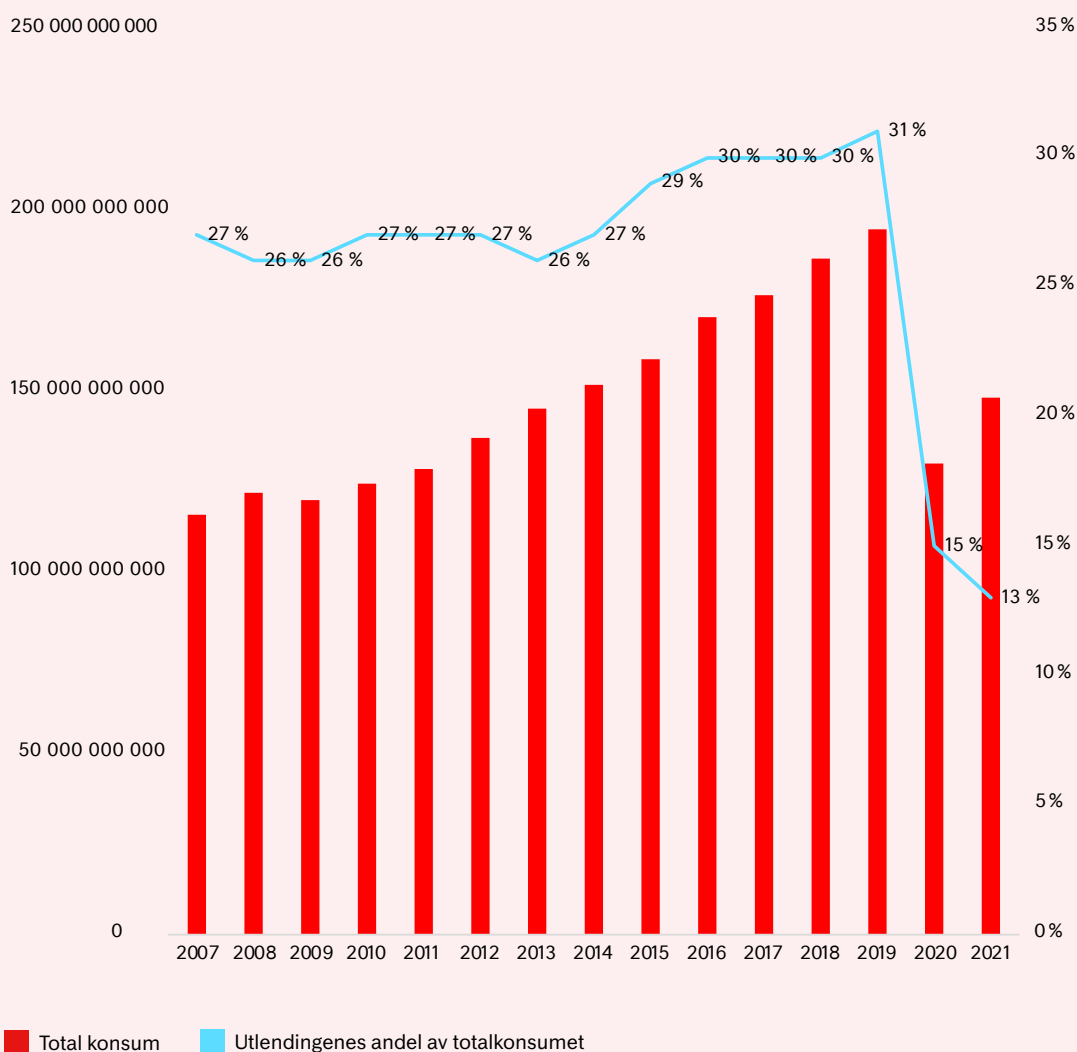


Kilde: Satellittregnskapet for turisme, SSB

God vekst i turistkonsumet, og utenlandske turistenes bidrag øker

Fra 2007 til 2019 økte turistkonsumet fra 115,5 milliarder kroner til 176,3 milliarder kroner. Denne økningen på 68 prosent tilsvarer nærmere 79 milliarder kroner. Samtidig som den generelle veksten har vært god, har veksten fra utenlandske turister vært enda større

enn tilveksten fra nordmenn. Dette innebærer at utenlandske turistenes andel av turistkonsumet har økt fra 27 prosent i 2007 til 31 prosent i 2019. Denne andelen falt markant under pandemien, og var nede på 13 prosent i 2021.



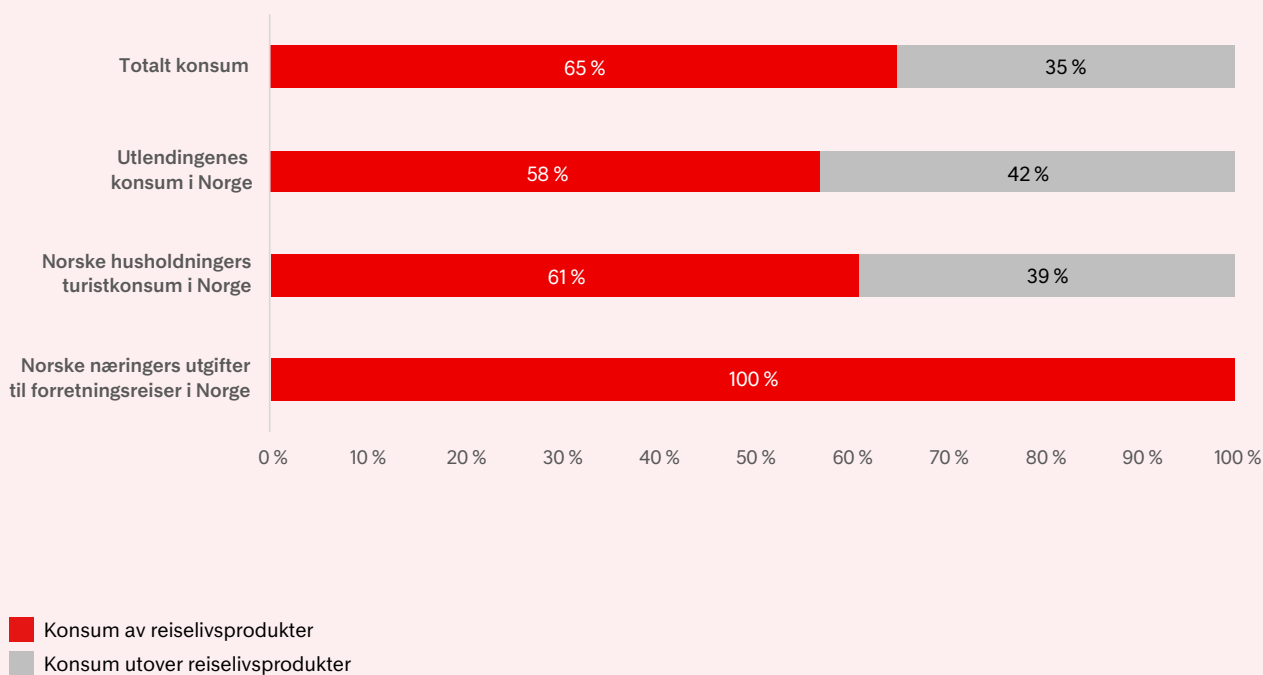
Kilde: Satellittregnskapet for turisme, SSB

Det meste av turistkonsumet går til reiselivsnæringen, men en betydelig del tilfaller også andre næringer

Selv om 65 prosent av det totale turistkonsumet på 194,3 milliarder kroner går til reiselivsprodukter, utgjør 35 prosent, eller 68 milliarder kroner, kjøp av varer og tjenester i andre næringer.

Av det totale turistkonsumet på 194,3 milliarder kroner, går 126,3 milliarder kroner til reiselivsprodukter som transport, overnatting, servering, formidling, kultur og underholdning. Ser vi på de ulike delene av

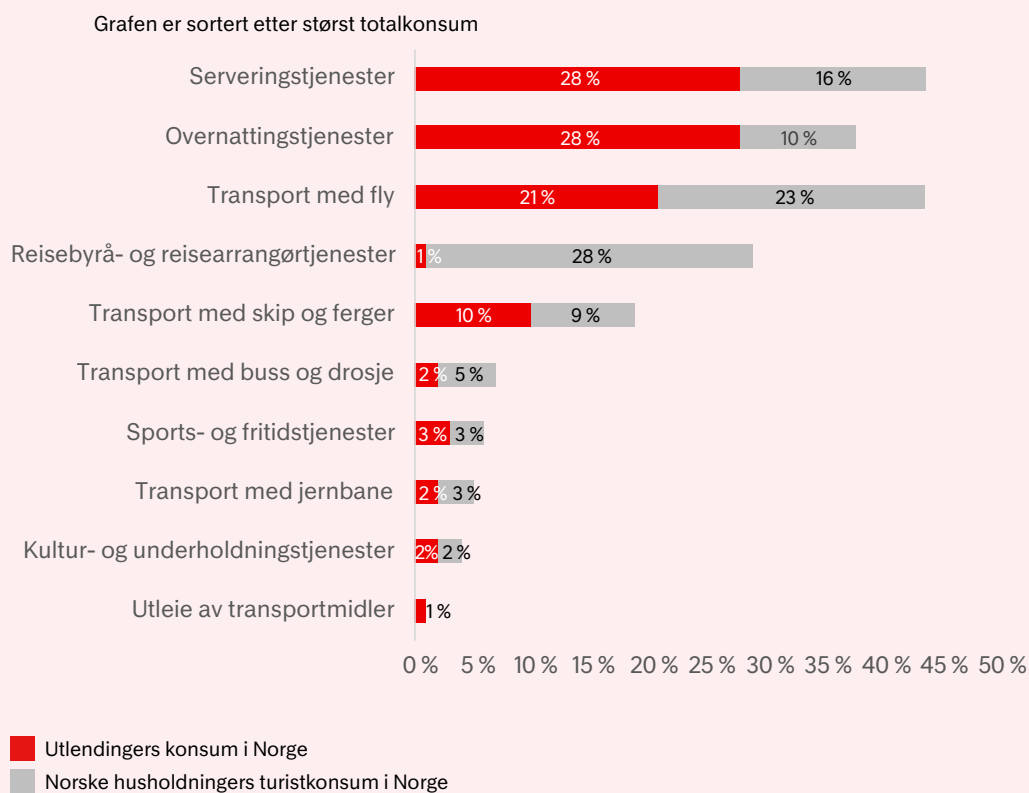
reiselivsnæringen utgjør flytransport det største bidraget med 34 milliarder kroner. Deretter følger serveringstjenester med i underkant av 26 milliarder kroner, overnatting med 20,3 milliarder kroner, og reisebyrå- og reisearrangørtjenester med rett under 20 milliarder kroner. Grafen nedenfor viser hvordan konsumet fordeler seg mellom norske og utenlandske turister.



Kilde: Satellitregnskapet for turisme, 2019 data. SSB.

Fordeling av reiselivs-konsum 2019

43 prosent av det totale reiselivskonsumet, går til ulike transporttjenester. 21 prosent går til serveringsvirksomheter og 16 prosent til overnatting.



Kilde: Satellitregnskapet for turisme, 2019 data. SSB.

7 av 100 jobber i reiselivsnæringene

I 2019 var det 182 900 sysselsatte knyttet til reiselivsnæringene, en økning på to prosent fra året før. Andelen sysselsatte i reiselivsnæringene utgjorde 7,4 prosent av all sysselsetting i Norge, noe som betyr at syv av hver 100 sysselsatte i Norge arbeider innen reiselivsnæringen. Flest sysselsatte finner vi innen serveringsvirksomhet, med en andel på 31 prosent. Deretter følger transportsektoren, som inkluderer buss, sporvei, drosje, skip, ferge, fly og annen transport, med 28 prosent. Overnattingsvirksomheter sysselsetter 14 prosent.

Nedgang under pandemien

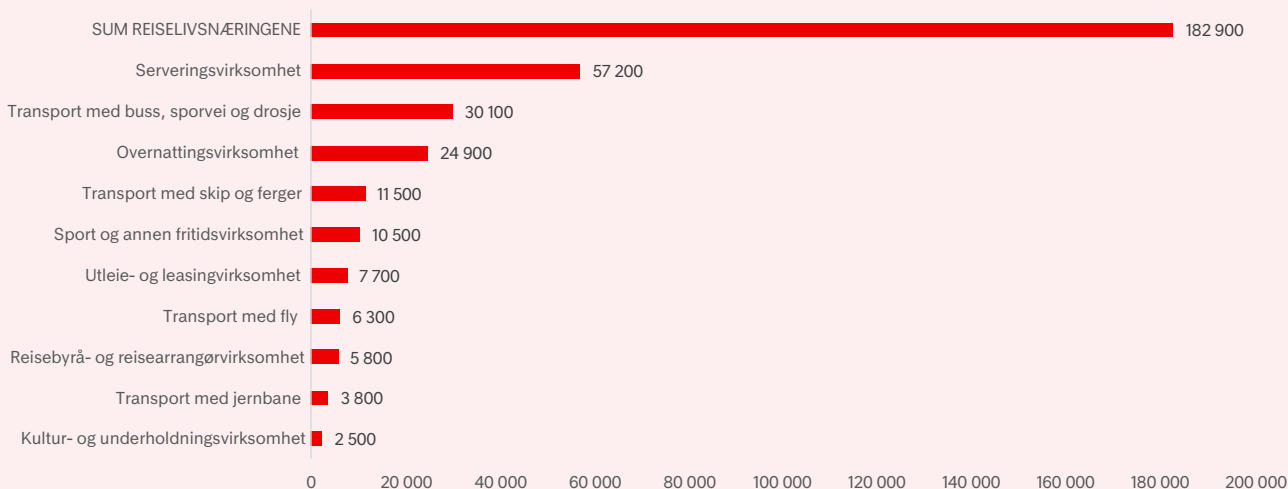
Under pandemien falt andelen sysselsatte i reiselivsnæringen fra 7,4 prosent til 6,6 prosent av alle sysselsatte i landet. I 2021 var det 162 000 årsverk

knyttet til reiselivsnæringen, en nedgang på 3 600 fra året før og nesten 21 000 færre enn i 2019. Samtidig økte antall årsverk i Fastlands-Norge med 1,5 prosent, noe som viser at reiselivsnæringene tapte terreng.

Reiselivsnæringene har normalt flere sysselsatte personer enn årsverk. Dette var også tilfelle i 2021, selv om nedgangen i antall sysselsatte personer var 3,5 prosent. I 2021 var det 191 400 personer knyttet til reiselivsnæringen, 7 000 færre enn i 2020.

Det var 182 900 sysselsatte knyttet til reiselivsnæringene i 2019

Fordeling av antall sysselsatte i næringen



Kilde: Satelittregnskapet for turisme, 2019 data. SSB.

03

Internasjonal turisme, Norges andel og hvordan ser forventningene fremover ut



Først i 2024 er verdensturismen tilbake til et pre-pandeminivå

Internasjonal turisme tok seg godt opp i 2024 og antall reiser på tvers av landegrenser med en overnatting eller mer var på 1,4 milliarder. Det er elleve prosent flere enn i 2023, og sammenlignet med 2019 ligger antall ankomster kun én under. Det er store forskjeller mellom de ulike verdensdeler i hvor fort de har tatt seg opp etter pandemien.

Både Midtøsten, Afrika og Europa ligger over 2019-nivået

Mens innreisen til Europa ligger én prosent over, er det Midtøsten og Afrika som tar seg kraftigst opp. Innreisen til Midtøsten ligger nå hele 34 prosent høyere enn før pandemien og innreisen til Afrika har tatt imot syv prosent flere ankomster. Innreisen til Amerika ligger tre prosent bak, og innreisen til Asia og Stillehavslandene ligger fremdeles 13 prosent bak 2019-nivået er fremdeles den verdensdelen som sliter mest med å komme tilbake. Sør-Asia gjør det best, og av enkeltdestinasjoner er det innreisen til Maldivene som øker mest med hele 20 prosent, etterfulgt av Japan som øker med 16 prosent. Fiji øker med ti prosent og Sri Lanka med syv prosent sammenlignet med 2019.

Prognoser fra UN Tourism spår en vekst i 2025 på mellom tre og fem prosent fra 2024.

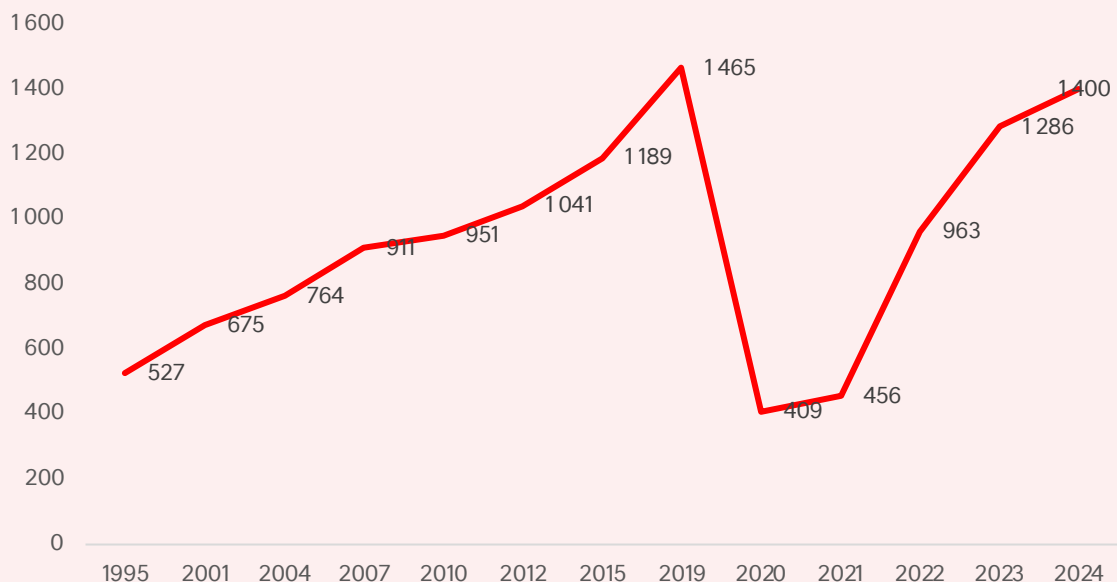
2020 står igjen som det verste året for internasjonal turisme med kun 400 millioner reiser på tvers av landegrenser med én overnatting eller mer. I 2021 økte det til 415 millioner reiser. Etter ti år med sammenhengende vekst og en god start på 2020, ble det en bråstopp i all reisevirksomhet verden over. Fra å være 1,5 milliarder reiser på tvers av landegrenser i 2019 gikk antall reiser ned med 73 prosent i 2020, og står igjen som det verste året for internasjonal turisme. Reisevirksomheten tok seg noe opp i 2021, med en vekst på fire prosent fra året før. Likevel ligger antall reiser på tvers av landegrenser 72 prosent under 2019-nivået.

Nordmenn fortsetter å utforske sitt eget ferieland

Etter pandemien har reiselivsnæringen i mange land opplevd en kraftig vekst i innenlandsreiser – og Norge er intet unntak. Ifølge SSBs reiseundersøkelse ble 2021 et rekordår, med det høyeste antallet norgesferier noensinne registrert blant nordmenn. Trenden har fortsatt i årene etter. I 2024 gjennomførte nordmenn hele 19,8 millioner feriereiser innenlands – en økning både fra rekordåret 2021 og hele 19,7 millioner flere enn i 2019.

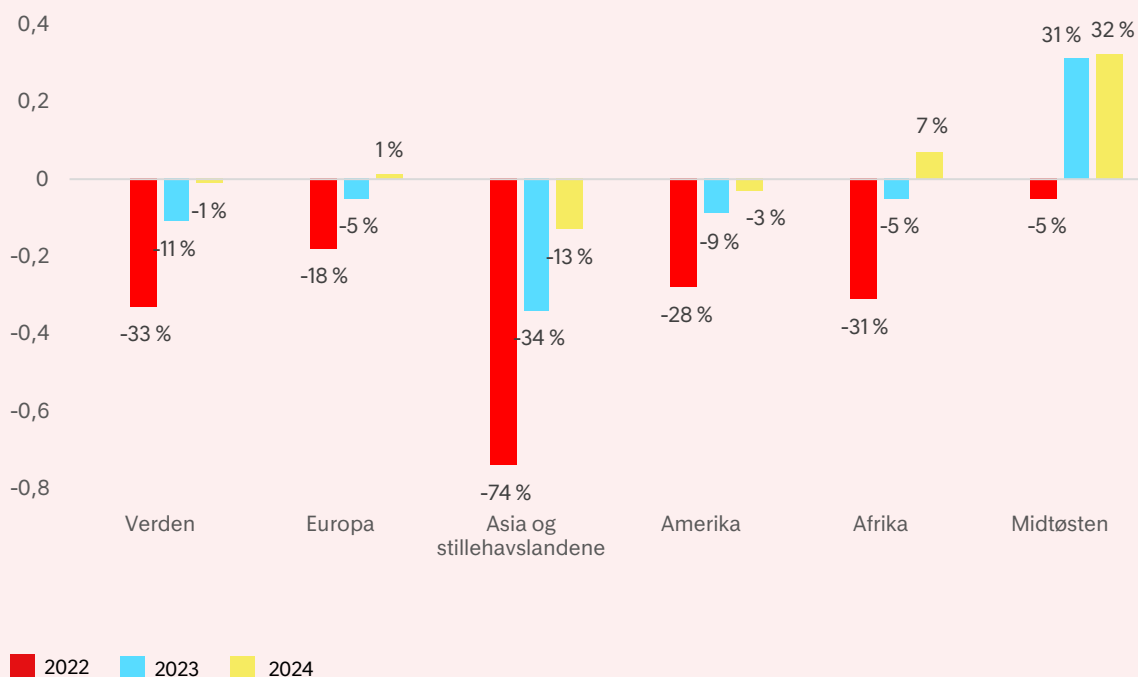
Internasjonale turistankomster med minimum én overnatting

Tall i millioner



Store variasjoner mellom verdensdelene

%-endring i innreise fra 2019



Kilde: UN Tourism (UNWTO)

Europa mest besøkt

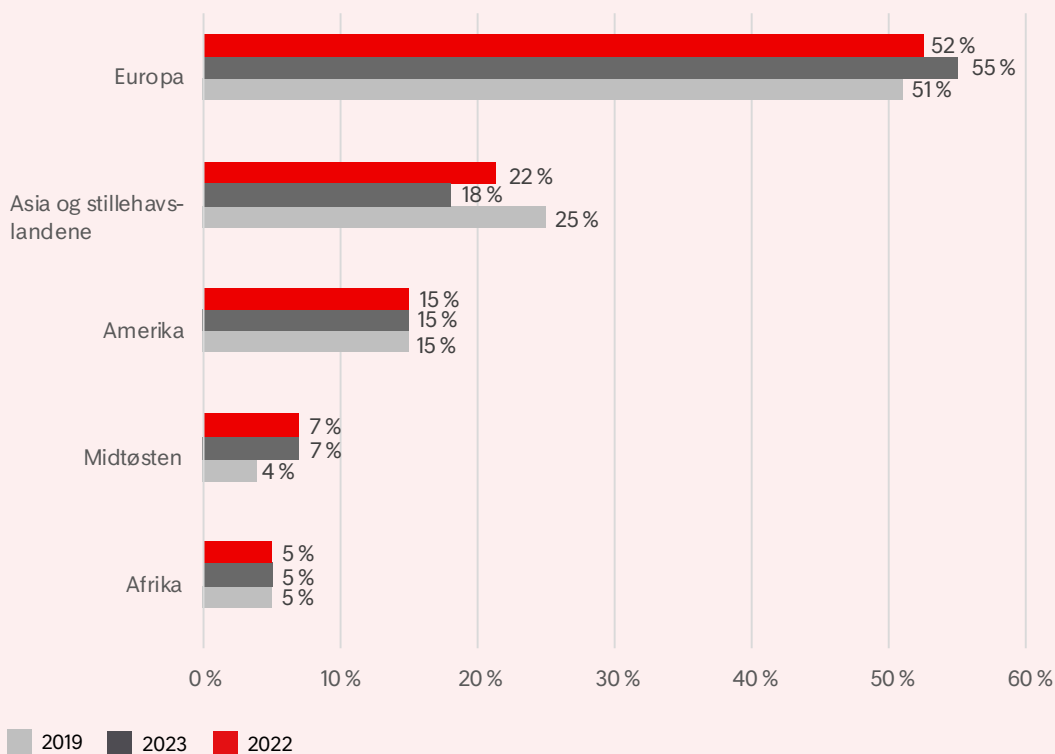
52 prosent av alle innreiser i 2024 var inn til et europeisk land. Europa har alltid vært den verdensdelen som er mest besøkt. Slik har det alltid vært, men andelen var fallene frem til pandemien. I 2019 var andelen 51 prosent, mens den i 1980 lå på 63 prosent. At andelen i 2024 er høyere enn før pandemien kan ha sammenheng med at innreisen til Asia og stillehavslandene ikke er helt tilbake og at mange reiser mindre nå, enn frem til 2019.

Med over halvparten av alle ankomster er Europa fremdeles den mest besøkte verdensdelen.



Som turisme regnes alle aktiviteter personer deltar på utenfor sitt ordinære hjemsted – uavhengig av formål. Det betyr at turisme inkluderer alle reiser, både feriereiser og forretningsreiser

Fordeling av internasjonale turistankomster

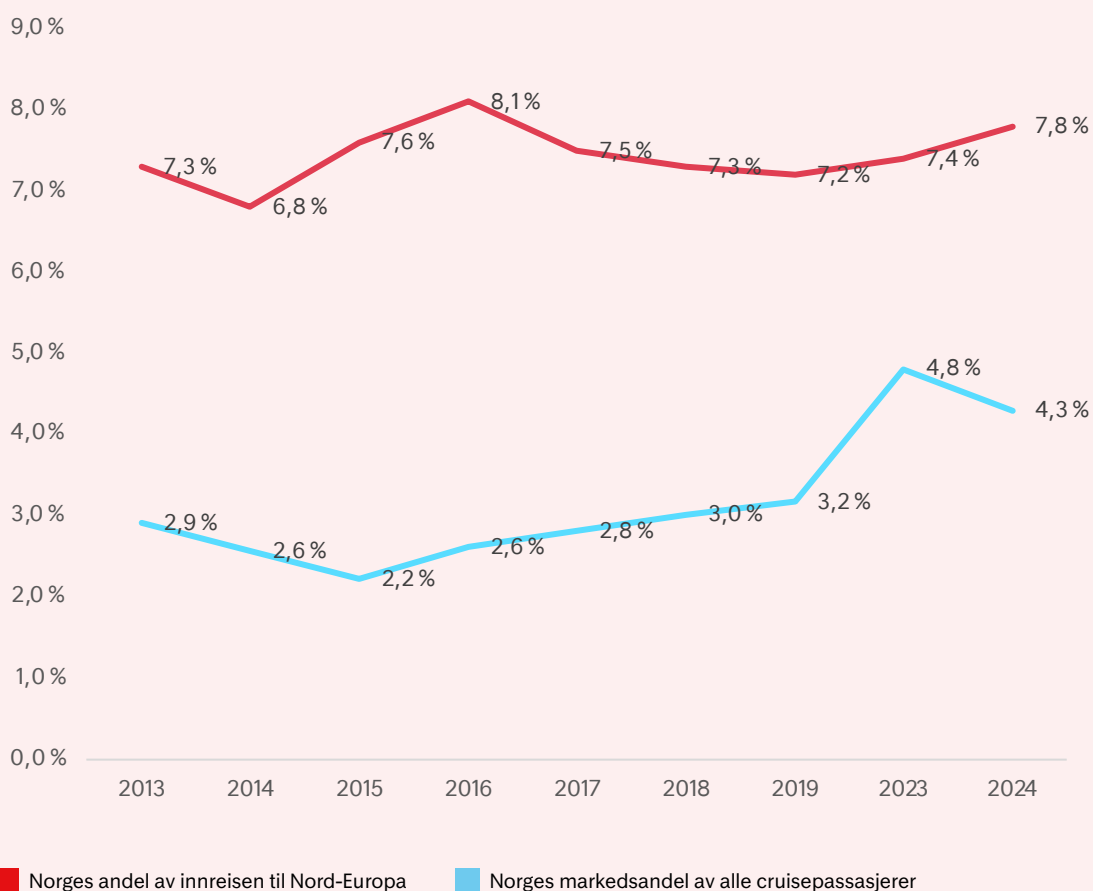


Kilde: UN Tourism (UNWTO)

Norges andel av internasjonal turisme og av internasjonal cruiseturisme



Norges andel av internasjonal turisme er på 0,5%



Kilde: SSB, UN Tourism, Kystverket og Cruise Lines International Association (CLIA)

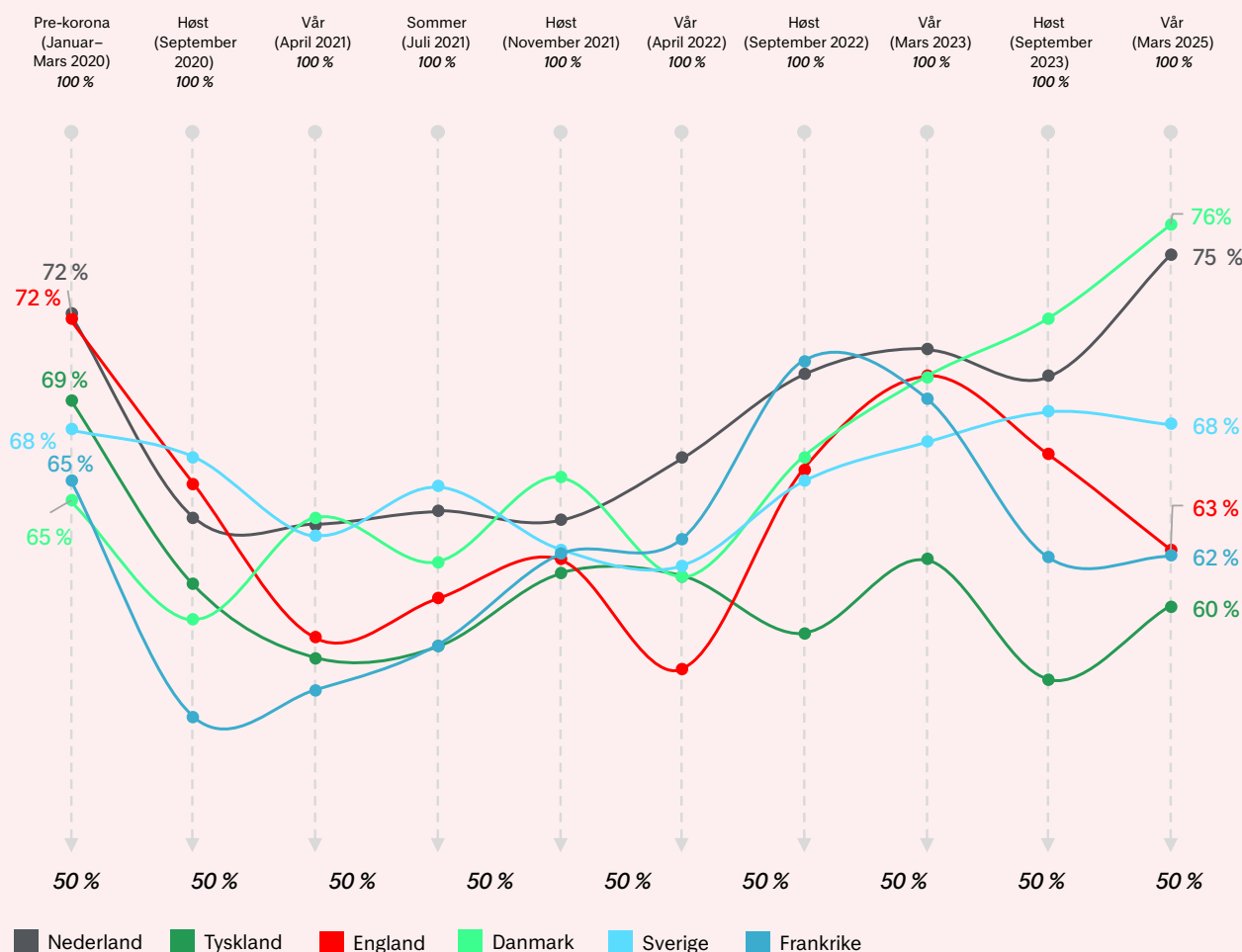
Andelen potensielle turister er fortsatt litt under, sammenlignet med pre-korona

Andelen av befolkningen som har vært på ferie i utlandet siste 3 år, og som vil reise til utlandet er de kommende tre årene er nesten på samme nivå som i 2019. Det er derimot stor variasjon mellom markedene som grafen under viser. Danmark og Nederland har flere som vil reise til utlandet enn før pandemien, mens England og Tyskland fremdeles ligger et godt stykke under. Det er litt færre som

vil reise til utlandet det kommende året nå enn på samme periode i 2023. Det skyldes trolig at mange opplever usikkerhet knyttet til egen økonomi og den politisk og økonomisk situasjonen generelt som var da undersøkelsen ble gjennomført våren 2025.

Kraftig økning i andel som vil reise til utlandet i Danmark og Nederland

Utvikling i andel potensielle turister – de som er interessert i å reise til utlandet de neste 3 årene



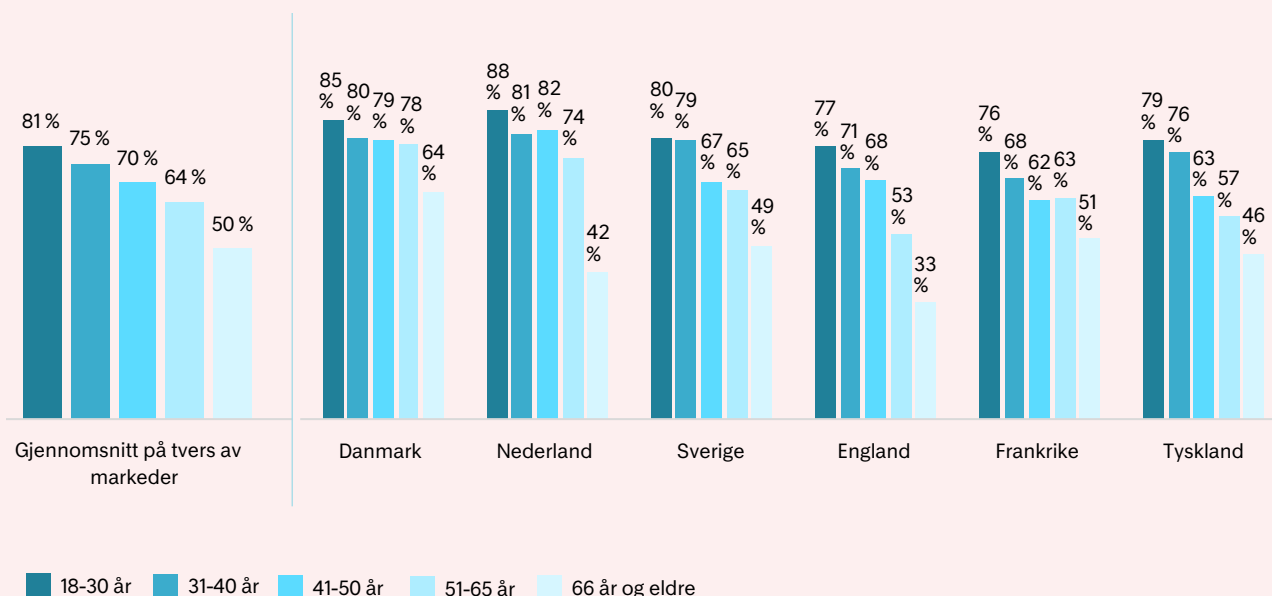
Kilde: Reisebarometeret, Innovasjon Norge

Interessen for å reise til utlandet synker jevnt og trutt med økende alder

Over 80 prosent av personer i aldersgruppen 18–34 år planlegger å reise til utlandet på ferie i løpet av de kommende tre årene. Til sammenligning gjelder dette kun halvparten av dem som er 66 år eller eldre. I Danmark og Nederland er det en høy reiselyst i aldersgrupper helt frem til 65 år, mens interessen i øvrige markeder begynner å avta

allerede fra 40-årsalderen. Dette fenomenet utgjør en vesentlig forklaring på hvorfor målgruppen for reiser er betydelig større i Danmark og Nederland enn i de andre markedene.

Utvikling i andel potensielle turister – de som er interessert i å reise til utlandet de neste 3 årene – på tvers av aldersgrupper



Kilde: Reisebarometeret vår 2025, Innovasjon Norge

04

Det norske reiselivsåret 2024



Antall overnattinger og forbruk

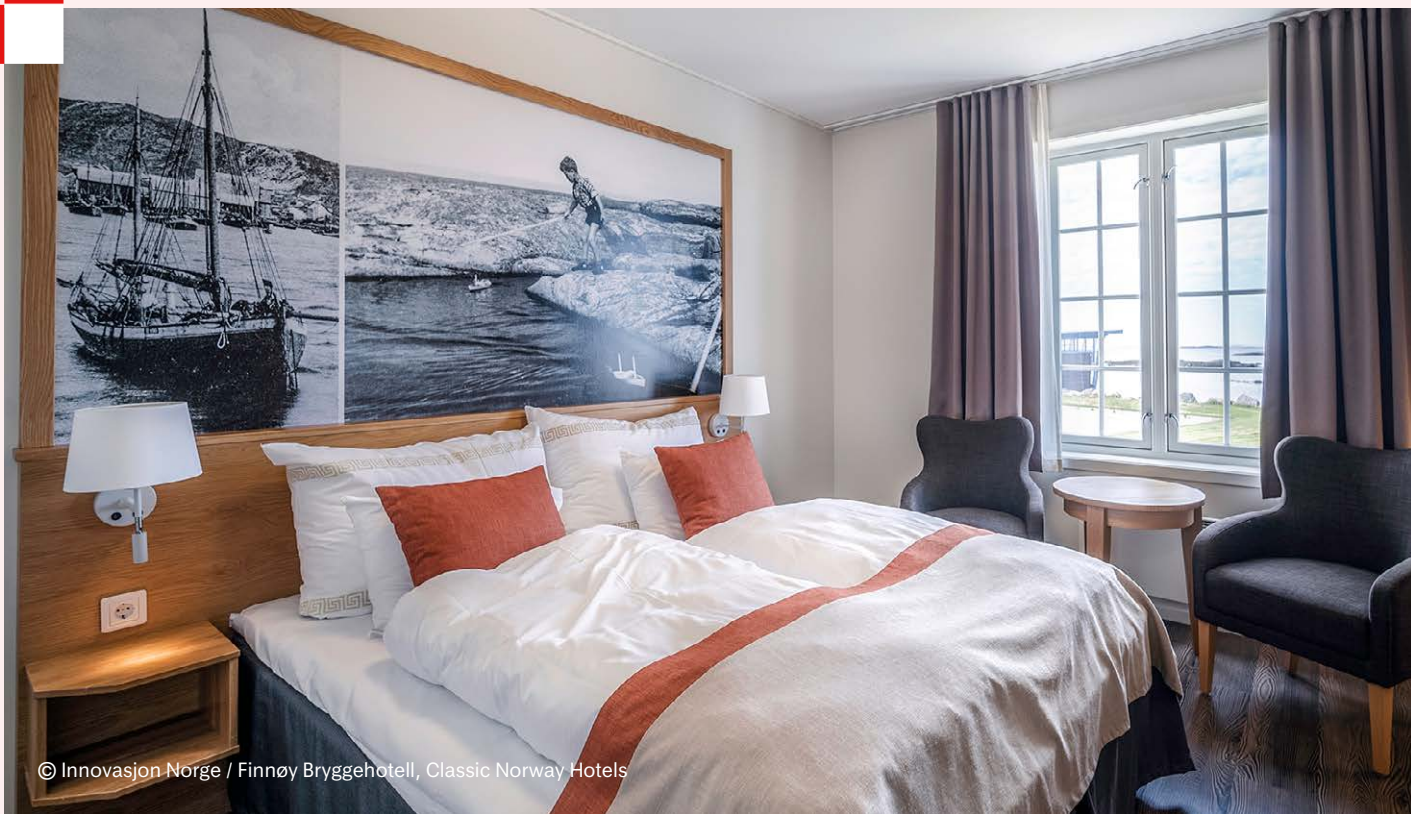
Som tidligere nevnt, omfatter turisme alle aktiviteter personer deltar i utenfor sitt ordinære hjemsted, uavhengig av formål. Dette inkluderer både feriereiser og forretningsreiser.

På de følgende sidene presenteres en oversikt over antall overnattinger og forbruk i Norge, fordelt på ferie- og forretningsreisende. Deretter analyseres forbruket til feriereisende nærmere, med fokus på hva forbruket går til, samt de ulike markeders økonomiske bidrag til landet.

Dataene er hentet fra Turistundersøkelsen, en utvalgsundersøkelse som også inkluderer overnattinger hos venner og kjente, i egen eller lånt hytte, eller i bobil utenfor campingplasser. Dette er

overnattinger som ikke fanges opp i den offisielle statistikken fra SSB, som kun inkluderer overnattingsformer som hotell, campingplasser, vandrerhjem, hyttegrender og utleie via norske fritidsboligformidlere.

Selv om flesteparten av overnattingene i Norge registreres i denne statistikken, er det stadig flere overnattinger som faller utenfor. Den siste delen av dette kapittelet omhandler de overnattingene som registreres av SSB, inkludert kommersielle overnattinger (hotell, camping, hyttegrender og vandrerhjem) og overnattinger via fritidsboligformidling.



Totalvolum og -forbruk for reisende som besøkte Norge i 2024

60 prosent av totalforbruket på reiser i Norge i 2024 er knyttet til ferie- og fritidsreiser og 40 prosent til forretningsreiser. Nordmenn står for 3 av 4 kroner som brukes på reiser i Norge.

Det har vært en økning både i antall overnattinger og forbruk fra 2019 til 2024. I 2024 viser beregningene at det var 103,9 millioner overnattinger og et totalforbruk på 145,5 milliarder norske kroner.

Eksportinntektene fra utenlandske turister har økt med om lag 10 mrd. NOK fra 2019 til 2024. Turistene bruker mer penger per døgn og totalt, samtidig som det har vært en betydelig vekst i volumet.

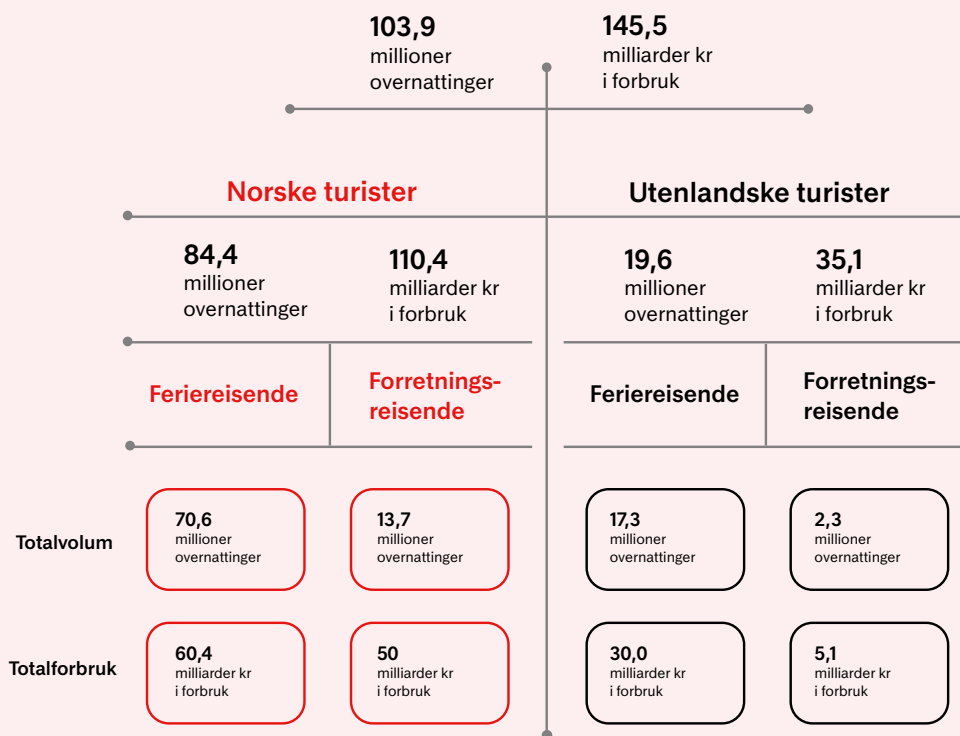
Turistene som har reist lengst, bruker mest penger. Topp 5 markeder målt i gjennomsnittlig døgnforbruk er Kina, Australia, USA, Canada og Storbritannia.

Det britiske markedet er i en særstilling med høyt forbruk, god vekst og relativt kort reisevei.

Forbruksberegninger er vanskelig

Det er usikkerhet knyttet til beregningen av forbruk og overnattinger. Det eksisterer lite statistikk på volum for antall overnattinger, ut over kommersielle overnattinger som er registrert i SSBs overnattingsstatistikk eller fordeling mellom ferie og fritids- og forretningsreiser, ut over det som registreres i hotellstatistikken til SSB. I beregningen benyttes en rekke ulike kilder for å anslå totalt volum og forbruk, i tillegg til SSBs statistikker; stikkprøven i Turistundersøkelsen, statistikk fra Hurtigurten og Havila, Reisevaneundersøkelsen på fly og SSBs reiseundersøkelse blant nordmenn.

Det er størst usikkerhet knyttet til anslagene for nordmenn, forretningsreisende og reiser som i liten grad benytter kommersielle overnattinger.



Kilde: Turistundersøkelsen, Innovasjon Norge

En svekket kronkurs gir utenlandske besøkende mer for pengene

Den norske kronen har de siste årene ligget relativt lavt mot euro, pund, amerikanske dollar, samt dansk og svensk krone. Dette har vært gunstig for reiselivsnæringen, som er en eksportnæring.

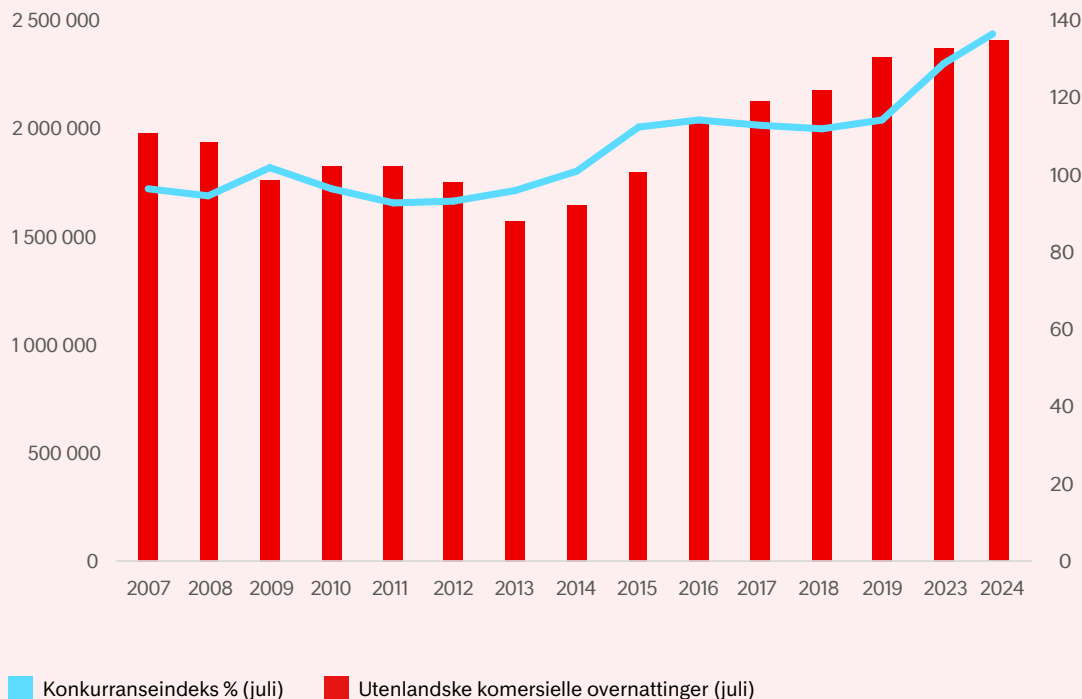
Et mål for Norges konkurransevne er konkurransekursindeksen. En økning i denne indeksen indikerer en svekket krone, noe som gjør Norge mer konkurranedyktig, og omvendt. Jo lavere kronkurs, desto sterkere blir Norges konkurransevne.

Norges konkurransevne styrket fra 2019

Den norske kronen har svekket seg betraktelig de siste årene, noe som gjør at utenlandske turister får mer for pengene sine under norgesferien. I 2019 var konkurransekursindeksen på 114, mens den i 2024 hadde økt til 131. Det er en vekst på 15 prosent.

Konkurransekursindeks % (juli)

Utenlandske kommersielle overnattinger(juli)



Kilde: Norges Bank og SSB

Ferie- og fritidsforbruket har økt med mer enn 50 % fra 2019 til 2024

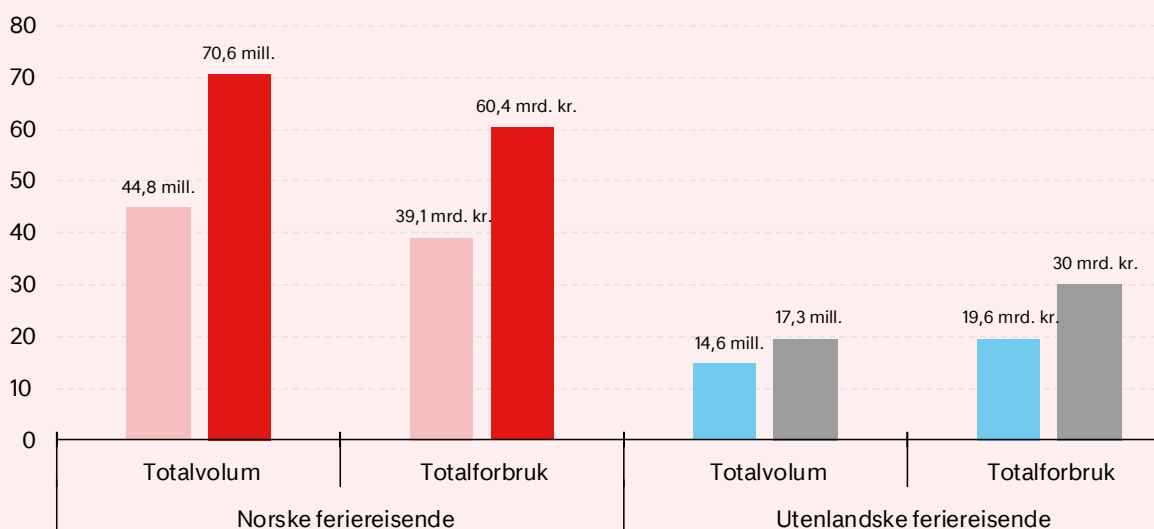
Estimatet tyder på en kraftig vekst i ferie- og fritidsforbruket i Norge fra 2019 til 2024. Forbruket fra utenlandske turister har økt med i overkant av 10 mrd NOK og forbruket fra norske ferie- og fritidsreiser har økt med i overkant av 20 mrd. NOK.

Prisstigningen har vært på 22,8 prosent i samme periode, det betyr at forbruk har økt mer enn prisstigningen. For nordmenn skyldes økt forbruk langt flere ferie- og fritidsovernattinger. I følge SSBs

reiseundersøkelse har det særlig vært en vekst i ikke-kommersiell innkvartering blant nordmenn etter pandemien. Under pandemien var det mange som skaffet seg hytte og delingsplattformene gjør det lettere å leie ut hytta.

For utenlandske feriereisende skyldes veksten i forbruk både en vekst i volum og at forbruket har vokst mer enn prisstigningen.

Utviklinge i totalvolum og -forbruk for norske og utenlandske ferie- og fritidsreisende



2019 2024

Kilde: Turistundersøkelsen, Innovasjon Norge

Flere utenlandske overnattinger gir større totalforbruk

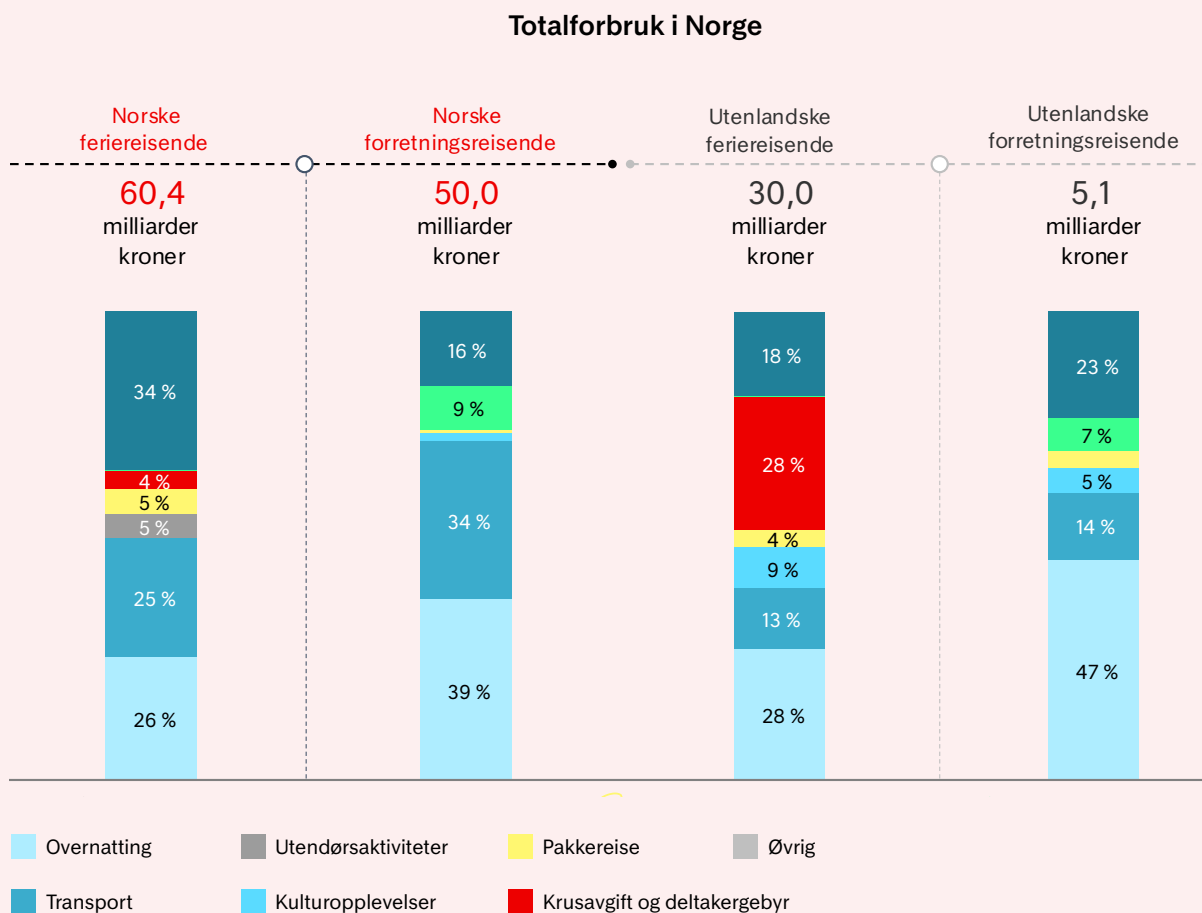
Totalforbruket for utenlandske feriereisende har økt fra 2019 både pga. flere overnattinger og høyere forbruk. Andelen som brukes til overnatting, transport og pakkereise er omtrent på samme nivå som i 2019.

Nordmenn bruker en langt større andel av forbruket på "øvrige" utgifter. Det inkluderer mellom annet

shopping, handling av dagligvarer, restauranter og spisesteder.

Pakkereiser er en markant større del av totalforbruket for utenlandske feriereisende. Mer enn 1 av 4 utenlandske feriereisende kjøper hele eller deler av ferien som en pakkereise. Det store flertallet av pakkene inneholder overnatting (88%) og/eller transport i Norge (59%).

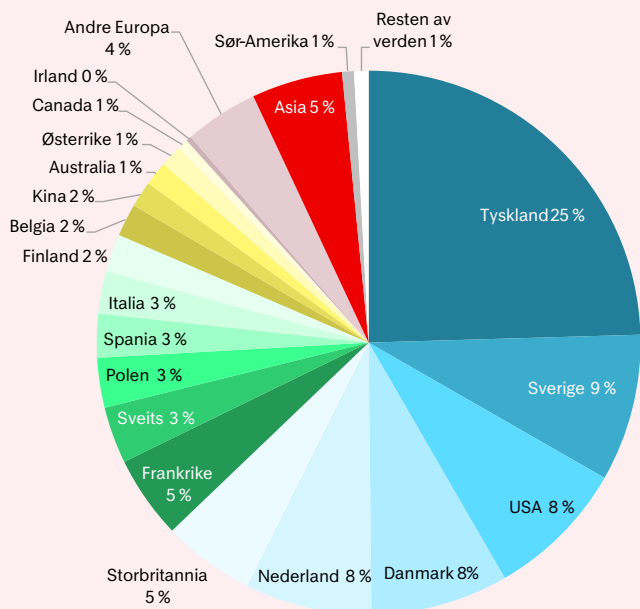
Fordelig av forbruk per utgiftspost



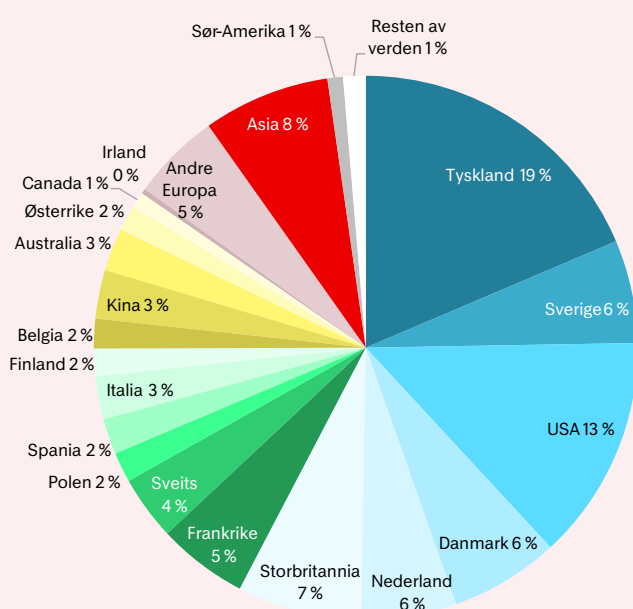
Utenlandske feriemarkeders andel av overnattinger og forbruk

Tyskland er det absolutt største markedet målt både i overnattinger og forbruk, men fordi tyske turister bruker mindre penger per døgn enn gjennomsnittet utgjør de kun 19 prosent av volumet målt i forbruk og hele 25 prosent målt i antall overnattinger. Det betyr at 1 av 4 utenlandske overnattinger i Norge er en tysk overnatting. For amerikanere er det omvendt, de står for kun 8 prosent av overnattingene og hele 13 prosent av forbruket.

Utenlandske feriemarkeders andel av overnattinger



Utenlandske feriemarkeders andel av forbruk



Kilde: Turistundersøkelsen, Innovasjon Norge

De utenlandske feriemarkedenes økonomiske bidrag

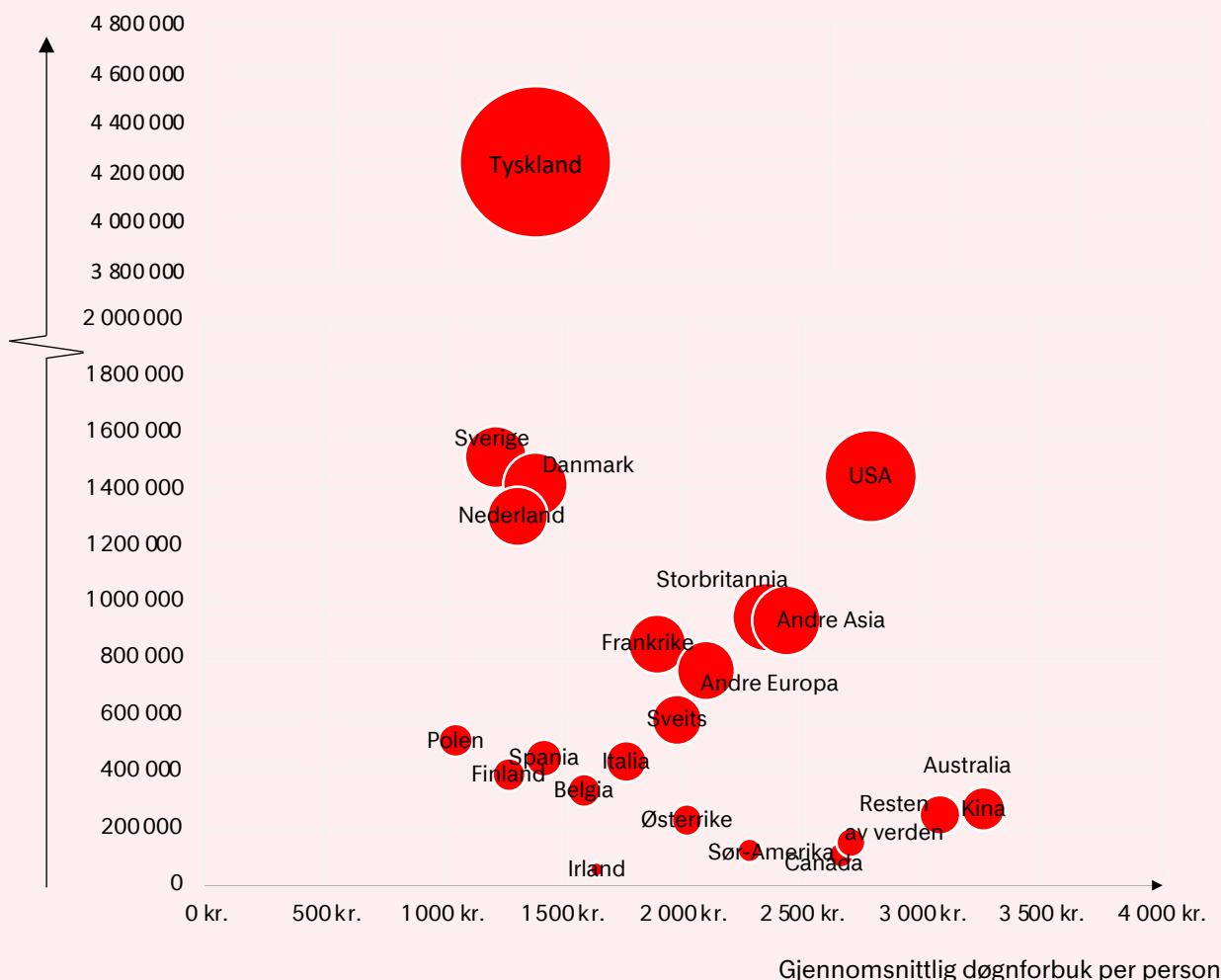
Det er flere viktige utenlandske markeder i Norge

Under kan vi se totalforbruket for de ulike utenlandske feriemarkedene. Totalforbruket er beregnet ut ifra totalvolum (antall overnattinger) og gjennomsnittlig døgntforbruk per person (per marked).

Vi ser at Tyskland fortsetter å være et av de viktigste markedene for Norge, primært pga. stort volum (mange overnattinger). USA er et annet viktig marked, men dette skyldes i stedet primært et høyt døgntforbruk per person.

Feriemarkedenes totalforbruk i Norge

Størrelsene på sirklene viser markedets totalforbruk i Norge



Kilde: Turistundersøkelsen, Innovasjon Norge

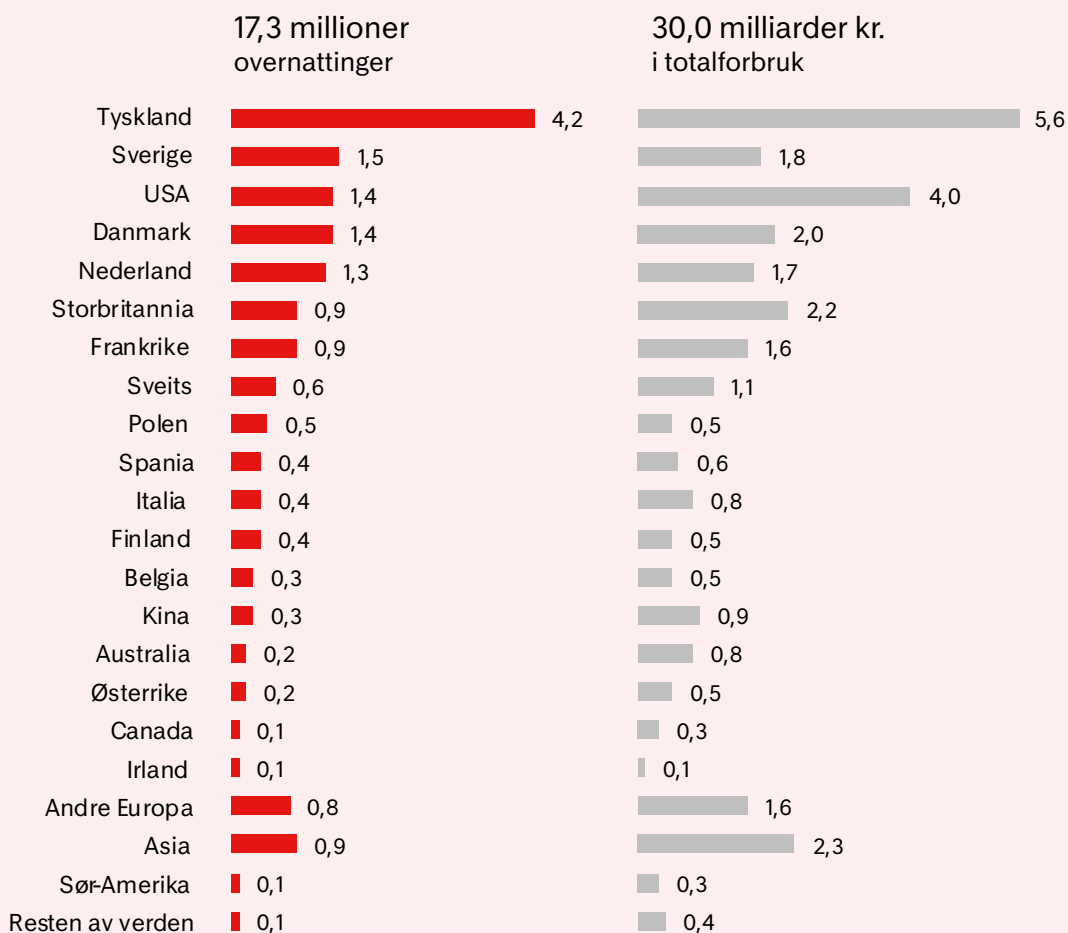
Totalvolum og –forbruk for utenlandske feriereisende

Alle de nordiske markedene, samt Tyskland, Nederland og Polen, har et lavere forbruk per døgn enn gjennomsnittet. Det betyr at disse markedene har en lavere betydning målt i forbruk enn i overnatningsvolum.

De viktige nærmarkedene Tyskland, Sverige, Nederland og Danmark står for 49 prosent av overnattingene i Norge, men kun for 37 prosent av forbruket.

For USA, Storbritannia, Australia, Kina og resten av Asia er forholdet omvendt. Disse markedene står for 22 prosent av overnattingene og hele 34 prosent av utenlandske ferie- og fritidsturister i Norge. Storbritannia er i en særstilling som et relativt nært marked med langt høyere forbruk per døgn enn gjennomsnittet, og dermed større betydning for forbruk enn volum.

Totalvolum og -forbruk pr. utlandske feriemarked



Kilde: Turistundersøkelsen, Innovasjon Norge

Mer enn halvparten av forbruket går til kjøp av pakkereise og overnatting

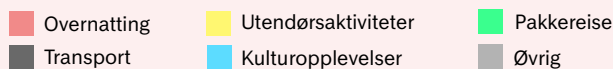
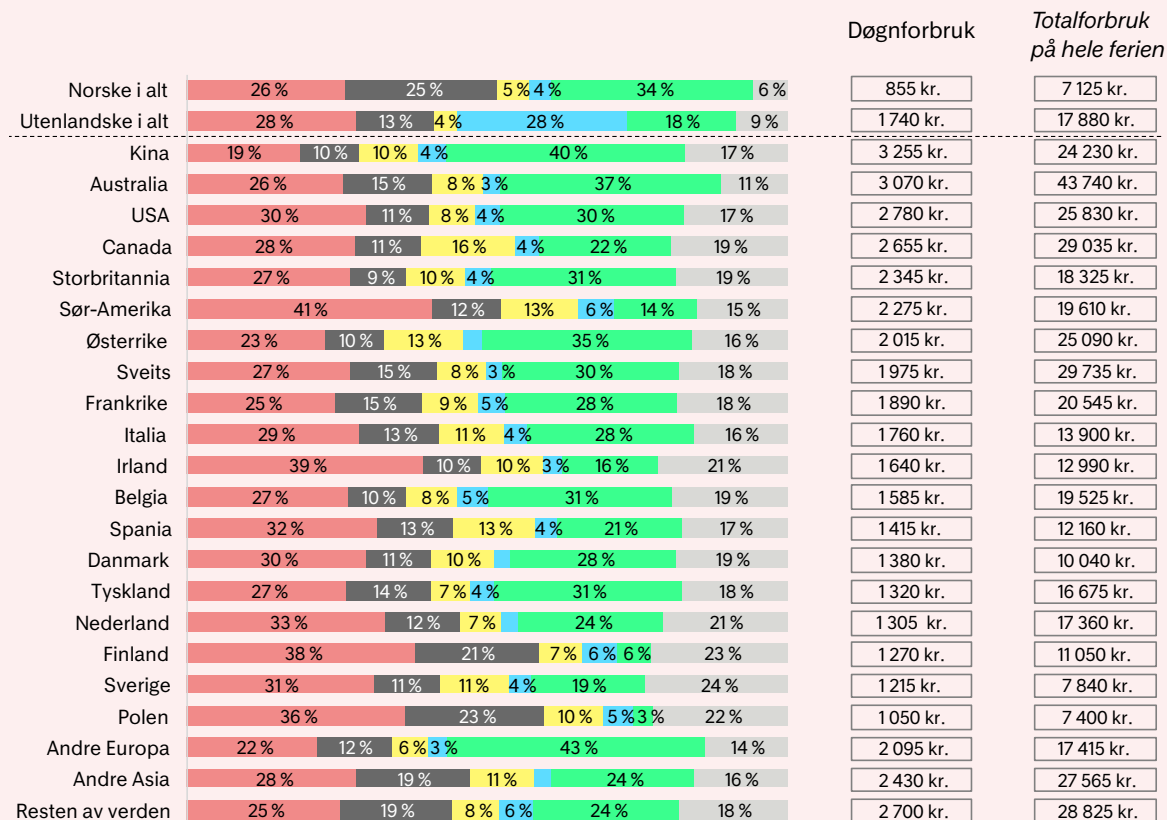
Turistene som har reist lengst, bruker mest penger per døgn på ferien i Norge, selv om transportutgifter til Norge ikke er med i beregningen av forbruket. Topp 5 markeder målt i gjennomsnittlig døgnforbruk er Kina, Australia, USA, Canada og Storbritannia.

Grafen viser døgnforbruk og totalforbruk per person på ferien i Norge, og hvordan forbruket fordeler seg på ulike typer utgifter. Nesten 6 av 10 kroner går til

overnatting og utgifter til pakkereise for de utenlandske gjestene. Nordmenn bruker større del av forbruket på "øvrig", som dekker alle andre typer utgifter som restauranter og spisesteder, shopping mv.

Markeder med høy andel pakkereise kan få et kunstig høyt forbruk fordi de ofte har transport til Norge inkludert i pakken. Det er gjelder særlig danskene, kineserne og britene.

Gjennomsnittlig døgnforbruk og totalforbruk på ferien per person



Note: Prosentene i grafene er avrundet. Derfor er det mulig at tallene ikke summerer akkurat til 100%. Prosenten på eller under 3% er skjult. Kursavgift og deltakergebyr er ikke vist da det utgjør mindre enn 1% av forbruket. Døgnforbruket på transport til Norge inngår ikke i beregning av døgnforbruk og totalforbruk. Transport kan inngå i beregningen for de som har kjøpt pakkereise. Det gjennomsnittlige forbruket er avrundet til nærmeste 5 kr.

Kilde: Turistundersøkelsen 2024, Innovasjon Norge

Om lag 70 % av de internasjonale turistene i Norge har et opphold som varer mellom fire og fjorten dager

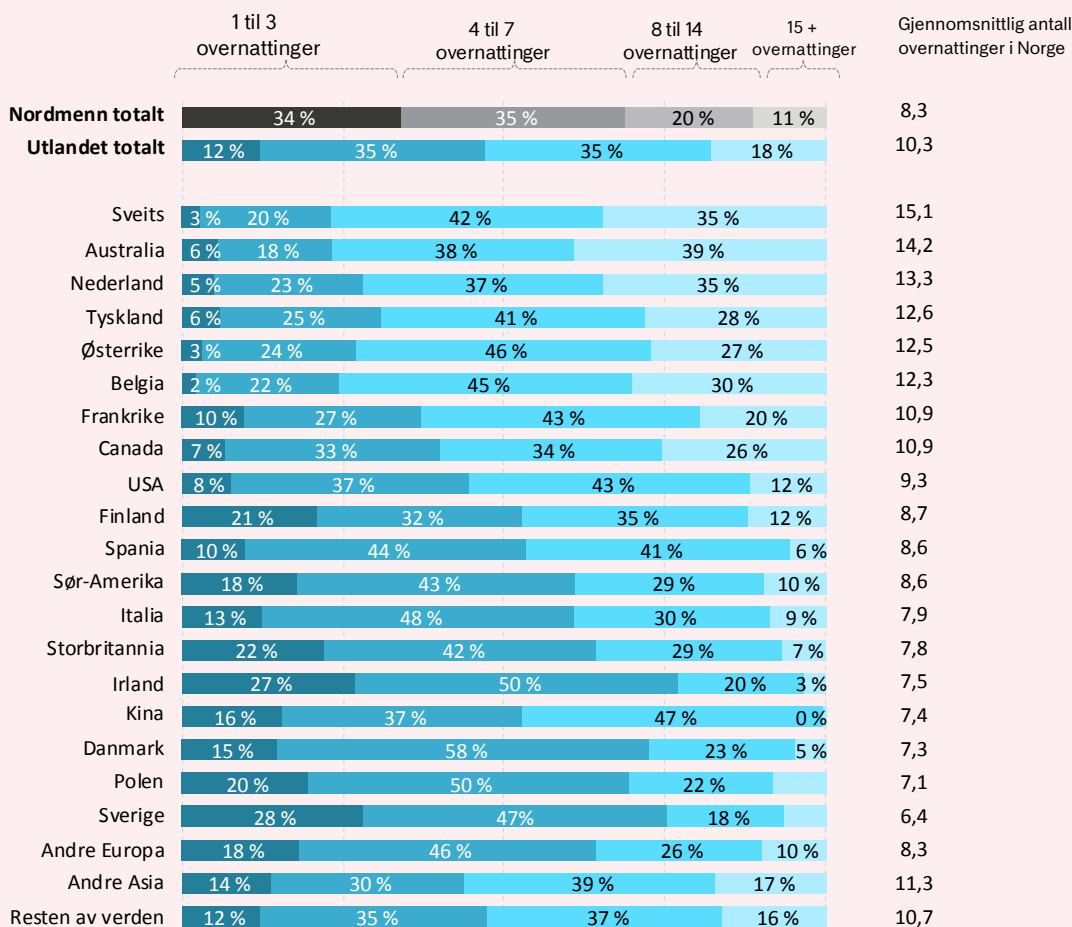
De reisende fra Sveits, Australia, Nederland, Belgia, Tyskland og Østerrike har en stor gruppe reisende som er i Norge 15 netter eller mer, særlig i sommersesongen. Disse turistene bidrar til å trekke gjennomsnittlig oppholdstid opp for disse markedene.

Norge fra 4 til 14 dager. Hele 6 av 10 danske turister er i Norge mellom 4 og 7 dager.

Den gjennomsnittlige oppholdstiden er omtrent på samme nivå som i 2019 for utenlandske feriereisende totalt sett.

I alle markeder er det store flertallet av turistene i

Antall overnattinger oppdelt intervaller og gjennomsnittlig antall overnattinger



Kilde: Turistundersøkelsen 2024, Innovasjon Norge

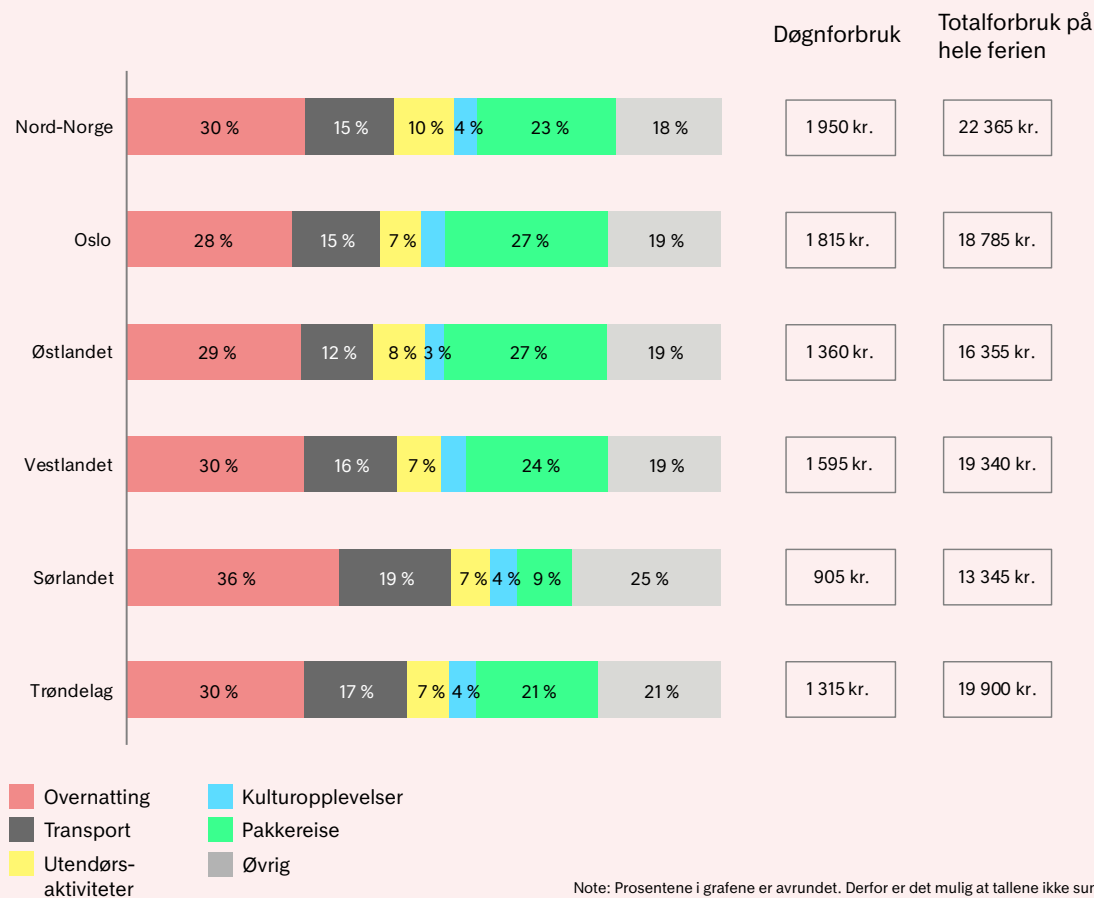
Note: Prosent på eller under 2 % er skjult

Turistene i Nord-Norge bruker mest penger

Det er særlig turistene som besøker Nord-Norge i vintersesongen som trekker forbruket opp. I Nord-Norge er det turistene med base i regionen som trekker forbruket opp, men for de øvrige regionene (med unntak av Trøndelag) er det rundreiseturistene som løfter døgnforbruket opp.

Nesten 1 av 3 turister i Nord-Norge bruker mer enn 2000 kroner per døgn, og da er kostnadene for transport til Norge ikke regnet med. Nesten halvparten av turistene med base i Nord-Norge har deltatt på organiserte utendørsaktiviteter eller aktiviteter med guide, det er langt høyere enn turistene som besøker andre regioner.

Gjennomsnittlig døgnforbruk og totalforbruk på ferien per person



Kilde: Turistundersøkelsen 2024, Innovasjon Norge

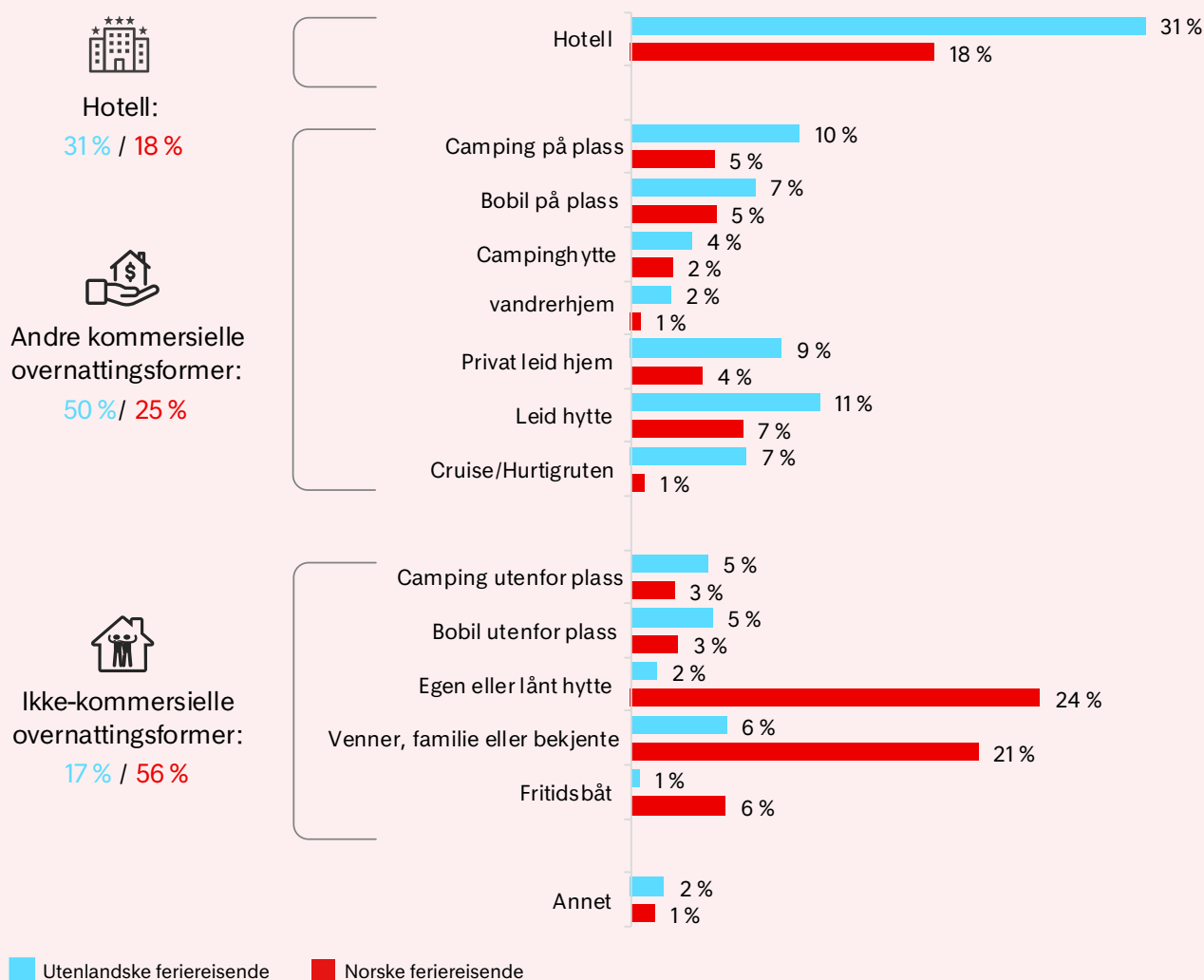
Note: Prosentene i grafene er avrundet. Derfor er det mulig at tallene ikke summerer seg akkurat til 100 %. Prosenten på eller under 3 % er skjult.
Døgnforbruket på transport til Norge inngår ikke i beregning av døgnforbruk og totalforbruk.
 *Det gjennomsnittlige forbruket er avrundet til nærmeste 5 kr. Forbrukstallene i regionene er fra Turistundersøkelsen, da forbruksmodellen er unøyaktig med hensyn til ferietype og feriemarked innenfor regionene.

1 av 3 utenlandske overnattinger er på hotell

De utenlandske turistene bor i større grad på hotell, leide private hjem og i leid hytte utenfor sommerseongen.

Andel som overnatter i leide private hjem og i leid hytte har økt kraftig etter pandemien, og andel som bor på hotell har gått ned.

Fordelingen av de feriereisendes overnattinger på innkvarteringstyper



Kilde: Turistundersøkelsen, Innovasjon Norge

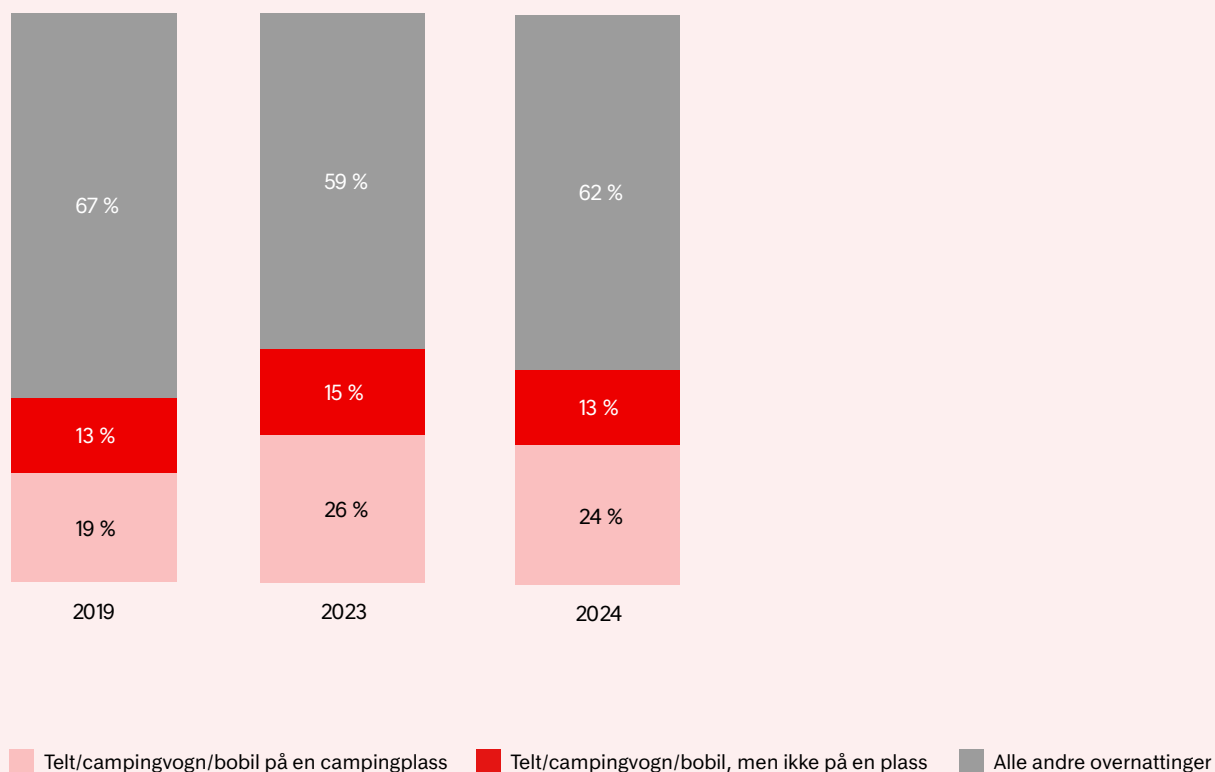
Stor vekst av utenlandske overnattinger på camping

Når vi ser på utviklingen i utenlandske overnattinger, har det ikke bare vært en solid vekst siden 2019, men også en markant økning i andelen som velger camping eller bobil, både på og utenfor organiserte campingplasser. Denne overnatningsformen har vokst mer enn andre alternativer, mens grafen viser

at færre foretrekker hotell. Selv om antall utenlandske hotellovernattinger har økt fra 7,06 millioner i 2019 til 7,6 millioner i 2024, tilsvarer denne veksten på åtte prosent om lag 582 000 flere hotellovernattinger.

Fordelingen av de utenlandske feriereisendes overnattinger på innkvarteringstyper over tid

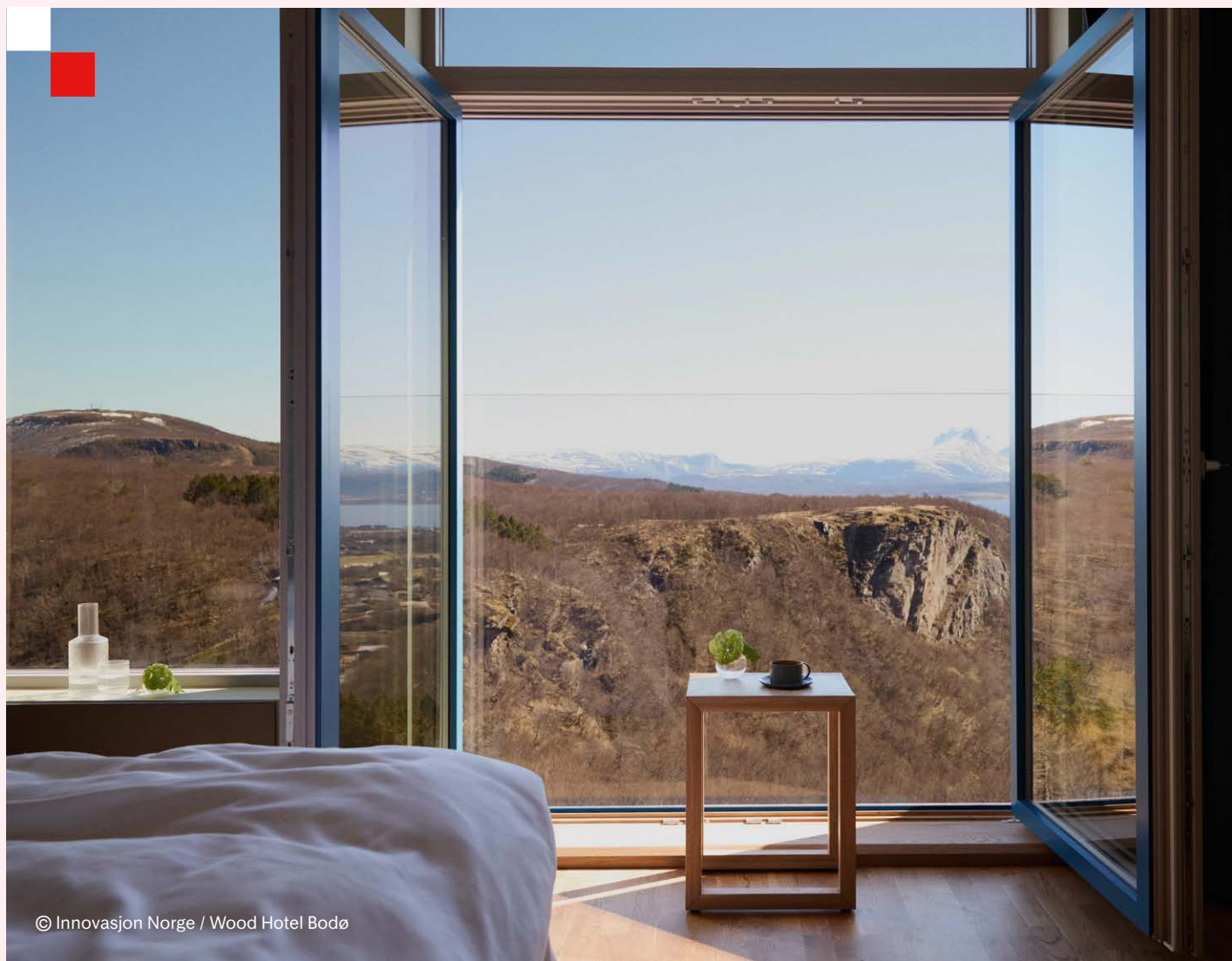
Andelen av feriereisende, som har angitt overnattingstypen



Kilde: Turistundersøkelsen, Innovasjon Norge

05

Kommersielle overnattinger

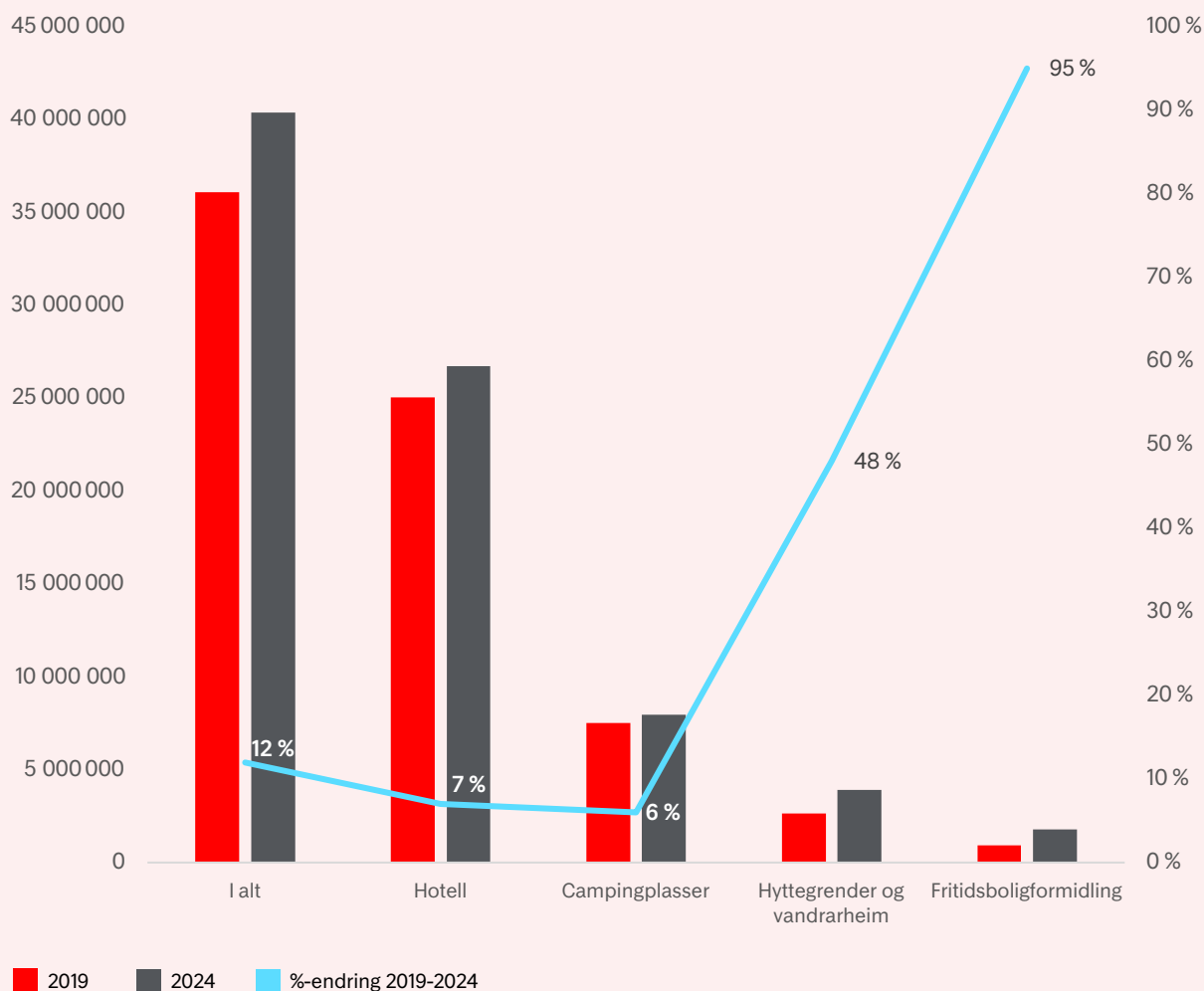


God utvikling også i de registrerte overnattingsformene

I 2024 var det 40,4 millioner overnattinger ved kommersielle overnattingssteder og via norske fritidsboligformidlere. Dette er en økning på 12 prosent sammenlignet med 2019, tilsvarende

4,3 millioner flere overnattinger. Bare fra 2023 er antall registrerte overnattinger økt fra 38,6 millioner til 40,4 millioner, som betyr en økning på 1,79 millioner på et år.

Fordeling av kommersielle overnattinger og via fritidsboligformidling



Kilde: SSB

De kommersielle overnattingene og overnattinger via fritidsboligformidling er de som finnes i den offisielle statistikken over antall overnattinger i Norge. I tillegg kommer beregninger fra Turistundersøkelsen på overnattinger som faller utenfor den offisielle statistikken, som det står om på de foregående sidene.

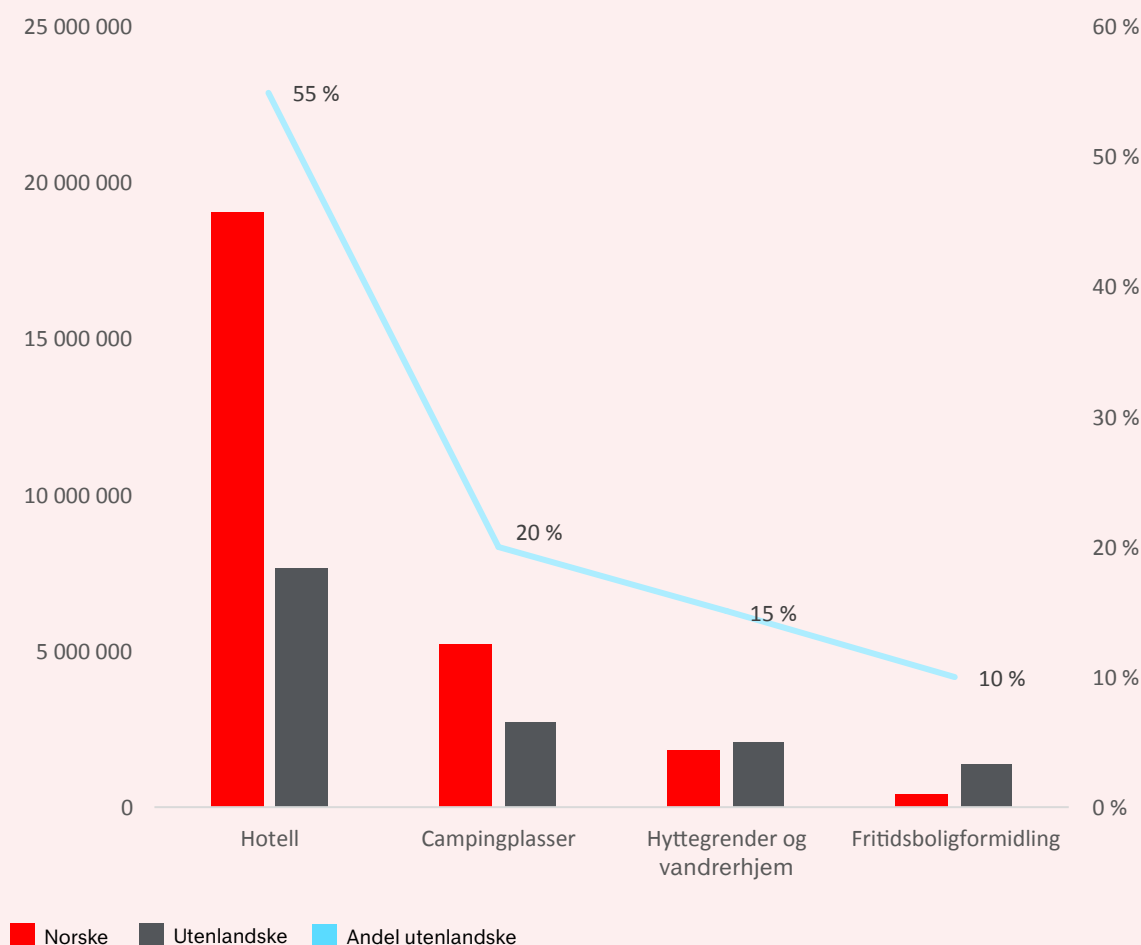
I 2024 var det 40,4 millioner overnattinger ved kommersielle overnattningssteder og via norske fritidsboligformidlere. Dette er en økning på 12 prosent sammenlignet med 2019, tilsvarende 4,3 millioner flere overnattingen. Bare fra 2023 er antall

registrerte overnattinger økt fra 38,6 millioner til 40,4 millioner, som betyr en økning på 1,79 millioner på et år.

Veksten fra 2019 til 2024 er gått til hotell hyttegrend

Veksten på 4,3 millioner flere overnattinger fra 2019 fordeler seg utover flere ulike overnattningsmuligheter, men 40 prosent av veksten, som representerer en tilvekst på 1,7 millioner går til hotellene, 30 prosent går til hyttegrend og vandrerhjem, 20 prosent til hytteformidlere og 10 prosent til camping. Det at 60 prosent av veksten går til andre overnattningsformer enn hotell, gjør at andel hotellovernatting går fra 69 prosent i 2019 til 66 prosent i 2024.

Kommersielle overnattinger og via fritidsboligformidling



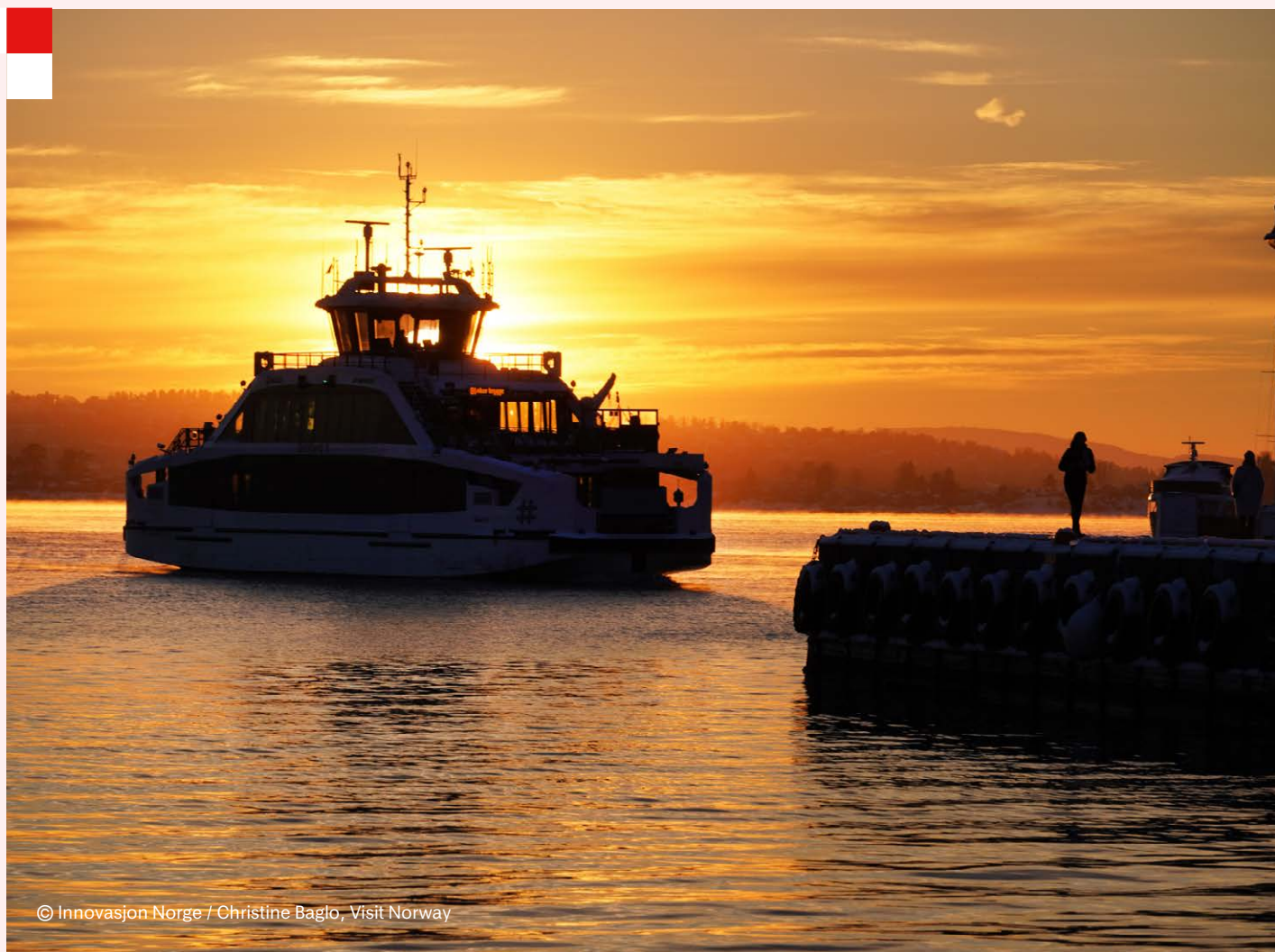
Kilde: SSB

Tyskland fortsetter å styrke sin posisjon

Tyskland har i mange år vært det største utenlandsmarkedet for norsk reiseliv, og er også det i 2024

Med totalt 2,8 millioner overnattinger ved et hotell, camping, vandrerhjem, hyttegrend og via norske fritidsboligformidlere er Tyskland det største utenlandsmarkedet. I tillegg er Tyskland det største markedet målt i cruisepassasjerer som du kan lese mer om i kapitlet som omhandler cruise. I tillegg viser Turistundersøkelsen at mange tyskere benytter seg av overnatningsformer som ikke fanges opp av den offisielle statistikken, spesielt overnatting i bobil utenfor campingplasser.

Målt i kommersielle overnattinger er USA det andre største markedet målt i kommersielle overnattinger, men legger vi til overnattinger via fritidsboligformidlere er Sverige det nest største med 1,5 millioner overnattinger. Topplisten med markeder er den samme som i 2019 som med betydningsfulle markeder som Tyskland, USA, Sverige, Nederland, Danmark og Storbritannia på topp. Sammen representerte disse en andel på 57 prosent i 2019 og i 2024 var andelen 61 prosent.



En god vekst fra de aller fleste markeder

Fra 2024-2025 var det en god vekst fra de fleste markeder i tabellen under, bortsett fra en nedgang fra Nederland, Belgia og naturlig nok Russland. Innreisen fra Europa tok seg opp i 2023, men det er først i 2024 vi har en god utvikling fra flere oversjøiske markeder utover USA. Kina er i 2024 det

største asiatiske markedet med 219 700 overnattinger. Det er hele 143 prosent flere enn året før, men fremdeles er det halvparten av hva de hadde i 2019. Den gode veksten fra utenfra Europa, gjør at andel oversjøiske overnattinger går fra 19 prosent i 2023 til 21 prosent i 2023. Se oversikten på side x



Kommersielle overnattinger

| | 2019 | Andel 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | Andel 2024 | Endring 2023-2024 | Endring 2019-2024 |
|-------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------------|-------------------|
| I alt | 35 179 554 | 100 % | 23 720 833 | 27 092 046 | 36 127 194 | 37 044 492 | 38 587 930 | 100 % | 4 % | 10 % |
| Norge | 24 478 073 | 70 % | 20 402 530 | 23 782 515 | 26 313 965 | 25 907 064 | 26 162 501 | 68 % | 1 % | 7 % |
| Utlandet i alt | 10 701 481 | 30 % | 3 318 303 | 3 309 531 | 9 813 229 | 11 137 428 | 12 425 429 | 32 % | 12 % | 16 % |
| Tyskland | 1 955 111 | 18 % | 565 953 | 788 659 | 2 213 667 | 2 300 749 | 2 423 756 | 20 % | 5 % | 24 % |
| USA | 956 174 | 9 % | 203 954 | 211 696 | 819 080 | 1 109 159 | 1 325 349 | 11 % | 19 % | 39 % |
| Sverige | 1 103 425 | 10 % | 397 600 | 376 801 | 996 498 | 1 098 202 | 1 230 241 | 10 % | 12 % | 11 % |
| Nederland | 773 696 | 7 % | 171 852 | 217 594 | 1 056 754 | 1 018 928 | 911 930 | 7 % | -11 % | 18 % |
| Danmark | 755 652 | 7 % | 589 832 | 262 335 | 830 456 | 825 675 | 860 582 | 7 % | 4 % | 14 % |
| Storbritannia | 649 981 | 6 % | 288 742 | 179 954 | 567 273 | 677 195 | 776 631 | 6 % | 15 % | 19 % |
| Frankrike | 451 608 | 4 % | 65 530 | 114 200 | 461 000 | 499 152 | 551 427 | 4 % | 10 % | 22 % |
| Sveits | 243 469 | 2 % | 43 380 | 57 178 | 267 826 | 322 008 | 349 074 | 3 % | 8 % | 43 % |
| Spania | 343 513 | 3 % | 43 286 | 70 186 | 267 916 | 308 466 | 344 779 | 3 % | 12 % | 0 % |
| Italia | 273 372 | 3 % | 65 730 | 101 058 | 265 617 | 288 373 | 348 330 | 3 % | 21 % | 27 % |
| Belgia | 160 179 | 1 % | 27 845 | 48 978 | 192 687 | 233 524 | 228 064 | 2 % | -2 % | 42 % |
| Kina | 112 522 | 4 % | 23 402 | 37 288 | 118 856 | 134 212 | 219 674 | 1 % | 143 % | -53 % |
| Australia | 125 339 | 1 % | 22 041 | 4 052 | 54 115 | 115 147 | 143 413 | 1 % | 25 % | 14 % |
| Østerrike | 471 822 | 1 % | 27 614 | 6 135 | 25 146 | 90 472 | 141 363 | 1 % | 5 % | 26 % |
| India | 104 339 | 1 % | 5 670 | 749 | 22 365 | 75 340 | 95 695 | 1 % | 52 % | -10 % |
| Sør-Korea | 57 935 | 1 % | 8 993 | 3 871 | 46 904 | 65 196 | 85 187 | 1 % | 13 % | -18 % |
| Canada | 106 608 | 1 % | 27 152 | 13 661 | 41 295 | 62 851 | 81 672 | 1 % | 25 % | 41 % |
| Singapore | 38 623 | 0 % | 6 190 | 1 286 | 24 614 | 47 531 | 69 791 | 0 % | 47 % | 81 % |
| Taiwan | 40 068 | 0 % | 3 345 | 3 748 | 35 088 | 46 625 | 60 967 | 0 % | 85 % | 24 % |
| Brasil | 50 726 | 0 % | 11 001 | 4 516 | 30 326 | 43 666 | 55 585 | 0 % | 27 % | 10 % |
| Thailand | 53 132 | 0 % | 10 931 | 2 790 | 15 118 | 33 110 | 51 221 | 0 % | 55 % | -4 % |
| De forente arabiske emirater | 49 079 | 0 % | 4 325 | 194 | 5 103 | 32 991 | 48 323 | 0 % | 4 % | 21 % |
| Japan | 100 283 | 1 % | 8 833 | 4 807 | 14 819 | 32 704 | 46 276 | 0 % | 41 % | -54 % |
| Malaysia | 24 238 | 0 % | 4 115 | 1 110 | 9 840 | 20 616 | 24 767 | 0 % | 20 % | 2 % |
| Mexico | 154 189 | 0 % | 19 033 | 16 401 | 20 711 | 17 339 | 24 441 | 0 % | 41 % | 61 % |
| Qatar | 15 138 | 0 % | 3 071 | 2 560 | 12 316 | 17 297 | 17 643 | 0 % | 32 % | 29 % |
| Indonesia | 25 140 | 0 % | 3 996 | 969 | 6 471 | 13 638 | 16 366 | 0 % | 20 % | -35 % |
| Russland | 13 669 | 1 % | 4 781 | 5 602 | 12 581 | 13 350 | 10 090 | 0 % | -42 % | -93 % |
| Øvrige land | 1 492 451 | 14 % | 660 106 | 771 153 | 1 378 787 | 1 593 912 | 1 882 792 | 15 % | 18 % | 26 % |

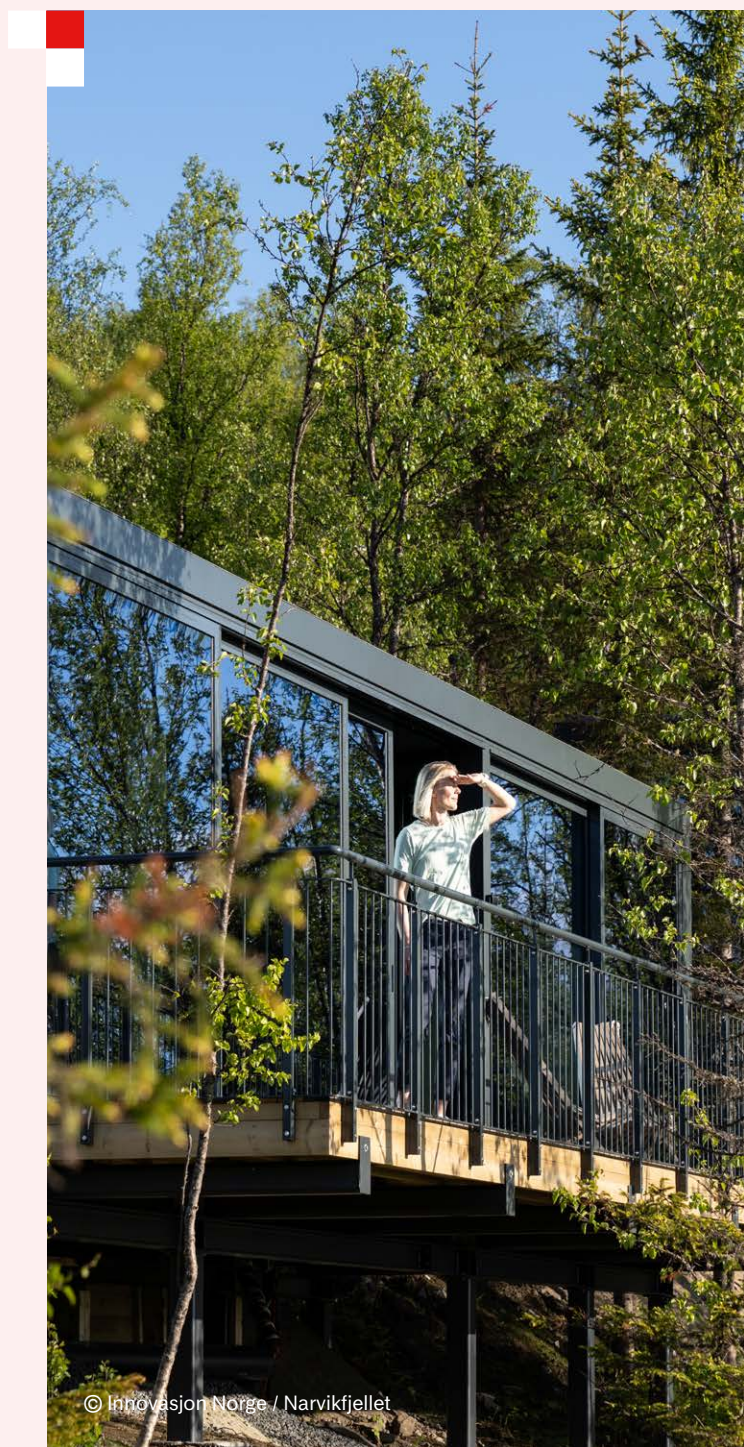
Kilde: SSB

Overnattinger via norske fritidsboligformidlere

I 2024 var det 1,8 millioner overnattinger via norske fritidsboligformidlere. Det er en dobling fra 2019 og majoriteten av disse overnattingene er av dansker, nordmenn, tyskere og svensker.

| | 2019 | 2024 | %- endring | Andel i 2024 |
|----------------|---------|-----------|---------------|-----------------|
| I alt | 924 301 | 1 800 608 | 95 % | 100 % |
| Utlandet i alt | 767 712 | 1 363 127 | 78 % | 76 % |
| Danmark | 242 730 | 473 528 | 95 % | 26 % |
| Norge | 156 589 | 437 481 | 179 % | 24 % |
| Tyskland | 229 459 | 388 260 | 69 % | 22 % |
| Sverige | 186 151 | 301 967 | 62 % | 17 % |
| Nederland | 37 141 | 60 681 | 63 % | 3 % |
| Storbritannia | 14 336 | 42 510 | 197 % | 2 % |

Kilde: SSB

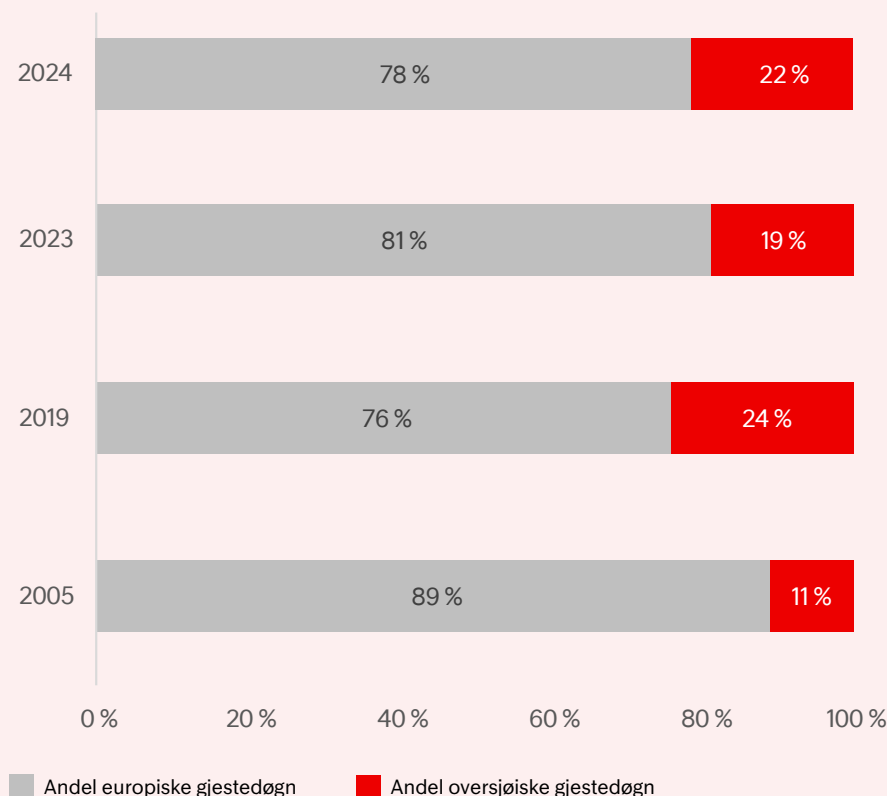


Fordeling av overnattinger mellom europeiske og oversjøiske markeder

Europeiske land har alltid vært viktige for norsk reiseliv, men frem til 2019 vokste de ikke i samme tempo som de oversjøiske markedene, som stadig tok en større andel hvert år. I 2005 representerte oversjøiske markeder 11 prosent av utenlandske gjestedøgn. I 2018 hadde denne andelen økt til 23 prosent, og i 2019 videre til 24 prosent. I 2023 var andelen imidlertid redusert til 19 prosent. Det er kun amerikanerne som har kommet tilbake til tidligere nivåer. Av de 11,1 millioner utenlandske overnattingene det året, var 2,1 millioner fra oversjøiske markeder, hvorav 1,1 millioner var fra USA.

Det er først i 2024 at innreisen fra Asia begynner å ta seg opp. Likevel er amerikanske overnattinger dominerende blant de oversjøiske. Av de 2,7 millioner oversjøiske overnattinger i 2024, var 1,3 millioner amerikanske. Det gjør at amerikanske overnattinger representerte 49 prosent av alle oversjøiske overnattinger det året. Det er et langt sprang ned til Kina, som er det nest største oversjøiske som med i underkant av 220 000 overnattinger.

Andel overnattinger fra europeere og resten av verden



Kilde: SSB

Prioriterer feriereiser - yrkestrafikken er ikke tilbake

Ferie- og fritidstrafikken driver veksten også i 2024

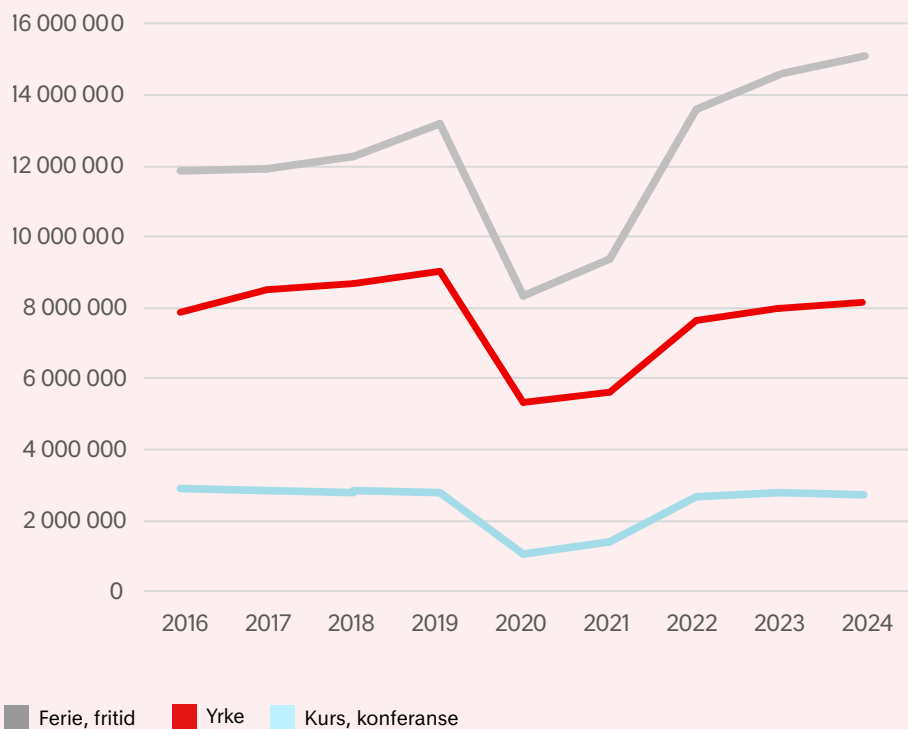
SSB rapportere kun formål med overnattingen i hotellstatistikken. Denne inndelingen finnes ikke for overnattinger på camping, vandrerhjem eller hyttegjeng. Sett veldig stort på det, kan man regne at størstedelen av disse overnattingene er ferie-relaterte. Det hotellstatistikken viser er at det i 2024 ble det registrert 26,7 millioner hotellovernattinger, som er en økning på syv prosent fra 2019. Hele veksten i perioden skyldes ene og alene ferie- trafikken som ligger 18 prosent høyere, sammenlignet med 2019. Hverken yrkesrelaterte overnattinger eller (-6 %) og kurs- og konferanserelaterte overnattinger

(-4 %) er tilbake på et prepandemi-nivå. Det er heller ikke antall internasjonale kongresser i Norge, som du kan lese mer om på side x.

Hotellene hadde god vekst i både norske og utenlandske overnattinger

I motsetning til 2023, hvor antall utenlandske hotellovernattinger fremdeles lå bak 2019-nivået er det i 2024 en god vekst sammenlignet med 2019. Antall utenlandske hotellovernattinger ligger åtte prosent over og antall norske seks prosent over. Sammenlignet med 2023 øker også yrkestrafikken ligg i 2024, mens ferietrafikken øker hvert år

Hotellovernattinger etter formål med overnattingen



Kilde: SSB

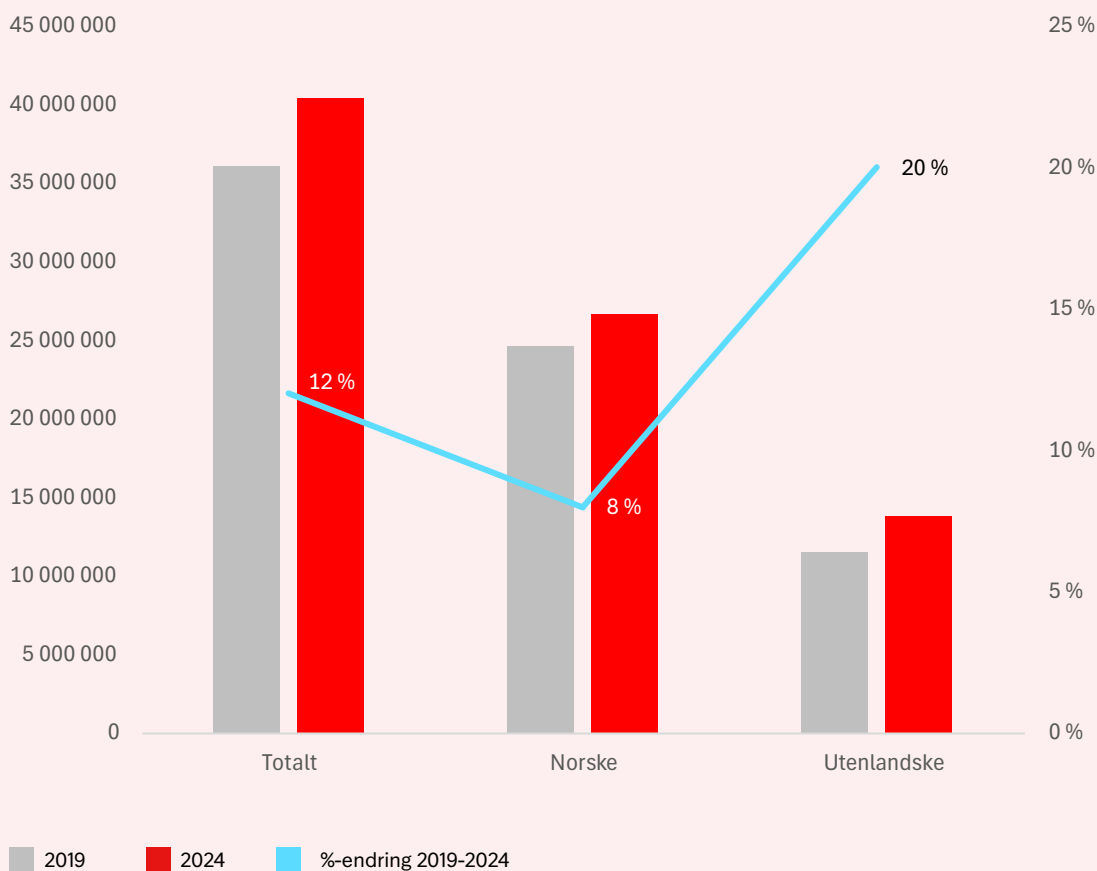
Utvikling og sesongutvidelse

Antall kommersielle overnattinger via formidlere har økt fra 36,1 millioner i 2019 til 40,4 millioner i 2024. Denne veksten på 12 prosent tilsvarer nærmere 4,3 millioner flere overnattinger. Antall norske overnattinger har steget fra 24,6 millioner til 26,6 millioner, en økning på åtte prosent, tilsvarende nesten to millioner. Samtidig har antall utenlandske overnattinger økt fra 11,5 millioner til i underkant av 13,8 millioner, noe som utgjør en vekst på 20 prosent, eller 2,3 millioner overnattinger i perioden.

Andel utenlandske styrker seg

Til tross for at norske overnattinger fortsatt utgjør flertallet, har den relative veksten vært større blant utenlandske gjester. Som følge av dette har andelen norske overnattinger gått ned fra 68 prosent i 2019 til 66 prosent i 2024.

Kommersielle overnattinger og via fritidsboligformidling



Kilde: SSB

En nærmere titt på de utenlandske overnattingene

Basert på den offisielle statistikken for Norge var det i 2024 registrert nærmere 13,8 millioner utenlandske overnattinger. Av disse utgjorde hotellovernattinger den største andelen, etterfulgt av campingplasser, hyttegrender og vandrerhjem, samt overnattinger formidlet via norske fritidsboligformidlere.

Flest overnattinger ved hotell

Antall utenlandske hotellovernattinger var 7,6 millioner i 2024 som representere en andel på 55 prosent og 2,7 millioner som tilsvarer 20 prosent, ble registrert ved en campingplass. Overnattinger ved hyttegrend og vandrerhjem nådde to millioner i løpet av 2024 og representerer 20 prosent. Til slutt er det antall overnattinger via norske fritidsboligformidlere som med i underkant av 1,4 millioner, representere ti prosent av alle overnattingene.

Hotellovernattinger dominerer

I løpet av 2024 ble det registrert 7,6 millioner utenlandske hotellovernattinger, noe som tilsvarer 55 prosent av det totale antallet. Campingplasser stod for 2,7 millioner overnattinger, som utgjør 20 prosent. Overnattinger ved hyttegrender og vandrerhjem utgjorde samlet to millioner, også tilsvarende 15 prosent. Til slutt ble i underkant av

1,4 millioner overnattinger formidlet gjennom norske fritidsboligformidlere, noe som representerer ti prosent av totalen.

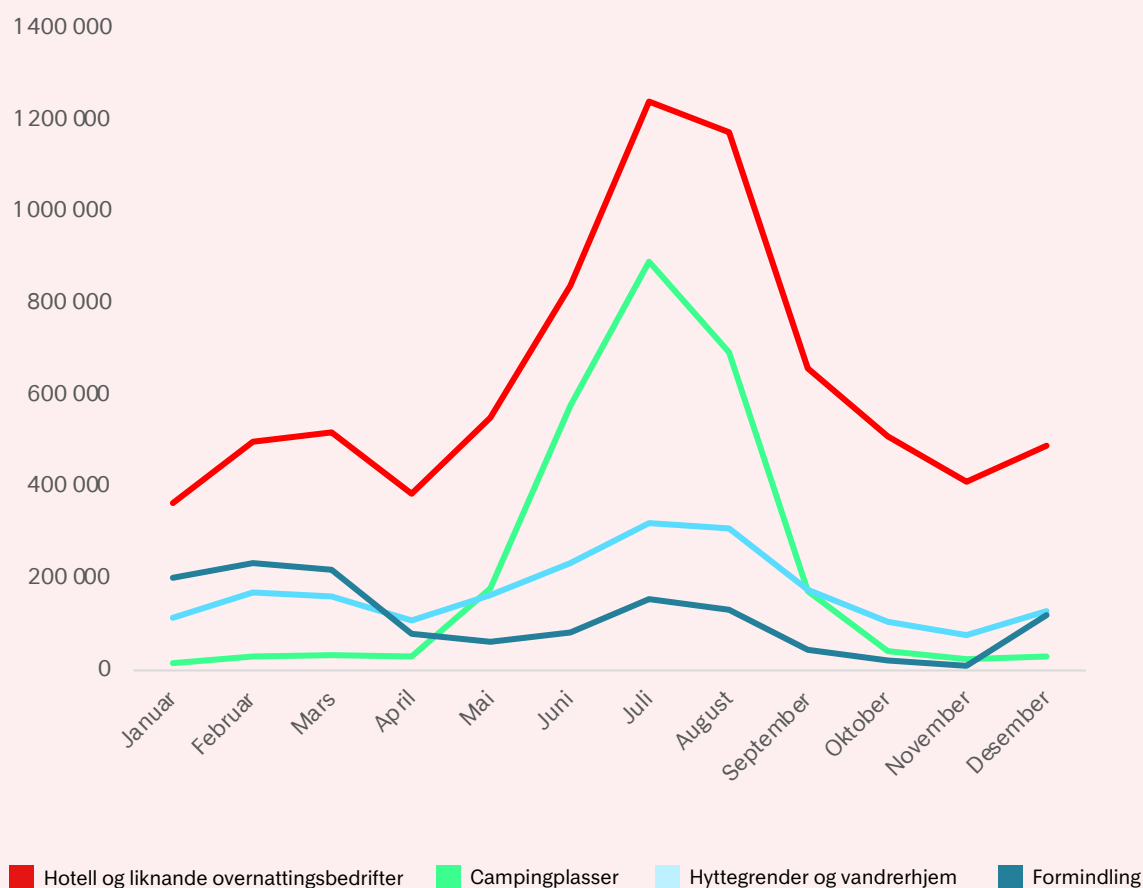
Andel utenlandske hotellovernattinger går ned fra 2019

Antall utenlandske øker fra 7 millioner i 2019 til 7,6 i 2024, men den største tilveksten i perioden har vært til de andre overnattingstypene, så andel utenlandske hotellovernattinger går ned fra 66 prosent i 2019 til 55 i 2024.

Nedgang i andelen utenlandske hotellovernattinger siden 2019

Selv om antall utenlandske overnattinger har økt fra 7 millioner i 2019 til 7,6 millioner i 2024, har den største veksten i perioden funnet sted innenfor andre overnattingstyper. Det gjør at andelen utenlandske hotellovernattinger gått ned fra 66 prosent i 2019 til 55 prosent i 2024.

Utenlandske overnattinger gjennom 2024 fordelt på ulike overnattingsmuligheter samlet inn av SSB



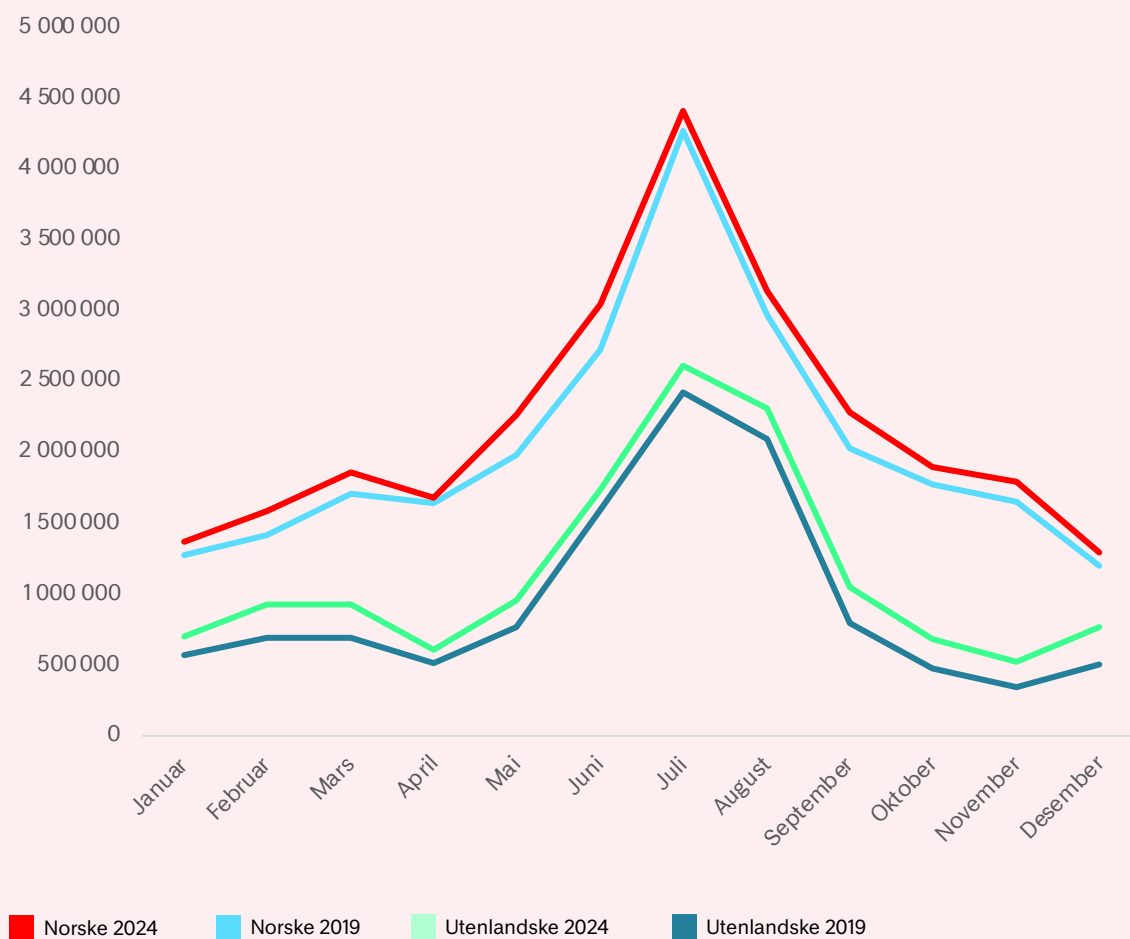
Kilde: SSB

Sesongfordeling av kommersielle overnattinger

Av de totalt 40,4 millioner registrerte kommersielle overnattingene via SSB i 2024 fant 51 prosent sted i sommersesongen fra mai til august. Dette representerer en nedgang på én prosentpoeng sammenlignet med 2019, da 52 prosent av alle overnattinger skjedde i denne perioden. Ser man på de norske overnattingene, var 48 prosent registrert i sommersesongen i 2024, et nivå som har vært

uendret siden 2019. Det mest bemerkelsesverdige er imidlertid utviklingen blant utenlandske overnattinger, der andelen i sommersesongen har falt fra 60 prosent i 2019 til 55 prosent i 2024. Som illustrert i grafen nedenfor, har antall utenlandske overnattinger økt også i sommersesongen, men den sterkeste veksten har funnet sted utenom høysesongen. Denne utviklingen har bidratt til en mer balansert sesongfordeling av overnattingene.

Kommersielle overnattinger og overnattinger via fritidsboligfoligformidling



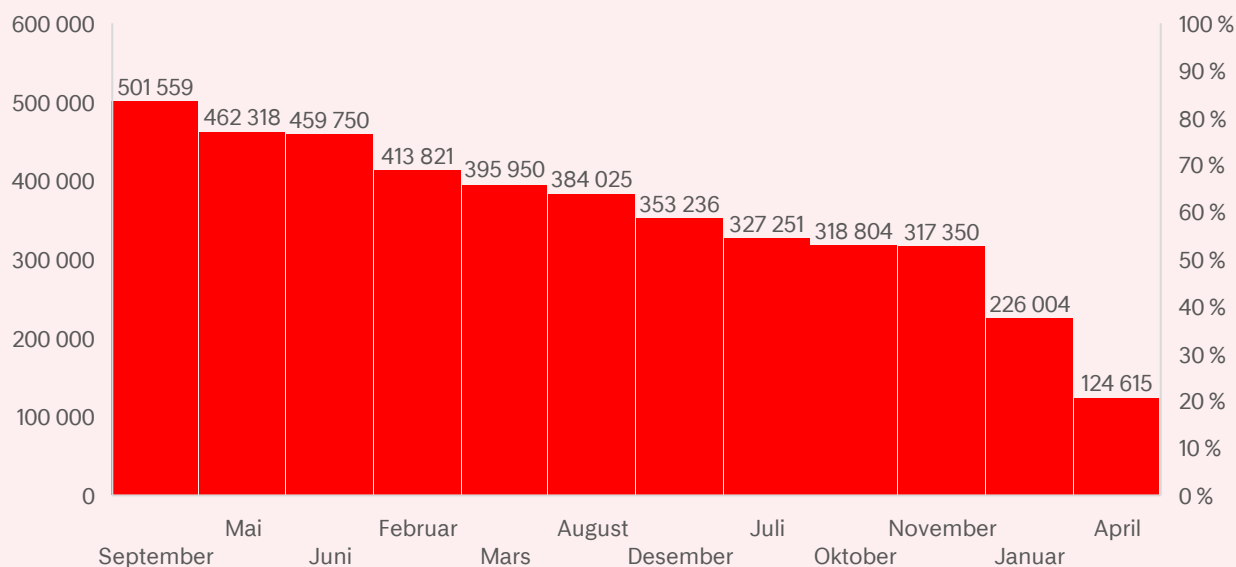
Kilde: SSB

Antall registrerte overnattinger økte med 4,3 millioner fra 2019 til 2024

Antallet registrerte overnattinger steg fra 36,1 millioner i 2019 til 40,9 millioner i 2024. Veksten på hele 4,3 millioner overnattinger er fordelt utover året som grafen under viser, med størst tilvekst i september, mai og juni. Fra 2023 er antall overnattinger økt med 1,8 millioner registrerte overnattinger.

Selv om sommersesongen fortsatt har flest registrerte overnattinger i 2024, er tilveksten større resten av året. Dette har ført til at andelen overnattinger i sommersesongen mai til august har gått ned fra 52 prosent i 2019 til 51 prosent i 2024. Av tilveksten på 4,3 millioner fra 2019, var 1,6 millioner i perioden mai til august, mens 2,7 millioner fordelte seg på de øvrige månedene.

Tilvekst i norske og utenlandske overnattinger i perioden 2019-2024 fordelt utover året



Registrerte overnattinger via SSB som er kommersielle overnattinger og overnattinger via norske formidlere

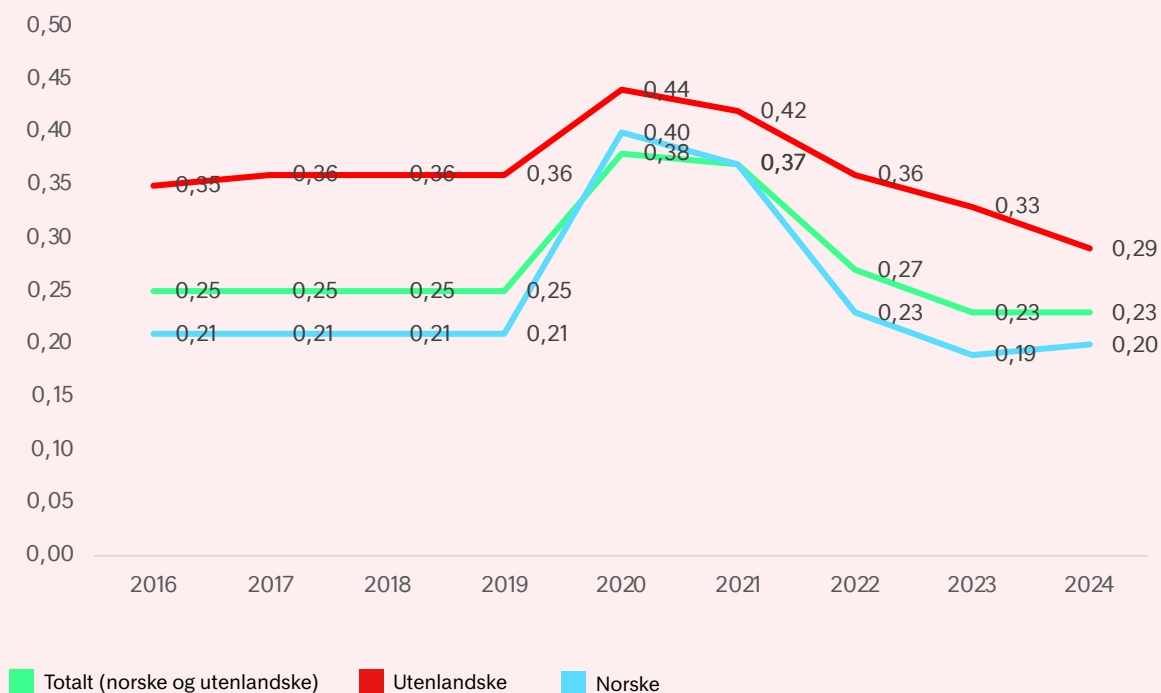
Kilde: SSB

Utvikling GINI-indeks over tid

Gini-indeksen, også kjent som Gini-koeffisienten nådde et rekordlavt nivå i 2024. Med en god vekst gjennom hele året og spesielt med måneder med lavere overnattingstall betyr at Gini- koeffisienten for både norske og utenlandske overnattinger er rekordlavt. Antall utenlandske overnattinger er jevnere fordelt mellom årets 12 måneder og går fra 0,33 i 2023 til 0,29 i 2024. Det gjør at totalen for registrerte overnattinger i Norge er på rekordlave 0,22 i 2024. I kapittelet om cruiseturismen i Norge kan du lese at også antall cruisepassasjerer er jevnere fordelt utover året i 2024, sammenlignet med 2023.

Hva betyr disse tallene?
 Jo nærmere null, desto bedre!
 GINI-indeksen, eller GINI-koeffisienten, er et statistisk mål for spredning, uttrykt som en verdi fra 0 til 1. Dersom et reise-mål, eller et land, har et likt antall overnattinger eller cruiseturister hver måned gjennom hele året, vil verdien være null. Målet er å oppnå en så lav verdi som mulig.

GINI-indeks for kommersielle overnattinger og overnattinger via fritidsboligformildere



Kilde: SSB og Innovasjon Norge

Mange reisemål arbeider strategisk med spredning av trafikken gjennom året

Et viktig mål for mange destinasjoner er å sikre helårlige arbeidsplasser i reiselivsnæringen gjennom en jevn fordeling av besøkende året rundt. Dette oppnås blant annet ved å rette seg mot ulike målgrupper innen ferie- og fritidssegmentene, samt forretningstrafikk som kurs, konferanser og arrangementer med mer.

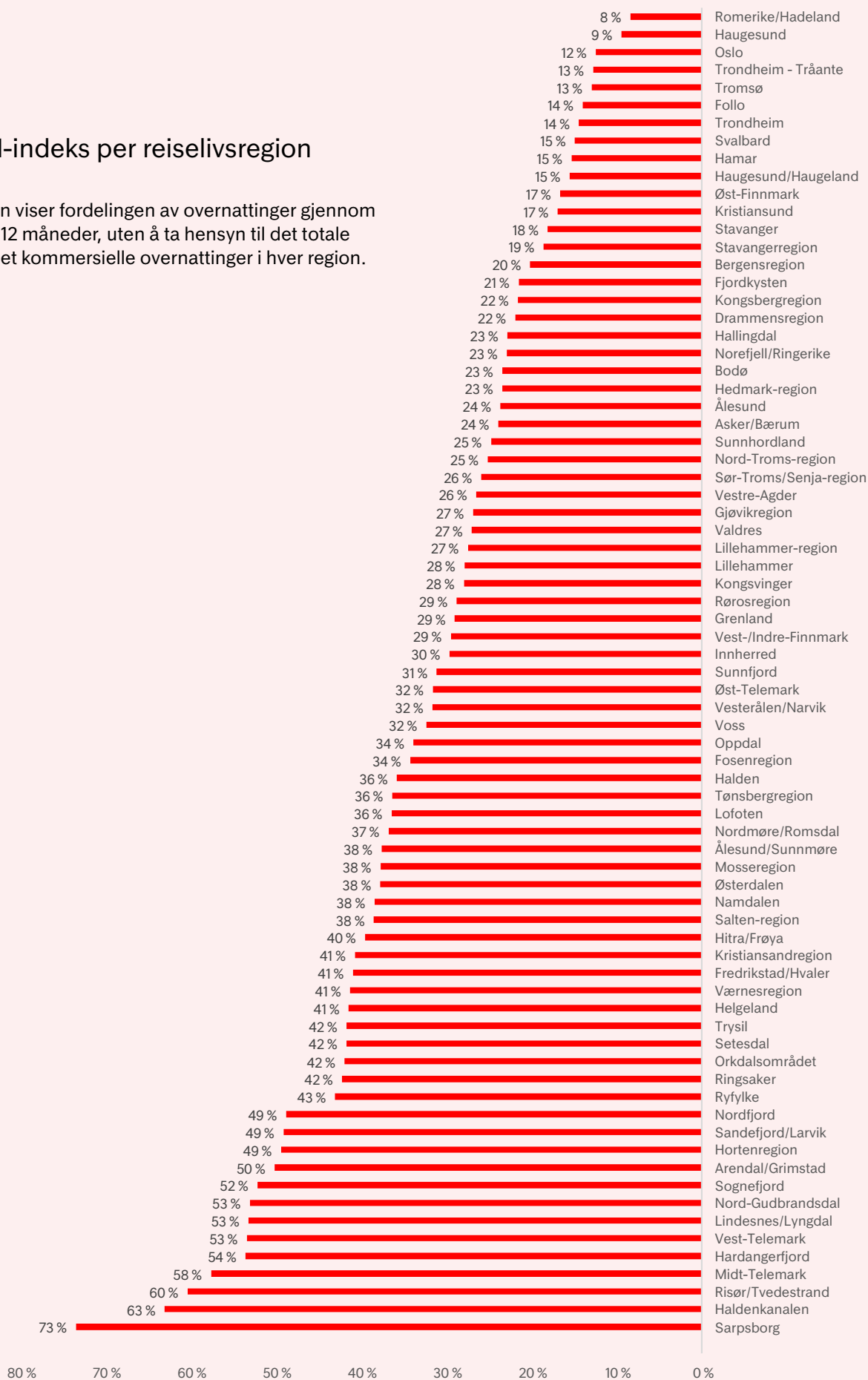
Romerike/Hadeland-regionen utmerker seg som den reiselivsregionen med den jevneste fordelingen av kommersielle overnattinger gjennom 2024, med en indeks score på lave 8. Tett etterfulgt av Haugesund, Oslo, Tromsø, Follo, Trondheim,

Svalbard, Hamar, reiselivsregionen Haugesund/Haugeland, Øst-Finnmark, Kristiansund, Stavanger og Bergensregionen. Grafen viser fordelingen av overnattingene i løpet av året, og ingenting om det er mange eller få overnattinger. I graf på side x vises derfor en sammenstilling av byer og reiselivsregionen med antall overnattinger i løpet av 2024, og fordelingen av disse. Der kommer Oslo og Bergen aller best ut, hvor Oslo med 6,7 millioner overnattinger og Bergen med 3 millioner har jevnest fordeling utover året.



GINI-indeks per reiselivsregion

Grafen viser fordelingen av overnattinger gjennom årets 12 måneder, uten å ta hensyn til det totale antallet kommersielle overnattinger i hver region.



Kilde: SSB og Innovasjon Norge

Oslo har det høyeste antallet overnattinger og den beste fordelingen gjennom året

Det kan også være interessant å se et reisemåls antall overnattinger i forhold til fordelingen gjennom året. Jo nærmere 0 prosent skåren er, desto bedre er fordelingen. Hvis en region har nøyaktig samme antall overnattinger hver måned, vil skåren være

0 prosent. På den andre siden, hvis alle overnattingene skjer i én måned, vil skåren være 100 prosent. Nederst til høyre i grafen finner vi Oslo og Bergens-regionen, som skiller seg ut med flest overnattinger og en jevn fordeling gjennom året.

Sesongsvingning og overnattinger per reiselivsregion og byer



Kilde: SSB og Innovasjon Norge

En nærmere titt på fordeling av overnattinger fra ulike markeder

Som de foregående sidene viser er antall overnattinger økt med 2,3 millioner overnattinger i 2024 sammenlignet med 2019.

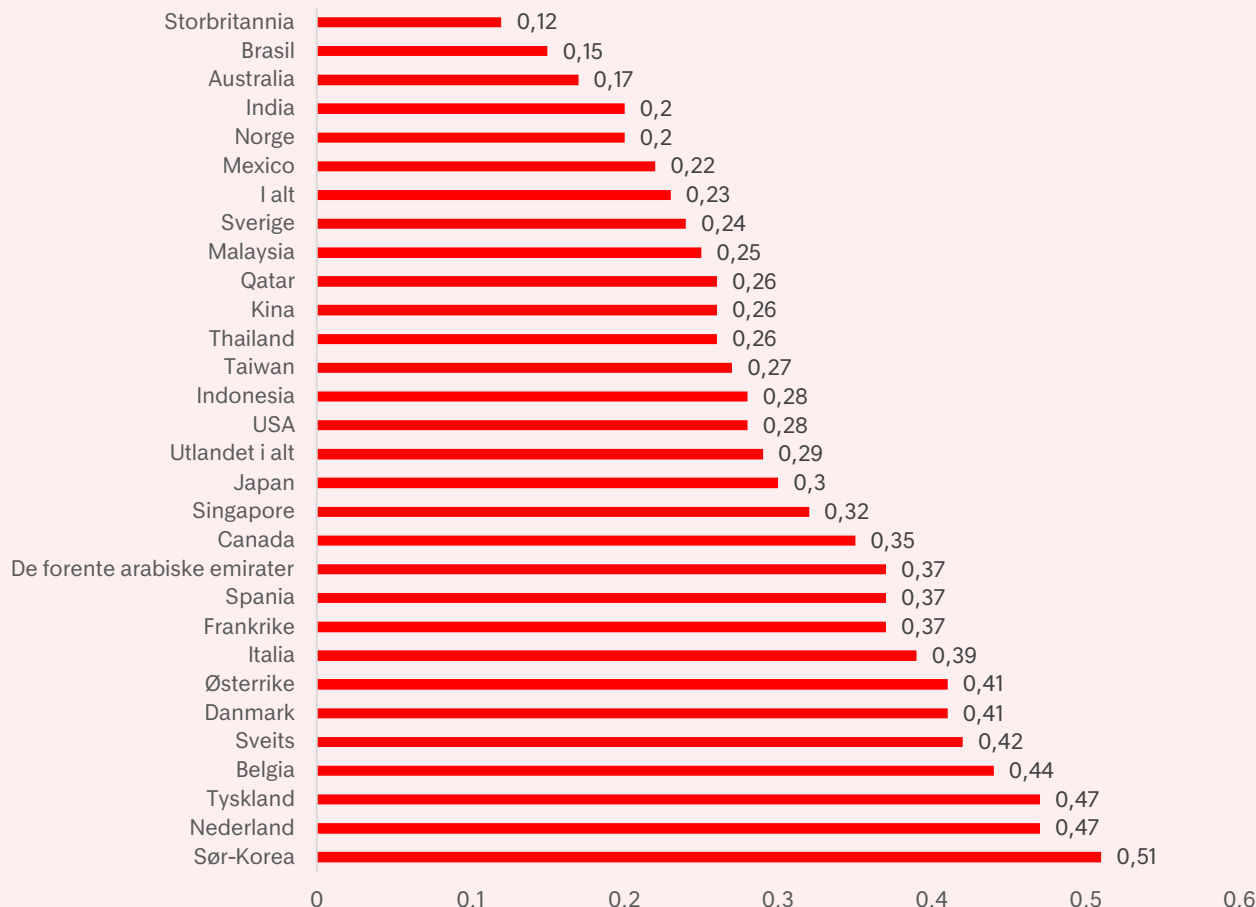
God tilvekst gjennom hele året

Av veksten på 2,3 millioner flere overnattinger var i underkant av 719 000 i sommermånedene mai til august, som representerer 31 prosent av tilveksten. Resten er spredt utover året. Det er ulikt hvordan overnattinger fra ulike markeder sprer seg utover året. Noen markeder kommer i størst graf i sommersesongen, men Storbritannia skiller seg ut med god sesongutvidelse. Det kommer briter til Norge

om sommeren og de besøker landet vinterstid for å stå på ski eller for å oppleve Nordlyset.

Grafen viser ikke hvor mange overnattinger det er fra hvert marked, men hvordan de overnattingene som er i Norge er spredt utover årets 12 måneder. Storbritannia, som er vårt sjette største utenlandsmarked, med en andel på seks prosent i 2024 er det markedet som har overnattinger fordelt gjennom året med en score på 0,12. I den andre enden av skalaen finner vi Tyskland med en score på 0,47, som er det største markedet med 2,3 millioner kommersielle overnattinger som utgjør en andel på 20 prosent

GINI-indeks per marked



Kilde: SSB og Innovasjon Norge

06

Kjennetegn ved de ferierende



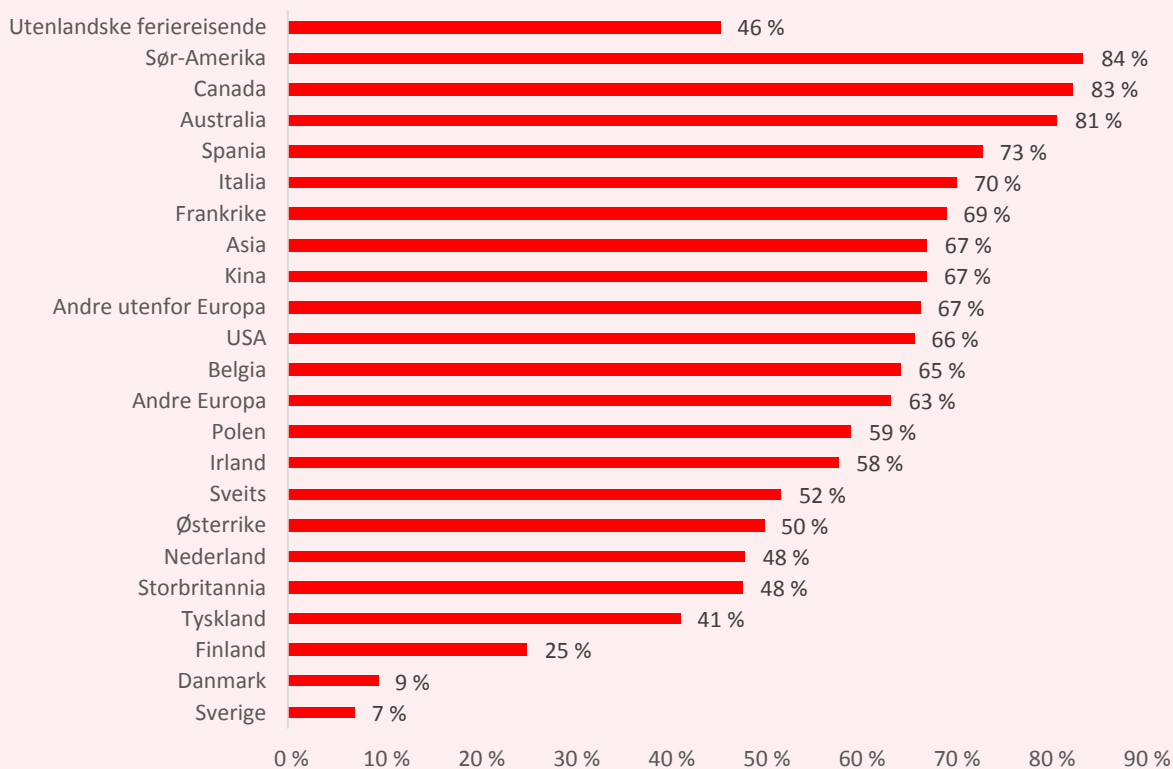
Norge har en god blanding av gjenbesøk og førstegangsbesøkende.

Litt over halvparten av de feriereisende i 2024 hadde besøkt landet tidligere

Ifølge Turistundersøkelsen var 46 prosent av de feriereisende i 2024 førstegangsbesøkende. Dette forholdet mellom nye og gjentatte besøkende har vært stabilt sammenlignet med både 2023 og 2019. I 2024 hadde Nord-Norge, Oslo og Vestlandet den høyeste andelen førstegangsbesøkende, mens det sentrale Østlandsområdet, spesielt skituristene, hadde en stor andel gjentatte besøk. Blant skituristene var kun 39 prosent på ferie i Norge for første gang, og særlig høy andel gjengangere blant danske

og svenske turister. Kun tre prosent av de svenske skituristene og elleve prosent av de danske skituristene besøkte Norge for første gang, mens franske skiturister utgjorde den største gruppen av nye besøkende, med 79 prosent førstegangsbesøkende. Rundt 40 prosent av skituristene fra Storbritannia og Tyskland var på sitt første besøk. Den turistgruppen som i størst grad bestod av førstegangsbesøkende var nordlysturistene om vinteren. Blant disse var hele 62 prosent i Norge for aller første gang.

Andel førstegangsbesøkende i 2024



Kilde: Turistundersøkelsen, Innovasjon Norge

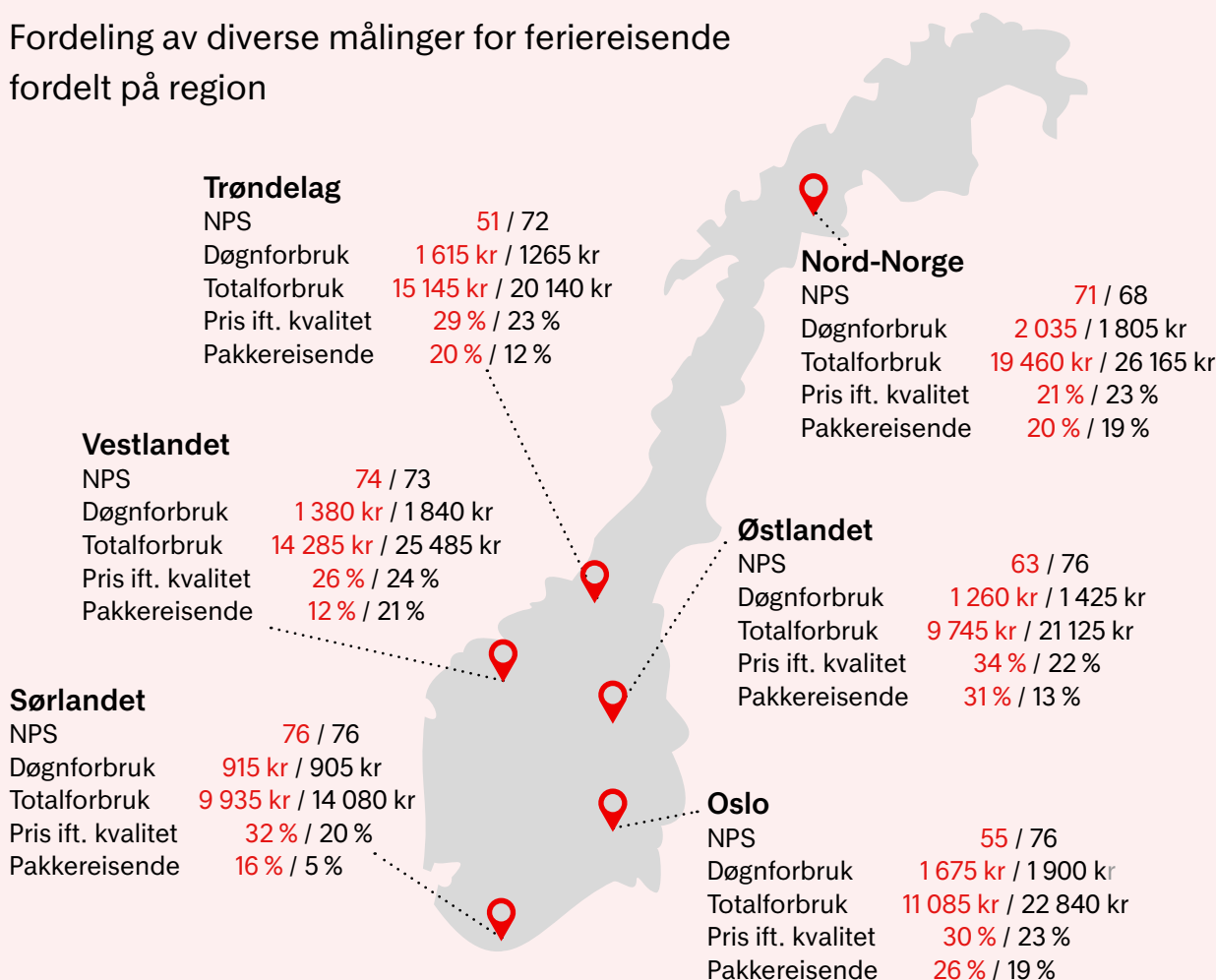
Base- og rundreiseturister i regionene

For turistene som har besøkt Trøndelag, Østlandet og Oslo er det store forskjeller på anbefalingsviljen (NPS) til baseturistene og rundreiseturistene. Det skyldes i stor grad at det er mange baseturister fra Skandinavia.

Turistene som besøker Sørlandet har høyest NPS, men har absolutt lavest døgnforbruk.

Turistene med base i Nord-Norge har høyest døgnforbruk, er svært villige til å anbefale Norge. De er i større grad i Norge for første gang og hele 7 av 10 kommer med fly.

Fordeling av diverse målinger for feriereisende fordelt på region



■ Utenlandske baseturister ■ Utenlandske rundreiseturister

Flest førstegangsbesøkende i Nord-Norge, Oslo og på Vestlandet

Det er en mye større andel av førstegangsbesøkende blant rundreiseturistene enn blant baseturistene i alle regioner med unntak av Nord-Norge, der det omtrent like fordeling.

Hele 6 av 10 som overnatter i Oslo som del av en rundreise er i Norge for første gang. Andelen som

bor på hotell er høyest i Oslo og Nord-Norge.

Turistene som har Oslo eller Nord-Norge som base er yngre enn gjennomsnittet, og rundreiseturistene som besøker Sørlandet og Vestlandet er de eldste.

Fordeling per region

Trøndelag

| | |
|---------------------------------|-------------|
| Fly til Norge | 56 % / 32 % |
| Andel overnattinger på hotell | 31 % / 27 % |
| Ikke-kommersielle overnattinger | 20 % / 23 % |
| Førstegangsbesøkende | 39 % / 45 % |
| Gjennomsnittsalder | 42 / 47 |

Vestlandet

| | |
|---------------------------------|-------------|
| Fly til Norge | 36 % / 56 % |
| Andel overnattinger på hotell | 26 % / 31 % |
| Ikke-kommersielle overnattinger | 19 % / 18 % |
| Førstegangsbesøkende | 48 % / 54 % |
| Gjennomsnittsalder | 45 / 47 |

Sørlandet

| | |
|---------------------------------|-------------|
| Fly til Norge | 9 % / 10 % |
| Andel overnattinger på hotell | 13 % / 14 % |
| Ikke-kommersielle overnattinger | 28 % / 24 % |
| Førstegangsbesøkende | 27 % / 49 % |
| Gjennomsnittsalder | 47 / 47 |

Nord-Norge

| | |
|---------------------------------|-------------|
| Fly til Norge | 71 % / 56 % |
| Andel overnattinger på hotell | 42 % / 35 % |
| Ikke-kommersielle overnattinger | 18 % / 19 % |
| Førstegangsbesøkende | 53 % / 54 % |
| Gjennomsnittsalder | 41 / 46 |

Østlandet

| | |
|---------------------------------|-------------|
| Fly til Norge | 25 % / 27 % |
| Andel overnattinger på hotell | 20 % / 21 % |
| Ikke-kommersielle overnattinger | 22 % / 24 % |
| Førstegangsbesøkende | 21 % / 49 % |
| Gjennomsnittsalder | 43 / 46 |

Oslo

| | |
|---------------------------------|-------------|
| Fly til Norge | 64 % / 58 % |
| Andel overnattinger på hotell | 42 % / 39 % |
| Ikke-kommersielle overnattinger | 46 % / 19 % |
| Førstegangsbesøkende | 44 % / 60 % |
| Gjennomsnittsalder | 39 / 46 |

■ Utenlandske baseturister ■ Utenlandske rundreiseturister

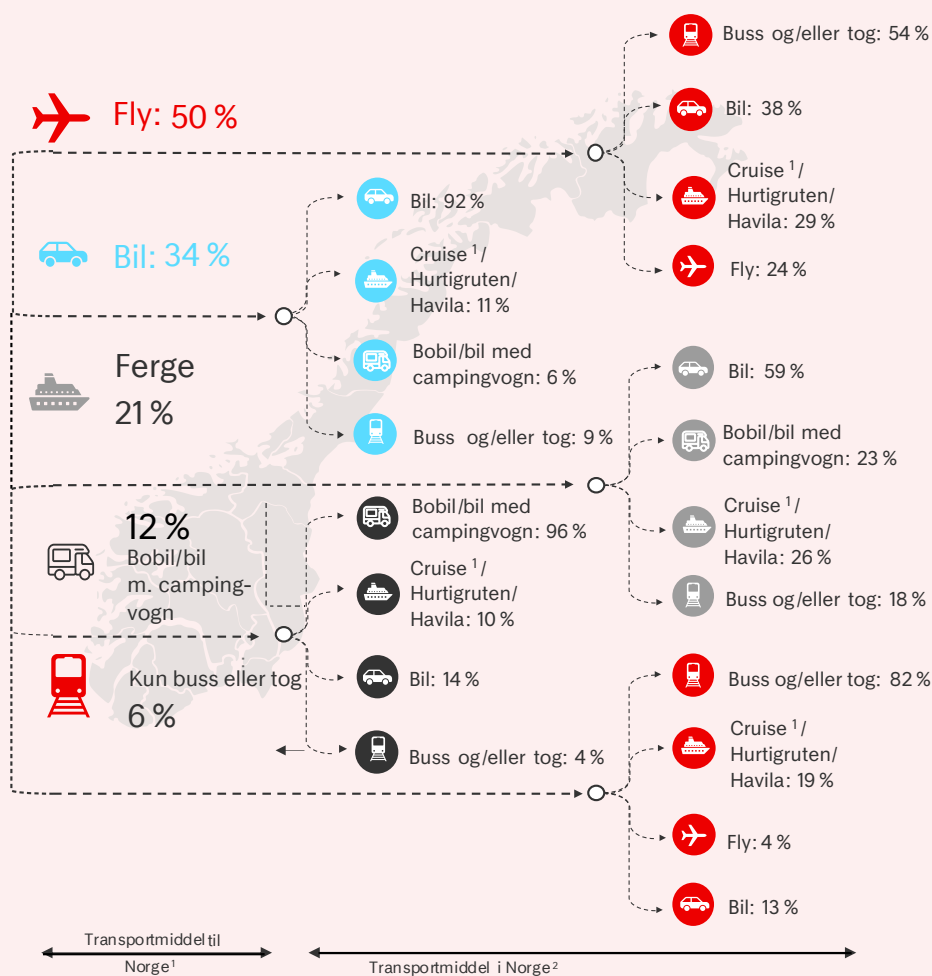
Halvparten kommer med fly

Selv om det er flest som kommer med fly, er det betydelig flere som kommer med bil og bobil enn før pandemien. Det skyldes særlig at det er de tyske turistene har økt mer enn turister fra andre land etter pandemien og andelen som kommer fra oversjøiske markeder har gått ned. Det er seks prosent som kommer kun med buss eller tog, det betyr at de ikke kombinerer med f.eks. fly. Disse turistene bruker i mye større grad også buss og tog på reisen i Norge.

Flere bruker buss og tog i Norge utenfor sommersesongen

Andelen som bruker fly på feriereisen både til og i Norge er høyere utenfor sommersesongen. Det er også andelen som bruker tog og buss. Det er særlig dansker og svensker på skiferie som trekker opp andelen som bruker bil om vinteren.

Kombinasjon av transportmidler til og i Norge for utenlandske feriereisende



NB: Det er mulig å velge flere transportformer hvis man har brukt mer enn ett transportmiddel på reisen til og i Norge. Derfor summeres tallene til mer enn 100 prosent. «Bil» inneholder bensin/diesel bil, hybridbil og el-bil. «Ferge» inkluderer Color Line, Fjordline og andre ferge/cruisereideri, mens kategorien «Kun buss eller tog» dekker dem som kun har benyttet buss og/eller tog på reisen til Norge. Kategorien «Cruise» inkluderer kun de cruiseturistene som har minimum halvparten av overnattingene i land i Norge

Kilde: Turistundersøkelsen, Innovasjon Norge

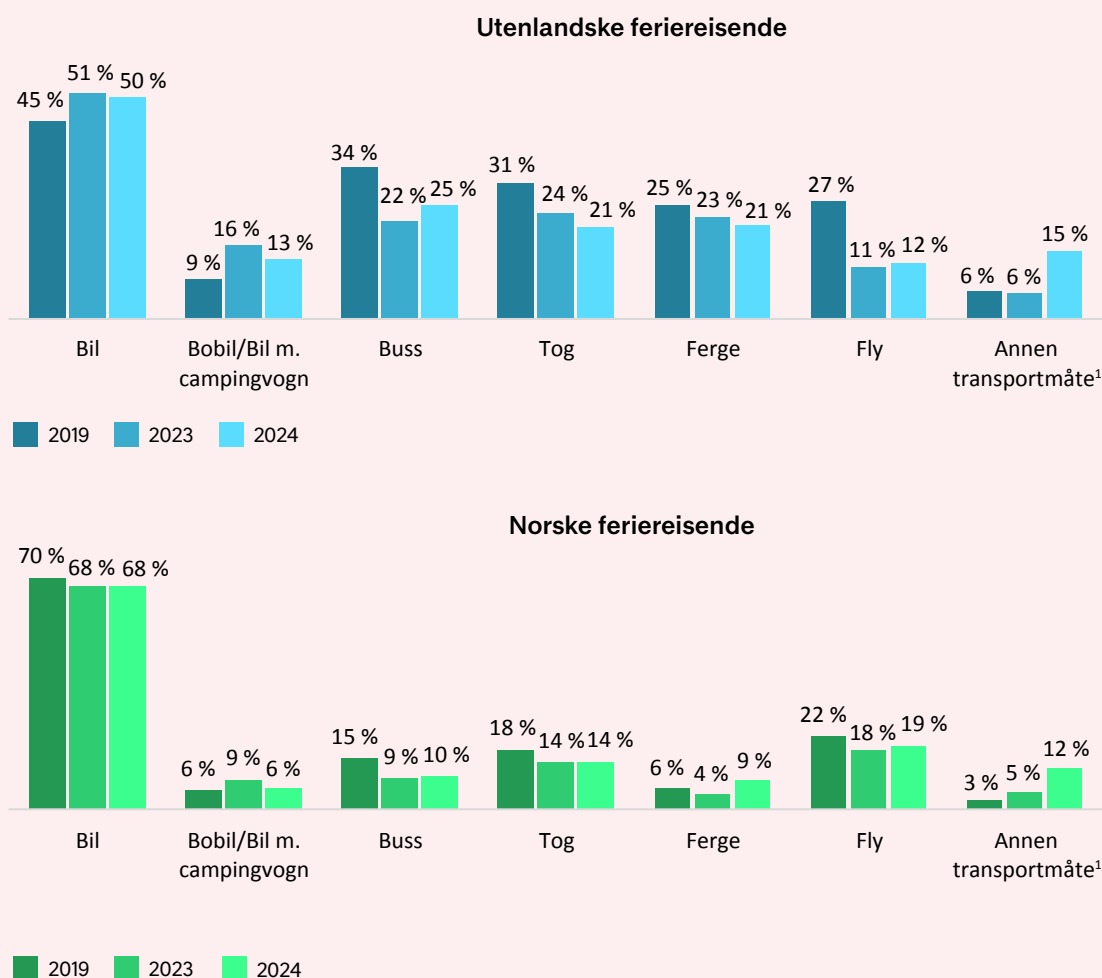
Flere i bil/bobil og færre med fly enn før pandemien

Andelen som bruker fly på feriereisen i Norge har gått betydelig ned fra 2019, det samme har andelen som reiser med buss og tog.

Det skyldes primært at det er en større andel av turistene som kommer fra Tyskland, Nederland & Belgia, Sveits & Østerrike, og en mindre andel som kommer fra Asia, USA og andre land utenfor Europa.

Feriereisendes bruk av transportmiddel på reisen i Norge over tid

Andelen av feriereisende, som har angitt transportformen



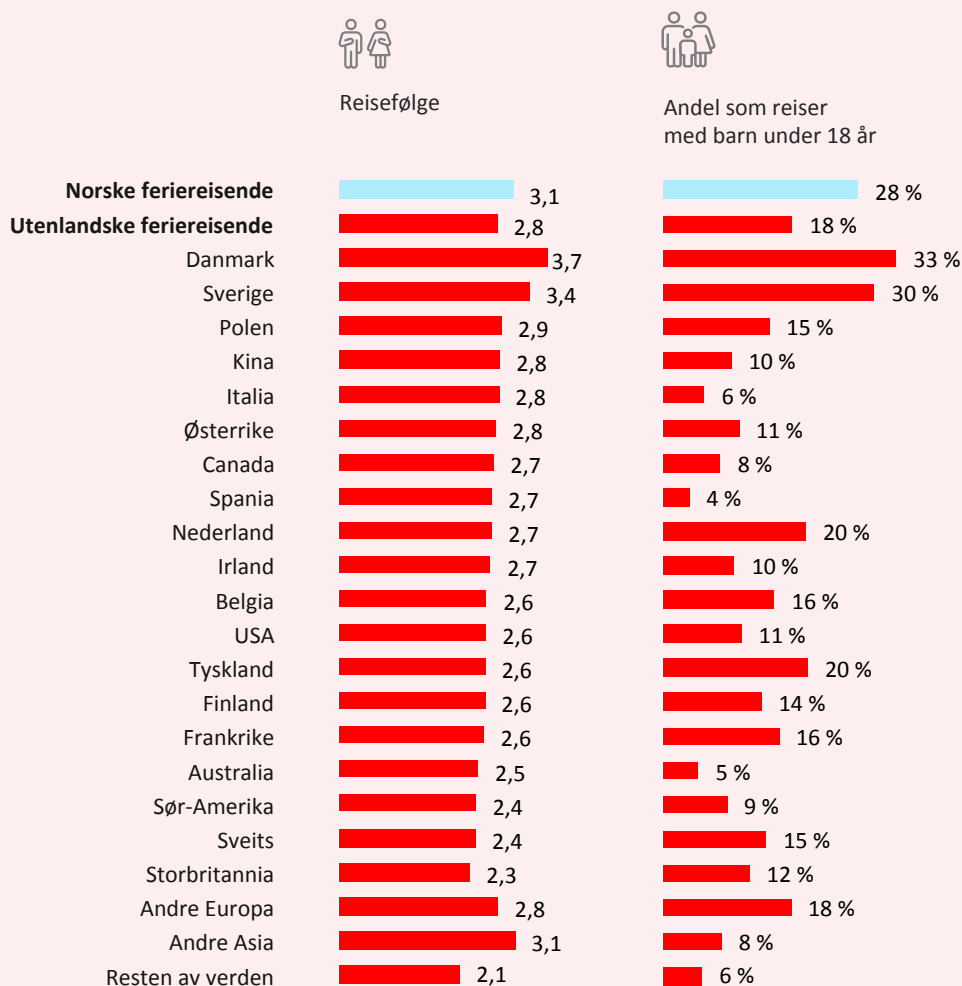
¹Annet-kategorien dekker følgende transportkategorier: 2019 – Motorsykkel, Annet, Har ikke brukt noen transportmidler; 2023 – Motorsykkel, Annet; 2024 – Taxi, Sykkel, Fritidsbåt, Motorsykkel, Trikk/Bane, Annet.

Svenske og danskene reiser flest sammen

Svenske og danske reisende skiller seg ut med større reisefølger enn reisende fra øvrige land. De reiser i større grad med barn. 1 av 3 svensker og 2 av 5 dansker reiser med barn på ferien i Norge. Selv

om flere reiser sammen fra Sverige og Danmark, er turistene fra nabolandene blant de som bruker minst både per person og for reisefølget totalt sett.

Gjennomsnittlig antall personer i reisefølget per feriemarked



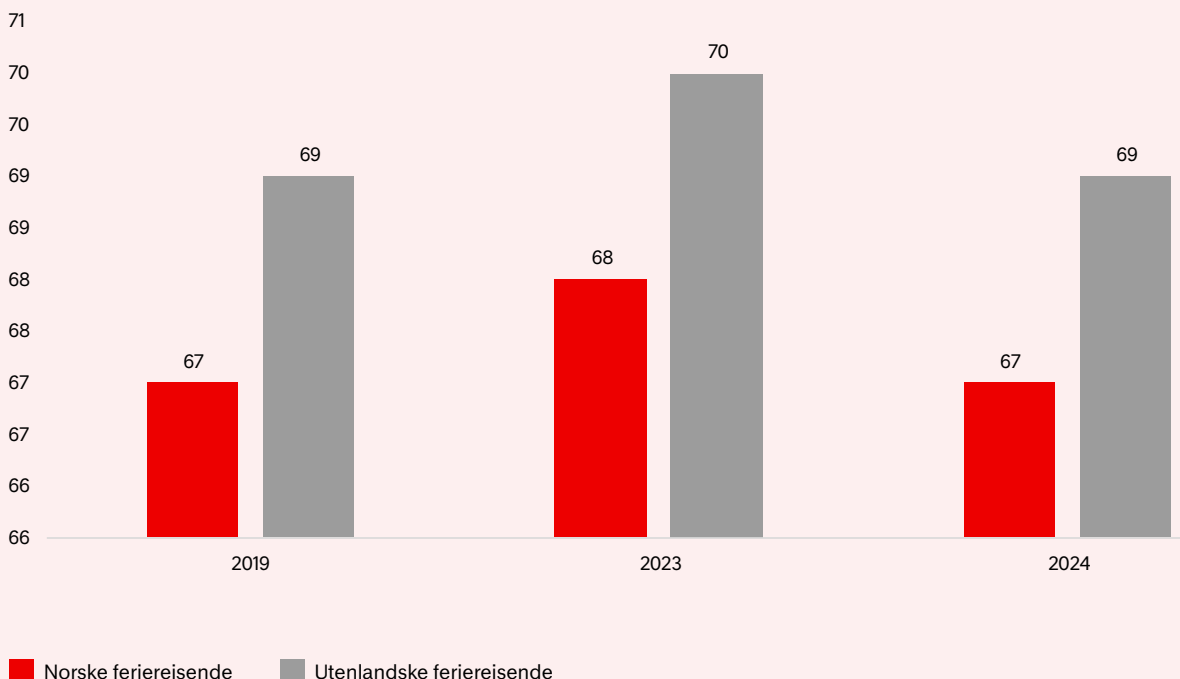
Kilde: Turistundersøkelsen, Innovasjon Norge

Stor tilfredshet med norgesferien og mange vil anbefale Norge som reisemål

Den gjennomsnittlige tilfredsheten blant feriereisende i Norge er generelt høy. Tilfredsheten er omtrent lik for både utenlandske og norske turister, og andelen som vil anbefale Norge som reisemål til andre er også tilsvarende. Et mål som brukes for å vurdere lojalitet er Net Promoter Score (NPS). Både norske og utenlandske turister er i stor grad villige til å anbefale Norge som ferieland etter å ha feriert her, men den er noe høyere andel blant utenlandske besøkende. NPS økte litt i 2023, men er i 2024 tilbake til 2019-nivået.

Det store flertallet av de utenlandske turistene anbefaler gjerne Norge som reisemål til venner og kjente. De er fremdeles minst fornøyde med forholdet pris og kvalitet, men tilfredsheten har økt i takt med at kronene har svekket seg.

For at flere skal være anbefale Norge som reisemål er det mest effektivt å gjøre det lettere å oppleve lokal kultur og livsstil, gjøre attraktive lokale produkter mer tilgjengelig og sørge for at det er lett å finne destinasjoner, transportmåter og opplevelser som gjør en innsats for natur og miljø.



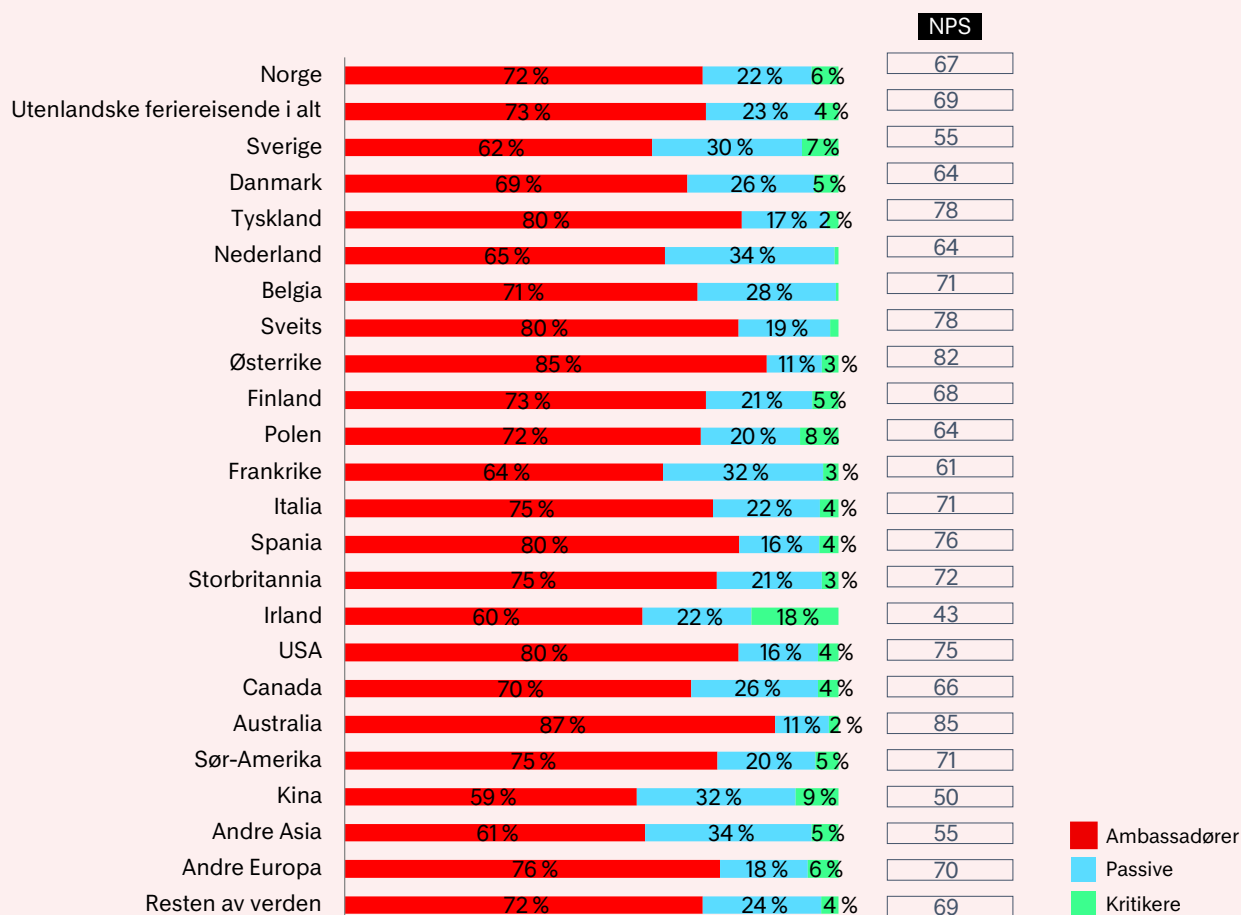
Kilde: Turistundersøkelsen, Innovasjon Norge

3 av 4 anbefaler gjerne Norge til venner og kjente

Mer enn halvparten av de reisende, både fra Norge (58 %) og fra utlandet (55 %), svarer 10 av 10 på at de vil anbefale Norge som reisemål til andre. Det er få som er direkte kritisk (svarer 0-6), bortsett fra svenskene, polakkene, kineserne og irene. De fleste som trekker NPS ned er passive, verken kritisk eller begeistret.

Det er turistene fra Tyskland, Austerrike, Sveits, USA, Spania og Australia som i størst grad vil anbefale en ferie i Norge.

NPS (Net Promotor Score)



Definisjon NPS

Net Promotor Score (NPS) er et verktøy for å måle en form for lojalitet, og angir i denne sammenheng hvor stor andel av turistene som vil anbefale området som feriedestinasjon. NPS beregnes ut ifra følgende spørsmål: "På en skala fra 0 til 10, der 0 er i svært begrenset grad og 10 er i svært stor grad, i hvilken grad vil du anbefale Norge som reisemål for andre?". De som oppgir en score mellom 0 og 6 betegnes som kritikere, de som oppgir en score på 7 eller 8 betegnes passive, og de som oppgir en score på 9 eller 10 betegnes ambassadører. NPS-verdien er definert som av andelen av turistene som er ambassadører fratrukket andelen som er kritikere. Dvs. NPS = % ambassadører - % kritikere.

Kilde: Turistundersøkelsen, Innovasjon Norge

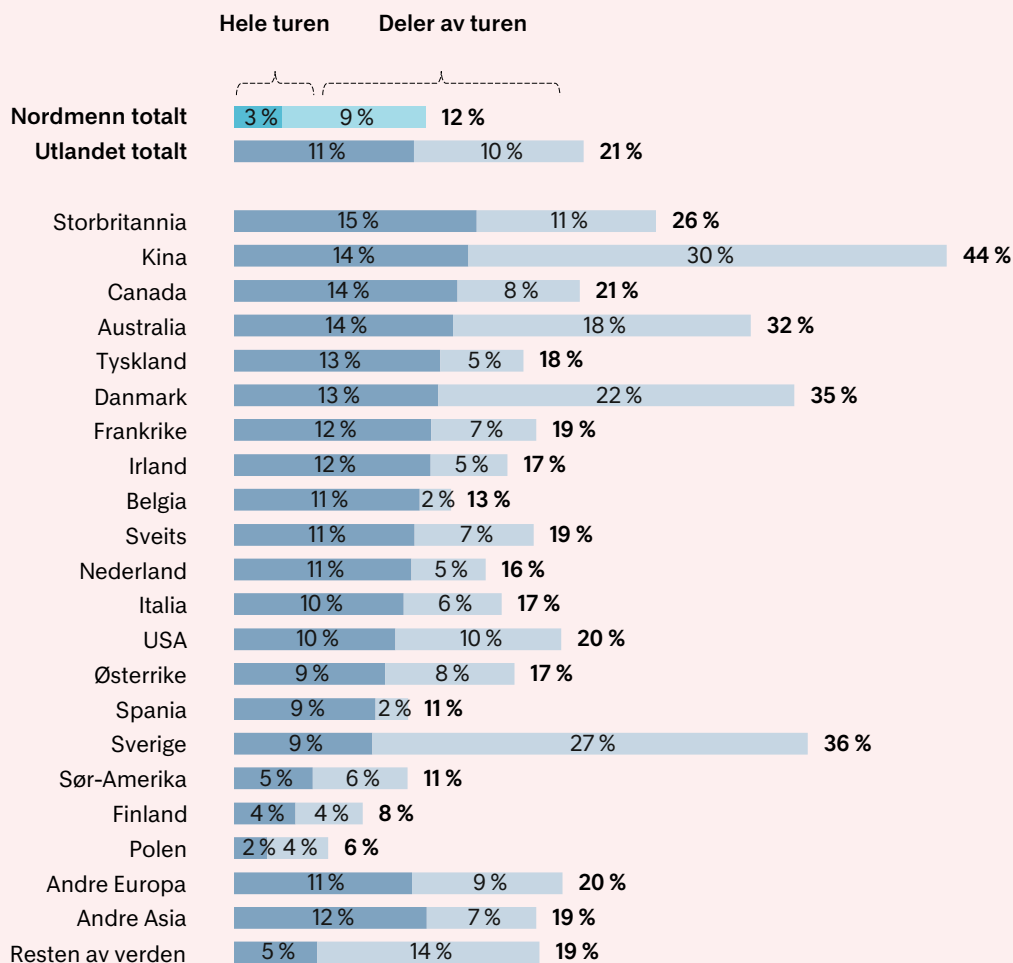
1 av 5 kjøper hele eller deler av reisen som pakkereise

Det er langt mer vanlig å kjøpe en pakkereise om vinteren og høsten, enn i sommersesongen. Svenskene og danskene kjøper i større grad deler av reisen som en pakkereise, og særlig skiferier om vinteren.

Det er verdt å merke seg at en pakkereise i denne sammenhengen er "en pakke som inkluderte minst to av følgende tjenester: transport, overnatting, to eller flere måltider per dag og/eller aktiviteter/utflukter"

Reisende fra andre markeder oppgir i større grad at de har kjøpt hele reisen som en pakkereise.

Andel av feriereisende som har kjøpt hele eller deler av turen som en pakkereise



Kilde: Turistundersøkelsen, Innovasjon Norge

07

Miljøhensyn og Merket for Bærekraftig reisemål

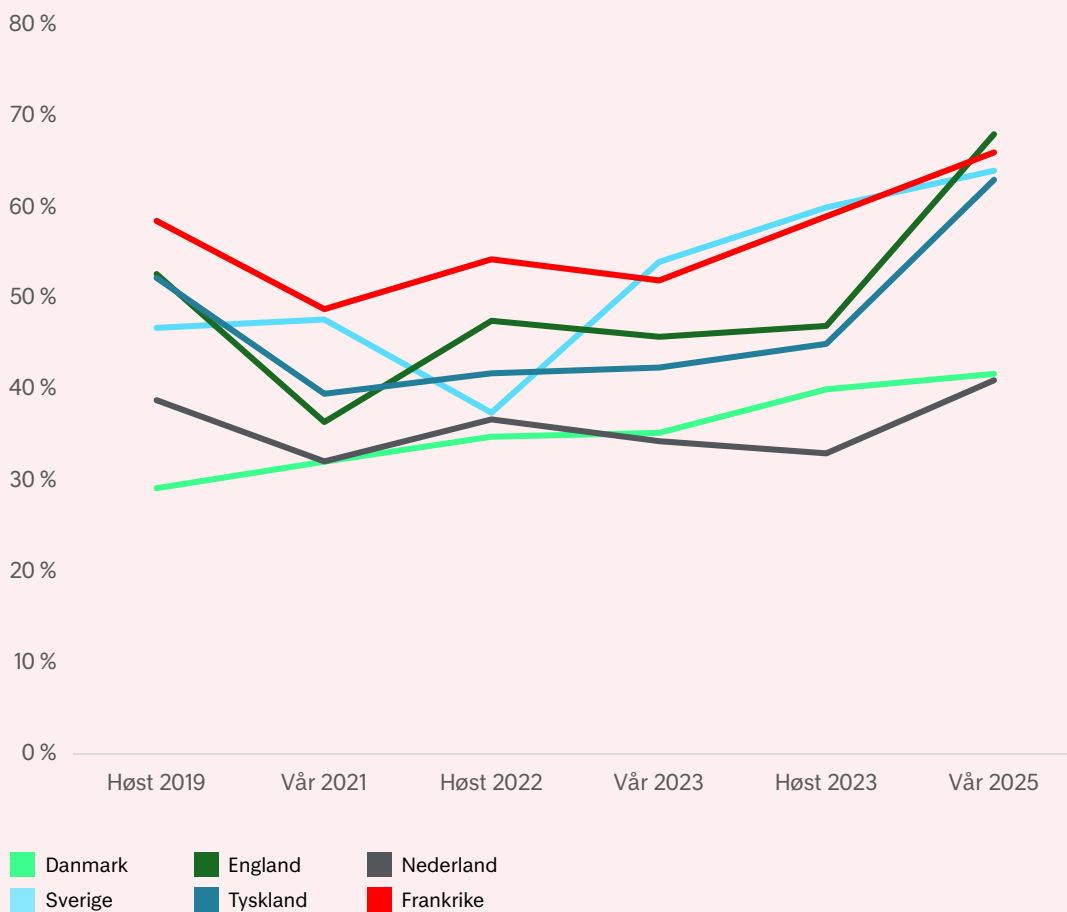


Langt flere anser det å reise til Norge som et godt valg for natur, klima og miljø

Synet på Norge som et valgt for å ta vare på miljø og klima har hatt en positiv utvikling fra 2019. Dette gjelder spesielt i Storbritannia, hvor 68 prosent av den reisende delen av befolkningen nå anser Norge som et godt valg. Frankrike følger med 66 prosent, Sverige med 64 prosent, Tyskland med 63 prosent,

Danmark med 42 prosent og Nederland med 41 prosent. Danmark og Nederland har i alle målingene ligget lavest i syn på Norge, men andelen ligger også høyere her i den siste målingen enn noen gang tidligere.

I hvilken grad er du enig eller uenig i følgende utsagn: Å reise til Norge vil være et bærekraftig valg for meg. Andel som har svart helt/delevis enig.



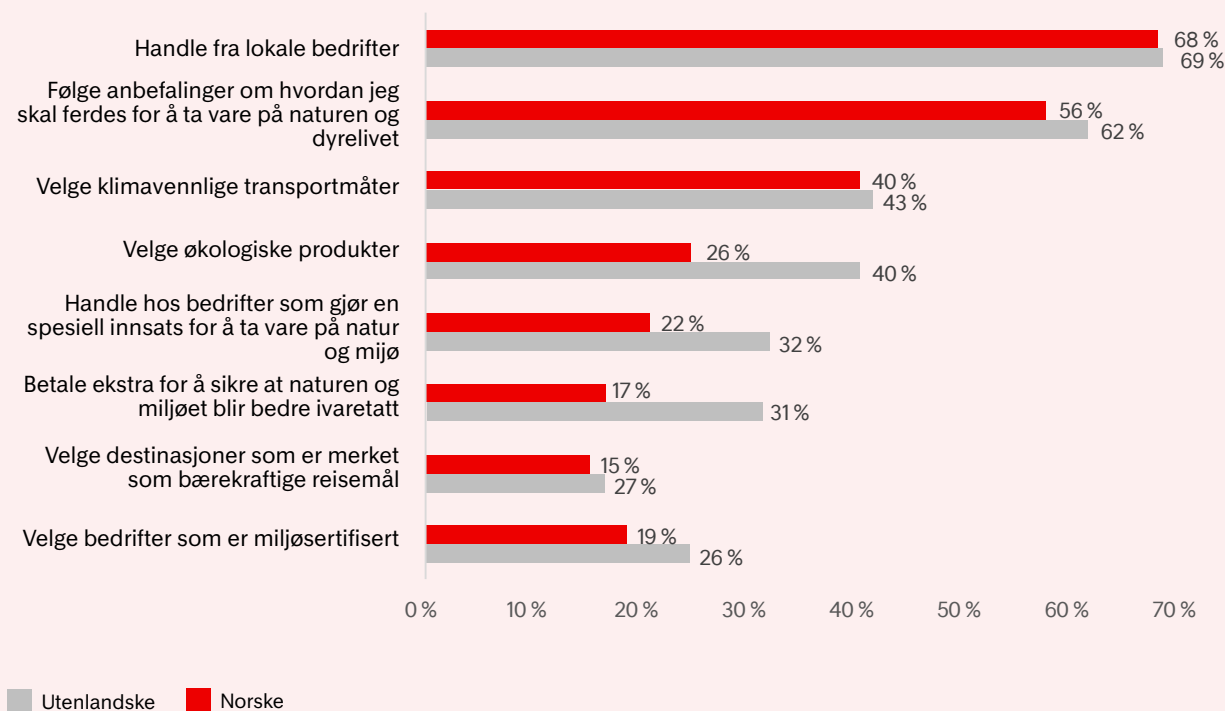
Kilde: Reisebarometer, Innovasjon Norge.

Miljøbevissthet blant utenlandske turister i Norge

Utenlandske turister viser en betydelig høyere grad av miljøbevissthet under sitt opphold i Norge sammenlignet med norske turister. Reisebarometeret til Innovasjon Norge viser at hele 69 prosent av de utenlandske besøkende handlet fra lokale bedrifter, mens 62 prosent fulgte råd og anbefalinger om hvordan de skulle ferdes for å bevare natur og dyreliv. Videre svarte 43 prosent at de valgte klimavennlige transportmidler, og 40 prosent hadde valgt økologiske produkter. I tillegg svarte 27 prosent at de

hadde valgt å besøke destinasjoner som er merket som bærekraftige reisemål. Jevn over ligger svarene fra de utalandske besøkende som ble gjennomført våren 2025, ett prosent under målingen i 2023.

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



Kilde: Turistundersøkelsen, Innovasjon Norge.

Merket for Bærekraftig reisemål – Elleve år med langsiktig innovasjonsarbeid

Bærekraftig reisemål er et verktøy Innovasjon Norge tilbyr til reisemål som ønsker å jobbe langsiktig og fokusert med bærekraft i reiselivet. Å kvalifisere for merket betyr ikke at reisemålet er bærekraftig, men merket forplikter reisemålet til et langsiktig og strukturert arbeid for et mer bærekraftig reiseliv. I 2013 lanserte Innovasjon Norge det første nasjonale programmet for merkingen av reisemål som jobber langsiktig for et mer verdiskapende, inkluderende og ansvarlig reiseliv. Ved årsskiftet i 2024 var 41 reisemål merket som Bærekraftig reisemål, og ytterligere 14 var i gang med prosessen med å bli merket.

Målet har siden oppstart vært å gi reiselivet et verktøy for en mer bærekraftig reiselivsutvikling. Reiselivet gir muligheter for verdiskaping, sysselsetting og lokal utvikling, men gir også utfordringene som må løses i et fellesskap mellom næring, kommune og lokalsamfunn.

Merkeordningen er en frivillig ordning som skal bidra til økt bærekraft gjennom bedre styring av det lokale reiselivet. Målgruppen for verktøyet er et sted, by eller bygd, som ønsker å gjøre økt bærekraft i reiselivet mer konkret enn en luftig ambisjon. Konkrete tiltak og løsninger iverksettes i et samarbeid mellom reiseliv, kommune og viktige aktører i lokalsamfunnet. Aktørene samles om felles planlegging og prioriteringer, og reisemålet måler fremgang over tid på en rekke indikatorer som dekker hele bredden i bærekraftbegrepet. Ulike veiledere og hjelpemidler tilbys reisemålene i prosessen. Til grunn i arbeidet ligger en standard som peker på tiltak som reisemålet kan og må gjennomføre. Dette kan f.eks. være samarbeid rundt god tilrettelegging av stier og attraksjoner i sårbar natur, - eller det kan være å jobbe for god tilgjengelighet for alle som kommer til reisemålet, uansett funksjonsnivå. Målet er å styrke både håndteringsevne og verdiskaping gjennom mer bærekraftige løsninger og prioriteringer, og at

reisemålet samlet skal bli enda mer attraktivt både for innbyggerne og for gjester som ønsker å oppleve den lokale kulturen, - og naturen, smake lokal mat og benytte lokale overnattingsmuligheter.

reisemålet, og tiltak for at gjestene i størst mulig grad skal bidra til lokal verdiskaping gjennom bruk av lokale tjenester og bedrifter.

Som en del av arbeidet må reisemålene gjennomføre undersøkelser blant tilreisende gjester, bedrifter, og ikke minst innbyggere. Undersøkelsene sjekker ut både tilfredshet og hvilke ønsker de har for reiselivet på stedet. Markedet for bærekraftige bedrifter og produkter øker, og med det også kravene til å dokumentere bærekraft. Bærekraft i reiselivet handler om et langsiktig engasjement mot konkrete mål, og lykkes best der reiselivet utvikles i et bredt samarbeid.

10 prinsipper for et bærekraftig reiseliv

Til grunn for det faglige innholdet i Merket for Bærekraftig Reisemål har Innovasjon Norge lagt til grunn et konsept kalt de 10 prinsipper for et bærekraftig reiseliv. Disse bygger på at reiselivet er et gode for mange små og store lokalsamfunn, men også at et reiseliv som utvikles uten gode rammer, klare mål og styring kan gi utfordringer for lokalsamfunn, gjestene og reiselivsnæringen selv. Utfordringer med overturisme, klimautslipp og naturslitasje er ikke særnorske, og Innovasjon Norges arbeid skjer i tråd med internasjonale rammeverk for hva man mener med et bærekraftig reiseliv. Standarden for merkeordningen er også knyttet opp til FNs bærekraftsmål.

08

Cruiseturisme

- Norge som cruisedestinasjon og utvikling i et globalt perspektiv



Antall cruisepassasjerer i verden

Antall cruisepassasjerer i verden gikk fra 31,7 millioner i 2023 til 34,6 millioner i 2024, ifølge tall fra Cruise Lines International Association (CLIA). Veksten er på hele ni prosent. Destinasjoner slik som Karibiske, Bahamas og Bermuda er de mest populære, etterfulgt av Middelhavet og andre europeiske destinasjoner.

Størst tilvekst til Nord-Amerika

Ser vi på cruisetrafikken globalt, er det også i 2024 størst tilvekst til Nord-Amerika, som med sine 20,53 millioner cruise-turister har over halvparten av alle cruisepassasjerer, med en andel på 57 prosent. I 2023 var andelen 53 prosent. Deretter kommer Europa, som med sine 8,44 millioner passasjerer har en andel på 24 prosent, som er ned fra 26 prosent i 2023. Asia og stillehavslanene øker fra 2023, men ligger fremdeles under et prepande-mi-nivå i 2024. Sør-Amerika hadde 1,17 millioner cruisepassasjerer, som er en god vekst både fra 2023 og 2019.

Stor vekst i antall cruisepassasjerer i Norge fra 2019 til 2024

I 2024 var det 1,5 millioner unike cruisepassasjerer i Norge. Det er uendret fra 2023, men fra 2019 har antall cruisepassasjerer gått fra 945 000 til 1,55 millioner som er en økning på hele 62 prosent. Det betyr at Norges andel av internasjonal cruiseturisme ligger på 4,3 prosent.

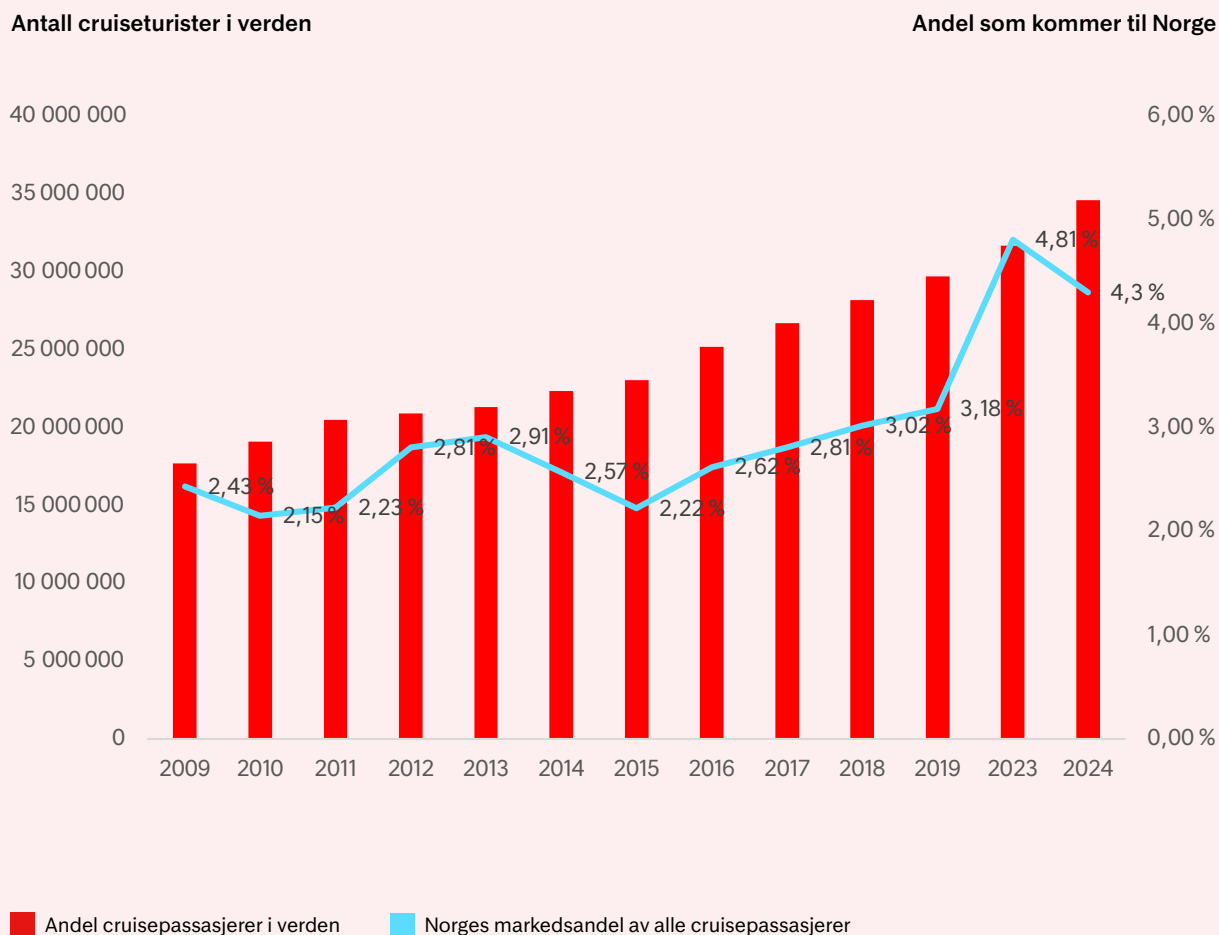


Mens Norges andel av internasjonal landbasert turisme er 0,5 prosent, er vår andel av internasjonal cruisetrafikk 4,3 prosent

| Verdensdel | 2019 | 2023 | 2024 | %-endring 2023-2024 | %-endring 2019-2024 |
|--------------------------|----------------|----------------|-----------------|---------------------|---------------------|
| Verden | 29,7 millioner | 31,7 millioner | 34,6 millioner | 9,30 % | 16,00 % |
| Nord-Amerika | 15,4 millioner | 18,1 millioner | 20,53 millioner | 13,40 % | 33 % |
| Europa | 7,7 millioner | 8,2 millioner | 8,44 millioner | 2,80 % | 10 % |
| Asia og stillehavslanene | 5,09 millioner | 3,67 millioner | 4,03 millioner | 9,80 % | - 21 % |
| Sør-Amerika | 1,04 millioner | 997 000 | 1,17 millioner | 7,80 % | 12,50 % |
| Norge | 945 000 | 1,5 millioner | 1,5 millioner | 0 % | 62 % |

Kilde: Cruise Lines International Association (CLIA) og Kystverket

Utvikling i internasjonal cruisetrafikk og Norges andel



Kilde: Cruise Lines International Association (CLIA) og Kystverket

Cruiseturismens utvikling i Norge

I 2024 kom det 1 535 235 unike cruisepassasjerer i Norge. I gjennomsnitt besøkte hver passasjer fire norske havner, og det samlede antallet registrerte ankomster ved norske havner utgjorde 5 882 432. Det kan sammenlignes med hvordan landbasert turisme måles, der antall overnattinger brukes for å si noe om volum. Det er verdt å merke seg at enkelte seilaser kan anløpe to ulike havner i løpet av én dag, noe som innebærer at samme passasjer kan bli telt flere ganger. Slike tilfeller er imidlertid unntak og utgjør en mindre andel.

Liten nedgang fra 2023 til 2024

I 2024 ble det registrert 3 654 cruiseanløp i norske havner, en reduksjon på 158 anløp sammenlignet med rekordåret 2023. Nedgangen var i høysesongen

juni, juli og august, samt i mindre grad i september og november. Nedgangen i antall anløp gjorde at antall cruisepassasjerer gikk fra 5 942 434 i 2023 til 5 882 432 i 2024. Denne endringen tilsvarer en nedgang på én prosent, eller omtrent 60 000 færre passasjerer.

Betydelig vekst fra 2010 til 2024

Cruisetrafikken til norske havner har opplevd en markant økning de siste 14 årene. Antall cruiseanløp har mer enn doblet seg, fra 1 654 i 2010 til 3 654 i 2024, tilsvarende en vekst på 121 prosent. I tillegg til en økning i antall anløp, tyder mye på at cruiseskipene har blitt større for gjennomsnittlig antall cruisepassasjerer om bord er gått fra 1141 til 1610.

Utvikling fra 2010-2024

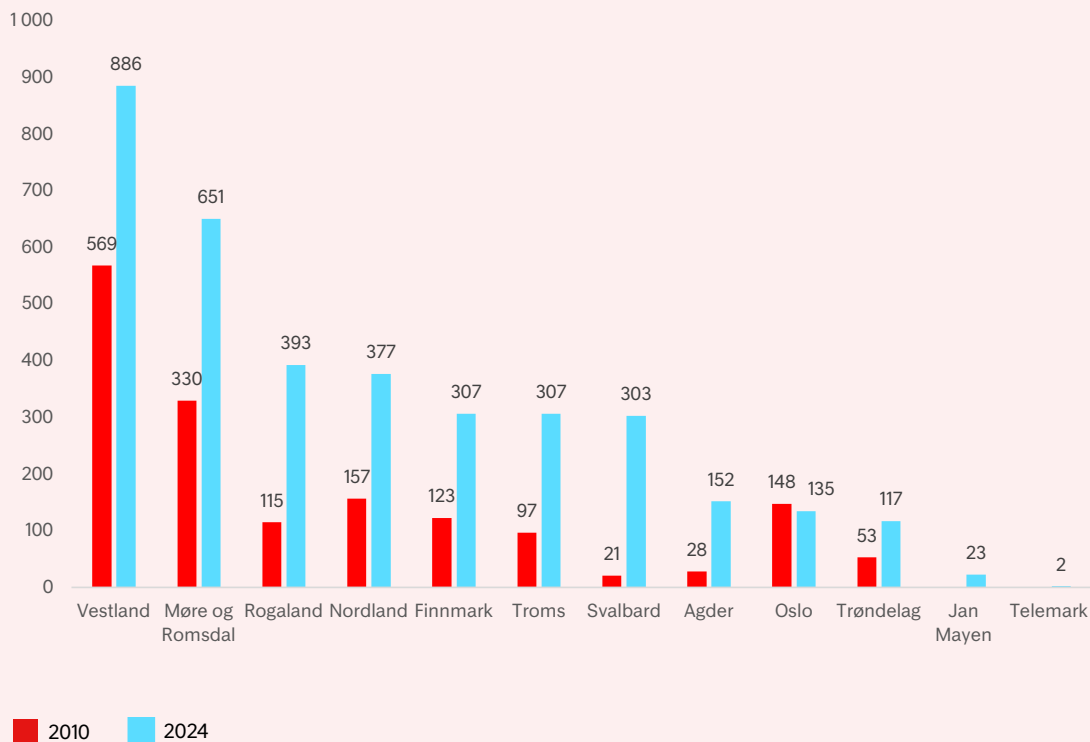
| | Antall anløp | Antall passasjerer | Gjennomsnittlig antall passasjerer om bord |
|------|--------------|--------------------|--|
| 2010 | 1 654 | 1 887 709 | 1 141 |
| 2011 | 1 682 | 2 157 880 | 1 283 |
| 2012 | 2 171 | 2 887 533 | 1 330 |
| 2013 | 2 262 | 3 058 750 | 1 352 |
| 2014 | 2 171 | 2 814 829 | 1 297 |
| 2015 | 1 839 | 2 543 520 | 1 383 |
| 2016 | 1 960 | 2 559 684 | 1 306 |
| 2017 | 2 130 | 2 965 839 | 1 392 |
| 2018 | 2 459 | 3 463 715 | 1 409 |
| 2019 | 2 634 | 3 739 508 | 1 420 |
| 2020 | 434 | 118 609 | 273 |
| 2021 | 361 | 141 438 | 292 |
| 2022 | 3413 | 4 087 277 | 1 198 |
| 2023 | 3 812 | 5 942 434 | 1 559 |
| 2024 | 3 654 | 5 882 432 | 1 610 |

Vestlandet og Nord-Norge fortsetter å tiltrekke cruiseturister

Cruiseturister deler en felles interesse med landbaserte reisende: De kommer til Norge for å oppleve den spektakulære naturen i Vestlandet og Nord-Norge. Ser vi på hvilke havner som mottok flest cruiseanløp i 2024, er Vestlandet den ubestridte favoritten, etterfulgt av Nord-Norge. Vestland fylke topper listen med 886 anløp, en økning på 317 siden 2010. Møre og Romsdal samt Rogaland følger deretter, og samlet hadde landsdelen 1 930

cruiseanløp i 2024. I Nord-Norge hadde Finnmark, Troms og Svalbard til sammen 1 294 cruiseanløp i 2024, og regionen har, sammen med Vestlandet, hatt den største veksten siden 2010. Oslo er det eneste fylket som hadde en nedgang i cruiseankomster i 2024 sammenlignet med 2010.

Cruiseanløp per fylke 2010-2024



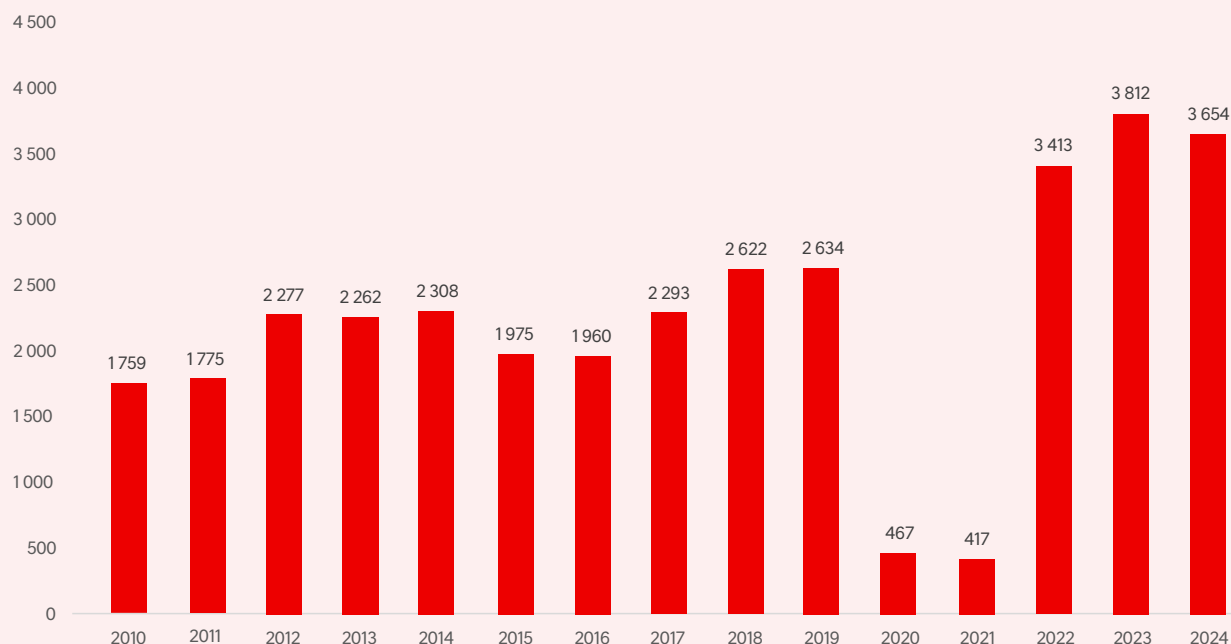
Kilde: Kystverket

Antall havneanløp og fordeling gjennom året

3 654 cruisebåter ankret opp i en eller flere norske havner i løpet av 2024

Med unntak av pandemiårene 2020 og 2021 har det siden 2016 vært en jevn økning i både cruiseanløp og cruisepassasjerer. Cruisetrafikken i 2023 var doblet sammenlignet med 2016. I 2024 snudde trenden og antall anløp flatet ut med 3654 cruiseanløp var det 158 færre enn i rekordåret 2023.

Cruiseanløp i Norge fra 2010 til 2024

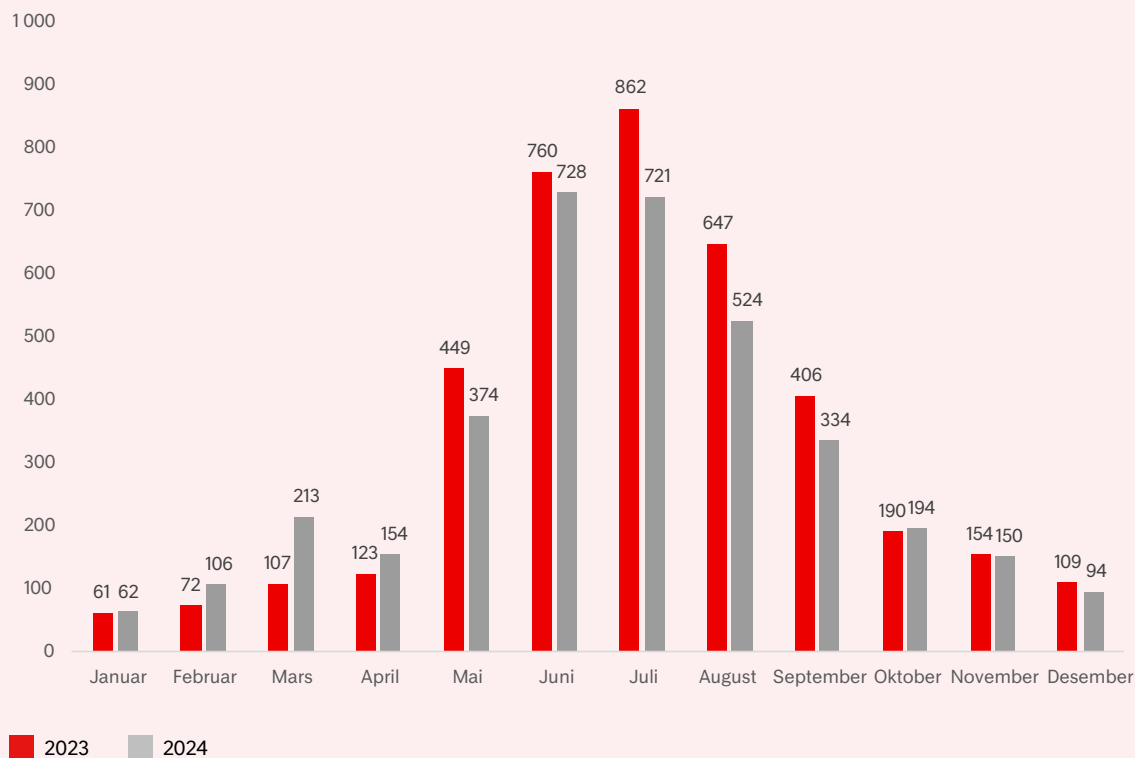


Kilde: Kystdatahuset, Kystverket

Betydelig vekst utenfor høylvolumsesongen

I 2024 var det totalt 3 654 cruiseanløp i Norge, som er 286 færre anløp sammenlignet med året før og tallene viser en positiv utvikling på flere områder. I høylvolumsesongen, som inkluderer juni, juli og august – med over halvparten av årets totale ankomster (54 %) – har det vært en reduksjon på 296 anløp. Samtidig viser månedene med færre ankomster, som februar, mars og april, en samlet økning på 171 cruiseanløp. Dette indikerer en bredere spredning av cruisetrafikken utenfor de tradisjonelle topp månedene.

Cruiseanløp per måned 2023-2024



Kilde: Kystdatahuset, Kystverket

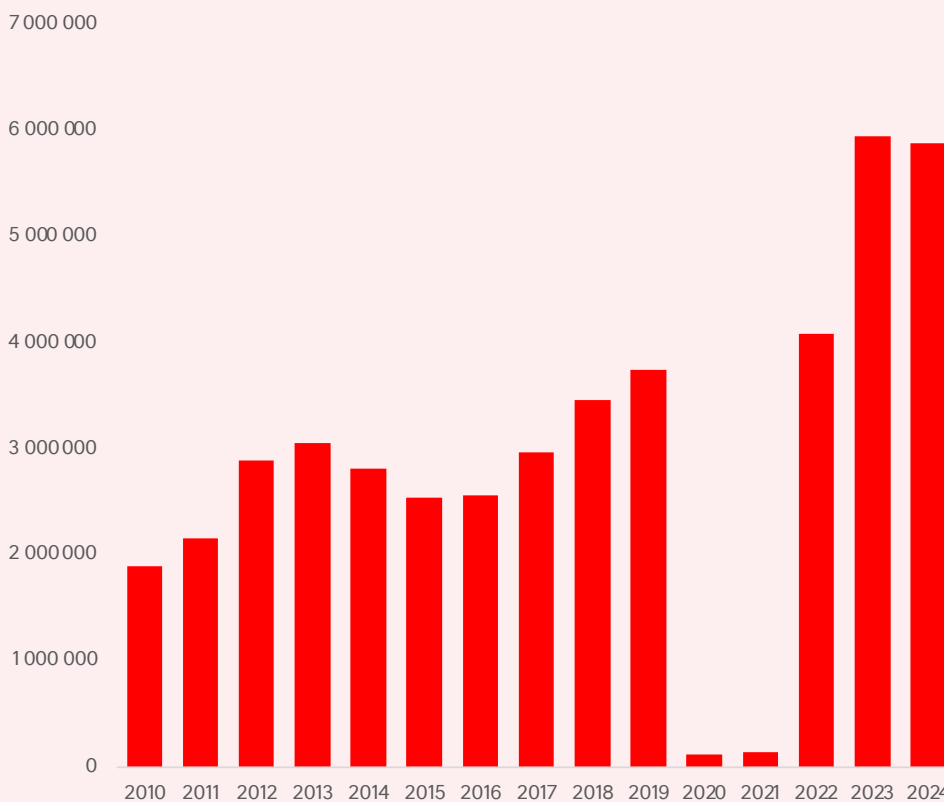
Antall cruisepassasjerer og fordeling gjennom året

Stabilisering av cruisetrafikken og en bedre sesongspredning i 2024

Etter rekordåret 2023, ble det i 2024 registrerte Norge totalt 5 882 432 cruisepassasjerer ved norske havner, en nedgang på 1764 sammenlignet med året før. Denne reduksjonen speiler nedgangen i antall cruiseankomster i juni, juli og august. I tillegg var det en mindre nedgang i september

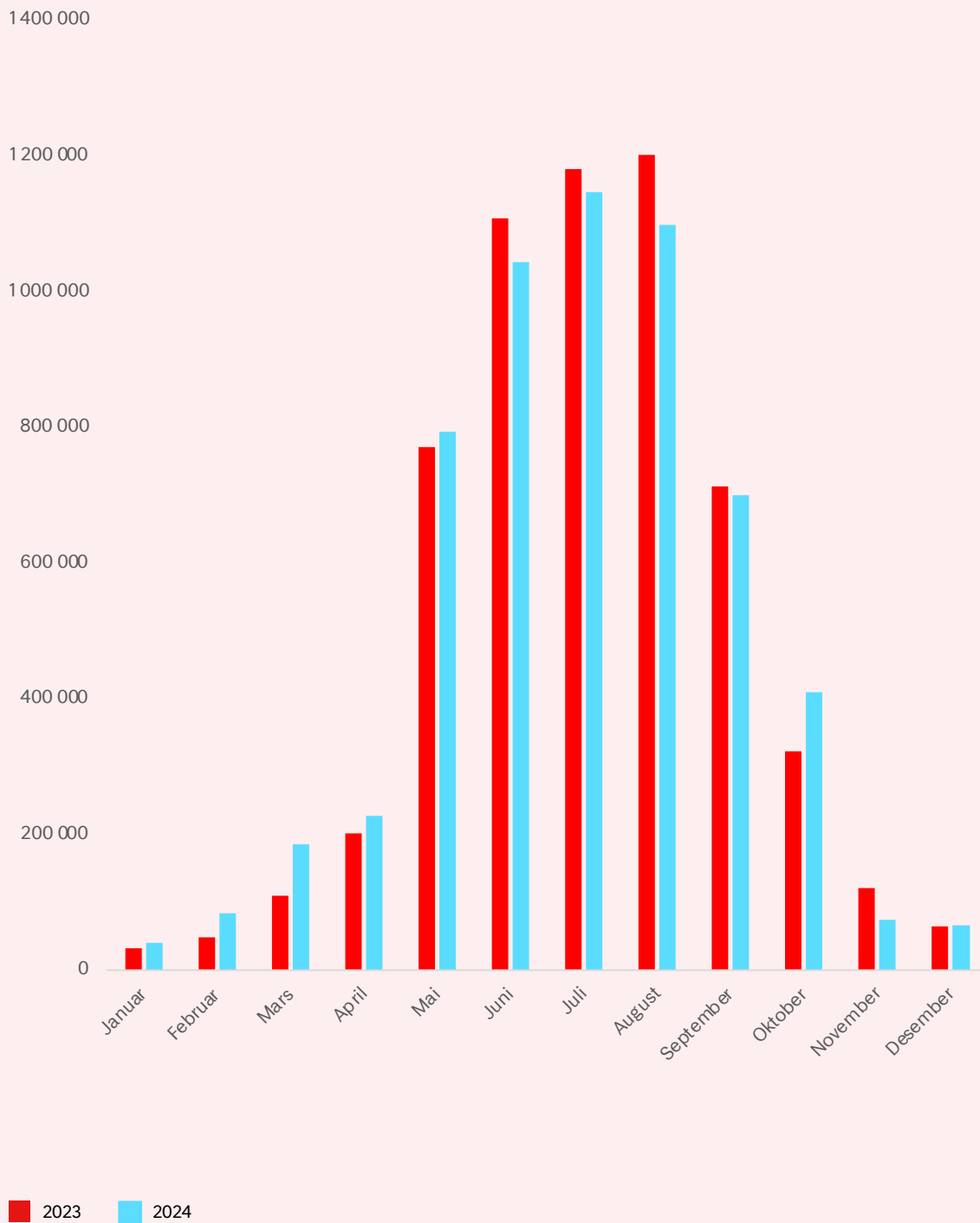
og november. Utover dette var det imidlertid en markant økning i antall passasjerer i de øvrige månedene. Det at cruisenæringen greier å spre trafikken, gjenspeiles i GINI-koeffisienten, som er et mål på trafikkspredning. Koeffisienten gikk fra 0,50 i 2023 til 0,47 i 2024. Til tross for en bedre sesongutjevning forblir sommermånedene juni, juli og august de mest trafikkerte, med 56 % av alle cruisepassasjerer i løpet av disse månedene.

Cruisepassasjerer 2010-2024



Kilde: Kystdatahuset, Kystverket

Cruisepassasjerer per måned 2023-2024



Kilde: Kystdatahuset, Kystverket

De tre største nasjonalitetene Tyskland, Storbritannia og USA står samlet for hele 77 prosent av alle cruisepassasjerer som besøkte Norge

Tyskland er det største markedet også målt i antall cruiseturister. Ikke bare er det målt flest tyske overnattinger på hotell, camping og hyttegrend, men tyske cruisepassasjerer utgjorde 1,5 millioner i 2024. Dette tilsvarer en markedsandel på 45 prosent av alle cruisepassasjerer det året. Det er en nedgang på to prosent fra 2023, men fra 2019 har antall tyske cruisepassasjerer doblet seg. Etter Tyskland følger Storbri-

tannia, som med halvparten av antall cruisepassasjerer av det Tyskland har, representerer en andel på 21 prosent. Som tredje største markeder finner vi USA, etterfulgt av Italia, Spania, Nederland, Canada, Frankrike, Australias og Belgia sist på oversikten under som har 14 300 cruisepassasjerer. Totalt representerer andre nasjonaliteter 131 000, men her er det små tall fordelt utover mange nasjonaliteter.

Største nasjonaliteter av cruisepassasjerer i Norge. Tallene viser unike cruisepassasjerer

| Land | 2019 | 2023 | 2024 | %-endring 2023-2024 | %-endring 2019-2024 |
|----------------------|----------------|------------------|------------------|------------------------|------------------------|
| Tyskland | 351 980 | 704 891 | 688 405 | -2 % | 96 % |
| Storbritannia | 209 060 | 325 594 | 325 952 | 0 % | 56 % |
| USA | 117 388 | 141 601 | 169 866 | 20 % | 45 % |
| Italia | 37 833 | 56 883 | 56 875 | 0 % | 50 % |
| Spania | 37 610 | 46 760 | 53 871 | 15 % | 43 % |
| Nederland | 20 696 | 48 636 | 33 469 | - 31 % | 62 % |
| Canada | 20 703 | 20 190 | 23 603 | 17 % | 14 % |
| Frankrike | 18 322 | 21 804 | 22 078 | 1 % | 20 % |
| Australia | 17 224 | 12 790 | 15 804 | 24 % | - 8 % |
| Belgia | 11 464 | 21 804 | 14 301 | 4 % | 25 % |
| Andre nasjonaliteter | 102 664 | 130 408 | 131 011 | 0 % | 28 % |
| Totalt | 944 944 | 1 523 263 | 1 534 263 | 1 % | 62 % |

Kilde: Kystverket

09

Nordmenns ferievaner

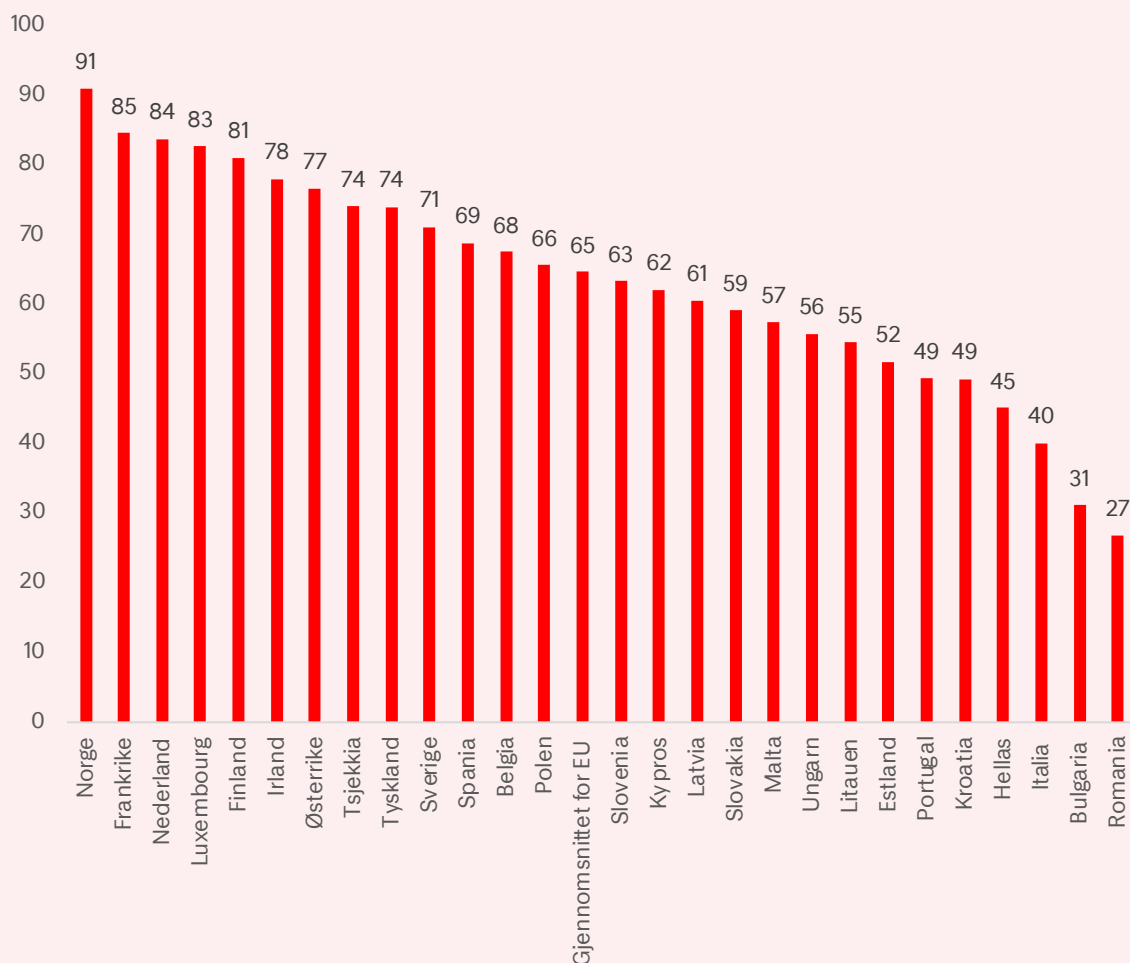


Nordmenn er de mest reiseglade i Europa

Tall fra Eurostat viser at Norge også i 2023 troner på topp med størst andel av befolkningen som reiste på en ferie- eller forretningsreise. Hele 91 prosent av oss. Vi toppet allerede listen i 2012, så måtte vi se oss slått av Finland, før vi var tilbake på topp i 2018, 2019, 2022 og 2023. Nå er Frankrike og Ned-

erland neste land på listen, og Finland nede på en femteplass med 81 prosent av befolkningen. I den andre enden av skalaen finner i Bulgaria i bunn, hvor kun 28 prosent av befolkningen hadde vært på en feriereise. Deretter kommer Romania, etterfulgt av Italia, Hellas, Portugal, Estland, Kroatia, og Litauen.

Andel av befolkningen som reiste på en ferie- eller forretningsreise i 2023. Inneholder både reiser i eget land og til utlandet



Kilde: Eurostat. Tall fra 2024 var ikke klare, da denne brosjyren ble publisert.

Og de aller fleste feriereisene er her hjemme

Norge fremdeles på ferietoppen blant nordmenn

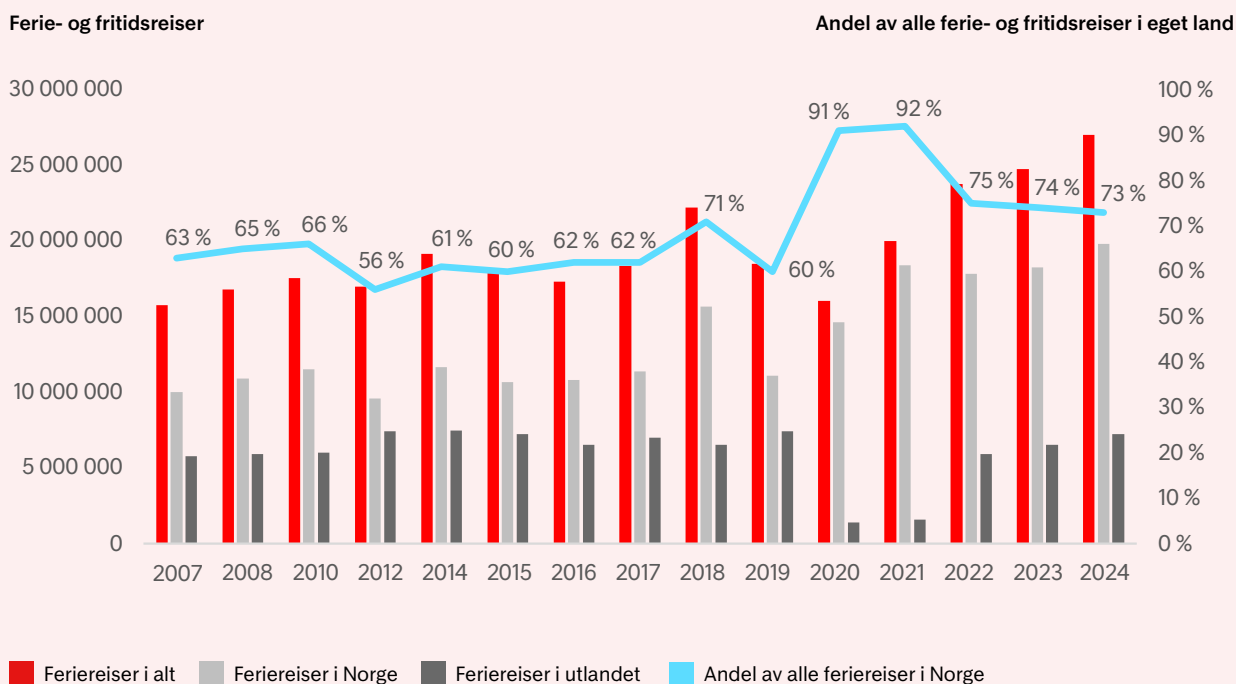
Nordmenn har alltid hatt flest ferier gjennom et år i eget land. Her regnes både feirer på hotell, men også feriereiser til familie og venner, egen eller lånt hytte eller reise rundt i en campingvogn.

I 2024 gjennomførte nordmenn totalt 27 millioner feriereiser, både innenlands og utenlands. Dette er en vekst på ni prosent fra 2023 som betyr nesten 2,3 millioner flere feriereiser. Veksten fordeler seg på åtte prosent flere feriereiser i eget land og med 1,55 millioner flere feriereiser her hjemme endte vi med å reise på 19,8 millioner feriereiser her hjemme. Det var 7,3 millioner utenlandsreiser og veksten på 11 prosent betyr 720 000 flere reiser.

Kun vekst i antall norgesferier fra 2019

Ser på utviklingen fra 2019, hadde nordmenn to prosent færre utenlandsreiser i 2024. All vekst i antall feriereiser er gått til eget land. Vi hadde 79 prosent flere feriereiser her hjemme i 2024 sammenlignet med 2019. Mye kan ha sammenheng med den svake kronekursen og at det er blitt betraktelig dyrere for nordmenn å reise til utlandet. Les mer om kronekursutviklingen på side 25. Samtidig var det langt flere som kjøpte hytter og feriehus under pandemien som er naturlig at man benytter seg av i ferien.

Langt flere feriereiser i eget land sammenlignet med toppåret 2021



Kilde: Reiseundersøkelse, SSB


Nordmenn fortsetter å bruke mest på feriereiser i eget land

2023 var første gang i et normalår nordmenn brukte størstedelen av feriebudsjettet på ferier i eget land og det fortsetter også i 2024, hvor nordmenn brukte 52 prosent av det totale ferieforbruket på ferier i eget land. Før pandemien lå andelen på 26 prosent.

land, selv om vi stadig bruker en større andel av totalt ferieforbruk her hjemme, er det fremdeles et gap mellom de 73 prosent av alle ferier, og 52 prosent av totalt forbruket.

Totalt brukte nordmenn 173,7 milliarder kroner på ferie- og fritidsreiser i 2024. Det er en vekst på fem prosent fra året før som betyr en vekst på nesten åtte milliarder. Av veksten på åtte milliarder, gikk 5,3 milliarder til ferier her hjemme, mens 2,7 milliarder gikk til utenlandsferier.

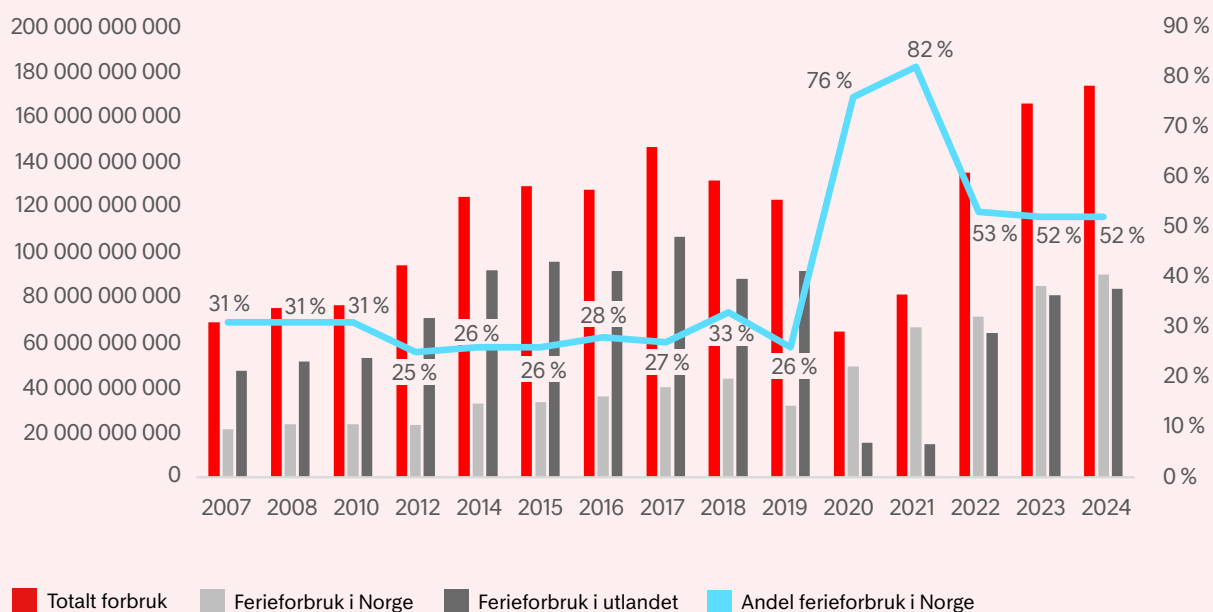
Det betyr at vi brukte 90,1 milliarder kroner på norgesferier og 83,6 milliarder kroner på utenlandsferier. Det er en vekst på hhv seks og tre prosent. Som siden over viser, var 73 prosent av alle ferier uegen



Nordmenn har alltid hatt flest ferier innenlands, enten det er overnattinger på hotell, hos venner og kjente, eller i egen eller lånt hytte. Tradisjonelt har imidlertid meste-parten av feriebudsjettet blitt brukt på utenlandsreiser. Dette endret seg i 2023.

Ferie- og fritidsforbruk

Andel brukt i Norge



Kilde: Reiseundersøkelse, SSB

10

Arrangements- turisme



Kultur- og idrettsarrangementer spiller en avgjørende rolle for norsk reiseliv

Gjennom hele året arrangeres det et bredt spekter av arrangementer over hele landet, fra små lokale begivenheter til store internasjonale festivaler, konserter, religiøse seremonier, maraton, samt europeiske og verdensmesterskap i ulike idrettsgrener.

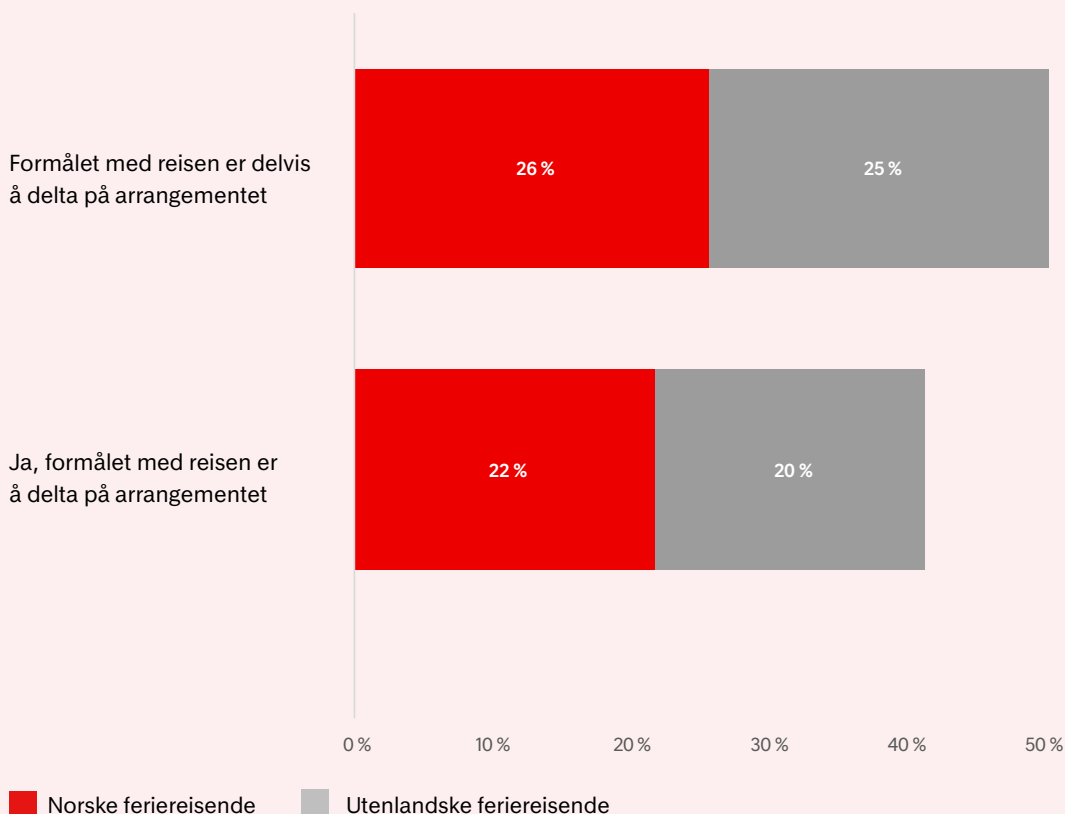
Det arbeides strategisk for å posisjonere Norge som en attraktiv vertsnaasjon for slike arrangementer. Innovasjon Norges satsing på arrangementer har som mål å øke antallet internasjonale idretts- og

kulturarrangementer i Norge, samt å videreutvikle eksisterende arrangementer.

Arbeidet gir resultater

Turistundersøkelsen fra Innovasjon Norge viser at arrangementer er en viktig motivasjonsfaktor for turister som besøker Norge. 48 prosent av alle norske feriereisende og 44 prosent av de utenlandske som besøkte landet i 2024 oppgav at det å delta på et arrangement var formålet med å komme hit var helt eller delvis å delta på et arrangement.

Er det å delta på et arrangement det viktigste formålet med denne reisen?



Kilde: Turistundersøkelsen 2024, Innovasjon Norge

Arrangementer med internasjonal deltakelse i 2024

På oppdrag av Innovasjon Norge utarbeidet Sponsor Insight en kartlegging av internasjonale idretts- og kulturarrangementer i Norge.

Kartleggingen fant 1651 arrangementer med internasjonale deltagere i Norge i 2024. Disse er spredt over alle fylker i Norge og foregår i alle årets måneder, med flest i august.

| Musikkfestivaler | Andre festivaler | Kultur og konsert | Idrett |
|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|
| 311 arrangementer | 125 arrangementer | 792 arrangementer | 423 arrangementer |
| Estimert antall deltakere | Estimert antall deltakere | Estimert antall deltakere | Estimert antall deltakere |
| 16 400 norske (andel 64 %) | 11 000 norske (andel 87%) | 35 500 norske (andel 82 %) | 583 800 norske (andel 89 %) |
| 9 100 utenlandske (andel 36 %) | 1600 utenlandske (andel 13 %) | 8 000 utenlandske (andel 18 %) | 71 900 utenlandske (andel 11 %) |
| Estimert antall publikum | Estimert antall publikum | Estimert antall publikum | Estimert antall publikum |
| 2 400 000 norske (andel 96 %) | 772 300 norske (andel 99 %) | 2 874 900 norske (andel 98 %) | 1 302 600 norske (andel 94 %) |
| 86 000 utenlandske (andel 4 %) | 10 500 utenlandske (andel 1 %) | 67 700 utenlandske (andel 2 %) | 84 300 utenlandske (andel 6 %) |

Kilde: Sponsor Insight

Arrangementer skaper omsetning for reiselivsnæringen gjennom hele året

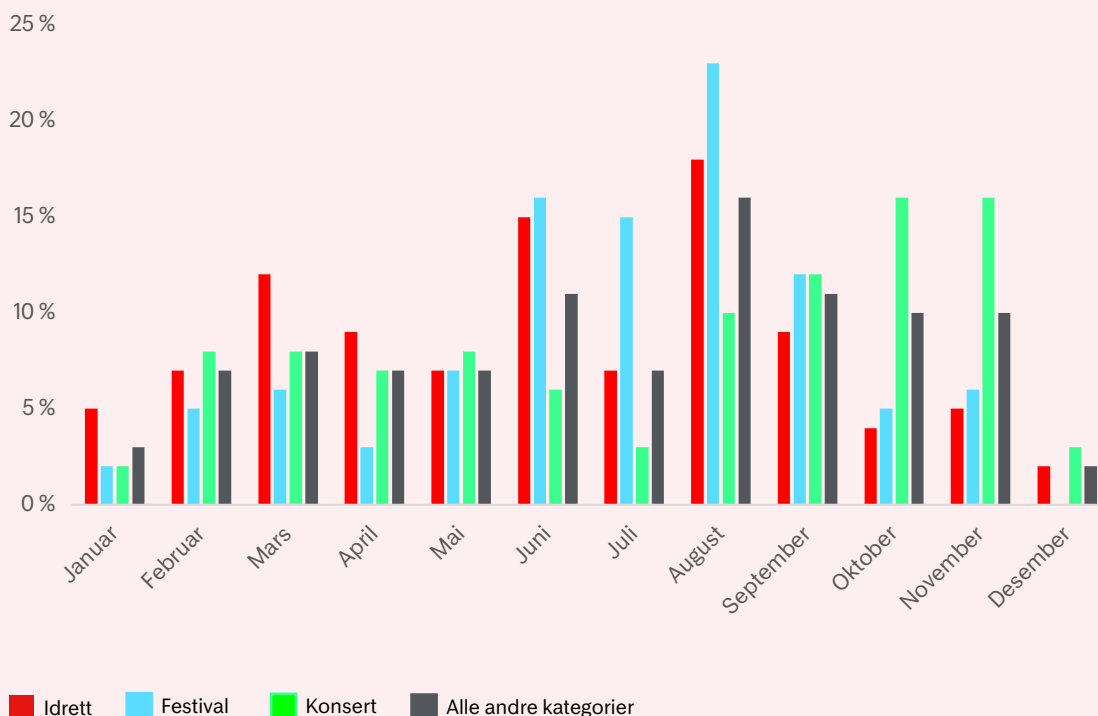
Det gjennomføres flere arrangementer med internasjonal deltakelse sent på året, enn tidlig. Samlet sett nås en topp i august, hvor 16 prosent av de kartlagte arrangementene avholdes. Det er 273 unike arrangementer som utgjør disse 16 prosentene. Dette vil med andre ord si at det foregår i snitt cirka 9 arrangementer per dag i august.

høstmånedene. Når det gjelder idrett ser man at disse arrangementene arrangeres relativt jevnt gjennom hele året, men med topper i juni og august.

Juli er måneden hvor flesteparten av befolkningen har ferie, og muligens er bortreist – det er altså ikke like attraktivt å avholde et arrangement i denne måneden.

Majoriteten av festivalene arrangeres i sommermånedene, mens konsertene har en topp i

Fordeling av arrangementer i løpet av året



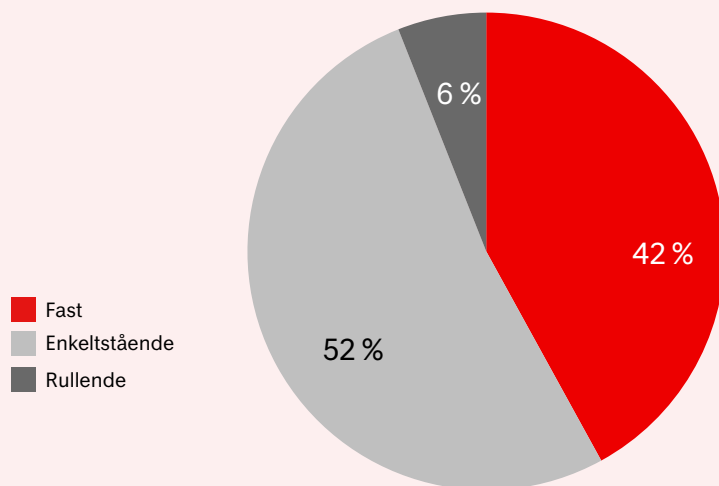
Frekvens på arrangementene

Ifølge Sponsor Insights kartlegging er 42% av arrangementene holdt med fast frekvens. Det har flere positive effekter at arrangementene arrangeres fast, og ofte på samme sted. Fast frekvens betyr årlig eller med bestemt intervall. Det gir effekter for både arrangører, lokalsamfunn, publikum og kulturlivet generelt, som stabilitet og forutsigbarhet for arrangører, langsiktige samarbeid og nettverk, utvikling av arrangementets program og innhold, økonomisk vekst for lokalsamfunnet og kulturell og sosial identitet.

Enkeltstående arrangementer er typisk konserter, der arrangementet ofte arrangeres kun én gang, eller forestillinger med et gitt antall oppsetninger.

6% av arrangementene er rullende

Rullende arrangementer avholdes med ujevn frekvens i Norge og ofte på forskjellige steder hver gang. Disse kan f.eks. være VM/EM: Norge hadde Ski-VM sist gang i 2011 i Oslo, neste gang vil være i 2025 i Trondheim. Ifølge Future Market Insights vokser det internasjonale arrangementsturismemarkedet med en årlig vekstrate på 4,1 prosent, og denne veksten forventes å øke til 4,3 prosent innen 2034.



11

Internasjonale møter/kongresser



2024 ble det arrangert 323 kongresser i Norge

Som en del av Innovasjon Norges satsing innen reiseliv, er målet å tiltrekke flere internasjonale fag- og forskningskongresser. Dette bidrar til økonomisk vekst, økt attraktivitet for Norge som destinasjon, og fremmer eksport av norsk teknologi og kompetanse.

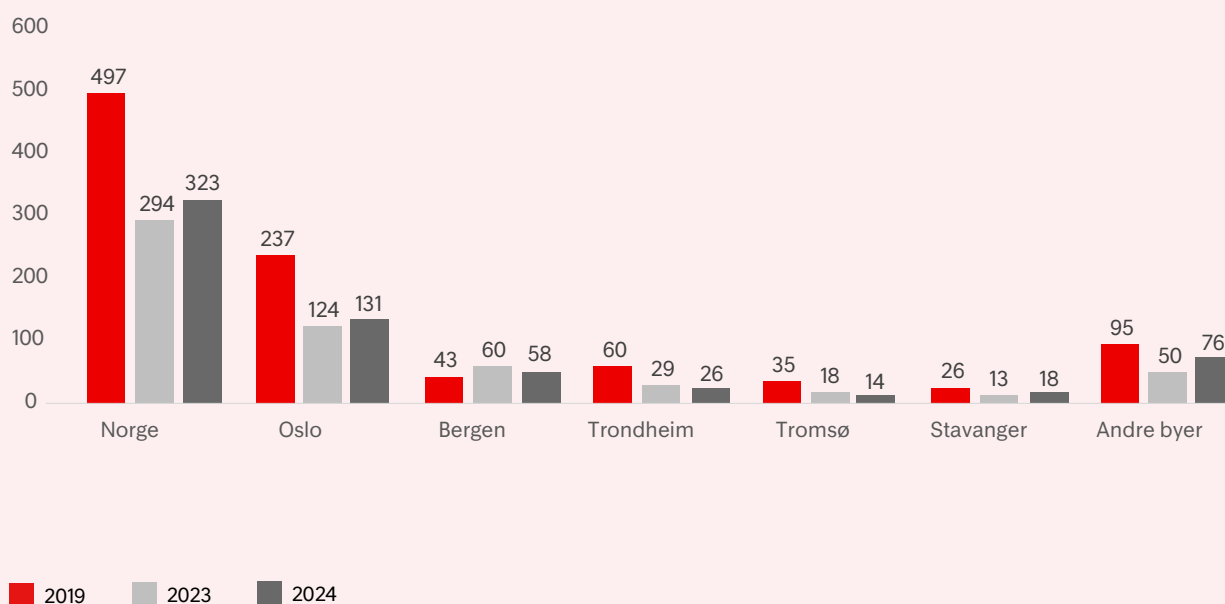
De fleste kongresser ble arrangert i de fem største kongressbyene: Oslo, Bergen, Trondheim, Tromsø og Stavanger. Disse byene har nødvendig infrastruktur, som direktefly, kongressentre og tilstrekkelig hotellkapasitet, som mindre steder ofte mangler.

Det er også her de fleste universiteter, høyskoler og forskningsinstitutter er lokalisert.

Flere kongresser i 2024

I 2024 ble det arrangert 323 kongresser. Dette er en nedgang på 35 prosent fra 2019 da det var 497 kongresser. Likevel er det en positiv utvikling på ti prosent fra 2023 da det var 294 kongresser. Med unntak av Oslo er det spesielt de mindre byene som har sett en økning det siste året.

Utvikling i antall kongresser i 2019-2024



Kilde: Samfunnsøkonomisk Analyse

Satsingsområder innen kongress

Innovasjon Norge har identifisert de mest aktuelle fagområdene som skal prioriteres innen arbeidet for å få de aktuelle kongresser til landet.

Disse områdene er:

- Ren energi
- Helse og velferd
- Den maritime industrien
- Sjømat og sjømatproduksjon
- Bioøkonomi
- Teknologit utvikling

Denne prioriteringen er et resultat av allerede etablerte norske fagmiljøer innen privat og offentlig samarbeid, inkludert klynger og mulighetsområder. I tillegg er det basert på fagområder som regionene har fremhevet som viktige.



Fordelingen av kongressrelaterte hotellovernattinger i 2024

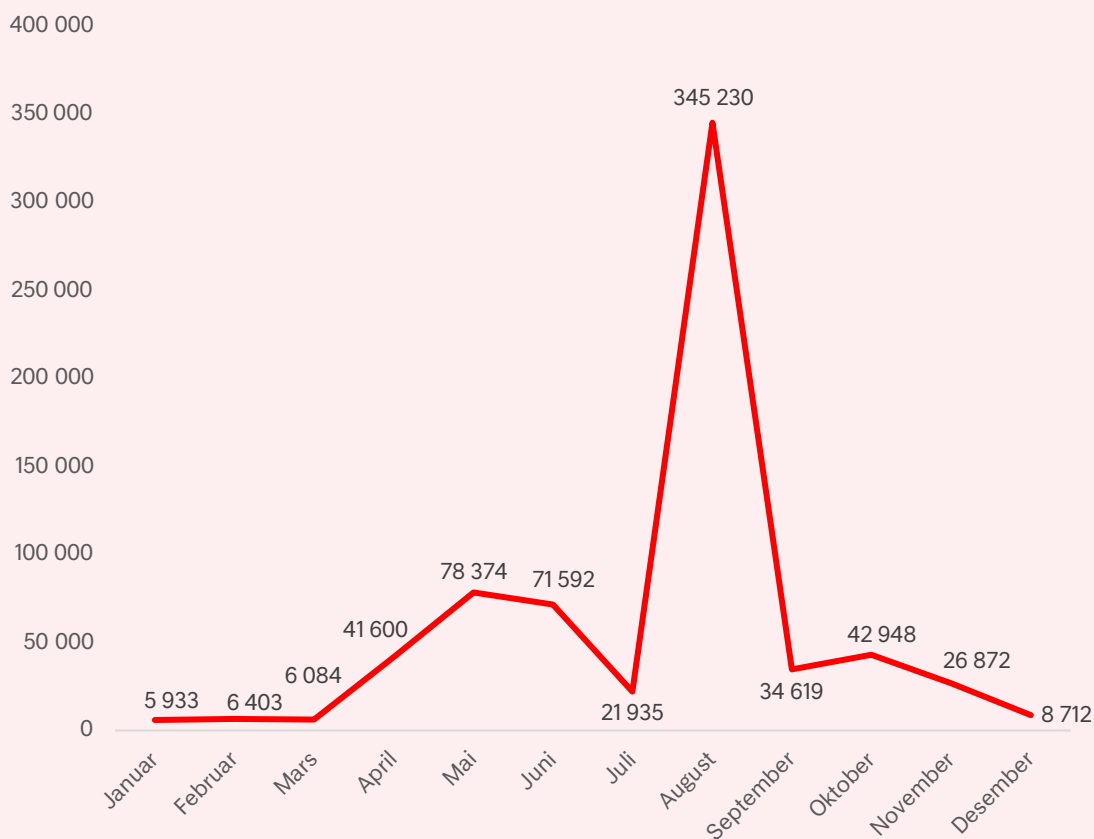
Beregninger på antall hotellovernattinger i forbindelse med en kongress er vurdert til 690 300. Det høye antallet kongressovernattinger i august, skyldes ONS-kongressen som arrangeres annen hvert år.

Det er likevel viktig å merke seg at ikke alle kongresser har tall eller eksakte tall for antall besøkende. I tillegg kan en andel av deltagerne være lokale, eller tilreisende som har bodd hos venner eller familie. Dette medfører at de faktiske tallene kan være lavere eller høyere enn hva som illustreres her.

Om beregningene:

Forutsetninger for tallene: Tallene er basert på tilgjengelig data fra gjennomførte kongresser i 2024.

Hotellovernattinger



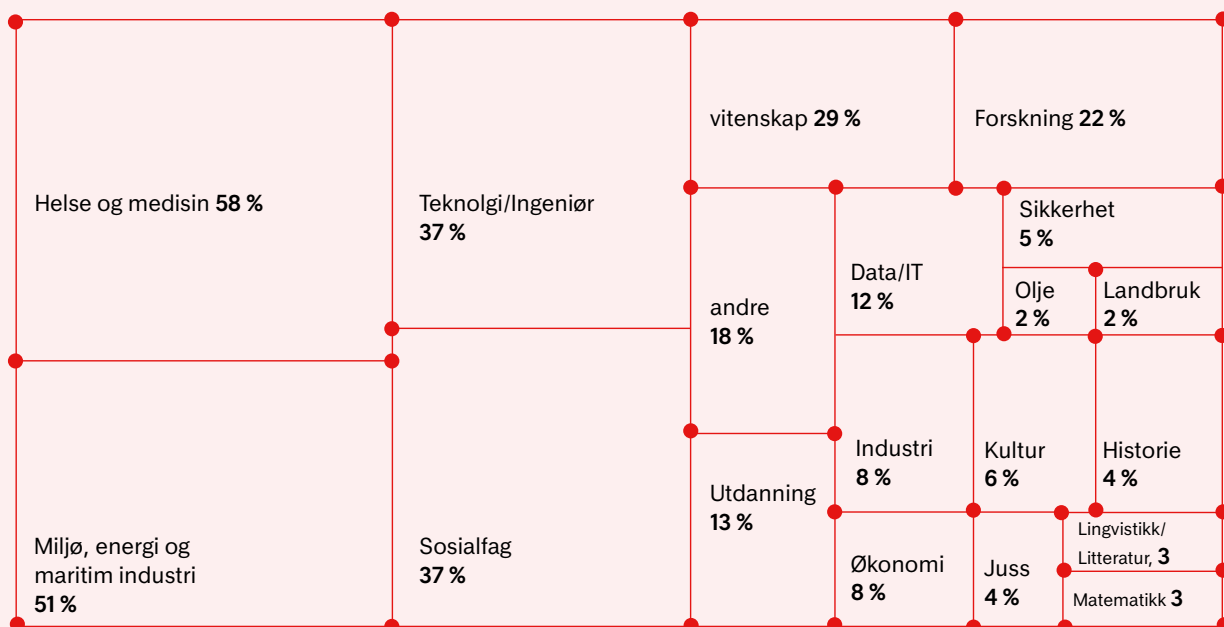
Kilde: Samfunnsøkonomisk Analyse

Fagområder for kongresser til Norge

I 2023 var helse og medisin den dominerende sektoren for arrangerte kongresser. Miljø, energi og maritim industri fulgte etter med totalt 40 kongresser. Videre ble det arrangert 36 kongresser innen vitenskap og 35 innen teknologi og ingeniørfag. Disse temaene reflekterer store forskningsområder knyttet til universiteter og andre forsknings- og

læringsinstitusjoner, hvor det er stort fokus på utvikling av ny teknologi og kompetanseoverføring.

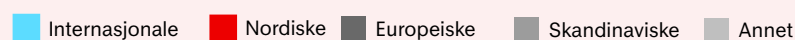
Internasjonalt ledende kongresser bidrar til å synliggjøre og stimulere norske fagmiljøer, fremme innovasjon og utvikling, samt styrke Norges posisjon som en ledende og kompetent nasjon.



Kilde: Samfunnsøkonomisk Analyse

Rotasjonsmønster

Sammenlignet med 2023, er det i 2024 en liten økning av internasjonale kongresser, og noen færre rene europeiske kongresser.



Kilde: Samfunnsøkonomisk Analyse

Kort om Innovasjon Norge

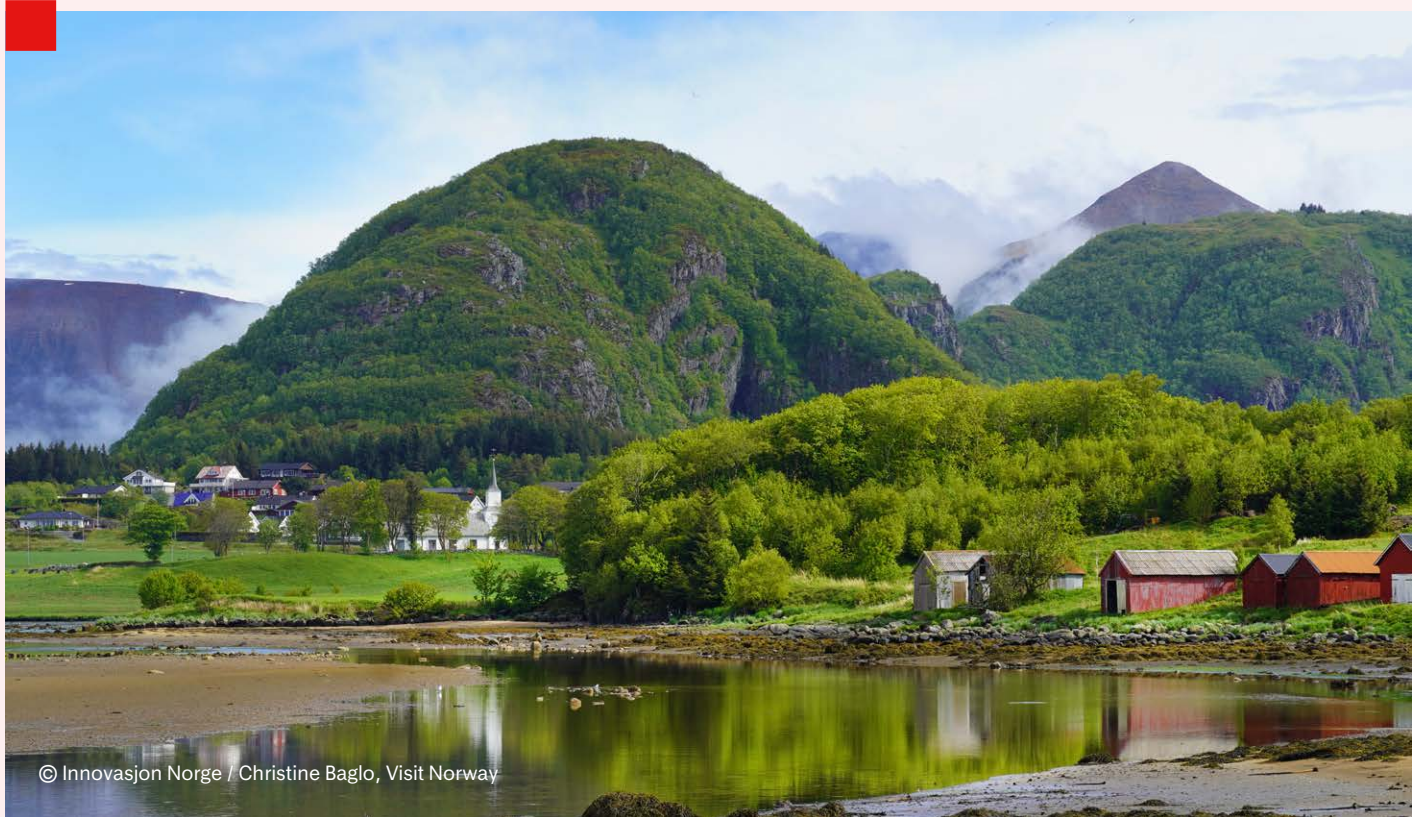
Innovasjon Norge skal være statens og fylkeskommunenes viktigste verktøy for å realisere verdiskapende næringsutvikling i hele landet

Med regional tilstedeværelse både i Norge og i utlandet har Innovasjon Norge en unik posisjon til å utløse lønnsom næringsutvikling basert på regionenes ulike forutsetninger og næringslivets muligheter.

Innovasjon Norge har mange oppdragsgivere, men felles for alle er at vi skal bidra til langsiktig og bærekraftig verdiskaping i Norge og at vi skal jobbe med bedrifter, både enkeltvis og i nettverk.

Innovasjon Norge har et bredt og sammensatt samfunnsoppdrag. Kjernen i dette oppdraget er å bidra til verdiskaping gjennom å skape bedrifts og samfunnsøkonomisk lønnsom næringsutvikling over

hele landet. Innovasjon Norges virkemidler og tjenester har som mål å skape flere gode gründere, flere vekstkraftige bedrifter og flere innovative næringsmiljøer. Kundegruppene våre spenner fra gründere, etablerere i tidlig startfase og småbedrifter til store vekstkraftige konsern i hele spekteret av bransjer og næringer. Felles for alle gruppene er at de ser muligheter i det å gjøre nytte av den kompetansen og bistanden som Innovasjon Norge forvalter på vegne av et samfunn der ny framtidsrettet næringsutvikling er viktig. Med et landsdekkende kontornettverk kan Innovasjon Norge møte kundene der de er og har sin virksomhet. Internasjonalt følges kundene opp via kontorer i de viktigste markedene verden rundt. Innovasjon Norge eies av Nærings- og fiskeridepartementet (51 prosent) og fylkeskommunene (til sammen 49 prosent).



Definisjoner

Ankomst En ferie- eller forretningsreise med minimum én overnatting.

Døgnforbruk Det gjennomsnittlige antall kroner som turister i Norge bruker per overnatting.

Gini-indeksen: også kjent som Gini-koeffisienten, er et statistisk mål for spredning som uttrykkes med en verdi mellom 0 og 1. I denne sammenhengen benyttes indeksen til å analysere fordelingen av overnattinger og cruisepassasjerer gjennom årets 12 måneder. Dersom et reisemål har en jevn fordeling av turister hver måned, vil Gini-indeksen være 0, noe som indikerer en stabil besøkmengde gjennom hele året. I motsatt tilfelle, der en destinasjon primært mottar besøkende i sommersesongen, vil indeksen nærme seg 1. Jo lavere verdi Gini-indeksen har, desto bedre er den sesongmessige spredningen av besøkende.

Kommersielle gjestedøgn Overnattinger på hotell, camping, hyttegrend og vandrerhjem.

Konkurranssekursindeks En nominell effektiv valutakurs beregnet på grunnlag av kursen på den norske kronen opp mot Norges 28 viktigste handelspartnere.

Merkevaretracker Innovasjon Norge gjennomfører ukentlige undersøkelser i Danmark, Norge, Sverige, Storbritannia, Tyskland, Nederland, og Frankrike. Undersøkelsen inneholder spørsmål om sannsynligheten for å reise til Norge, og oppfatning av Norge som turistnasjon. Samtidig gir undersøkelsen indikasjon på om markedsarbeidet som gjøres, gir ønsket resultat.

NPS: Net Promotor Score (NPS): Er et verktøy for å måle en form for lojalitet, og angir i denne sammenheng hvor stor andel av turistene som vil anbefale området som feriedestinasjon. NPS beregnes ut ifra følgende spørsmål: "På en skala fra 0 til 10, der 0 er i svært begrenset grad og 10 er i svært stor grad, i hvilken grad vil du anbefale Norge som reisemål

for andre?". De som oppgir en score mellom 0 og 6 betegnes som kritikere, de som oppgir en score på 7 eller 8 betegnes passive, og de som oppgir en score på 9 eller 10 betegnes ambassadører. NPS-verdien er definert som av andelen av turistene som er ambassadører fratrukket andelen som er kritikere. Dvs. $NPS = \% \text{ ambassadører} - \% \text{ kritikere}$.

Reiseundersøkelsen En utvalgsundersøkelse gjennomført av SSB, hvis formål er å kartlegge nordmenns reisevaner i Norge og utlandet.

Satellittregnskapet for turisme

Formålet med satellittregnskapet for turisme er å beskrive den økonomiske effekten av turisme, på en måte som er sammenlignbar og konsistent med andre deler av økonomien beskrevet av nasjonalregnskapet. Satellittregnskapet for turisme er en integrerte del av det årlige nasjonalregnskapet og gjennomføres av SSB.

Sommersesongen Perioden fra og med mai til og med august måned.

Turistankomst Inneholder tall for både ferie-, fritids og forretningsreiser med minimum én overnatting.

Turist/turisme Aktiviteter til personer som reiser og oppholder seg på steder som ligger utenfor vedkommendes ordinære oppholdssted, uavhengig av formål, for mindre enn ett år. Personer som er ansatt i det landet de besøker faller utenfor denne definisjonen.

Turistundersøkelsen Innovasjon Norge gjennomfører en landsdekkende og helårlig undersøkelse hvor norske og utenlandske ferie- og fritidsturister, samt forretningsreisende intervjues ved blant annet ved turistattraksjoner, skianlegg, havner, lufthavner m.m.

Utlending Person som er bosatt utenfor Norge.

Vintersesongen Perioden fra og med januar til og med april måned.

Nøkkeltall om norsk turisme 2024



ISSN 1894-0595

