

# Reiseliv 2030

---

En forsknings- og innovasjonsstrategi for reiselivsnæringen



# Forord

Norge er et land preget av spektakulær natur, rik kulturarv og en stolt tradisjon for gjestfrihet. Reiselivsnæringen spiller en sentral rolle i vår økonomi, og dens betydning vokser stadig.

Reiselivet var i 2019 Norges femte største eksportnæring og syssel-satte om lag 180 000 personer. Reiselivet er størst i byene, men spiller en viktig rolle i mange distriktskommuner som arbeidsgiver og fordi den bidrar til bolyst og stedsutvikling. Norge er i omstilling til grønne næringer og reiselivsnæringen er en viktig næring for framtiden.

Reiseliv 2030 har vært et strategisk arbeid for å identifisere forsknings- og innovasjonstiltak som bidrar til at reiselivsnæringen utvikler seg i en mer bærekraftig retning og skaper gode og lønnsomme arbeidsplasser i hele landet, hele året. Prosessen er initiert av Nærings- og fiskeridepartementet og strategigruppen startet sitt arbeid 13. juni 2023. Strategigruppen vil rette en spesiell takk til alle som har bidratt med sin kompetanse, innsikt og engasjement for næringen i innspill og dialog underveis i vårt arbeid. En særlig takk til sekretariatet, innsatsen har vært uvurderlig i utformingen av strategien.

Ingen næring kan vokse uten at den utvikler seg. Det må skapes nye produkter, mer effektiv produksjon og ikke minst må næringen ta hensyn til vårt felles miljø. Strategigruppen har tatt utgangspunkt i sentrale, strategiske utfordringer for reiselivsnæringen. Uten innovasjon og forskning vil ikke reiselivsnæringen kunne utløse sitt potensial for å bli enda viktigere og mer verdsatt i Norge.

Strategigruppens anbefalinger til hvilke forsknings- og innovasjonstiltak som må prioriteres gis med et stort engasjement og kjærlighet for reiselivsnæringen. Næringen fortjener at de realiseres.

Strategigruppen mai 2024,

Åsunn Lyngedal – leder,  
Ronny Brunvoll, Erik Brynhildsbakken, Tim Davis, Dorthe Eide, Agnes Brudvik Engeset, Åsa Helen Grahn, Bård Jervan, Torild Langklopp, Gudrun Sanaker Lohne, Magne Svineng, Camilla Tepfers, Torunn Tronsvang og Håvard Utheim

# Innhold

Forord .....	2
Sammedrag .....	4
Executive summary .....	9
1. Mot en mer bærekraftig og konkurransedyktig reiselivsnæring.....	14
2. Et reiseliv i endring .....	16
3. Strategien for forskning og innovasjon skal vise vei.....	18
4. Strategien mål .....	20
5. Reiselivsnæringen og dagens innovasjons- og forskningsvirkemidler .....	22
5.1 Innovasjon Norge.....	22
5.2 Norges forskningsråd.....	24
5.3 Regionale forskningsråd.....	25
5.4 Mobilisering av reiselivsnæringen og styrking av virkemidlene.....	26
6. Et fremtidsrettet innovasjonssystem.....	27
7. Reiselivsnæringens utfordringer.....	29
7.1 Grønn omstilling .....	29
7.2 Strategigruppens anbefalinger .....	34
7.3 Digitalisering.....	41
7.4 Strategigruppens anbefalinger.....	43
7.5 Verdifulle arbeidsplasser .....	47
7.6 Strategigruppens anbefalinger .....	48
7.7 Et verdsatt reiseliv .....	51
7.8 Strategigruppens anbefalinger .....	53
7.9 Foredling - økt opplevelsesverdi.....	56
7.10 Strategigruppens anbefalinger .....	58
7.11 Samfunnsmessige endringer og fremtidsutsikter mot 2040 .....	61
7.12 Strategigruppens anbefalinger .....	61
8. Barrierer for fortsatt utvikling .....	63
Sluttnoter .....	65
Vedlegg .....	68

# Sammendrag

Reiseliv er en viktig næring for Norge og de positive effektene favner bredt. Reiselivsnæringen har stor betydning for arbeidsplasser og stedsutvikling i hele landet. Ringvirkningene går langt utover egen næring, og gir viktige bidrag til bolyst, levende lokalsamfunn og attraktive arbeidsplasser.

Reiselivsnæringen var den femte største eksportnæringen i Norge i 2019. Om lag 7,4 prosent av den samlede sysselsettingen i Norge er sysselsatt i reiselivsnæringen. Det tilsvarer 183.000 personer<sup>1</sup>. Den økonomiske verdiskapingen i reiselivet i Norge er om lag 4,2 prosent av verdiskapingen i fastlandsøkonomien.

## Reiselivets utfordringer

Det er flere utfordringer næringen må møte for å utvikle seg videre innenfor rammene av grønn omstilling. Klimaendringer og tap av naturmangfold påvirker reiselivet. Rask digitalisering og kunstig intelligens skaper nye muligheter for næringen, samtidig som delingsøkonomien og nettbaserte booking-plattformer har endret konkurransesituasjonen i deler av overnattingsnæringen. Reiselivet må konkurrere om kompetent arbeidskraft, samtidig som lønnsnivået i næringen er relativt lavt. Skal reiselivsnæringen kunne møte disse utfordringene, er det avgjørende å utvikle og ta i bruk ny kunnskap og utvikle en sterk innovasjonsevne.

Reiselivsnæringen skiller seg fra andre næringer på et viktig punkt. Reiselivsproduktet er i de fleste tilfeller summen av en rekke ulike produsenter på et reisemål. Sammen med de voksende bærekraftsutfordringene betyr dette at det er nødvendig å involvere flere ulike typer aktører enn det man finner i tradisjonelle innovasjonssystemer.

## Mandat og arbeidsform

Denne rapporten skisserer en rekke forsknings- og innovasjonstiltak som skal bidra til å utløse potensialet i næringen. Rapporten er resultatet av arbeidet i strategigruppen for Reiseliv 2030. Nærings- og fiskeridepartementet initierte arbeidet og strategigruppen tok fatt på oppdraget i juni 2023.

Mandatet har vært å identifisere forsknings- og innovasjonstiltak som bidrar til at reiselivsnæringen utvikler seg i en mer bærekraftig retning, blir mer helårlig, skaper aktivitet i hele landet, bidrar til økt verdiskaping og gjennomfører en grønn omstilling.

I arbeidet har strategigruppen nyttiggjort seg digitale innspill fra over 40 aktører, fra reiselivsaktører, nettverk, destinasjons- og landsdels-selskap, fylkeskommuner og kommuner, frivillige organisasjoner og miljøorganisasjoner samt forskningsmiljøer og utdanningsinstitusjoner. Strategigruppen har videre innhentet kunnskap og innsikt gjennom rapporter, utredninger, strategier og møter med relevante aktører som grunnlag for sine anbefalinger.

NOU 2023:10 Leve og oppleve og Nasjonal Reiselivsstrategi 2030 har vært viktige dokumenter i arbeidet. Regjeringens Veikart for reiselivsnæringen, har også vært viktig i arbeidet med strategien. Arbeidet med denne strategien har vært koordinert med arbeidet med eksportsatsingen for reiselivsnæringen.

Strategigruppen har arbeidet med forslag innenfor temaene:

- Grønn omstilling
- Digitalisering
- Verdifulle arbeidsplasser
- Et verdsatt reiselivet
- Foredling og økt opplevelsesverdi
- Samfunnsmessige endringer og fremtidsutsikter mot 2040

En strategi for forskning og innovasjon er viktig for å kunne adressere og løse de utfordringene som en fortsatt vekst i næringen skaper. Strategigruppen har brukt følgende målbilde for sitt arbeid:

Forsknings- og innovasjonsstrategien Reiseliv 2030 skal gjennom økt forskning og innovasjon bidra til et verdiskapende reiseliv som tar ned sine utslipp, ivaretar natur og kultur, gir attraktive helårs arbeidsplasser i hele landet og er verdsatt på stedene tilreisende besøker.

## Strategigruppens anbefalinger

Strategigruppen foreslår til sammen 14 forsknings- og innovasjonstiltak for å utløse potensialet i næringen, fordelt på 6 tematiske områder.

### Grønn omstilling

Klimaavtrykket i reiselivsnæringen skal reduseres kraftig frem mot 2030 og frem mot klimanøytralitet i 2050, samtidig som verdiskapingen skal opp. For å lykkes med dette, er det behov for økt kunnskap.

Kommende og eksisterende reguleringer og klimatiltak vil påvirke kostnadsnivået i reiselivsnæringen. Det foreslås derfor et forskningsprosjekt som ser på betydningen av klimakostnader for norske reiselivsprodukter.

Transport spiller en nøkkelrolle for å kutte utslipp. Det er nødvendig å inkludere turisttrafikk i transportmodeller brukt i offentlig planlegging. Det foreslås derfor et forskningsprosjekt med formål om å fremskaffe gode data om turisttrafikken slik at den kan innlemmes i transportplanleggingen.

Strategigruppen foreslår også å sette i gang piloter for å utvikle og teste grønne transportløsninger for reiser til og mellom reisemål i Norge.

Veksten i antall cruiseanløp har betydning for klimautslipp og for de besøkte lokalsamfunnene. Strategigruppen foreslår et forskningsprosjekt for å beregne tålegrenser basert på miljø- og samfunns-effekter av cruiseturisme.

For å utforme gode klimautslippsreducerende tiltak, er det nødvendig med mer kunnskap om hvilke deler av reiselivet som gir størst belastning. Det foreslås en forskningssatsing som skal 1) analysere klimagassutslipp og energibruk fra reiselivet lokalt og i Norge og 2) analyserer de direkte utslippene og omfanget av indirekte utslipp som er knyttet til de besøkendes forbruk av produkter og tjenester lokalt og transport til og fra reisemålet.

### Digitalisering

Reiselivsnæringens evne til å ta i bruk digital teknologi og tilpasse seg digitalisering av markeder og verdikjeder, vil ha stor betydning for næringens konkurranseevne og bærekraft. Det ligger et stort potensial i å ta i bruk avansert dataanalyse, for eksempel digitale tvillinger, simulering og syntetiske fokusgrupper.

Strategigruppen foreslår at Norge blir en del av European Tourism Data Space, for å sikre enklere tilgang til data. Videre foreslår

strategigruppen å etablere en satsing på kunstig intelligens og datadrevet innsikt for reiselivet.

Det er en utfordring å tilpasse og utvikle kompetansetilbud som gjør næringen bedre i stand til å utnytte mulighetene digitaliseringen skaper. Det foreslår derfor et innovasjonsprosjekt for å utvikle og ta i bruk moderne digitale plattformer og læremidler, for å utvikle kompetansetilbud for dem som er i arbeid i reiselivsnæringen.

### Verdifulle arbeidsplasser

Skal reiselivsnæringen utvikles som en lønnsom og attraktiv næring, er evnen til å skape verdifulle, helårige arbeidsplasser viktig.

Strategigruppen anbefaler et forskningsprosjekt der partene i arbeidslivet deltar og hvor man ser på erfaringene fra andre næringer og utvikler løsninger for hvordan man kan skape flere helårsarbeidsplasser, samt tester løsningene på utvalgte bedrifter og reisemål.

Videre anbefaler gruppen et forskningsprosjekt som skal gi et kunnskapsgrunnlag om hvordan reiselivet kan styrkes som integrerings- og inkluderingsnæring.

### Et verdsatt reiseliv

Målet om vekst kan føre til for mange reisende. Det er behov for å planlegge for å unngå overturisme. Det betyr blant annet at det er nødvendig å videreutvikle modellene for lokal reisemålsledelse. For å bidra til det, foreslås det en forsknings- og innovasjonssatsing for å utvikle kunnskap, teste modeller og verktøy for en ny generasjon reisemålsledelser.

Det foreslås også å sette i gang innovasjonsprosjekter for å utvikle digitale verktøy som kan bidra til den strategiske utviklingen av reisemål og lokalsamfunn.

### Foredling og økt opplevelsesverdi

Det er nødvendig å øke verdiskapingen per besøkende, for å nå målet om vekst uten økte klimautslipp. Da må også opplevelsesverdien opp. Strategigruppen foreslår derfor en forskningssatsing som skal bidra til bærekraftig opplevelsesdesign og verdiskaping som kan bidra til at besøkende blir lenger, sesongutvikling og helårsaktivitet, samt bidra til transformative opplevelser.

Det foreslås et forskningsprosjekt for å utvikle et kunnskapsgrunnlag om hvordan bruken av sertifiserings- og konsesjonsordninger kan bidra til å øke kompetanse og profesjonalitet for bærekraftige naturbaserte- og risikofylte opplevelser i Norge.

#### **Samfunnmessige endringer og fremtidsutsikter mot 2040**

Næringen står overfor store og viktige valg frem mot 2040. Det foreslås å sette i gang en større bredt anlagt fremtidsstudie for utviklingen av norsk reiseliv med 2040 som perspektiv.

Det er behov for mer kunnskap om hvordan delingsøkonomien og nettbaserte plattformer vil påvirke utviklingen og strukturen i norsk reiseliv. Strategigruppen foreslår et forskningsprosjekt som blant annet ser på nye overnattingstilbud via nettbaserte plattformer og deres betydning for utviklingen av reiselivsnæringen fremover. Prosjektet bør også se på andre lands erfaringer med offentlige reguleringer, skatte- og avgiftsmessige forhold.

#### **Barrierer for fortsatt utvikling i reiselivet**

Strategigruppen har identifisert fire områder der det foreligger barrierer for fortsatt utvikling. Det gjelder innretningen i dagens merverdiavgiftssystem med mange ulike satser, dagens reisegarantiordning, det store behovet for kompetent arbeidskraft og behovet for nasjonale sertifiseringsordninger.

# Executive Summary

Tourism is an important industry for Norway and its positive effects are wide-ranging. The tourism industry is important for the creation of jobs and development of destinations throughout the country. The ripple effects are far reaching and make important contributions to the attractiveness of living in remote areas, vibrant local communities and attractive jobs.

The tourism industry was the fifth largest export industry in Norway in 2019 accounting for 7.4 percent of the total employment. This corresponds to more than 180,000 people. Economic value creation in tourism in Norway is 4.2 percent of the mainland economy.

#### **The challenges of tourism**

In order to develop further within the framework of the green transition, the tourism industry is facing a number of challenges. Climate change and the loss of biodiversity affect tourism. Rapid digitalization and artificial intelligence are creating new opportunities while the sharing economy and online booking platforms have changed the competitive situation for parts of the accommodation sector. The tourism industry must compete for skilled labour alongside other industries, but its ability to provide competitive salaries is relatively low. If the tourism industry is to meet these challenges, it is crucial that it develops and uses new knowledge and develops a strong ability to innovate.

The tourism industry differs from other industries in one important aspect. In most cases, the tourism product is the sum of many different providers and this, coupled with growing sustainability challenges, makes it necessary to involve a wider range of stakeholders than in traditional innovation systems.

#### **Mandate and working method**

This report is the result of work carried out by the strategy group for Tourism 2030 and outlines a number of research and innovation measures that will help unleash the potential of the industry. The Ministry of Trade, Industry and Fisheries initiated the work, and the strategy group began the assignment in June 2023.

The mandate has been to identify research and innovation measures that can contribute to the tourism industry developing in a more sustainable direction, becoming a year-round industry, creating activity throughout the country, contributing to increased value creation and facilitating the green transition.

The strategy group has made use of digital input from over 40 stakeholders, from tourism operators, networks, destination companies and regional destination marketing companies, county authorities and municipalities, voluntary organisations and environmental organisations, as well as research environments and educational institutions. The group has also gained knowledge and insight from relevant reports and meetings with stakeholders.

NOU 2023:10 Leve og oppleve and the National Tourism Strategy 2030 have been important documents in this process. The Government's Roadmap for the Tourism Industry has also been used as input to the strategy which has also been coordinated with the work carried out in connection with the new export initiative for the tourism industry.

The strategy group has made proposals for the following topics:

- Green transition
- Digitalization
- Valuable jobs
- A valued tourism industry
- Refinement and increased experience value
- Societal changes and future prospects towards 2040

A strategy for research and innovation is important in order to address and solve the challenges created by continued growth in the industry. The strategy group has used the following objectives for its work:

The research and innovation strategy Reiseliv 2030 will, through increased research and innovation, contribute to a value-creating tourism industry that reduces its emissions, safeguards nature and culture, provides attractive year-round jobs throughout the country and is appreciated in the places tourists visit.

### **The strategy group's recommendations**

In order to unleash the industry's potential, the strategy group proposes a total of 14 research and innovation measures, divided into six areas.

#### **Green transition**

The tourism industry's carbon footprint must be reduced drastically in the time leading up to 2030 and climate neutrality in 2050, while at the same time increasing value creation. To succeed, there is a need for increased knowledge.

Upcoming and existing regulations and climate measures will affect the cost level in the tourism industry. A research project looking at the impact of climate costs on Norwegian tourism products is therefore proposed

Transport plays a key role in cutting emissions. It is necessary to include tourist traffic in transport models used for public planning. The strategy group proposes a research project that aims to obtain better data from tourist traffic so that it can be incorporated into transport planning.

The strategy group also proposes to initiate pilot projects to develop and test green transport solutions for travel to and between destinations in Norway.

The growth in the number of cruise visits impacts the destination's greenhouse gas emissions and the local communities visited. The strategy group proposes a research project to measure tolerance levels based on the environmental and social impacts of cruise tourism.

In order to develop good measures to reduce greenhouse gas emissions, more knowledge is needed about which parts of the tourism industry have the greatest environmental impact. A research initiative is proposed that will 1) analyse greenhouse gas emissions and energy use from tourism locally and all over Norway, and 2) analyse the direct emissions and the extent of indirect emissions that are linked to visitors' consumption of products and services locally and transport to and from the destination.

#### **Digitalization**

The tourism industry's ability to use digital technology and adapt to the digitalization of markets and value chains will be important for the

industry's competitiveness and sustainability. There is huge potential in using advanced data analytics, such as digital twins, simulation and synthetic focus groups.

The strategy group proposes that Norway becomes part of the European Tourism Data Space, to ensure easier access to data. Furthermore, the strategy group recommends establishing an initiative focusing on artificial intelligence and data-driven insights for tourism.

It is challenging to adapt and develop skills that make the industry better able to exploit the opportunities created by digitalization. It is therefore proposed that an innovation project is established that will develop and use modern digital platforms and teaching materials, in order to develop skills for those who are employed in the tourism industry.

#### **Valuable jobs**

If the tourism industry is to be developed as a profitable and attractive industry, the ability to create valuable, year-round jobs is important. The strategy group recommends a research project where labour unions and trade federations are invited to take part. The project will study experiences from other industries and will find solutions that create more year-round jobs. The suggested solutions will be tested on selected companies and destinations.

In addition, the group recommends a research project that will provide a knowledge base for how tourism can be strengthened as an integration and inclusion industry.

#### **A valued tourism industry**

The goal for growth in visitor numbers can lead to too many travellers, so there is a need for a plan to avoid overtourism. It is therefore necessary to further develop the models for local destination management. To contribute to this, a research and innovation initiative is proposed to develop knowledge and test models and tools for a new generation of destination managers.

There is also a proposal to initiate innovation projects to develop digital tools that can contribute to the strategic development of destinations and local communities.

#### **Refinement and increased experience value**

It is necessary to increase the value creation per visitor in order to achieve the goal of growth without increasing greenhouse gas emissions. This means the experience value must also increase. The strategy group proposes a research initiative that will contribute to sustainable experience design and value creation, leading to visitors staying longer, seasonal development and year-round activity, as well as contributing to transformative experiences.

A research project is proposed to develop a knowledge base for how the use of certification and licensing schemes can contribute to increased competence and professionalism for sustainable nature-based and risky, adventure experiences in Norway.

#### **Societal changes and future prospects towards 2040**

The industry faces major, important choices in the time leading up to 2040. The initiation of a larger, broad-based future study for the development of Norwegian tourism with a 2040 perspective is proposed

There is a need for more knowledge about how the sharing economy and online platforms will affect the development and structure of Norwegian tourism. The strategy group proposes a research project that, among other things, looks at new accommodation offers via online platforms and their significance for the development of the tourism industry in the future. The project should also look at other countries' experiences with regards to public regulations and tax matters.

#### **Barrier to continued development in tourism**

The strategy group has identified four areas where there are barriers to continued development. This applies to the structure of the current VAT system with many different rates, the current travel guarantee scheme, the huge need for skilled labour and the need for national certification schemes.

# 1. Mot en mer bærekraftig og konkurransedyktig reiselivsnæring

Reiseliv er en viktig næring for Norge og de positive effektene favner bredt. Reiselivsnæringen har stor betydning for arbeidsplasser og stedsutvikling i hele landet. Reiselivsnæringen bidrar med betydelige skatteinntekter til mange norske kommuner.<sup>1</sup> Ringvirkningene går langt utover egen næring, og gir viktige bidrag til bolyst, levende lokalsamfunn og attraktive arbeidsplasser.

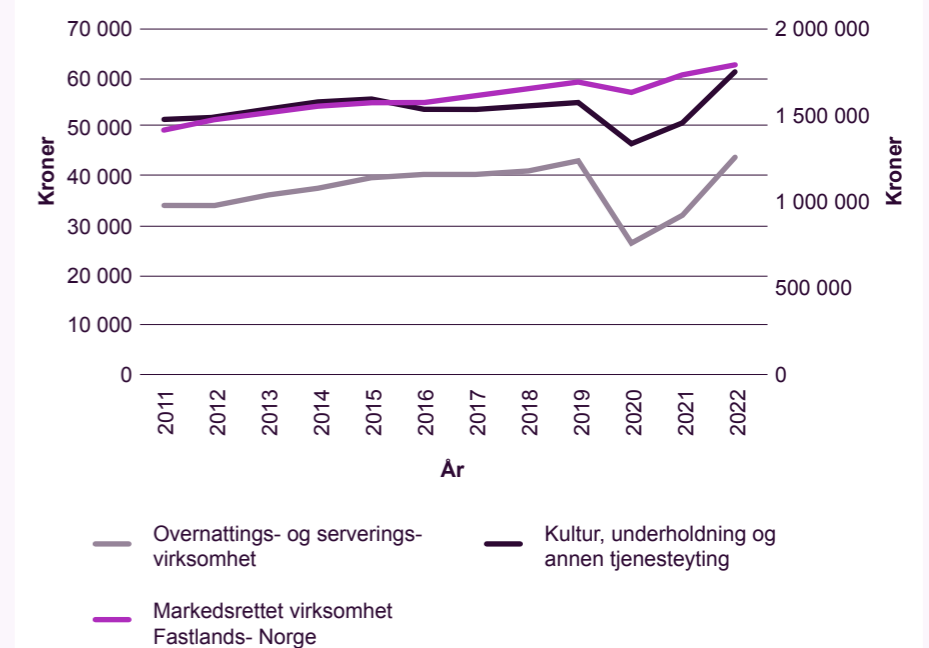
Reiselivet skaper jobber for mange mennesker, mange steder, men preges av et lavt lønnsnivå, varierende arbeidstider og sesongmessige svingninger. Med voksende behov for arbeidskraft i alle deler av samfunnet fremover, er mangel på arbeidskraft allerede en betydelig utfordring for mange sektorer. Reiselivsnæringen risikerer å tape kampen om arbeidskraft på grunn av sin manglende evne til å tilby attraktive helårige arbeidsplasser. Samtidig er reiseliv en viktig inkluderings- og integreringsnæring. Den sysselsetter en mangfoldig gruppe mennesker med ulik bakgrunn og kompetanse, inkludert innvandrere, ungdom, og andre som av ulike årsaker står utenfor arbeidslivet.



Foto: Martin Håndlykken - VisitNorway.com

Om lag 7,4 prosent av den samlede sysselsettingen i Norge er sysselsatt i reiselivsnæringen. Det tilsvarer 183.000 personer.<sup>2</sup> Den økonomiske verdiskapingen i norsk reiseliv er om lag 4,2 prosent av verdiskapingen i fastlandsøkonomien. Men den er lav sammenlignet med andre næringer (se figur 1).

**Figur 1. Verdiskaping i to reiselivsnæringer (venstre akse). Markedsrettet virksomhet i Fastlands-Norge (høyre akse) (faste 2015-priser).**



Kilde: SSB. Nasjonalregnskapet.<sup>3</sup> Bearbejdet av SØA



## 2. Et reiseliv i endring

Reiselivsnæringen har vært gjennom noen krevende år som følge av pandemien, men omfanget, målt som besøkstall ved kommersielle overnattingssteder er nå tilbake og forbi 2019-tallene.<sup>4</sup> Utviklingen understøtter at det foreligger et stort markedspotensial.

Reiseliv er Norges femte største eksportnæring. Den kjennetegnes av at verdiskapingen skjer på små og store steder over hele landet. Potensialet for å bli en enda viktigere og mer samfunnsnyttig næring for Norge, er ikke utnyttet godt nok.

Sommersesongen er den største sesongen i Norge for ferie- og fritids-trafikken. I juli 2023 var det 6,5 mill. overnattinger. Vintersesongen har blitt større de siste årene. I januar 2024 var det 1,85 mill. overnattinger, en økning som både knytter seg til flere solgte skiferier og nye produkter som nordlysturisme. Norge har fortsatt en svært liten markedsandel i internasjonal turisme. Den økende interessen for Norge som reisemål viser at det er et potensial for økt verdiskaping fra relevante målgrupper.

Klimaendringer og tap av naturmangfold er blant de største globale utfordringene i vår tid. Samtidig øker transportformer med høyt utslipp per reisende, slik som cruise- og flytrafikk.<sup>5</sup> Reiselivet er blant de mest utsatte næringer i Norge når vi ser på omstillingsrisiko knyttet til klima. På den ene siden kommer den fysiske klimarisikoen utløst av klimaendringer, og naturrisiko, på den andre siden er reiselivet blant de mest sårbare for en økning i kostnader knyttet til utslipp av klimagasser og klimavennlige energiformer.

Det er en stadig raskere utvikling innen digitaliseringen som følge av kunstig intelligens som gir helt nye muligheter. Delingsøkonomien og nettbaserte plattformer har de siste ti årene endret konkurranse-situasjonen for store deler av overnattingsnæringen. Reiselivsnæringen møter en stadig hardere konkurranse om kompetent arbeidskraft.

Fremtidens reiseliv må være bærekraftig. Tiltak og virkemidler for å redusere negative effekter og styrke de positive, må få større oppmerksomhet. Det legges nå større vekt på regenerativ turisme i mange land, og ledende fagmiljøer ser på dette som at det er et paradigmeskifte i emning.<sup>6</sup>

Skal reiselivsnæringen kunne møte utfordringene, er det avgjørende å utvikle og ta i bruk ny kunnskap og utvikle en sterk innovasjonsevne.



Foto: Brim Explorer

### 3.

## Strategien for forskning og innovasjon skal vise vei

Nærings- og fiskeridepartementet satt våren 2023 ned en strategigruppe med representanter fra næringen, akademia, forskermiljøer og Sametinget for å lage en forsknings- og innovasjonsstrategi for reiselivsnæringen.<sup>7</sup> Mandatet til gruppen er:

*Å identifisere forsknings- og innovasjonstiltak som bidrar til at reiselivsnæringen blir mer helårlig, skaper aktivitet i hele landet, bidrar til økt verdiskaping og gjennomfører en grønn omstilling. Den grønne omstillingen i reiselivsnæringen vil innebære bærekraftig drift i alle deler av næringen, bidrag til de lokalsamfunn hvor de har sin virksomhet, og hensynet til natur, miljø og kulturminner.<sup>8</sup>*

Mandatet peker på fem områder som er viktig for utviklingen av reiselivsnæringen fremover:

- Grønn omstilling
- Verdifulle arbeidsplasser
- Økt foredlingsgrad
- Smart digitalisering
- Tjenester & teknologi

Strategigruppen har valgt å dele Verdifulle arbeidsplasser i to: Verdifulle arbeidsplasser og Et verdsatt reiseliv. Gruppen har videre valgt å slå sammen Smart digitalisering og Tjenester & teknologi under temaet Digitalisering.

Det har vært hentet inn synspunkter gjennom en digital innspillside, hvor det kom inn i overkant av 40 innspill.<sup>9</sup> Disse kom fra reiselivsaktører, nettverk, destinasjons- og landsdelsselskap, fylkeskommuner og kommuner, frivillige organisasjoner og miljøorganisasjoner samt forskningsmiljøer og utdanningsinstitusjoner. Strategigruppen har videre innhentet kunnskap og innsikt gjennom rapporter, utredninger, strategier og møter med relevante aktører som grunnlag for sine anbefalinger.

I arbeidet med strategien har det vært to sentrale dokumenter: NOU 2023:10 Leve og oppleve som ble lansert i mars 2023, og Nasjonal Reiselivsstrategi 2030 som ble lansert i 2021. Regjeringens Veikart for reiselivsnæringen som kom i februar 2024, har også vært viktig i arbeidet med strategien. Reiselivsnæringen ble i september 2023 den femte eksportsatsingen i regjeringens eksportreform Hele Norge eksporterer<sup>10</sup>. Arbeidet med denne strategien har vært koordinert med arbeidet med eksportsatsingen for reiselivsnæringen, som ble overlevert næringsministeren 29. april 2023.<sup>11</sup>

Selv om denne strategien har tittelen Reiseliv 2030 – en forsknings- og innovasjonsstrategi vil det ta tid å sette i gang tiltak og enda lengre før man ser effekten av innovasjons- og forskningsaktivitetene.



## 4. Strategiens mål

Reiseliv 2030 sitt utgangspunkt er regjeringens mål om økt verdiskaping og lønnsomhet i reiselivsnæringen, innenfor bærekraftige rammer.<sup>12</sup> Strategien konsentrerer seg om hvilke forsknings- og innovasjonsbehov som oppstår når den forventede veksten skal skje innenfor den nasjonale reiselivsstrategiens målsettinger for et mer bærekraftig reiseliv.

CO2utslippene fra reisene til og fra Norge og utslippene fra reiselivsaktivitetene i Norge, må reduseres betydelig i tråd med Norges forpliktelser i Parisavtalen. En videre satsning på reiseliv må gi verdifulle arbeidsplasser i hele landet. Videre vekst i reiselivet skal være verdsatt på de stedene de besøkende reiser til.

### Klima vs verdiskaping

Tenk på Norges reiselivsnæring som en kokk som forsøker å balansere oppskrifter for å både oppnå bedre smak og være mer helsebevisst.

Kokken, utstyrt med en avansert digital kjøkkenvekt som er koblet til en app, kan måle ingrediensenes vekt samt få detaljert informasjon om deres opprinnelse, bærekraftsnivå, og miljøpåvirkning.

Dette gjør det mulig for kokken (reiselivsnæringen) å justere oppskriftene (reiselivsaktiviteter) ikke bare for å forbedre smaken (verdiskapingen) men også for å sikre at matrettene (reiseopplevelsene) er sunne for planeten ved å redusere klimaavtrykket, sikre etisk innhenting og øke gjennomsiktigheten i hele verdikjeden. Norsk reiseliv må levere en opplevelsesverdi som gjør næringen konkurransedyktig overfor prioriterte målgrupper både nasjonalt og internasjonalt i et langsiktig perspektiv.

Økt bruk av forskning og mer innovasjon i reiselivsnæringen er nødvendig for å styrke næringens konkurransevne, og en forutsetning for å nå regjeringens mål for reiselivsnæringen. Det er også et politisk mål om at Norge skal bli verdensledende på en bærekraftig utvikling av reiseliv som næring.

I regjeringens veikart for reiselivet som ble fremlagt i februar 2024 heter det:

- Reiselivsnæringen skal øke sin konkurransevne og verdiskaping innenfor bærekraftige rammer.
- Reiselivsnæringen skal redusere sitt klima- og miljøavtrykk og ta hensyn til naturens tålegrenser.
- Reiselivsnæringen skal bidra til bærekraftige og attraktive lokalsamfunn og reisemål over hele landet.

En strategi for forskning og innovasjon er viktig for å kunne adressere og løse de utfordringene som en fortsatt vekst i næringen skaper. Strategigruppen har brukt følgende målbilde for sitt arbeid:

*Forsknings- og innovasjonsstrategien Reiseliv 2030 skal gjennom økt forskning og innovasjon bidra til et verdiskapende reiseliv som tar ned sine utslipp, ivaretar natur og kultur, gir attraktive helårs arbeidsplasser i hele landet og er verdsatt på stedene tilreisende besøker.*



Foto: Toke Mathias Riskjær - Visit Norway

## 5. Reiselivsnæringen og dagens innovasjons- og forskningsvirkemidler

Innovasjon Norge og Norges forskningsråd er de to største virkemiddelaktørene og er sentrale i å stimulere til og finansiere innovasjon og forskning.

### 5.1 Innovasjon Norge

#### Reiselivsoppdrag

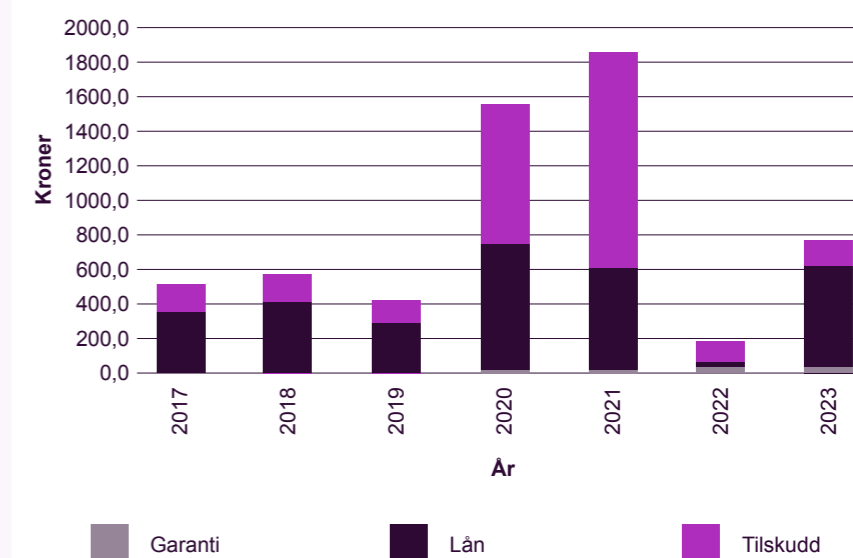
Innovasjon Norge har et reiselivsoppdrag fra Nærings- og fiskeri-departementet. Oppdraget var i 2023 på om lag 185 mill. kroner. Midlene skal bidra til økt bærekraft og lønnsomhet i reiselivsnæringen, samt bidra til et mer helårlig reiseliv som også gir helårlige arbeidsplasser. Innovasjon Norge skal også bidra til å redusere miljøavtrykk og klimautslipp. Strategisk markedsføring under merkevarenavnet Visit Norway, bærekraft og utviklingsarbeid, herunder Merket for bærekraftige reisemål, bransjebearbeidelse, utvikling av det internasjonale møte-, event- og konferansemarkedet, analysearbeid, internasjonalt pressearbeid, nettsider (visitnorway.com), kompetanseheving og utvikling av verktøy for næringen, er viktige deler av oppdraget.

#### De generelle virkemidlene og reiselivsnæringen

I perioden 2017-2023 tildelte Innovasjon Norge tilskudd, lån og garantier for totalt 55 mrd. kroner i totalt 37.000 saker. Av disse sakene tilhører 4000 bedrifter som faller inn under NACE-kodene for reiselivet.<sup>13</sup> Reiselivsbedriftene mottok i alt 5,8 mrd. kroner i perioden. Reiselivet fikk med andre ord tildelingen for litt over 10 prosent både samlet tildelt beløp og av antall saker i perioden. Av de 5,8 mrd. kronene i totale tildelinger som gikk til reiselivsnæringen, ble 3.0 mrd. kroner gitt i lån og garantier, og 2.8 mrd. kroner gitt i tilskudd. I tillegg kommer reiselivrelevante prosjekter, men hvor mottaker ikke er en reiselivsbedrift.

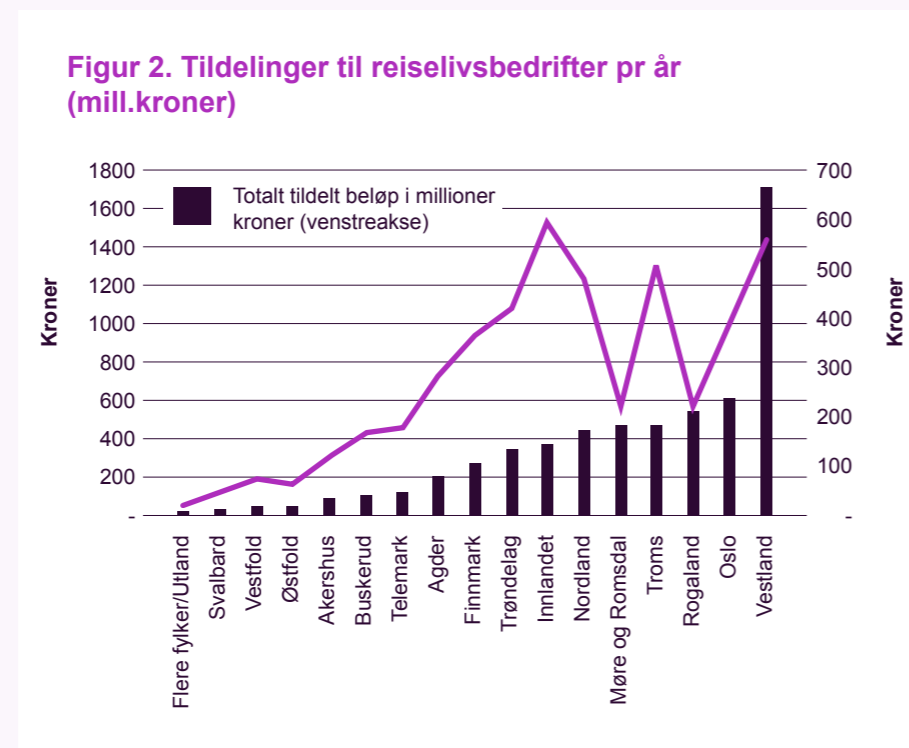
Kilde: Innovasjon Norge

Figur 2. Tildelinger til reiselivsbedrifter pr år (mill.kroner)



I årene før pandemien stod reiselivet for om lag 500 saker i året. I 2020 og 2021 ble dette mer enn fordoblet. Dette skyldtes i første rekke ekstraordinære omstillingsmidler gitt av regjeringen grunnet pandemien. I 2022 falt antallet saker og tildelte beløp kraftig – også sett i forhold til før pandemien, for så å ta seg litt opp i 2023.<sup>14</sup> Tildelt beløp i 2023 er derimot høyere enn før pandemien.

Vestland fylke skiller seg ut målt i tildelt beløp (se figur 3). Dette skyldes blant annet at begge de to største tildelingene, på til sammen mer enn 500 mill. kroner, ble tildelt selskaper i Vestland.



Kilde: Innovasjon Norge

Samarbeid er sentralt sett i forhold til innovasjon i reiselivsnæringen. Innovasjon Norge har to store samarbeidsvirkemidler: Bedriftsnettverk<sup>15</sup> og Klyngeprogrammet<sup>16</sup>. I dag er det ingen reiselivsprosjekter i klyngeprogrammet. Ved inngangen av 2023 var i alt 200 reiselivsbedrifter<sup>17</sup> med i et bedriftsnettverksprosjekt. Det utgjør ca. 25 prosent av deltakerne i programmet.<sup>18</sup>

## 5.2. Norges forskningsråd

I Forskningsrådet er det flere virkemidler som er relevante for reiselivsnæringen. I tillegg til næringsrettede virkemidlene som innovasjonsprosjekter, vil en del av kunnskapen som utvikles i forskerledede prosjekter være relevant kunnskap for reiselivsnæringen.

### Næringsrettede satsinger og reiselivsnæringen

Det har vært flere satsninger hos Forskningsrådet på forskning for å ta frem kunnskap om næringen, eksempelvis Opplevelser i Nord, ReisePol og BioTur. I noen av disse prosjektene har bedriftene vært direkte delaktige og har hatt stor nytte av å delta<sup>19</sup>. I andre har bedriftene i mindre grad vært direkte involvert, men de har hatt god nytte av resultatene. FORREGION (Forskningsbasert innovasjon i regionene) startet i 2017. FORREGION bygger erfaringene fra programmene Forskningsløft i Nord og Virkemidler for regional FoU og innovasjon (VRI). Formålet er å styrke sammenhengen mellom det regionale, nasjonale og internasjonale arbeidet for forskningsbasert innovasjon.<sup>20</sup>

I perioden fra og med 2017 til og med 2023 fikk 347 reiselivsprosjekter støtte fra Forskningsråd eller SkatteFUNN. Det utgjorde til sammen ca. 1,6 mrd. kroner i støtte og skattefradrag.<sup>21</sup>

Forskning innenfor IKT, transport, energi, miljø, klima, kultur, tjenester, historie, by- og regionsutvikling, og mat er eksempler på tematikk, fag og bransjer med kunnskap som reiselivet kan dra nytte av, både til å styrke sin omstillingsevne generelt, og til å løse utfordringer – som grønn omstilling og digitalisering. Det er viktig at denne kunnskapen deles slik at reiselivsnæringen kan ta den i bruk. Et viktig tilbud til reiselivsaktørene er Eurostars<sup>22</sup>, hvor forskningsutførende små og mellomstore bedrifter kan søke om midler til forsknings- og utviklingsprosjekter. Alle bransjer og alle teknologiområder kan søke. Eurostars er en god mulighet for den fremvoksende Traveltechnæringen.

Forskningsrådet gjennomførte i 2019 møter med utvalgte tjenestenæringer som var lite representert i porteføljen i 2019, blant annet i reiseliv og kulturnæringene. Det viste seg at mobiliseringen resulterte i konkurransedyktige søknader som hevdet seg i konkurranse med søknader fra andre næringer.

## 5.3. Regionale forskningsfond

Regionale forskningsfond har for mange små og mellomstore bedrifter vært viktig både for å gjennomføre forskningsprosjekter og som et springbrett til nasjonale forskningsprogrammer.<sup>23</sup> Det vites ikke hvor mye som gått fra de regionale forskningsfondene til reiselivsnæringen, antakelig fordi bevilningene har gått til ulike forskningsmiljøer og ikke direkte til reiselivsbedrifter, og dermed ikke kommer frem i statistikken. Bevilgningene fra Kunnskapsdepartementet til de regionale forskningsfondene er avvirket fra og med budsjettåret 2024. Noen av de regionale

forskningsfondene har lyst ut midler til kvalifiseringsprosjekter i 2024 mens andre henviser til FORREGION.

#### 5.4. Mobilisering av reiselivsnæringen og styrking av virkemidlene

Reiselivsnæringen bruker dagens virkemidler, men dersom næringen skal evne å møte utfordringene fremover, er det viktig å gjøre næringen bedre kjent med mulighetene og styrke de virkemidlene som har vist seg å være viktige for å stimulere til forskning og innovasjon i den enkelte bedrift, på det enkelte reisemål og for reiselivet samlet.



Foto: Visit Norway

## 6. Et fremtidsrettet innovasjonssystem

Veksten i reiselivsnæringen krever et mer innovativt reiseliv. En gjennomgang av de to siste innovasjonsundersøkelsene viser at det var en kraftig økning i innovasjonsaktiviteten i de største reiselivsnæringene under pandemien. En årsak er sannsynligvis støtteordningene næringen hadde tilgang til da. Det er også til dels store forskjeller mellom de ulike delene i næringen.<sup>24</sup>

Reiselivsbedrifter er på samme måte som andre bedrifter avhengig av å utvikle forretningsmodeller og produkter for å overleve og vokse. På et viktig punkt skiller reiselivsnæringen seg fra mange andre næringer. Reiselivsproduktet er i de fleste tilfeller summen av en rekke ulike produsenter på et reisemål. Den enkelte reiselivsbedrift er med andre ord avhengig av andre bedrifter for å lykkes med sin innovasjon, noe som bl.a. øker risikoen for bedriften.

Små bedrifter har begrensede ressurser de kan bruke på innovasjon. Slike begrensninger kan reduseres ved samarbeid.<sup>25</sup> En gjennomgang av ulike innovasjonspolitiske virkemidler peker på at lån og tilskudd er av mindre betydning for reiselivsbedriftene, selv om de ikke er uvesentlige, mens samarbeidsvirkemidler ser ut for å være mer effektive for å stimulere til innovasjon i reiselivsbedrifter.<sup>26</sup> Evalueringen av Innovasjon Norges bedriftsnettverksordning peker på at reiselivsnettverkene gir større bidrag til utvikling og resultater enn bedriftsnettverk generelt.<sup>27</sup>

Et reisemål er mer enn reiselivsbedriftene og «summen av reiselivsprodukter». Det meste av norsk reiseliv utøves i et lokalsamfunn, som kan ha andre krav og ønsker enn reiselivsnæringen. Det innebærer igjen at samarbeidet og innovasjonsprosessen må involvere flere enn bare andre reiselivsbedrifter som f.eks. det offentlige, innbyggerne og andre deler av det lokale næringslivet.<sup>28</sup>

De stadig større bærekraftsutfordringene forsterker behovet for å involvere flere ulike typer aktører enn det man finner i tradisjonelle innovasjonssystemer. Det trengs verktøy som er egnet for innovasjonsaktivitet både i og mellom ulike typer aktører som utgjør reiselivets økosystem. Det betyr også at FoU-basert kunnskap er en vesentlig kilde for slike innovasjoner, fordi denne typen innsikt skapes i liten grad av næringsaktørene selv.

Strategigruppen forslår at Innovasjon Norges bedriftsnettverksordning styrkes. Innovasjonsprosjekter i Næringslivet (IPN)<sup>29</sup> er en viktig ordning i Forskningsrådet sett i forhold til forskning og innovasjon i reiselivsnæringen og bør styrkes. I tillegg foreslår strategigruppen at det etableres en ordning med innovasjonsverksteder<sup>30</sup> slik det ble foreslått i Nasjonal reiselivsstrategi 2030.

KI vil bli en viktig endringsdriver for reiselivet, og strategigruppen mener det blir viktig at minst ett av de planlagte forskingsentrene for kunstig intelligens får kompetanse på reiseliv og tjenesteytende næringer.<sup>31</sup>



## 7. Reiselivsnæringens utfordringer

Det er mange faktorer som påvirker og vil påvirke reiselivsnæringen i årene som kommer, alt fra en ustabil økonomisk utvikling, til økende geopolitisk usikkerhet. Men det er tre underliggende drivere som også er førende for reiselivsnæringen.

- Bærekraft er en forutsetning for fremtidens reiselivsnæring. Det vil si en næring som respekterer naturens tålegrenser, verdsetter lokal kultur og skaper positive effekter for alle.
- Grønn omstilling handler om å redusere klimagassutslippene til netto null og tilpasse samfunnet til konsekvenser av de klimændringene man ikke klarer å unngå uansett hvor fort utslippene blir redusert. Skal Norge nå målet om nullutslippssamfunnet, må også klimagassutslippene fra reiselivsnæringen reduseres. Det gjelder både reisene til og fra reisemålene og det stedlige reiselivet.
- Digitalisering gir reiselivsnæringen muligheter til å redusere kostnadene, utvikle nye tjenester og nå nye markeder.

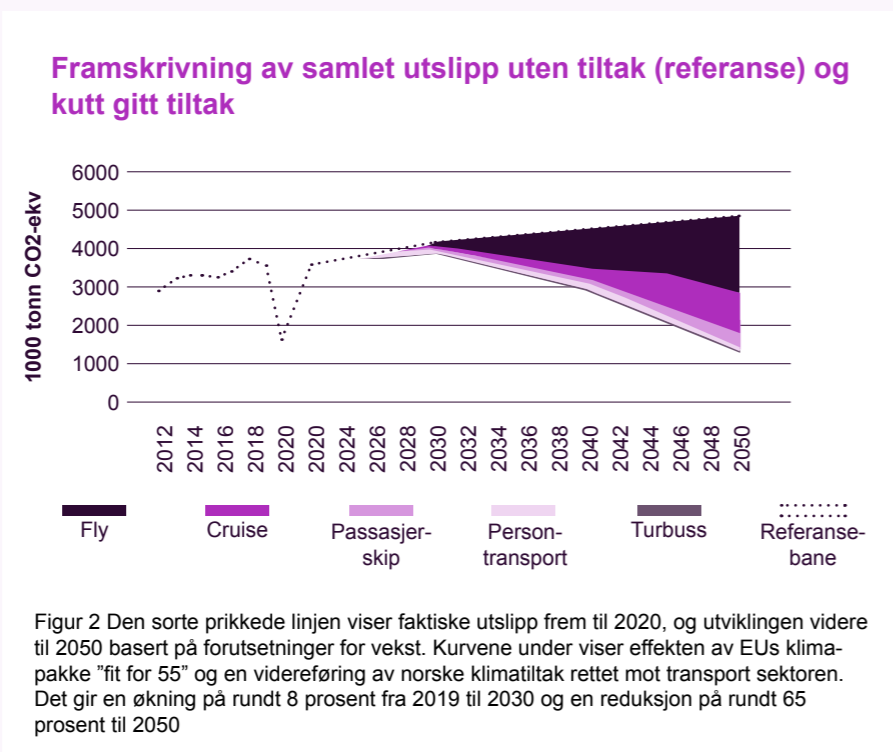
I den nasjonale reiselivsstrategien er det et mål om at eksporten skal øke med 20 mrd. kroner og det innenlandske forbruket skal øke med 20 mrd. kroner innen 2030.<sup>32</sup> Nå spår prognosene for reiselivsnæringen en vekst i bare eksportinntektene fra 2019 til 2030 på et sted mellom 59 og 69 mrd. kroner.<sup>33</sup> Nasjonalt eksportråd har satt som mål at eksporten fra reiselivsnæringen skal være 66 mrd. kroner i 2030, det vil si en økning på 67 prosent fra 2019.<sup>34</sup>

### 7.1 Grønn omstilling

Klimaavtrykket i reiselivsnæringen skal reduseres kraftig frem mot 2030 på veien mot klimanøytralitet i 2050, samtidig som verdiskapingen i de samme næringene skal økes betydelig. Det iboende dilemmaet mellom disse målene kan bare løses gjennom dyptgripende endringer som bryter de sterke historiske bindingene mellom vekst og klimautslipp, som er en forutsetning for at reiselivet skal kunne bli en fremtidsnæring i tråd med nasjonale og europeiske mål om å redusere utslippene med minst 55 prosent innen 2030 og oppnå klimanøytralitet innen 2050.

Norsk reiseliv trenger mer og bedre kunnskap for å møte veksten samtidig som utslippene reduseres på en effektiv og helhetlig måte. Det er nødvendig med en felles forståelse av potensialet for markedsvekst og verdiskaping i de ulike hovedmarkedene. Dette må sees i sammenheng med klimaavtrykket som besøkende fra ulike markeder skaper. For å få dette til er det behov for økt kunnskap om sammenhengen mellom forbruk og utslipp (kroner/g CO<sub>2</sub>) fra ulike markeder. Det gjør det mulig å satse på de markedssegmentene som har høyest verdiskaping sett i forhold til utslipp og på den måten bidra til mindre utslipp per krone tjent.

En vekst i norsk reiseliv vil gi flere besøkende, som vil føre til større utslipp.<sup>35</sup> En analyse gjort av Stakeholder AS for NHO Reiseliv<sup>36</sup>, legger til grunn at veksten i norsk reiseliv fortsetter i samme takt mot 2030. I så fall vil CO<sub>2</sub>-utslippene øke med 8 prosent fra 2019 til 2030 ifølge Stakeholder ASa.



(Kilde: Figur 4 (over) hentet fra Stakeholder AS, Klimarapport norsk reiseliv 2021, 2021)

Stakeholders analyse viser videre at utslippene ble tilnærmet halvert i 2020 under pandemien, fra 3,7 mill. tonn til 1,7 mill. tonn. Det skyldes i all hovedsak redusert fly- og cruisetrafikk. Utslippene fra cruise-trafikk på Vestlandet under pandemien, ble redusert med 60.000

tonn CO<sub>2</sub>.<sup>37</sup> Men allerede ett år etter pandemien, i 2023 var det flere cruiseanløp i norske havner enn i 2019.<sup>38</sup> Flytrafikken er omtrent tilbake på samme nivå som før pandemien.<sup>39</sup>

FNs klimapanel har i sine anbefalinger tre tilnærminger for å redusere utslippene fra transportsektoren. De tre tiltakskategoriene Avoid, Shift, Improve (ASI) – på norsk: unngå, flytte og forbedre (UFF), utgjør til sammen en strategi som gir effektive utslippskutt. Ved å kombinere tiltak kan man oppnå et mer bærekraftig transportsystem som både reduserer utslipp og bruk av energi, areal og ressurser.<sup>40</sup>

#### *Redusere transportbehov: Reise kortere og mindre*

Å redusere transportbehov er et innsatsområde som kan påvirkes direkte ved å stimulere til økt oppholdstid for de som besøker oss og satse på de geografisk nære fremfor fjerne markeder. Å redusere transportdistansen vil redusere utslippene betydelig, i tillegg til at de langreiste markedene også er mer sårbare for hendelser, som pandemi.<sup>41</sup> Innovasjon Norge har etter pandemien arbeidet med å styrke Norges posisjon i nordeuropeiske markeder, og veksten derfra har vært på 13,6 prosent i kommersielle gjestedøgn i perioden 2019-2023. Klimakalkulatoren viser f.eks. at utslippene til en danske som ferierer i Nord-Norge i en uke utgjør en tredjedel av utslippene til en amerikaner som ferierer i Nord-Norge i en uke.<sup>42</sup> Dette er en problemstilling som også diskuteres i Forslag til nasjonal eksportsatsing Reiseliv.<sup>43</sup>

#### *Endre transportmiddel på reise: Fra høyutslipp til lavutslipp*

En klimapolitikk med høyere miljøavgifter kan få stor påvirkning på reiselivet. For eksempel vil EUs kvotesystem for CO<sub>2</sub>-avgifter (ETS) slå inn for fullt på transportleddet fra 2026. Det vil gi økte kostnader for alle aktører innen fly, ferge og cruise, noe som kan gjøre at andre reisemåter blir mer attraktive. I Europa skjer en storstilt satsning på å utvikle togtilbudet for å erstatte bruk av fossibiler og fly også når det gjelder feriereiser.<sup>44</sup> Det handler både om å utnytte eksisterende infrastruktur bedre og bygge ut dagens infrastruktur.

#### *Ta i bruk nye teknologiske løsninger*

Fly og cruise er to viktige transportmåter til og fra Norge. Mens klimagassreduksjoner som følge av overgang til el-bil allerede er betydelig i Norge og vil øke i årene som kommer, er det få nye teknologiske løsninger som vil redusere utslippene fra fly og cruise betydelig de neste 10 årene. Først etter 2030 og frem mot 2050 vil utslippene fra fly og cruise begynne å gå ned. Årsaken er at det er en forsiktig innfasing av bærekraftig drivstoff frem til 2030 for å gi industrien i EU tid til å bygge opp en tilstrekkelig stor produksjon av bærekraftig drivstoff. Samtidig vil de alternative energikildene som i



utgangspunktet skal erstatte fossile energikilder komme med både en økonomisk og en politisk kostnad. Å erstatte konvensjonelt drivstoff med fossilfrie alternativ, utgjør en betydelig merkostnad på grunn av den store prisforskjellen, selv med dagens kvotepriser innen EUs ETS. Alternativene til dagens fossile flydrivstoff er svært mye dyrere. I tillegg at mye av den fysiske infrastrukturen også må byttes ut avhengig av hvilke energibærere og -kilder som velges.

#### *Fremtidens cruiseturisme*

Cruise er en transportform som er forbundet med høyt energibruk, store klimagassutslipp og utslipp som kan påvirke økosystemer i havet. I tillegg kan lokale utslipp ha negativ innvirkning, dersom konsentrasjonen kommer over et visst nivå. Mange reisemål i Norge har bygd opp en betydelig cruiseturisme og prognosene for cruise-trafikken er den vil fortsette å vokse. Selv om cruiseturismen kan være et viktig bidrag til den lokale verdiskapingen, er store utslipp pr. passasjerkilometer og lav verdiskaping pr. anløp en utfordring. Ifølge ICCT er utslippene fra en ukesferie der man flyr og bor på hotell, 40 prosent av hva de er for et tilsvarende cruise selv om man bruker de mest moderne cruiseskipene som grunnlag. Og da er passasjerenes reiser til og fra havnen der cruiset starter ikke regnet med.<sup>45</sup>

#### *Reduksjon av stedlige utslipp*

I dag står reiselivet for om lag 8 prosent av de globale klimautslippene.<sup>46</sup> Selv om 75 prosent av klimautslippene fra reiselivet kommer fra transportleddet, må også de øvrige reiselivsnæringene redusere utslipp betydelig mot 2030 og elimineres innen 2050. Reiselivet har mål om at de stedlige utslippene frem til 2030 skal reduseres med 55 prosent, tilsvarende hovedmålsetningen i Norge og EU. Det krever kraftfulle tiltak og betydelig omstilling i de kommende årene. For å lykkes må også denne delen av reiselivet vite hvordan utslippene skal kuttes frem mot målet om klimanøytralitet innen 2050.

Norsk reiseliv må derfor utarbeide en helhetlig plan for hvordan utslippene skal kuttes med 55 prosent innen 2030 også innenfor distribusjon, overnatting, servering og opplevelser. En plan som også ser fremover mot målet om klimanøytralitet innen 2050.

Norge er i en særstilling siden mye elektrisitet kommer fra fornybare ressurser. Det gjør utslippene fra overnatting i Norge mindre enn i mange andre land. Å arbeide systematisk med reduksjon av utslipp krever ressurser, slik at større hotell med større ressurser og hotellkjeder har mer velutviklede bærekraftstrategier enn mindre og frittstående hoteller.<sup>47</sup>

Samtidig har hotell med høyere servicenivå vist seg å ha høyere CO2-utslipp per overnatting pga. store areal og spaavdelinger.<sup>48</sup> I Norge er miljøsertifisering mye brukt i bærekraftarbeid innen overnatting, men det finnes få eller ingen studier som sier noe om samlet effekt av miljøsertifisering på sektoren sin energibruk.

Det er viktig å skille mellom direkte og indirekte utslipp. Det er utslipp knyttet for eksempel til drift av et hotell og utslipp knyttet til å produsere selve bygningsmassen til hotellet. Hotellene er opptatt av gjenbruk og ombygging av bygningsmasse, men ifølge Grønn Byggallianse<sup>49</sup> har bygg- og eiendomssektoren lave direkte klimagassutslipp f.eks. når det gjelder byggeplassarbeid og fossil oppvarming av bygg, mens de indirekte utslippene er store f.eks. gjennom bruk av betong og transport.



Foto: Johan Løken Fevang

## 7.2 Strategigruppens anbefalinger

### 7.2.1 Et bedre kunnskapsgrunnlag for reiselivets klimapåvirkning

Norsk reiseliv trenger mer og bedre kunnskap for å håndtere veksten samtidig som utslippene reduseres på en effektiv og helhetlig måte. Det er behov for en felles forståelse av potensialet for markedsvekst og verdiskaping sett i forhold til klimaavtrykket (kroner/gram CO2) som besøkende fra ulike markeder skaper.

#### Utfordring

Ulike reguleringer og miljø- og klimatiltak vil påvirke reiselivsnæringen i årene som kommer. Det er behov for å utvikle kunnskap og mer presise prognosemodeller som kan identifisere relevante markedssegmenter langs dimensjoner som avstand/transport/tilgjengelighet og kjøpekraft/økonomi. Det er behov kunnskap som kan brukes til strategiske valg på bedrifts-, reisemåls- og næringsnivå.<sup>50</sup>

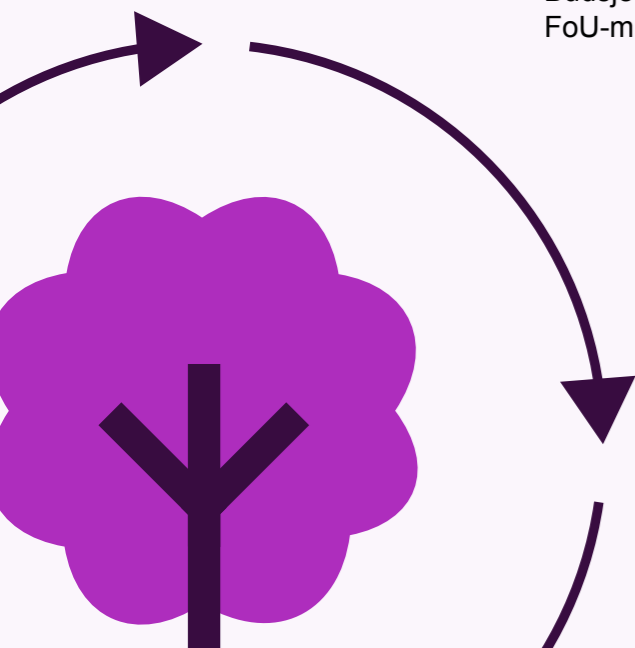
#### Forslag 1

Det foreslås et Forskningsprosjekt som ser på betydningen av klimakostnader for etterspørselen etter norske reiselivsprodukt etter for eksempel innføring av ETS fra 2026, men også andre reguleringer og avgifter som vil komme i nær fremtid. Hvordan vil dette påvirke leverandørsiden i Norge og hva kan leverandørsiden gjøre for å bevare og styrke sin attraktivitet til tross for økte klimakostnader?

Virkemiddelaktør: Norges forskningsråd

Sentral samarbeidspartner: Klima- og miljødepartementet, Samferdselsdepartementet, Nærings- og fiskeridepartementet

Budsjett: Det foreslås en utlysning på 10 mill. kroner over 3 år, der FoU-miljø kan søke om forskningsmidler.



### 7.2.2 Bedre data og modeller for et offentlig transporttilbud for reiselivet

Spredt bosetting og få innbyggere gir et svakt trafikkgrunnlag for kollektivtilbudet mange steder i landet og i enkelte deler av året. Økt etterspørsel fra turisttrafikken vil kunne gi grunnlag for et bedre rutetilbud for lokalbefolkningen og øke lønnsomheten til transport-selskapene. I dag mangler det informasjon om besøkendes bruk av og mulige bruk av kollektivtilbudet. Det er fortsatt slik at 50 prosent av utenlandske besøkende som kommer til Norge i sommersesongen kjører rundt med egen (fossildrevet) bil.<sup>51</sup> Det innebærer at klima-utslipp fra turisttrafikk er større enn nødvendig. Kollektivtilbudet er også avgjørende for å kunne tiltrekke seg målgrupper som ikke benytter egen bil eller bobil på feriereiser.

#### Utfordring

I dag er turisttrafikken ikke inkludert i transportmodeller brukt i offentlig planlegging fordi man mangler datagrunnlag for de besøkendes bruk av kollektivtrafikk. Bedre innsikt i det totale trafikkgrunnlaget vil gjøre det mulig å ta hensyn til turisttrafikk også i planlegging og innkjøp av offentlige transporttjenester. Det er i dag vanskelig å booke togbilletter langt frem i tid og det er vanskelig å kjøpe gjennomgående togbilletter på tvers av land.

Det er viktig at transportplanleggingen samordnes nasjonalt, regionalt og lokalt, for å sikre gode løsninger og god tilgjengelighet på tvers av fylkes- og landegrensene og som gjør det enklere å kjøpe billetter og bytte mellom transportformer.

Det er behov for å framskaffe gode relevante data om turisttrafikken slik at disse kan integreres i modellene. I forlengelse kan dette brukes i planleggingen av det offentlige rutetilbudet, som kan synliggjøre de besøkendes transportbehov- og potensial gjennom året og utvikle og teste nye kollektivløsninger.

#### Forslag 2

Det foreslås et forskningsprosjekt som ser på hvilke reiselivdata mht. bruk av kollektivtransport som behøves, data som finnes i dag og hvordan det er mulig å samle inn nye data for å sikre bedre underlag for ulike kollektivløsninger.

Virkemiddelaktør: Norges forskningsråd

Sentral samarbeidspartner: Statens veivesen og



fylkeskommunene, Klima- og miljødepartementet, Samferdselsdepartementet, Nærings- og fiskeridepartementet

Budsjett: Det foreslås en utlysning på 10 mill. kroner over 3 år, der FoU-miljø kan søke om forskningsmidler.

### 7.2.3 Teste grønne transportkonsepter

Norges beliggenhet i forhold til viktige internasjonale markeder har alltid vært en konkurranseulempe. Ulempen forsterkes av målet om å redusere klimautslippene. Samtidig er det flere og flere som ønsker å benytte seg av mer klimavennlige transportmetoder på sin reise til og i Norge.<sup>52</sup> I EU satses det stort på utvikling av mer miljøvennlige transportformer, herunder erstatte behovet for fly med gode togtilbud. Det kan derfor på sikt bli en betydelig konkurranseulempe for Norge om vi ikke kan tilby tilsvarende klimavennlige transportformer.

#### Utfordring

I dag er det vanskelig å finne lavutslipp transportløsninger både for reisen til Norge og reisen frem til reisemålet i Norge.<sup>53</sup> Over halvparten av turisttrafikken i Norge er via egen bil. Dette gjelder også besøkende fra utlandet. Utfordringen er å gjøre det enklere for besøkende å velge grønne transportløsninger fra hjemstedet videre frem til endelig reisemål f.eks. tog og elbil. Eller i form av rundreisekonsepter med tog, eventuelt i kombinasjon med ferge, elbil og reisepass f.eks. lignende som Swiss Travel Pass<sup>54</sup>.

#### Forslag 3

Det foreslås å sette i gang 5-6 piloter for å utvikle og teste grønne transportkonsepter fra markedene i Europa til og til mellom reisemål i Norge.

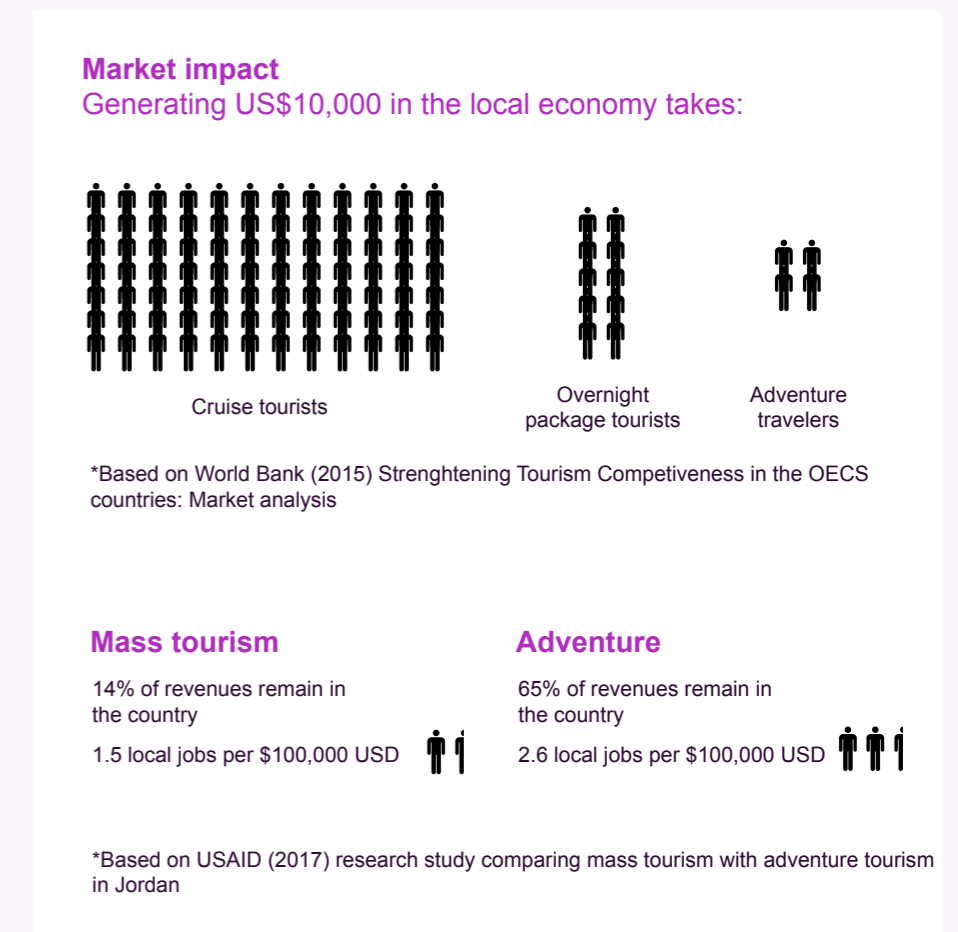
Virkemiddelaktør: Norges forskningsråd  
Sentral samarbeidspartner: Statens veivesen og fylkeskommunene, Klima- og miljødepartementet, Samferdselsdepartementet, Nærings- og fiskeridepartementet



Budsjett: Det foreslås utlysning på 10 mill. kroner over 3 år, der FoU-miljø kan søke om forskningsmidler.

### 7.2.4 Et bedre kunnskapsgrunnlag for fremtidens cruiseturisme

Cruise er en er forbundet med store klimagassutslipp, og at det har en negativ effekt på luftkvalitet og økosystemer i havet.<sup>55</sup> Mange reisemål i Norge har bygd opp en betydelig cruiseturisme og prognosene er at cruiseanløpene til Norge skal fortsette å vokse.<sup>56</sup> Selv om cruiseturismen kan være et viktig bidrag til den lokale verdiskapingen, er det en utfordring at det er store utslipp per passasjer-kilometer og lav verdiskaping per ankomst. Ifølge ICCT, er utslippene fra en ukesferie der man flyr og bor på hotell 40 prosent av hva de er for et tilsvarende cruise selv om man bruker de mest moderne cruise-skipene som grunnlag. Og da er passasjerenes reiser til/fra havnen der cruiset starter ikke medregnet.<sup>57</sup>



Figur 5. Kilde: Adventure Tourism & Travel Association, Christopher Doyle, Pioneering the Next 50 years, Today; presentasjon på Norsk Opplevelseskonferanse, Svolvær 2015.

### Utfordring

Som nevnt vokser antall cruiseanløpene og prognosene er at veksten vil fortsette i årene som kommer. På reisemål med betydelig cruisevirksomhet, kan cruisetrafikken også ha negativ effekt på lokalsamfunnet og innbyggerne sin tilfredshet. Det finnes i dag ikke tilgjengelige data som på en helhetlig måte viser hvilke effekter cruisevirksomheten har på klima og miljø, samfunn og økonomi. Det er behov for et bedre kunnskapsgrunnlag. Dette skal gi et bedre beslutningsgrunnlag for utviklingen av cruiseturismen fremover, blant annet når det gjelder reguleringer og krav til cruisetrafikken lokalt, regionalt og nasjonalt.

### Forslag 4

Det foreslås et forskningsprosjekt der man ser på hvordan det er mulig å beregne tålegrenser basert på miljø- og samfunnseffekten av cruiseturisme nasjonalt og lokalt.

Virkemiddelaktør: Norges forskningsråd

Sentral samarbeidspartner: Sjøfartsdirektoratet

Budsjett: Det foreslås en utlysning på 10 mill. over 3 år, der FoU-miljø kan søke om forskningsmidler.

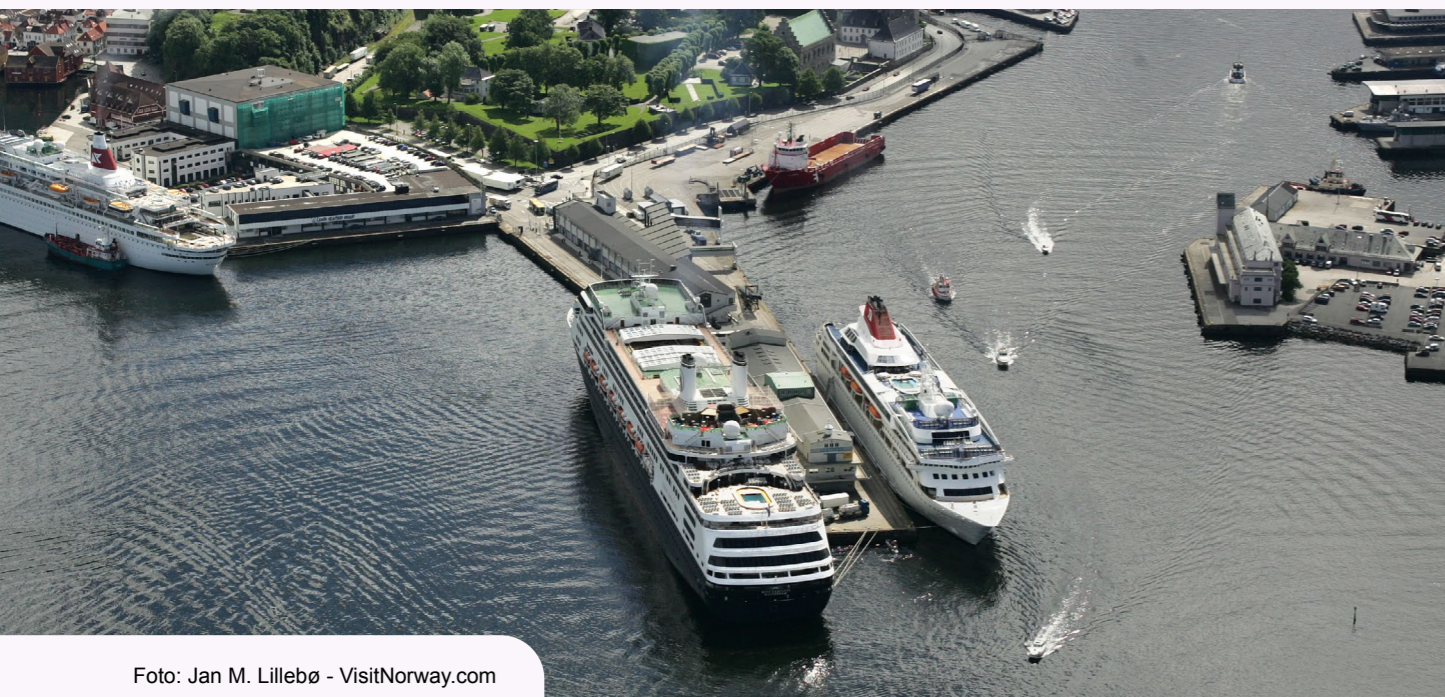


Foto: Jan M. Lillebø - VisitNorway.com

### 7.2.5 De stedlige utslippene

I dag er kunnskap om utslipp fra stedlig reiseliv begrenset, blant annet fordi det på nasjonalt nivå handler om mange små enkeltutslipp. En annen årsak til dette kan være den store oppmerksomheten som har blitt viet til transportsektoren, siden størst utslipp knyttes til selve reisen.

Klimautvalg 2050-rapporten anbefaler at norsk klimapolitikk må favne videre enn dagens «innenfor-landegrensene systemgrense for utslipp»,<sup>58</sup> som i dag omfattes av de internasjonale klimaavtalene. I rapporten blir det pekt på behovet for å analysere omfanget av indirekte utslipp som gjerne kalles forbruksrelaterede utslipp.

### Utfordring

Klimapolitikken er som nevnt avgrenset til utslipp som skjer i Norge. Man tar f.eks. ikke med tiltak for å spare strøm, fordi strømforbruk i Norge regnes som å ha null utslipp. Hvis man sier at norsk strømproduksjon har samme utslipp som gjennomsnittet for produksjon i Norden eller Europa, blir saken annerledes. Da faller strømsparetiltak inn under klimatiltak. Det finnes ikke et detaljert regnskap som omfatter f.eks. utslipp fra hva de besøkende spiser og drikker og utslipp som kan knyttes til forbruk av strøm. Det er behov for et lokalt regnskap handler først og fremst om hva lokale aktører og reiselivsnæringen selv kan gjøre. Det er også behov et regnskap som og tar for seg utslipp utenfor Norge som en følge av norsk reiseliv. Dette regnskapet retter seg mer inn mot hva nasjonale myndigheter kan gjøre og hva som forutsetter internasjonale avtaler.

Det er behov for mer og bedre kunnskap om hvilke deler av energi-bruken og utslippene fra reiselivet som belaster mest. Først da vil det være mulig å utforme utslippsreducerende tiltak. Tiltak som vil kunne påvirke utslipp som skjer både i Norge og utenfor landegrensene, men som utløses av reiseliv som en økonomisk aktivitet i Norge.

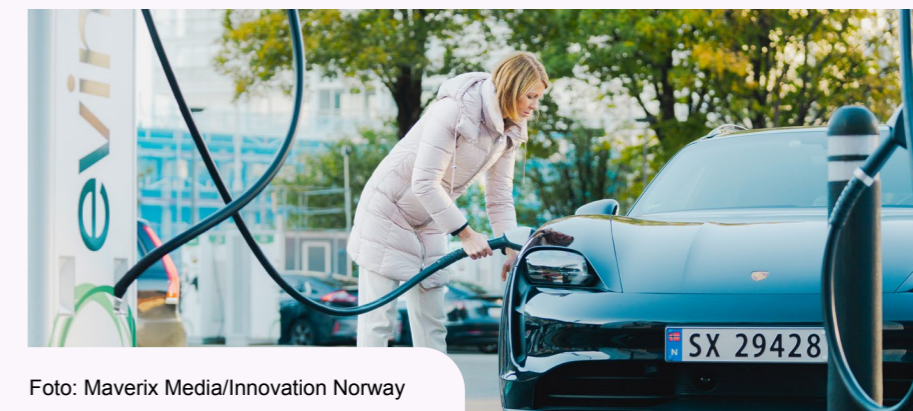


Foto: Maverix Media/Innovation Norway

### Forslag 5

Det foreslås en forskningssatsing med to formål. Det første formålet er å analysere de klimagassutslippene og energibruken som kommer fra reiselivet lokalt og innenfor de norske landegrensene, men ikke inkluderer transport til og fra reisemålet. Det andre formålet er å analysere både de direkte utslippene og omfanget av indirekte utslipp som er knyttet til de besøkende sitt forbruk av produkter og tjenester lokalt og transport til og fra reisemålet.

Virkemiddelaktør: Norges forskningsråd  
 Sentral samarbeidspartner: Klima- og miljødepartementet, Nærings- og fiskeridepartementet, NHO reiseliv, Virke reiseliv.  
 Budsjett: Det foreslås en utlysning på 10 mill. kroner over 3 år, der FoU-miljø kan søke om forskningsmidler.



Foto: Aron Klein for Up Norway

## 7.3 Digitalisering

Det skjer en rivende utvikling når det gjelder digitalisering.<sup>62</sup> Reiselivsnæringens evne til å ta i bruk digital teknologi og tilpasse seg digitalisering av markeder og verdikjeder, vil ha stor betydning for næringens konkurransevne og bærekraft. Det handler om alt fra å ta i bruk informasjon man allerede samler inn i den enkelte reiselivsbedrift<sup>63</sup>, til nye verktøy basert på kunstig intelligens og informasjon fra ulike kilder<sup>64</sup> for reisemålsutvikling. Mange større reiselivsbedrifter bruker allerede ulike digitale verktøy, men det er fortsatt få små reiselivsbedrifter som har tatt i bruk f.eks. CRM-systemer<sup>65</sup>, og enda færre bruker informasjonen til analyser.<sup>66</sup>

Det er tre områder som peker seg ut som særlig relevante sett i forhold til reiselivsnæringen. Effektivisering og tjenesteutvikling ved å bruke digitale verktøy til f.eks. når det gjelder betaling, bemanningsplaner og innkjøp. Digitale elementer kan være en del av opplevelsen. Verktøy som bruker kunstig intelligens, kan spille en viktig rolle i å finne de riktige kundene og utvikle de riktige produktene f.eks. ved hjelp av datadrevet segmentering eller syntetiske fokusgrupper. Digitalisering kan også bidra til et grønnere reiseliv, både på bedrifts- og reisemålsnivå, gjennom f.eks. monitorering av bedriftens virksomhet for å redusere klimaavtrykket til bruk av digitale tvillinger for å stimulere konsekvensene av en utbygging av et reisemål.

### Datadrevet markedsanalyse

Tenk på denne integrerte tilnærmingen som et kommandosenter for en romferd, (Ofte Houston) hvor hvert instrument og skjermpanel er avgjørende for suksessen til oppdraget. Avansert dataanalyse, som digitale tvillinger, simuleringer og syntetiske fokusgrupper, fungerer som sofistikerte sensorer og navigasjonsverktøy som samler og analyserer informasjon for å identifisere de mest verdifulle besøkende. Denne informasjonen brukes deretter til å skreddersy markedsføringstiltak, utvikle nye produkter og innovere forretningsmodeller, akkurat som astronautene justerer kursen basert på data de mottar.



I dag er det utilstrekkelig praktisk tilgang til og bruk av åpne data i reiselivsnæringen. Det hindrer effektiv datadrevet innsikt og innovasjon. Reiselivsbedrifter, spesielt de små og mellomstore, har få eller ingen muligheter til å hente ut, rensse og anvende data effektivt. Arbeidet med å etablere en nasjonal monitor<sup>67</sup> for norsk reiseliv har også stoppet opp.

Små og mellomstore reiselivsbedrifter har som mange andre små og mellomstore bedrifter, ikke kunnskap om mulighetene økt bruk av digitale verktøy gir. Det er behov for å styrke kunnskapen om mulighetene og bedriftene trenger kompetansen i hvordan de kan bruke ny teknologi. Det er også behov for å utvikle digitale verktøy som reise-mål og små og mellomstore reiselivsbedrifter kan bruke i sin daglige drift og utvikling.



Foto: Home of the Trolls

## 7.4 Strategigruppens anbefalinger

### 7.4.1 Enklere tilgang til data

Tilgang til data i reiselivet er en forutsetning for ny innsikt og data-dreven innovasjon. Små og mellomstore reiselivsbedrifter sliter som nevnt, ofte med å få tak i, organisere og bruke data effektivt i sitt daglige arbeid. De klarer heller ikke å dele data med andre relevante virksomheter. Mange bedrifter klarer derfor heller ikke å tilpasse seg f.eks. det grønne skiftet fordi mange beslutninger baseres på gjetninger i stedet for solid datagrunnlag.

### Åpne data

Tenk deg åpne data som et økosystem i naturen, som havet, der forskjellige arter lever sammen og bidrar til hverandres overlevelse. I dette økosystemet representerer hver art en datakilde. Når alle arter deler sine ressurser – som vann, sollys eller næringsstoffer – trives økosystemet som helhet bedre. Planter og dyr samarbeider om å skape et sunt, produktivt og bærekraftig miljø. Når alle deler data får alle en større pott som alle kan ha glede av på forskjellige måter.

### Utfordring

Det finnes åpne data tilgjengelig<sup>68</sup>, men datakvalitet, tilgang og deling kan være utfordrende fordi:

- Data kan være spredt over ulike kilder, systemer, formater og språk, noe som gjør det vanskelig å integrere, harmonisere og validere data.
- Data kan være mangelfulle, feilaktige eller forsinkede, noe som reduserer dataens nøyaktighet, relevans og aktualitet.
- Data kan være utilgjengelige eller utilgjengelige på grunn av tekniske, økonomiske eller juridiske barrierer, noe som begrenser dataens tilgjengelighet, tilgang og bruk.
- Data kan være underlagt ulike regler, normer og forventninger om personvern, etikk og sikkerhet, noe som skaper usikkerhet, konflikt og ansvar rundt datainnsamling, lagring og bruk.

I tillegg til åpne data, har de ulike aktørene i verdikjeden for reiselivet relevante og verdifulle data. Tilgjengelig- og nyttegjøring av disse dataene på tvers vil være viktig for å oppnå de målene i denne reiselivsstrategien. Det er dog vesentlige hindre i veien for dette. I tillegg til de ovennevnte utfordringene knyttet til åpne data, er det særskilte utfordringer knyttet til deling av den enkelte aktørs proprietære data. Det gjelder spesielt konkurranseforhold og ressursfordeling.<sup>69</sup> Deling av data forutsetter evne og vilje til konkurransesamarbeid.<sup>70</sup>

Reiselivet er preget av en ujevn fordeling av ressurser, med noen store aktører og mange små. På den ene siden kan de små vanskelig bidra på linje med de store i datadeling. På den annen side vil datadeling ikke fungere hvis det blir for stor ubalanse i hvem som avgir og hvem som mottar ressurser og data i samarbeidet. Det vil derfor være nødvendig å adressere hvordan reiselivet best kan samarbeide om data gitt konkurranse og bedre balansert fordeling av ressursene.

Bedre tilgang til data er som nevnt en forutsetning<sup>71</sup> for å ta i bruk de mulighetene som digitalisering gir. Flere av anbefalingene i denne strategien legger til grunn bedre tilgang til data både fra det offentlige og fra næringslivet.

Som pekt på i temaet Foredling er det er stort potensial med tanke på å ta i bruk avansert dataanalyse, for eksempel digitale tvillinger, simulering og syntetiske fokusgrupper<sup>72</sup> for å identifisere relevante markedssegmenter. Digitalisering gir også nye muligheter når det gjelder tilpasset markedsføring, produktutvikling og innovative forretningsmodeller. Datadrevet innsikt er kritisk for utnyttelse av dette potensialet.

#### **Forslag 1**

For å sikre god og omfattende tilgang til data, foreslår strategigruppen at Norge blir en del av European Tourism Data Space.

Ansvar: DigDir (Digitaliseringsdirektoratet)

Sentrale samarbeidspartnere: Virke, NHO, reiselivsnæringen, -bedrifter og Innovasjon Norge

#### **Forslag 2**

Det foreslås å etablere en satsing på kunstig intelligens og data-drevet innsikt for reiselivet. Satsingen skal rettes inn mot følgende fire delområder:

- Hvordan åpne data best kan gjøres tilgjengelig for reiselivet herunder datakilder<sup>73</sup>, datavask og APIer<sup>74</sup>.
- Hva fremmer og hemmer aktørenes evne og vilje til å dele sine egne data, og hvordan kan det best legges til rette for slik deling.
- Særskilte utlysninger og virkemidler for å fremme reiselivets tjenesteutvikling basert på kunstig intelligens.
- Om og på hvilken måte det kan bygges en nasjonal infrastruktur som senker terskelen for store og små reiselivsaktører til å utnytte datadrevet innsikt i sin virksomhet.

Virkemiddelaktør: Norges forskningsråd og Innovasjon Norge  
Sentral samarbeidspartner: NHO reiseliv, Virke reiseliv. Reiselivsbedrifter og de to norske European Digital Innovation Hubs (EDIH)<sup>75</sup>  
Budsjett: Det foreslås en utlysning på 15 mill. kroner over 3 år, der man kan søke om midler til forskning og innovasjon.

#### **7.3.2 Høyere digital kompetanse og bedre digitale verktøy**

Reiselivet sliter med lav lønnsomhet. Det er nødvendig å øke produktiviteten. En måte å gjøre det på er å øke bruken av teknologi og digitalisering. Innovasjon Norge har tilbudt næringen korte praktiskrettede kurs i digitale verktøy siden 2010. I overkant av to tusen reiselivsbedrifter har gått disse kursene. De viser at behovet for å øke kompetanse er stort. Samtidig skjer den digitale utviklingen mye raskere enn tidligere. Den raske endringen krever fleksibilitet og innovasjon, noe som kan være utfordrende for mange bedrifter. Det er en risiko at særlig små og mellomstore reiselivsbedrifter sakker akterut og taper i konkurranse om arbeidskraft og markedet.

#### **Utfordringen**

Som beskrevet representerer digitalisering et stort potensial i reiselivs-sektoren. Utnyttelsen av disse mulighetene krever en rekke ulike kompetanser. Kompetanseutvikling og innovasjon henger så tett sammen at det er vanskelig å definere hvor det ene starter og det andre begynner.

#### **Forslag 3**

Det foreslås å etablere en kompetanse-hub for innovasjon og teknologisom tilbyr ekspertise og knytter sammen teknologitvillere, mentorer, reiselivstilbydere, investorer, forskningsinstitusjoner og virkemiddelapparatet og andre.<sup>76</sup>

Virkemiddelaktør: Innovasjon Norge

Sentral samarbeidspartner: NHO reiseliv, Virke reiseliv, reiselivsbedrifter og de to norske European Digital Innovation Hubs (EDIH)<sup>77</sup>

Budsjett: Det foreslås et beløp på 10 mill. kroner over 3 år til etableringen

#### Utfordring

Det er en utfordring å tilpasse og utvikle kompetansetilbud i reiselivsnæringen slik at de kan håndtere de raske endringene. Som nevnt under temaet Verdifulle arbeidsplasser er det viktig å legge bedre til rette for kompetanseheving i reiselivsnæringen. Digitale plattformer for modulbaserte utdanningsprogrammer vil være viktig for å få dette til.

#### Forslag 4

Det foreslås å sette i gang et innovasjonsprosjekt for å utvikle og ta i bruk moderne digitale plattformer og læremidler. Prosjektet bør også se på mulighetene for å inkludere såkalte massivt åpne nett-kurs (MOOCs<sup>78</sup>). Formålet er å legge til rette for ulike kompetansetilbud som er tilpasset hverdagene for de som er i arbeid i reiselivsnæringen.

Virkemiddelaktør: Innovasjon Norge

Sentral samarbeidspartner: NHO reiseliv, Virke reiseliv, reiselivsbedrifter og relevante utdanningsinstitusjoner

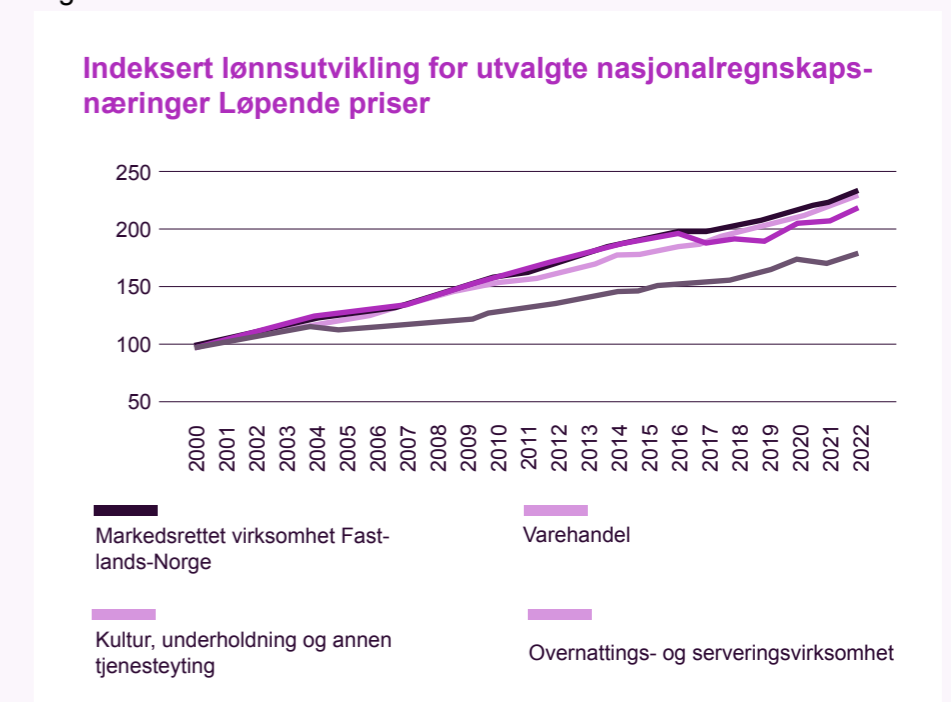
Budsjett: Det foreslås en utlysning på 10 mill. kroner over 3 år, der man kan søke om midler.

## 7.5 Verdifulle arbeidsplasser

En eksportvekst på 67 prosent fram mot 2030 vil kreve flere ansatte i reiselivsnæringen. Reiselivsnæringen har allerede utfordringer med å rekruttere og beholde kompetanse.<sup>59</sup> Utfordringen ble vesentlig større etter pandemien da mange ansatte ble permittert og fant seg jobber i andre næringer.<sup>60</sup> Det har vist seg å være vanskelig å få kompetansen som forsvant fra næringen tilbake.<sup>61</sup> Mange reiselivsbedrifter har i perioder måttet redusere kapasiteten fordi de mangler kvalifisert personell. Dette blir en kvalitetsutfordring fordi mange bedrifter har rekruttert ufaglærte ansatte, mens målet er å kunne styrke Norges posisjon mot målgrupper med høy betalingsvilje for kvalitetsopplevelser.

Ifølge World Travel & Tourism Council (WTTC) var det i 2021 bare 6 prosent som ble definert som høytlønnede i reiselivsnæringen og tilknyttede virksomheter i Norge. Til sammenligning var det gjennomsnittlig 15 prosent som ble regnet som høytlønnede i reiselivsnæringen i land i Europa. I Norge regnes 21 prosent av alle jobber (totalt sett) som høytlønnede. Lønnsutviklingen over tid i reiselivsnæringen, særlig i overnatting- og serveringsnæringen, har vært svak sammenlignet med markedsrettet virksomhet og varehandel (se figur).

Figur 6



Kilde: SSB, Nasjonalregnskapet. Bearbejdet av SØA.

Skal reiselivsnæringen utvikles som en lønnsom og attraktiv næring, er evnen til å skape verdifulle helårige arbeidsplasser en sentral utfordring som må løses.



## 7.6 Strategigruppens anbefalinger

Dersom lønns- og verdiskapingsevnen forblir lav mot 2030, er det sannsynlig at det først og fremst blir nye sesongjobber ved videre vekst for norsk reiseliv. Næringen vil da mest sannsynlig måtte bygge videre vekst på volum.

Kjennetegnene ved verdifulle arbeidsplasser er:

- Arbeidsplasser som skaper økonomisk vekst, skattebidrag og bidrar til bruttoproduksjonen i et land (BNP), en region eller et lokalsamfunn.
- Arbeidsplasser som tilbyr gode arbeidsforhold, konkurransedyktige lønninger, trygge arbeidsmiljø og muligheter for karrierevekst og egen utvikling.
- Arbeidsplasser som har et verdigrunnlag som tar hensyn til miljø og samfunn gjennom bærekraftige praksiser og ansvarlig drift.
- Arbeidsplasser som fremmer innovasjon, forskning og utvikling, og bidrar til fremveksten av nye ideer, produkter eller tjenester.
- Arbeidsplasser som bidrar til samfunnet gjennom støtte til lokale tiltak, deltar i samfunnsprosjekter eller sosialt ansvarlige initiativer.

### 7.6.1 Sesongstruktur og helårige arbeidsplasser

Reiselivsnæringens evne til å rekruttere og beholde en tilstrekkelig kompetent arbeidsstokk over tid, samt evner å skape flere helårs arbeidsplasser, er avgjørende om man skal kunne ta imot det økende antallet besøkende i årene som kommer. Mange reisemål utvikler nye opplevelseskonsepter for å få besøkende større deler av eller hele året. Men sesongstrukturene i norsk reiseliv vil begrense bedriftenes muligheter til å tilby flere helårsstillinger.

Det er både i Norge og i andre land gjort forsøkt ulike løsninger for ansatte i sesongdrift, hvor også sektoroverførbare ferdigheter vil kunne brukes. Det vil si at man har to jobber som i sammen er et årsverk.<sup>79</sup> Et eksempel kan være et årsverk der man har et halvt årsverk i en reiselivsbedrift og halvt årsverk i bygg og anlegg. Dette gir nye muligheter for å utvikle mer attraktive og fleksible helårs løsninger for ansatte i reiselivssektoren.

#### Utfordring

Den lave andelen helårsarbeidsplasser påvirker både kompetansenivå og lønnsomheten i bedriftene. Det finnes eksempler på at helårsdrift både øker kompetansenivået og langsiktigheten i hvordan både drift, marked og produkter



utvikles. Det påvirker både lønnsomhet og soliditet. Sesongdrift er en stor utfordring for bedriftene og rammer særlig grad virksomheter utenfor byene fordi de ikke i samme grad har et lokalt kundegrunnlag i perioder med få besøkende utenfra. Det finnes flere måter å løse utfordringen på:

- Avvikende arbeidsår .eks. etablere helårsarbeidsplasser ved at man jobber mer intensivt f.eks. 9 eller 10 måneder i året og har lengre eller sammenhengende friperioder i lavsesong.
- Enklere tilpasning til to arbeidsgivere, slik at man kan bli boende samme sted hele året.
- Kombinerte jobb- og utdanningsløp. Mange bransjer og virksomheter tilbyr sine ansatte slike kombinasjoner. Det er likevel behov i reiselivet for å se dette opp mot de utfordringene som følger av sesongstrukturer og mulighetene for å bo fast der jobben er.

En satsing på helårsarbeidsplasser vil stimulere til utviklingen av nye ideer, teknologier og løsninger som kan adressere reiselivets og samfunnets utfordringer og behov. Dette behovet er blitt enda større etter pandemien fordi mangelen på arbeidskraft er større enn noen gang.<sup>80</sup>

Det er vil være forskjeller mellom ulike typer reisemål mht. hvilken eller hvilke løsninger som passer best. Det er derfor nødvendig med mer kunnskap om hvilke erfaringer andre næringer har med f.eks. avvikende arbeidsår, tilpasninger til to arbeidsgivere, kombinasjoner for jobb og utdanning og hvordan dette kan gjøres i reiselivsnæringen.

#### Forslag

Det foreslås et forskningsprosjekt der partene i arbeidslivet, bedrifter og arbeidstakere deltar og hvor man ser på erfaringene fra andre næringer<sup>81</sup> og utvikler løsninger for hvordan man kan skape flere helårsarbeidsplasser og tester de ulike løsningene ut på 8-10 utvalgte bedrifter og reisemål.

Virkemiddelaktør: Norges forskningsråd

Sentral samarbeidspartner: Partene i arbeidslivet, relevante næringsaktører og NAV

Budsjett: Det foreslås en utlysning på 20 mill. kroner over 3 år, der FoU-miljø kan søke om forskningsmidler.

### 7.5.2 Forsterket rolle som inkluderings- og integreringsnæring

I en situasjon der reiselivet har og vil ha et økende behov for arbeidskraft i årene som kommer, kan en styrket rolle som inkluderings- og integreringsnæring bidra til å sikre næringen viktig arbeidskraft. Dette vil kreve gjennomarbeidede løsninger og tiltak som sikrer at dette skjer på en bærekraftig og effektiv måte. Det innebærer opplæring, tilrettelegging på arbeidsplassen, og samarbeid med relevante aktører som myndigheter, arbeidsmarkedsbedrifter og frivillige organisasjoner.

#### Utfordring

Forskningen på feltet understreker behovet for kunnskap om hvordan integrering av arbeidstakere med ulik bakgrunn fungerer. God integrering er avgjørende for at den enkelte arbeidstaker skal føle seg verdsatt og oppleve jobbtilfredshet, noe som er vesentlig for å bli i sektoren.<sup>82</sup> Utenlandske arbeidstakere kan oppleve at karrieremulighetene er små. Det må være et mål å beholde arbeidstakere som har skaffet seg arbeidserfaring og styrket egen kompetanse ved å jobbe i reiselivsnæringen.

Det er behov for kunnskap om hvordan man styrker reiselivsnæringens rolle som inkluderings- og integreringsnæring med hensyn til:

- Den enkelte arbeidstakers behov for kompetanse, utviklingsmuligheter og en attraktiv arbeidsplass
- Bedriftenes behov for stabil og kompetent arbeidskraft
- NAVs mål om få flere i arbeid på en effektiv og formålstjenlig måte, og som styrker sysselsettingsmulighetene i hele landet.

#### Forslag

Det foreslås et forskningsprosjekt som kan være et kunnskapsunderlag for å styrke reiseliv som integrering- og inkluderingsnæring.

Virkemiddelaktør: Norges forskningsråd

Sentral samarbeidspartner: NAV og relevante organisasjoner og forbund

Budsjett: Det foreslås en utlysning på 5 mill. kroner over 2 år, der FoU-miljø kan søke om forskningsmidler.

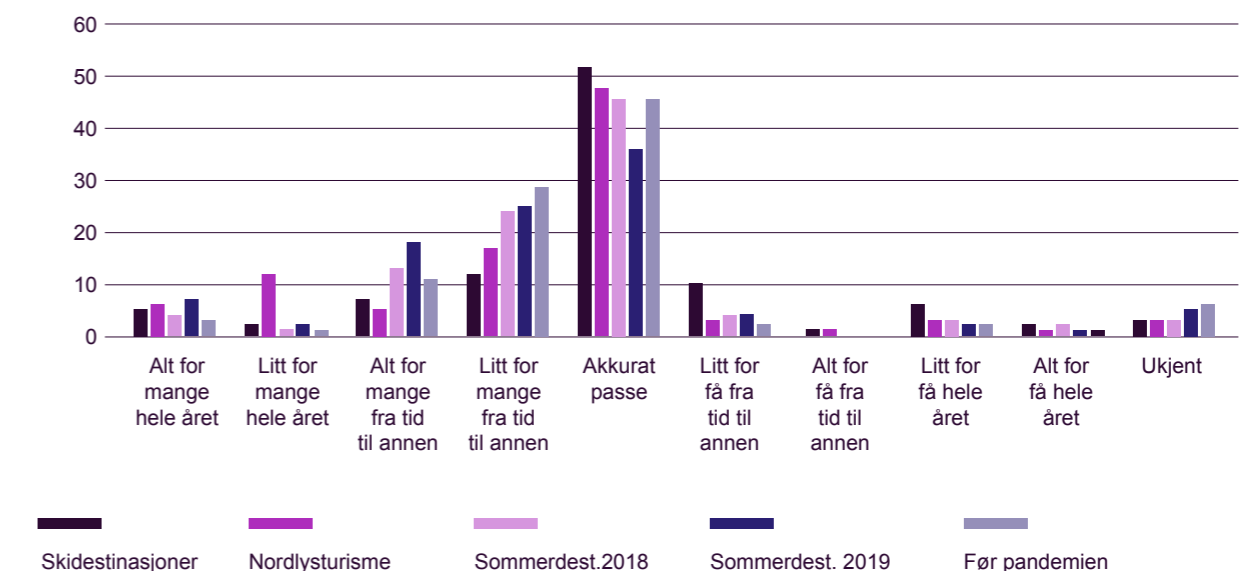
## 7.7 Et verdsatt reiseliv

Målet om vekst kan resultere i for mange besøkende på samme sted til samme tid. Norge har, ikke hatt store utfordringer med overturisme<sup>83</sup> slik mange andre land og reisemål har opplevd de siste årene. Det er særlig små steder med mange besøkende samtidig som kan oppleve utfordringer knyttet til overturisme i høysesongen. Samtidig er det mange norske reisemål som kan håndtere flere besøkende enn de har i dag. Med utgangspunkt i vekstprognosene mot 2030, vil overturisme bli et problem flere steder i årene som kommer dersom utviklingen ikke planlegges for å unngå dette.

På de 14 mest populære reisemålene i Norge mener om lag halvparten av lokalbefolkningen at det nå er «passe mange» besøkende. Men det er verdt å legge merke til at ca. 50 prosent av befolkningen på sommerreisemålene sier at det tidvis er for mange. Dette er målinger fra 2019, som var det siste normalåret før pandemien. En fortsatt vekst må derfor håndteres på en god måte dersom veksten skal være ønsket og verdsatt der den kommer.

### Du sier at det var for få/mange turister før pandemien der du bor: Vil du si at dette gjaldt hele året, eller fra tid til annen (f. eks. i turistsesongene)?

Prosent, Sommerdest.2018 n=604, Skidest. n=419m, Nordlyst. n=607, Sommerdest. 2019 n=731, Sommerdest. 2021 n=665



Figur7 Kilde: Innovasjon Norge nordmenns syn på turisme sommeren 2019

Reisemålsutvalget peker på at en ny generasjon reisemålsledelse er nødvendig, men også bedre kommunal planlegging og utnytte mulighetsrommet i dagens lovverk.<sup>84</sup> I forlengelsen av dette vil bruk av besøksbidrag og ulike former for styring av besøksstrømmer være viktig for å unngå overturisme. Besøksbidrag er virkemidler som tas i bruk i mange land. 21 europeiske land har eksempelvis nasjonale ordninger for besøksbidrag.

Samtidig som for mange besøkende vil få negative konsekvenser, kan en vellykket utvikling skape både verdtsatte arbeidsplasser, en attraktiv kveldsøkonomi<sup>85</sup> og positive ringvirkninger for lokalsamfunnet. Det legges nå større vekt på regenerativ turismeutvikling<sup>86</sup>, der målet er å tilføre verdi til reisemål og lokalsamfunnet, ikke bare «nulle ut» belastninger.

Et annet perspektivet på dette er de besøkende sin oppfatning av stedene de besøker. Denne ordskyen er hentet fra Turistundersøkelsen<sup>87</sup> og gir en indikasjon på hvilke steder de besøkende også opplever som overfylte i Norge sommeren 2023.



## 7.8 Strategigruppens anbefalinger

### 7.8.1 Ny generasjon reisemålsledelse

Det er behov for en ny generasjon reisemålsledelse og tettere lokalt samarbeid om reisemålsledelse, der utvikling av reisemålet skjer i et samarbeid mellom næring, kommunen og lokalbefolkningen, og hvor utviklingen er en del av den samlede planleggingen.

Reiseliv bruker stedets ressurser, og reisemålsledelse påvirker stedets utvikling. Både nasjonalt og internasjonalt har vekst i turisme skapt utfordringer som følge av høyt press på natur, kultur, lokal infrastruktur, andre sektorer og innbyggere på stedet.<sup>88</sup> Det innebærer at arbeidet med reisemålsledelse og god besøksforvaltning utover destinasjonsselskap og reiselivsbedrifter må involvere frivillige organisasjoner, arbeidsgiver- og takerorganisasjonene og offentlige sektorer på kommunalt, regionalt og nasjonalt nivå. Merket for bærekraftige reisemål er det mest brukte verktøyet i reisemålsutvikling i dag, men det er behov for å videreutvikle og supplere dette verktøyet. Det regenerative perspektivet<sup>89</sup> må også innlemmes i reisemålsledelsen.

### Regenerativt turisme

Regenerativt betyr å gjøre noe bedre eller sunnere enn det var før. Innen reiseliv så vil regenerative prinsipper innebære å gjøre stedet som besøkes bedre enn det var før det ble besøkt. Tenk på regenerativ turisme som en hage. Når vi besøker en hage, nyter vi omgivelsene, men vi må også ta vare på den slik at den fortsetter å vokse og blomstre etter at vi har forlatt den. På samme måte forsøker regenerativ turisme ikke bare å minimere fotavtrykket etter besøkende, men aktivt forbedre og berike det lokale miljøet og samfunnet. Dette betyr at hver besøkende bidrar til å "vanne" og "stille" stedet de besøker, slik at det blir enda bedre for fremtidige generasjoner.

### Utfordring

Det er behov for kunnskap og gode modeller for helhetlig reisemålsledelse. Hvordan reisemålsledelse kan utøves slik at det sikrer bærekraftig utvikling på reisemålet og samtidig økt verdiskaping.

### Forslag

Det foreslås en forsknings- og innovasjonssatsing for å utvikle kunnskap, teste modeller og verktøy for en ny generasjon reisemålsledelse med vekt på:

- Utvikle og teste ut modeller/verktøy som mobiliserer og involverer ulike lokale aktører og sektorer som berøres og har relevant kunnskap.
- Utvikle innhold, metodikk og ulike praksiser for regenerativ turisme
- Bruk og effekter av ulike besøksbidragsmodeller på lokalt, regionalt og nasjonalt nivå.

Virkemiddelaktør: Norges forskningsråd og Innovasjon Norge

Sentrale samarbeidspartner: KS, fylkeskommunene, partene i arbeidslivet, relevante departement og frivillig organisasjoner

Budsjett: Det foreslås en utlysning på 20 mill. kroner over 4 år, der FoU-miljø og andre kan søke om midler.



Foto: Kristin Folsland Olsen /Visitnorway.com

### 7.8.2 Digitale verktøy for bedre reisemålsledelse

Digitale tvillinger brukes mer og mer i f.eks. kommunal planlegging.<sup>90</sup> Det finnes også eksempler på bruk av digitale verktøy innen reiseliv både når det gjelder planlegging og mer operativt bruk.<sup>91</sup>

## Digital tvilling

En digital tvilling er en virtuell kopi av noe fra virkeligheten. I en reiselivskontekst kan dette innebære å skape digitale kopier av reisemål, hoteller, eller attraksjoner. Disse modellene kan brukes til å forutsi og simulere hvordan endringer i infrastruktur, tjenester eller besøksstrømmer kan påvirke opplevelsen og driftseffektiviteten. For eksempel kan man simulereeffekten av forskjellige besøksmønstre i Bergen og dermed optimalisere både besøksflyt og generell tilfredshet.

### Utfordring

Digitale verktøy vil kunne bidra til bedre reisemålsledelse, men det er behov for å videreutvikle dagens digitale verktøy slik at de kan brukes til planleggingen, utviklingen og den daglige driften av reisemål. Ved hjelp av digitale reisemålstvillinger kan man simulere ulike utviklingsløp og konsekvensene f. eks. når det gjelder tålegrensener, og for arealbruk, planlagte investeringer/utbygginger og bevaring av naturmangfold. Det vil bidra til bedre planlegging og styring av utviklingen av lokalsamfunnet og reisemålet.

Digitale verktøy kan bidra til bedre spredning og flyt, og unngå overturisme og flaskehalsener som igjen kan bidra til bedre opplevelseskvalitet for besøkende og redusere press på natur, kultur, infrastruktur og lokal befolkning.

### Forslag

Det foreslås å sette i gang et antall innovasjonsprosjekter for å utvikle digitale verktøy som kan gjøres tilgjengelige og bidra til den strategiske utviklingen av reisemål, og lokalsamfunn og den daglige besøkshåndteringen på reisemålet.

Virkemiddelaktør: Forskningsrådet

Sentrale samarbeidspartnere: FoU-miljøer med digitalkompetanse, KS, fylkeskommuner, destinasjons- og landsdelselskaper

Budsjett: Det foreslås en utlysning på 10 mill. kroner over 3 år, der man kan søke om midler.

## 7.9 Foredling - økt opplevelsesverdi

Reiselivstrategien peker på behovet og potensialet for å utvikle nye og attraktive kulturbaserte, måltidsbaserte og samiske opplevelser, samt øke verdiskapingen knyttet til naturbaserte opplevelser<sup>92</sup>. Dette kommer i tillegg til behovene for sesongutvikling og en «bli lengre»-strategi. Reiselivet må levere høy opplevelsesverdi for å kunne tiltrekke seg kjøpsterke kundegrupper og øke verdiskapingen pr. ankomst og opphold. Det vil si vi må å legge vekt på verdi, ikke volum.

Det er behov for nye metoder for avansert segmentering og målgruppeinnsikt basert på kunstig intelligens for å nå disse.<sup>93</sup> Økt verdiskaping avhenger av økt foredling ved at opplevelsesdimensjonen forsterkes og øker betalingsvilligheten.

Andre land bruker i større grad enn Norge nasjonale sertifiseringer og godkjenningsordninger for å sikre både profesjonalisering og kvalitet i alle ledd av leveransene. Norge har også et relativt lite antall norske turoperatører og aktivitetstilbydere som videreforedler mot kunder internasjonalt.

Det er viktig å øke verdiskapingen per besøkende ved å øke opplevelsesverdien og dermed betalingsviljen og bidra til at man blir lengre på stedet. Til tross for at en svak norsk krone, i forhold til valutaene i de viktigste markedene, har gjort det billigere å feriere i Norge, er det «verdi for pengene» som scorer lavest av samtlige av spørsmålene om tilfredshet i Turistundersøkelsen (2023). Bare 65 prosent av utenlandske turistene var litt eller svært fornøyd med dette.



Foto: Classic Norway Hotels by Einar Engdal

Urbefolkningsopplevelser har et betydelig potensial: authentic, down-to-earth, mindful experiences.<sup>94</sup> Canada har utviklet urbefolkningsprodukter gjennom en betydelig nasjonal satsning kombinert der urbefolkning har deltatt på egne premisser «we have a story to tell». Kulturinstitusjoner, kreative næringer og kunst bør i større grad inkluderes for å løfte samisk reiseliv og ivareta tradisjonell urfolks kunnskap. Urfolks nære relasjon med natur, har unike muligheter for å inspirere besøkende og samarbeidspartnere til læring om bærekraft.<sup>95</sup>

Sametinget har våren 2024 utarbeidet et forprosjekt for en samisk reiselivsstrategi. Strategien har som visjon at samisk reiseliv skal være en global veiviser for urfolksturisme. Å styrke og øke verdiskapingen basert på samiske verdier er sentralt i strategien, herunder utvikle produkter som gir økt kvalitet og mangfold i opplevelsene f.eks. opplevelser for å lære om samisk kunst, matkultur og lokalt håndverk. Et tettere samarbeid med kreative næringer trekkes fram som viktig.



Foto: Christian Roth Christensen - VisitNorway.com

## 7.10 Strategigruppens anbefalinger

### 7.10.1 Bærekraftig opplevelsesbasert design og verdiskaping:

Reiselivet må levere høy opplevelsesverdi for å kunne tiltrekke seg kjøpesterke kundegrupper og øke verdiskapingen pr. ankomst og opphold. Det vil si sette søkelys på verdi og ikke volum. Forutsetningen for dette er at det finnes attraktive produkter og opplevelser som fremstår som en såkalt «reason to go». Økt foredlingsgrad er en forutsetning for økt verdiskaping pr. besøkende eller pr. ankomst.

#### Utfordring

Opplevelser har lenge vært viktigste motivasjon for besøk, og er fortsatt en viktig driver for innovasjon i reiselivet. Bærekraft og digitalisering er to andre drivere som får økende innflytelse. Det er behov for en ny generasjon foredling som kombinerer disse tre. Det er behov for å gjøre kulturopplevelser mer interaktive og kreative.<sup>96</sup> Museum og opplevelsessentre har i økende grad tatt i bruk digitale og hybride opplevelser med bruk av VR, AR og hologram.<sup>97</sup> Samtidig er det segmenter som ønsker digital detox<sup>98</sup>, og verdsetter multi-sanse opplevelser.

Digitaliseringen og automatisering åpner for nye måter å utvikle og levere opplevelser og funksjonelle tjenester som kan redusere negative påvirkninger og samtidig gi positiv verdiskaping.

Det er behov for en ny generasjon foredling som kombinerer disse tre. Det er lite kunnskap om og få verktøy for å designe og produsere bærekraftige opplevelsesprodukter.<sup>99</sup> Vellykket foredling kjennetegnes ikke kun av attraktive produkter, men også bærekraftige produkter, forretningsmodeller, sesonger og løsninger til riktige markedssegmenter. Dette er nødvendig for å få besøkende til å bli lengre, og vil bidra til regenerative prosesser.

#### Forslag

Det foreslås en forskningssatsing med følgende formål:

- Å bidra til bærekraftig opplevelsesdesign og verdiskaping med utgangspunkt i regenerativ turisme.
- Å bidra til å hente ut potensialet i økt kulturbaserte-, måltidsbaserte-, samiske opplevelser, samt mer verdi i naturbaserte, som ledd i en «Bli lengre strategi», sesongutvikling og helårsaktivitet.
- Å bidra til å utvikle ulike transformativ opplevelser (varige endringer for konsument, sted og bedrift) som ledd i regenerativ turisme og sterkere bærekraft.

Virkemiddelaktør: Norges forskningsråd

Sentrale samarbeidspartnere: Reiselivsbedrifter, klynger/bedriftsnettverk, destinasjonsselskaper, kommuner og frivillige organisasjoner. Budsjett: Det foreslås en utlysning på 10 mill. kroner over 4 år, der FoU-miljø kan søke om forskningsmidler.

### 7.10.2 Kompetanse og økt foredling ved sertifiseringer og konsesjoner

Reiselivet i Norge karakteriseres ved at det er få virksomheter, yrker eller funksjoner som er regulert gjennom fagbrev eller krav til bestemte kvalifikasjoner som fagbrev eller sertifiseringer. Det gjør også at det blir en næring med få inngangsbarrierer, noe som skaper et vanskelig skille mellom seriøse og useriøse aktører som tilbyr et tilnærmet samme type produkter og opplevelser.

#### Utfordring

Satsingen på naturbaserte opplevelser har ikke ført til krav til aktørene som tilbyr dette. Aktivitetene er heller ikke konsesjonsbelagt for å f.eks. redusere belastningen på dyrelivet. En grunn er allemannsretten. Det er også utydelig hvilke krav som stilles til aktører som tar med seg besøkende på risikofylte forbrukertjenester som fjellklatring og rafting. Det er heller ingen kontroll med hvordan utenlandske turoperatører opererer som aktivitetsleverandører i Norge. Det finnes heller ingen oversikt over omfanget.

New Zealand er kjent for sitt engasjement innen miljøbeskyttelse og bærekraftig turisme, spesielt i nasjonalparkene. De bruker konsesjoner for å forvalte og regulere aktiviteter i sine verneområder. Konsesjonsregimet i New Zealands nasjonalparker er laget for å sikre at kommersielle og organiserte aktiviteter i en nasjonalpark utføres i samsvar med prinsipper for bevaring av naturmangfold, kulturarv og bærekraft. Aktiviteter som krever konsesjon er; guidede turer, utdanningsprogrammer, filming, overnattingsvirksomhet, sportsarrangementer og andre kommersielle aktiviteter. De som driver med denne typen aktivitet må godta regler om hvor og hvordan de kan operere, og vise tiltak for å beskytte dyreliv og håndtere avfall osv. Det gjøres regelmessige inspeksjoner og vurderinger av kvaliteten på tilbudene som leveres.

Det er behov for et bedre kunnskapsgrunnlag som plattform for å innføre strengere krav til aktører som driver med både risikofylte opplevelsestilbud og opplevelser knyttet til sensitivt dyre- og fugleliv både til lands og til vanns. Herunder kunnskap om hvordan man kan innføre konsesjonsregimer slik de har på New Zealand, for å sikre kvalitet, bærekraft, omfang, kontroll og seriøsitet for slike tilbud.

### Sertifisering og konsesjon

Tenk på reiselivet i Norge som en stor buss full av forskjellige passasjerer (reiselivsaktører) uten klare retningslinjer for hvem som får kjøre bussen. Uten en lisens eller sertifiseringssystem, kan hvem som helst ta rattet, noe som gjør det vanskelig å skille mellom dyktige og mindre dyktige sjåførere. Dette fører til en ujevn og mulig risikofylt reise for passasjerene. Ved å innføre en konsesjonsordning, lik den New Zealand bruker for å regulere aktiviteter i nasjonalparker, kan vi sikre at bare kvalifiserte sjåførere (operatører) kjører bussen, noe som gir en tryggere og mer kvalitetssikret opplevelse for alle ombord.

#### Forslag:

Det foreslås et forskningsprosjekt for å utvikle et kunnskapsgrunnlag om hvordan bruk av sertifiserings- og konsesjonsordninger kan bidra til å øke kompetanse, profesjonalitet og bærekraftsaspekter for naturbaserte- og risikofylte opplevelser i Norge. Samtidig som den norske allemannsretten vil gjøre det nødvendig å utvikle en egen norsk konsesjonsmodell.

#### Virkemiddelaktør: Norges forskningsråd

Sentral samarbeidspartner: Miljødirektoratet og bransjeorganisasjoner  
Budsjett: Det foreslås utlysning på 4 mill. kroner over 3 år, der FoU-miljø kan søke om forskningsmidler.

## 7.11 Samfunnsmessige endringer og fremtidsutsikter mot 2040

Denne strategien og de tiltakene som foreslås, tar utgangspunkt i de utfordringene reiselivsnæringen står overfor i dag. Samtidig har de siste årene vist at det uventede kan skje og har skjedd. God fremtidsforståelse blir viktigere enn noen gang for næringen fremover. Noen store usikkerheter næringen må kunne forstå og forholde seg til er hva vil gjennombrudd og en stadig raskere utvikling innen stor-data og kunstig intelligens, bety for reiselivet de neste ti årene? Den geopolitiske situasjonen har ikke vært mer usikker på flere tiår. En usikkerhet som påvirker både reiseinteresse og -muligheter og hva vil det kunne bety for reiselivet? Kravene til nedgang i klimautslipp vil endre samfunnet. Hvilke konsekvenser vil det få for reiselivet at målet er nullutslipp i 2055 og hvordan vil reiselivet kunne se ut i et nullutslippssamfunn?

## 7.12 Strategigruppens anbefalinger

### 7.12.1 Reiselivet i 2040

Næringen står overfor viktige avveininger og valg om utviklingsretning som forutsetter en helhetlig tilnærming til sin egen utvikling og fremtid. Dette er innsikt som fremtidsstudier typisk kan gi.

#### Forslag

Det foreslås å sette i gang en større bredt anlagt fremtidsstudie for utviklingen av norsk reiseliv med 2040 som perspektiv.

Virkemiddelaktør: Norges forskningsråd og Innovasjon Norge  
Sentrale aktører: reiselivsnæringen, fylkeskommuner, kommuner, Innovasjon Norge, arbeidslivsorganisasjonene, andre relevante offentlige aktører, utdannings- og forskningsinstitusjoner.  
Budsjett: 3 mill. kroner

### 7.12.2 Reiselivsnæringen og nettbaserte plattformer og delingsøkonomi.

Som nevnt i innledningen til strategien sto delingsplattformer i 2022 for nesten 4,6 mill. overnattinger i Norge. Det er en økning på 64 prosent fra 2021. Sammenliknet med 2019 var det en oppgang på

15 prosent. Av de 4,6 mill. overnattingene, var 2,9 mill. overnattinger gjort av besøkende fra utlandet. Dette er mer enn en tredobling fra 2021.<sup>100</sup> Det er rimelig å anta at noe av økningen skyldes at reisestriksjonene under pandemien ble fjernet.

I flere land betaler AirBnb eller tilsvarende plattformer også besøksbidrag.<sup>101</sup> Det gir myndigheter informasjon om betydningen av denne typen virksomhet på stedet. Det at plattformsselskapene også betaler reduserer konkurransefordelen sett i forhold til vanlige overnattingsbedrifter.

I den senere tid er det også tatt til orde for at private fritidshus og hytter i større grad bør pålegges inngå i slike utleiekonsepter for å redusere presset på arealkrevende hyttebygging.

#### Utfordring

Det er behov for mer kunnskap om hvordan delingsøkonomien og nettbaserte plattformer vil påvirke utviklingen og strukturen i norsk reiseliv i årene som kommer. Det gjelder både kapasitetsutviklingen og verdiskapingen i næringen samt for reisemålene og lokalsamfunnene.

#### Forslag

Det foreslås et forskningsprosjekt som ser på nye overnattingstilbud via nettbaserte plattformer, deres omfang, utbredelse, rolle og betydning for utviklingen av reiselivsnæringen fremover. Forskningsprosjektet bør også omfatte erfaringer fra andre land når det gjelder konsekvenser av offentlige reguleringer, skatte- og avgiftsmessige forhold.

Virkemiddelaktør: Norges forskningsråd

Budsjett: Det foreslås en utlysning på 2 mill. kroner over 3 år, der FoU-miljøer kan søke om midler.

## 8. Barrierer for fortsatt utvikling

Strategigruppen har i sine diskusjoner identifisert en rekke utfordringer som er avgjørende for utviklingen av reiselivsnæringen i årene som kommer, men som ligger utenfor mandatet. Gruppen vil peke på fire områder som vanskeliggjør fortsatt utvikling.

**Merverdiavgift** – Foredling og salg av reiselivsprodukter i Norge kompliseres signifikant ved at den som foredler og selger må vurdere og fordele en sammensatt opplevelse på fire ulike merverdisatser (mva). Eksempelvis skal sammensetning av mva på aktiviteten Hundekjøring med utelunsj vurderes ut ifra selve kjøringen. Dersom den besøkende sitter på sleden, er det 25 prosent. Dersom personen selv kjører spannet, er det 12 prosent. Dersom det serveres mat etter turen er det 25 prosent, og dersom man får matpakke på tur, er det 15 prosent. Eventuell guiding på turen er ikke avgiftspliktig.

Samfunnsøkonomisk analyse AS har sett på de økonomiske og administrative kostnadene for reiselivs- og kulturvirksomheter som følge av flere merverdiavgiftssatser. Konklusjonen er at det vil være klare samfunnsøkonomiske besparelser om merverdiavgiftssystemet kun benytter én lav sats istedenfor tre satser.<sup>102</sup>

**Reisegarantiordningen** – Alle som markedsfører og selger en reise som består av to eller flere elementer i over 24 timer (en pakkereise), er pliktige medlemskap- og dermed garantistillelse i Reisegarantifondet. Garantien sikrer at en forbruker får tilbake pengene sine hvis den som har solgt reisen går konkurs. Som et eksempel får en reisearrangør med en omsetning på 63 mill. kroner et krav om garantistillelse på 24 mill. kroner i løpet av påfølgende år.

Reisegarantien er et gode da det er en sterk forbrukerbeskyttelse, men hemmer på den andre siden pakkereisearrangørens mulighet for videreutvikling og verdiskaping gjennom et krav om stilt reisegaranti som binder kapital eller medfører en stor kostnad i form av bank- og forsikringskostnader.



Reisegarantiutvalget overleverte sin rapport til Barne- og familie-departementet den 9. november 2021. Den inneholdt forslag som skulle lette kostnadene for pakkereiseaktørene slik at de samsvarer bedre med land vi konkurrer med, men fortsatt sikre forbruker-sikkerhet. Det er viktig at flere aktører pakker reiser i Norge fordi det gjør reiser i vårt land lettere tilgjengelig og bidrar til vekst i salg av reiser av høy kvalitet. Reisegarantiordningen er i dag et hinder for økt foredlingsgrad i næringen.

### Nasjonale sertifiseringsordninger

I en 10-årsperiode har ledende aktørmiljøer i næringen jobbet systematisk, sammen med relevante FoU-miljøer, med å utvikle VARDE . Sertifiseringen er etablert som et AS og omfatter bedrifter som leverer opplevelser (herunder også kulturattraksjoner og museer). Et av målene med VARDE er å bidra til en kvalitets-sikret utvikling av det kommersielle og kulturbaserte aktivitets- og opplevelsestilbudet, og hjelpe besøkende med å finne de gode, kvalitetssikrede produktene). Norge er helt avhengig av å styrke (og regulere) det opplevelsesbaserte tilbudet til de riktige internasjonale målgruppene i årene som kommer. Det har vært bevilget offentlige midler til å utvikle VARDE, men det har ikke vært støtte til drift av ordningen. Det er (i de fleste land) krevende å få til økonomisk selv-finansiering for slike sertifiseringsordninger. Når slike understøtter og bidrar til å sikre en ønsket utvikling av reiselivsnæringen bør de støttes, slik man også gjør for kvalitetssystemer i andre næringer .



Foto: TrollAktiv Drift AS

# Sluttnoter

- 1 Reiselivsnæringens verdi. Menon-rapport nr. 104/2018 <https://www.nhoreiseliv.no/contentassets/7c0f264418d-84b3ab309a43e7fa9ef75/reiselivsnarings-verdi-2018.pdf>
- 2 Iht. satellittregnskap for turisme var det var 183.000 sysselsatt i reiselivsnæringen i 2019 (SSB tabell 10604). Antallet sysselsatte falt under pandemien og var i 2021, som er det siste året for satellittregnskapet 162.000.
- 3 Markedsrettede virksomheter benyttes i Nasjonalregnskapet om virksomheter med produkter som selges til priser som over tid medfører at salgssinntektene overstiger produksjonskostnadene. Offentlig forvaltning og interesseorganisasjoner omfattes følgelig ikke.
- 4 Fleire utlandske overnattingar i 2023 – SSB
- 5 NOU 2024:2 I samspill med naturen – Naturrisiko for næringer, sektorer og samfunn i Norge. Klima- og miljø-departementet og NOU 2018:17 Klimarisiko og norsk økonomi. Finansdepartementet.
- 6 Becken, S., & Kaur, J. (2022). Anchoring "tourism value" within a regenerative tourism paradigm - a government perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(1), 52–68.
- 7 Se vedlegg 2
- 8 Se vedlegg 1 for det fullstendige mandatet
- 9 Se vedlegg 3
- 10 <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/reiseliv-bliir-neste-nasjonale-eksportsatsing/id2993277/>
- 11 reiseliv-eksportsatsing\_ne-29.04.2024-02.pdf (nho.no)
- 12 [https://www.regjeringen.no/contentassets/df487fd978cd431b9fba6c6ee-43625ae/no/pdfs/reiseliv\\_til-word\\_depmedia\\_v2.pdf](https://www.regjeringen.no/contentassets/df487fd978cd431b9fba6c6ee-43625ae/no/pdfs/reiseliv_til-word_depmedia_v2.pdf)
- 13 De samme Nace-koder som brukes i satellittregnskapet <https://www.ssb.no/nasjonalregnskap-og-konjunkturer/nasjonalregnskap/statistikk/satellittregnskap-for-turisme>
- 14 I 2022 var det i alt 260 saker og i 2023 var det 272 saker
- 15 Se <https://www.innovasjon Norge.no/tjeneste/bedriftsnettverk> for ytterligere informasjon
- 16 se <https://nic.innovasjon Norge.no/artikkel/om-klyngeprogrammet> og for utlysningen april 2024 se <https://nic.innovasjon Norge.no/artikkel/na-apnes-det-for-opptak-av-nye-klynger>
- 17 155 servering og overnattings-bedrifter og 45 bedrifter innen kulturell virksomhet, underholdning og fritidsaktiviteter.
- 18 Menon Økonomiske effektmåling av bedriftsnettverk for 2022. Menon-publikasjon 28/2023
- 19 Evaluering av Arena Innovative Opplevelser. 2012. Oxford. Research as.
- 20 [https://www.forskningsradet.no/contentassets/e182b7bd52104ef498e-845385739a2ca/programplan\\_forregion\\_2017.pdf](https://www.forskningsradet.no/contentassets/e182b7bd52104ef498e-845385739a2ca/programplan_forregion_2017.pdf)
- 21 Kilde: Forskningsrådet prosjekt-database
- 22 Se <https://www.forskningsradet.no/sok-om-finansiering/internasjonale-midler/europeisk-fellesprogram-for-bedrifter/>
- 23 <https://oxfordresearch.no/wp-content/uploads/2021/11/Rapport-regionale-forskningsfond.pdf>
- 24 <https://www.samfunnsokonomisk-analyse.no/rapporter/2024/1/16/notat-verdiskaping-og-innovasjon-i-norsk-reiseliv-hva-sier-offisielle-data?rq=reiseliv>
- 25 Audretsch et al (2023) Collaboration strategies and SME innovation performance *Journal of Business Research* no 164
- 26 Aas (2015) Hvilken type innovasjonspolitiske virkemidler egner seg for reiselivsbedrifter Prosjektrapport nr 1 og Alsos, G.A., Eide, D., and Madsen, E.L. (2014) "Introduction: Innovation in tourism industries." *Handbook of research on innovation in tourism industries*. Edward Elgar Publishing, 1-24
- 27 Evaluering av Bedriftsnettverks-tjenesten til Innovasjon Norge Evaluering af analyse (oxfordresearch.no)
- 28 se f.eks. Thees et al 2020 The Living lab as a tool to promote residents participation in destination governance. *Sustainability* no 12.
- 29 <https://www.forskningsradet.no/sok-om-finansiering/hvem-kan-soke-om-finansiering/naringsliv/innovasjonsprosjekt-i-naringslivet/>
- 30 Et lavterskeltilbud for gründere og etablerte bedrifter som vil jobbe systematisk med nyskaping og innovasjon. Forslagsvis tre dagers mobile verksted-konsepter med "design thinking", "lean startup" og involvering av fagmiljøer (FoU) på tvers av bransjer som arrangeres der bedriftene ønsker det. Ordningen bør gi rom for å arrangere 15-20 slike verksteder per år. For å styrke tiltaket ytterligere foreslås en årlig nasjonal Innovasjonsuke, med nasjonale og regionale aktiviteter som setter fokus på innovasjon og nyskaping i reiselivet.
- 31 <https://www.forskningsradet.no/utlysninger/2025/forskningsssentre-kunstlig-intelligens/>

- 32 [https://assets.simpleviewcms.com/simpleview/image/upload/v1/clients/norway/Nasjon\\_Reiselivsstrategi\\_original\\_ny\\_cad86af3-d2e9-486d-9c4e-7d1e-7709ca32.pdf](https://assets.simpleviewcms.com/simpleview/image/upload/v1/clients/norway/Nasjon_Reiselivsstrategi_original_ny_cad86af3-d2e9-486d-9c4e-7d1e-7709ca32.pdf)
- 33 Menons prognoser for norsk reiseliv mot 2030 Menon-publikasjon nr. 144/2023
- 34 <https://www.nhoreiseliv.no/vi-mener/reiselivet-er-losningen/eksport/dokument/forslag-til-nasjonal-eksportsatsing-reiseliv/>
- 35 Gössling, S., Humpe, A. & Sun, Y.-Y. (2024). On track to net-zero? Large tourism enterprises and climate change. *Tourism Management*, Vol.100
- 36 Stakeholder as Klimarapport norsk reiseliv 2021
- 37 Simonsen, M. (2021). Bortfall av cruiseturisme og konsekvenser for utslipp. *Vestlandsforskning 5/2021*
- 38 Cruisetrafikken økte i 2023 | Kystverket - tar ansvar for sjøveien
- 39 The trend from 2023 continues in January: Growth abroad and flat development domestically | The Avinor Group (ntb.no)
- 40 Se Miljødirektoratets rapport Klima tiltak i Norge: Kunnskapsgrunnlag 2024 for en mer omfattende drøfting <https://www.miljodirektoratet.no/publikasjoner/2024/april-2024/klimatiltak-i-norge-kunnskapsgrunnlag-2024/>
- 41 Sun, Y.A., S. Gössling, L. Hem, N. Iversen, H.J. Walnum, D. Scott & O. Oklevik (2022). Can Norway become a net-zero economy under scenarios of tourism growth? I: *Journal of Cleaner Production Vol. 363*
- 42 <https://business.visitnorway.com/no/utslippskalkulator/>
- 43 [https://www.nhoreiseliv.no/contentassets/dd501bf9403c4393a-94739fa8a212a6b/reiseliv-eksportsatsing\\_ne-29.04.2024.pdf](https://www.nhoreiseliv.no/contentassets/dd501bf9403c4393a-94739fa8a212a6b/reiseliv-eksportsatsing_ne-29.04.2024.pdf)
- 44 <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/trends>
- 45 <https://theicct.org/marine-cruising-flying-may22/>
- 46 Stefan Gössling, Andreas Humpe, Ya-Yen Sun, On track to net-zero? Large tourism enterprises and climate change, *Tourism Management*, Volume 100, 2024, 104842,
- 47 Molina-Azorín, J. F., Tarí, J. J., Claver-Cortés, E., & López-Gamero, M. D. (2009) *Quality Management, Environmental Management and Firm Performance: A Review of Empirical Studies and Issues of Integration*. *International Journal of Management Reviews*, 11, 197-222. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1468-2370.2008.00238>.
- 48 Tsai, K.-T., Lin, T.-P., Hwang, R.-L. & Huang, Y.-J. (2014). Carbon dioxide emissions generated by energy consumption of hotels and homestay facilities in Taiwan. *Tourism Management*, 42 (2014), 13-21.
- 49 Bygg21 (2018) Bygg-og-eiendomssektorens betydning for klimagassutslipp.pdf eller <https://byggalliansen.no/kunnskapscenter/publikasjoner/infopakkeklimakjempen/#1610543721156-39143120-001d>
- 50 I vekstprognosene som er brukt i arbeidet med Forslaget til nasjonal eksportsatsing reiseliv er det ikke laget en utviklingsbane som vurderer konsekvenser av nasjonale og internasjonale klimatilskott (som ETS).
- 51 [https://assets.simpleviewcms.com/simpleview/image/upload/v1/clients/norway/Turistunders\\_kelsen\\_sommer\\_2023\\_e67a4cac-7df2-47de-a254-f053e4ca9a0e.pdf](https://assets.simpleviewcms.com/simpleview/image/upload/v1/clients/norway/Turistunders_kelsen_sommer_2023_e67a4cac-7df2-47de-a254-f053e4ca9a0e.pdf)
- 52 Reisebarometeret, Innovasjon Norge, 2023
- 53 Nasjonal reiselivsstrategi (2021)
- 54 <https://www.sbb.ch/en/tickets-of-fers/tickets/guests-abroad/swiss-travel-pass.html>
- 55 Veikart for Reiselivsnæringen (regjeringen.no)
- 56 rapport\_trender-og-utvikling-i-cruisetrafikken-i-norske-farvann-mot-2040-jan-2022.pdf (kystverket.no)
- 57 <https://theicct.org/marine-cruising-flying-may22/>

Customer Relations Management Store norske leksikon (2005-2007); Pihl, Roger: CRM - markedsføring i Store norske leksikon på snl.no. Hentet 8. april 2024 fra [https://snl.no/CRM\\_-\\_markedsf%C3%B8ring](https://snl.no/CRM_-_markedsf%C3%B8ring)

58 <https://klimautvalget2050.no/>

59 <https://www.menon.no/wp-content/uploads/2023-144-Norsk-reiseliv-mot-2030-prognoser-hosten-2023-2.pdf>

60 Se Mange vendte ikke tilbake til overnatting og servering etter koronapandemien – SSB

61 Se Mange vendte ikke tilbake til overnatting og servering etter koronapandemien – SSB

62 Se f.eks. Rapporten Kunstig intelligens i Norge – nytte, muligheter og barrierer Rapport 35-2023 Rapport (squarespace.com)

63 se f.eks. OECD Tourism trends and policies 2020 6b47b985-en.pdf (oecd-ilibrary.org) og <https://european-digital-innovation-hubs.ec.europa.eu/knowledge-hub/digitalisation-projects-and-initiatives/restwitheu-supporting-implementation-digital/#description>

64 Se f.eks. Commission boosts data sharing and innovation (europa.eu)

65 Overtourism describes the situation in which the impact of tourism, at certain times and in certain locations, exceeds physical, ecological, social, economic, psychological, and/or political capacity thresholds.

66 SSB. Tabell 10980

67 <https://www.toi.no/publikasjoner/nasjonalt-reiselivsmonitor-for-prosjekt>

68 <https://www.riksrevisjonen.no/rapporter-mappe/no-2023-2024/myndighetenes-tilrettelegging-for-delning-og-gjenbruk-av-data-i-forvaltningen/>

69 Med ressursubalanse mener vi ubalanse både i tilgjengelige ressurser for ulike selskaper, men også ubalanser i hvem som tilfører ressurser i et samarbeid. Skal et samarbeid fungere godt, må ressursinnsatsen stå i stil med hva man får ut av samarbeidet. Da gjelder det å finne balansen mellom at virksomheter som er

større og mer datamodne bidrar mer, men samtidig at ikke mindre og mer umodne selskaper blir rene gratispassasjerer.

70 Konkurransesamarbeid (co-operation): konkurrerende selskaper samarbeider for å oppnå felles gevinster, ved å kombinere sine ressurser eller kunnskap. Dette samarbeid gjør det mulig for dem å takle større utfordringer eller innovere mer effektivt enn de kunne alene, samtidig som de opprettholder sin konkurransestatus i det bredere markedet.

71 <https://www.digdir.no/skate/forvaltning-og-bruk-av-data-i-offentlig-sektor-et-nytt-digitalt-landskap-eueos/4948> og [https://single-market-economy.ec.europa.eu/news/transition-pathway-tourism-publis-hed-today-2022-02-04\\_en](https://single-market-economy.ec.europa.eu/news/transition-pathway-tourism-publis-hed-today-2022-02-04_en)

72 Se f.eks. <https://prosjektbanken.forskingsradet.no/project/FORISS/332274>

73 "Åpne data" refererer til data som er fritt tilgjengelige for alle å bruke, gjenbruke og distribuere uten begrensninger. (<https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/kulturdepartementets-strategi-for-apne-data/id2576038/?ch=3>)

74 application programming interface (API)

75 <https://nemonoor.no/> og <https://www.dihooceanopolis.com/>

76 Se f.eks. <https://www.traveltech.scot/> og VIR - Verband Internet Reisevertrieb e.V. HOME - v-i-r.de

77 <https://nemonoor.no/> og <https://www.dihooceanopolis.com/>

78 Massive Open Online Courses Se for eksempel [https://utdanning.no/tema/nyttig\\_informasjon/massive\\_open\\_online\\_course\\_mooc](https://utdanning.no/tema/nyttig_informasjon/massive_open_online_course_mooc)

79 Rodriguez-Montemayor, E. (2018). Could a universal basic income become the basis for working better in a fast-changing world. INSEAD, France.

80 Gjerald, O., Dagsland, A.H.B. and Furunes, T. (2021) 20 years of Nordic hospitality research: a review and future research agenda, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, Vol. 21 No. 1, pp. 1-12, doi: 10.1080/15022250.2021.1880058

81 Se f.eks. prosjektet COM-FLEX (konkurransedyktig fleksibilitet) som allerede er i gang med noe av den samme tilnærmingen, men i en annen næring.

82 Gjerald, O., Dagsland, A.H.B. and Furunes, T. (2021), 20 years of Nordic hospitality research: a review and future research agenda, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, Vol. 21 No. 1, pp. 1-12, doi: 10.1080/15022250.2021.1880058

83

84 NOU 2023:10 Leve og oppleve

85 Kvelsøkonomi refererer her til økonomiske aktiviteter og muligheter som oppstår om kvelden eller natten.

86 Se f.eks. [https://www.nfk.no/besoksforvaltning/\\_f/p31/ia727863f-8577-4988-96fa-d39b5a0df06a/nfk-strategi-vedtatt-strategidokument-190423.pdf](https://www.nfk.no/besoksforvaltning/_f/p31/ia727863f-8577-4988-96fa-d39b5a0df06a/nfk-strategi-vedtatt-strategidokument-190423.pdf)

87 Turistundersøkelsen (visitnorway.com)

88 Fitchett, J, Lindberg, F, Martin, D. (2021). Disagreement about sustainable tourism. Competing value orders among stakeholder. *Annals of Tourism Research*. Vol. 86 (January), 1-10  
Maxim, C. (2024). Introduction to the Handbook on Sustainable Urban Tourism. In *Handbook on Sustainable Urban Tourism* (pp. 1-14). Edward Elgar Publishing.

89 Se f.eks. Tasmania: <https://www.islanderway.co/about-the-project>. og Svensk Lappland <https://www.turismnytt.se/en-ny-arktisk-agenda-care-for-the-arctic-its-our-home/>.

90 Digitale tvillinger i smarte bygg 2024 - Norsk Elektroteknisk Komite (NEK) og Hvordan fungerer en digital tvilling? | Geograf Digital

91 Three cities on the benefits and challenges of digital twins - *Cities Today* (cities-today.com) og <https://tourism-dashboard.ec.europa.eu/?lng=en&ctx=tourism>

92 Nasjonal reiselivsstrategi (2021)

94 ATTA (2020). Insignia Marketing Research Confirms Opportunity for Indigenous Tourism to Grab More Market Share Due to COVID-19 | Adventure Travel

Trade Association (adventuretravelnews.com)

95 Ren, C., Kramvig, B., Jóhannesson, G.G., Albina Pashkevich, A. & Höckert, E. (2020). 20 years of research on Arctic and Indigenous cultures in Nordic tourism: a review and future research agenda, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, DOI: 10.1080/15022250.2020.1830433 | Richards, G. (2021).

96 Ritchards, 2021 Rethinking cultural tourism. Edward Elgar.

97 Flavian, C., Ibanez-Sanchez, S. & Orus, C. (2019). The impact of virtual, augmented and mixed reality technologies on the customer experience. *Journal of Business Research*, 100 (July), 547-560

98 <https://www.forskning.no/mediateknologi-medievitenskap-mobiltelefon/fle-re-forsoker-digital-detox-for-a-vaere-til-stede-i-oyeblikket/1617301>

99 Albrecht, J. N., & Haid, M. (2023). Sustainable product development for visitor experiences in nature-based tourism: Applying and extending the Double Diamond Design Process. In *The Routledge Handbook of Nature Based Tourism Development* (pp. 543-554). Routledge.

100 <https://www.ssb.no/transport-og-reiseliv/reiseliv/statistikk/overnattinger/artikler/4-6-millioner-overnattinger-via-airbnb-og-andre-internasjonale-delingsplattformer-i-2022>

101 Det vil si de krever inne besøksbedraget på samme måte som hoteller ol.

102 Samfunnsøkonomisk analyse. Mer effektiv merverdiavgift i kultur- og besøksnæringene Rapport 10-2023 <https://static1.squarespace.com/static/576280dd-6b8f5b9b-197512ef/t/643918173a-edd94cafa0d1dd/1681463320424/R10-2023+Mer+effektiv+mva+i+kultur-og+bes%C3%B8ksn%C3%A6ringene.pdf>

103 <https://www.vardekkvalitet.no/>

104 <https://www.norskmatt.no/content/uploads/sites/8/2024/04/Arsmelding-2023-Stiftelsen-Norsk-Mat.pdf>

# Vedlegg

- Vedlegg 1: Mandat reiseliv 2030
- Vedlegg 2: Strategigruppens sammensetting
- Vedlegg 3: Innspill, presentasjoner og møter
- Vedlegg 4: Oversikt over forslagene

# Mandat reiseliv 2030

## Bakgrunn

Det overordnede målet for regjeringens reiselivspolitik er å legge til rette for en mer konkurransedyktig og bærekraftig reiselivsnæring i hele landet. Arbeidet med å håndtere utfordringer knyttet til sosial og miljømessig bærekraft vil bli høyt prioritert, for å unngå stor belastning på naturressurser, kulturminner og lokalsamfunn. Utvikling av et helårlig reiselivsprodukt som kan øke kvaliteten og mangfoldet i det norske reiselivstilbudet, vil være viktig for både for å øke inntjeningen og for å bidra til stabile arbeidsplasser. For å kunne prioritere innsatsen forsknings- og innovasjonsmessig for å nå disse målene, etablerer regjeringen Reiseliv 2030, for å få råd og anbefalinger om hva som bør prioriteres innenfor forskning og innovasjon, for at reiselivsnæringen skal utvikle seg i den ønskelige retningen. I den nasjonale reiselivsstrategien ble det identifisert fem områder som vil har mye å si for reiselivsnæringens utvikling mot 2030:

- Smart digitalisering (reiselivets digitale økosystem, inkludert plattform for åpne data som
- grunnlag for radikal innovasjon)
- Grønn omstilling (reiselivets grønne transportplan – med lavutslipp som premiss mot 2030)
- Tjenester & teknologi (hvordan kan teknologi løse produktivetsutfordringer i reiselivet)
- Økt foredlingsgrad (konkurranseskraft gjennom høy kvalitet og høy kundeverdi)
- Verdifulle arbeidsplasser (reiselivet må kunne konkurrere om den beste arbeidskraften)
- Områdene er virkemidler som kan inngå i arbeidet for å nå regjeringens mål for reiselivet, og vil kunne gi retning for arbeidet i Reiseliv 2030.

## Formål

Formålet med gjennomføring av Reiseliv 2030 er å identifisere forsknings- og innovasjonstiltak som bidrar til at reiselivsnæringen blir mer helårlig, skaper aktivitet i hele landet, bidrar til økt verdiskaping og gjennomfører en grønn omstilling. Den grønne omstillingen i reiselivsnæringen vil innebære bærekraftig drift i alle deler av næringen,

bidrag til de lokalsamfunn hvor de har sin virksomhet, og hensynet til natur, miljø og kulturminner. Det skal utarbeides en strategi med ønsket prioritering av forskning- og innovasjonsinnsatsen i næringen, som vil bli benyttet som forslag til prioriteringer innenfor eksisterende ordninger i virkemiddelapparatet.

### Organisering

- Sekretariatsansvaret gis som et oppdrag til Innovasjon Norge.
- Representantene i Reiselivsutvalget; NHO Reiseliv, Virke Reiseliv, LO,
- Fellesforbundet, Hanen, Innovasjon Norge og Norsk Reiseliv, blir invitert til å komme
- med forslag til representanter i strategigruppen, og sekretariatet setter sammen en strategigruppe som ivaretar aktuelle hensyn.
- Sametinget vil bli invitert til å sitte i strategigruppen.
- Strategigruppen bør ha representanter med kompetanse på elementer som inngår i
- reiselivsnæringens arbeid med bærekraft, som for eksempel klima, miljø, naturvern,
- kulturarv og samfunnsmessige områder.
- Strategigruppen bør ha representanter med kompetanse på forskning og innovasjon.
- Departementet godkjenner forslaget til strategigruppe.
- Departementet utpeker leder av strategigruppen.
- Arbeidet skal gjennomføres som en inkluderende prosess. Strategigruppen må sørge for å få innspill og synspunktet fra virkemiddelapparatet, berørte miljøer og aktører, og bidra til offentlig interesse og åpenhet om arbeidet i Reiseliv 2030. Det kan være aktuelt å etablere ekspertgrupper under enkelte fagområder. Medlemmer til disse gruppene bør sikre at man får synspunkter fra aktører utenfor reiselivsnæringer, for eksempel fra næringslivet generelt, miljøorganisasjoner og forsknings- og innovasjonsmiljøer.
- NFD vil delta som observatør i strategigruppen, KDD, KLD, KD, FIN, LMD, KUD, BFD og
- SD inviteres som observatører og kan delta om ønskelig.

### Oppgave

Hovedoppgaven for strategigruppen er å utarbeide en strategi med anbefalinger om hvordan den samlede virkemiddelbruken, forskningsinnsatsen og annen innovasjonsfremmende aktivitet, kan innrettes for å oppnå en langsiktig og bærekraftig verdiskaping i reiselivsnæringen.

### Sluttprodukt

- Strategigruppen skal sammenfatte sine anbefalinger i en rapport til Nærings- og fiskeridepartementet i løpet av 2023. Rapporten skal svare på mandatets formål og hovedoppgave, og gi strategiske råd og anbefalinger om hvordan prioriteringer innenfor forskning, innovasjon og virkemiddelapparatet kan bidra til en hel-årlig bærekraftig reiselivsnæring, hvor hensynet til naturressurser, kulturminner og lokalmiljø blir ivaretatt.
- Eventuelle nye tiltak som lanseres i strategien skal være utredet i henhold til utredningsinstruksen.
- Reiseliv 2030 skal bidra til gode prioriteringer innenfor et begrenset budsjettmessig handlingsrom.
- Strategien som Reiseliv 2030 skal levere, med ønsket prioritering av forskning- og innovasjonsinnsatsen i næringen, vil bli benyttet som forslag til prioriteringer innenfor eksisterende ordninger i virkemiddelapparatet.
- Eventuelle nye tiltak eller økte satsinger må følges av forslag til inndekning innenfor virkemiddelapparatets rammer.
- Ytterligere rapportering og milepæler vil konkretiseres nærmere i dialog mellom Nærings- og fiskeridepartementet og strategigruppen.

### Tidshorisont

- Arbeidet skal gjennomføres i løpet av 2023, aktiviteter som springer ut av arbeidet kan ha en lenger tidshorisont.
- Sluttrapport skal leveres til Nærings- og fiskeridepartementet i løpet av 2023.

# Strategigruppens sammensetning

Ronny Brunvoll, dagligleder, Visit Svalbard as  
 Erik Brynhildsbakken, konserndirektør for kommunikasjon og samfunn, Color Line As  
 Tim Davis, daglig leder, Troll Aktiv as  
 Dorthe Eide, professor, Nord universitet  
 Agnes Brudvik Engset, seniorforsker, Vestlandsforskning  
 Åsa Helen Grahn, førsteamanuensis, Norsk Hotellhøgskole, Universitet i Stavanger  
 Bård Jervan, daglig leder, Nye Tider as  
 Torild Langklopp, daglig leder, Stokkøya Sjøsenter as  
 Gudrun Sanaker, destinasjonsleder, Skistar Trysil  
 Åsunn Lyngedal, fakultetsdirektør, UiT Norges arktiske universitet (leder av gruppen)  
 Magne Svineng, direktør, Sámediggi/Sametinget  
 Camilla Tepfers, partner, InFUTURE as  
 Torunn Tronsvang, dagligleder, Up Norway as  
 Håvard Utheim, daglig leder, The Travel Development Company as

## Observatører

Kristin Dahle, seniorrådgiver, Nærings- og fiskeridepartementet  
 Bente Boye Lund, utredningsleder, kommunal- og distriktsdepartementet  
 Grethe Lunde, seniorrådgiver, Klima- og miljødepartementet  
 Bergur Olafsson, seniorrådgiver, Norge forskningsråd  
 Anne Elisabeth Scheen, Landbruks- og mat departementet

Innovasjon Norge har hatt ansvaret for sekretariatet

# Innspill, presentasjoner og møter

Det ble etablert en landingsside på Innovasjon Norges nettside for Reiseliv 2030 med informasjon om mandat for og organisering av arbeidet, samt en innspillside. Det kom inn i alt 43 innspill via innspillsiden. Det kom ytterligere 4 innspill til Reiseliv 2030 via sekretariat og strategigruppe.

## Eksterne presentasjoner

- Klimavotesystemet til EU (EU ETS) er viktig for å redusere utslipp. Hvilke effekter kan økte klimakostnader få for reiselivet? Erik W Jacobsen, Menon Economics
- Reiseliv som integreringsnæring. Ida Kristine Jakobsen, direktør Clarion Hotel The Edge.
- Et arbeidsliv i endring; hvordan kan det se ut fremover generelt og i reiselivet. Anja Kildal Gabrielsen, rådgiver LO Norge.
- Norsk luftfart skal være fossilfri innen 2050, status og muligheter. Olav Mosvold Larsen, avdelingsleder bærekraft i Avinor.
- Et innblikk i Grønt Skipsfartprogram – og skipsfartens rolle i det grønne skiftet. Narve Mjøs direktør i Grønt Skipsfartprogram.
- Hva vet vi om gjestenes oppfatninger av Norge som reise-mål og holdninger lokalbefolkningens har til reiselivet? Et blikk på sentrale undersøkelser fra Innovasjon Norge. Margrethe Helgebostad, Innovasjon Norge
- Verktøy for klimasmart markedsutvikling - en presentasjon av verktøyet som snart er klar for lansering og som skal lede til bevisste valg i arbeidet med reduksjon av utslipp knyttet til transport. Katrine Mosfjeld, Innovasjon Norge.
- Hvordan bygge en internasjonal vekstbedrift gjennom å utvikle teknologiløsninger til reiselivet – muligheter og utfordringer mot 2030? Gunhild Elisabeth Laundal, daglig leder, Adventure Tech AS.
- Erfaringer og læringspunkter fra Skog22, nasjonal strategi for skog- og trenæringen, Krister Moen, medlem av sekretariatet i Skog22

- Nordic Innovation - en kartlegging de største utfordringene i nordisk reiseliv. Signe Mouridsen, prosjektleder i Group NAO,
- Digitalisering og teknologi vil bli viktig for utviklingen av et mer konkurransedyktig og bærekraftig reiseliv. Hvordan øke kunnskapsnivået, og hvordan kan forskning og innovasjon bidra til en raskere lærings- og endringstakt? Kirsti Mathiesen Hjemdahl, daglig leder i Cultiva.

Det har vært to dialogmøter med skrivegruppen for Forslag til nasjonal eksportsatsing Reiseliv

Leder av strategigruppen presenterte Reiseliv 2030 under Innovasjon Norges årlige arrangement for reiselivsnæringen Reise:liv i Oslo 15. november 2023.

# Oversikt over forslagene

Tema	Utfordring	Forslag	Ansvarlig	Budsjett
<b>Grønn omstilling og utslipp av CO2</b>				
Et bedre kunnskapsgrunnlag for reiselivets klimapåvirkning	Ulike reguleringer og miljø- og klimatiltak vil påvirke reiselivsnæringen i årene som kommer. Det er behov for å utvikle kunnskap og mer presise prognosemodeller	Det foreslår et forskningsprosjekt som ser på betydningen av klimakostnader for norske reiselivsprodukt	Forskningsrådet	10 mill. kroner
Bedre data og modeller for et offentlig transporttilbud for reiselivet	I dag er turisttrafikken ikke inkludert i transportmodeller brukt i offentlig planlegging fordi man mangler datagrunnlag for de besøkendes bruk av kollektivtrafikk.	Det foreslås et forskningsprosjekt som ser på hvilke reiselivdata mht. bruk av kollektivtransport som behøves, data som finnes i dag og hvordan det er mulig å samle inn nye data for å sikre bedre underlag for ulike kollektivløsninger	Forskningsrådet	10 mill. kroner
Teste grønne transportkonsepter	I dag er det vanskelig å finne lavutslipp transportløsninger både for reisen til Norge og reisen frem til reisemålet i Norge	Det foreslås å etablere 5-6 piloter for å utvikle og teste grønne transportkonsepter fra markedene i Europa til og til og mellom reisemål i Norge.	Forskningsrådet	10 mill. kroner
Fremtidens cruiseturisme	Det finnes i dag ikke tilgjengelige data som på en helhetlig måte viser hvilke effekter cruisevirksomheten har på klima og miljø, samfunn og økonomi. Det er behov for et bedre kunnskapsgrunnlag	Det foreslås et forskningsprosjekt der man ser på hvordan det er mulig å beregne tålegrenser basert på miljø- og samfunns-effekten av cruiseturisme nasjonalt og lokalt.	Forskningsrådet	10 mill. kroner
De stedlige utslippene	Det er behov for mer og bedre kunnskap om hvilke deler av energibruken og utslippene fra stedlige reiselivet som belaster mest.	Det foreslås en forskningssatsing med to formål. Det første formålet er å analysere de klimagassutslippene og energibruken som kommer fra reiselivet lokalt og innenfor de norske landegrensene, men ikke inkluderer transport til og fra reisemålet. Det andre formålet er å analysere både de direkte utslippene og omfanget av indirekte utslipp som er knyttet til de besøkende sitt forbruk av produkter og tjenester lokalt og transport til og fra reisemålet.	Forskningsrådet	10 mill. kroner
<b>Digitalisering</b>				
Enklere tilgang til data	Tilgang til data i reiselivet er en forutsetning for ny innsikt og datadreven innovasjon. Små og mellomstore reiselivsbedrifter sliter som nevnt, ofte med å få tak i, organisere og bruke data effektivt i sitt daglige arbeid.	For å sikre god og omfattende tilgang til data, foreslår strategigruppen at Norge blir en del av European Tourism Data Space	Digdir	

Tema	Utfordring	Forslag	Ansvarlig	Budsjett
Høyere digital kompetanse og bedre digitale verktøy	Å utnytte de mulighetene digitalisering gir krever en rekke ulike kompetanser. Kompetanseutvikling og innovasjon henger så tett sammen at det er vanskelig å definere hvor det ene starter og det andre begynner.	Det foreslås å etablere en kompetanse-hub for innovasjon og teknologisom tilbyr ekspertise og knytter sammen teknologiutviklere, mentorer, reiselivstilbydere, investorer, forskningsinstitusjoner og virkemiddelapparatet og andre	Innovasjon Norge	10 mill. kroner
	Det er en utfordring å tilpasse og utvikle kompetansetilbud i reiselivsnæringen slik at de kan håndtere de raske endringene.	Det foreslås et innovasjonsprosjekt for å utvikle og ta i bruk moderne digitale plattformer og læremidler. Prosjektet bør også se på mulighetene for å inkludere såkalte massivt åpne nettkurs (MOOCs).	Innovasjon Norge	10 mill. kroner
<b>Verdifulle arbeidsplasser</b>				
Sesongstruktur og helårige arbeidsplasser	Reiselivsnæringens evne til å rekruttere og beholde en tilstrekkelig kompetent arbeidsstokk over tid, samt evner å skape flere helårs arbeidsplasser, er avgjørende om man skal kunne ta imot det økende antallet besøkende i årene som kommer.	Det foreslås et forskningsprosjekt der partene i arbeidslivet, bedrifter og arbeidstakere deltar og hvor man ser på erfaringene fra andre næringer og utvikler løsninger for hvordan man kan skape flere helårsarbeidsplasser og tester de ulike løsningene ut på 8-10 utvalgte bedrifter og reisemål.	Forskningsrådet	20 mill. kroner
Forsterket rolle som inkluderings- og integreringsnæring	Det er behov for kunnskap om hvordan man styrker reiselivsnæringens rolle som inkluderings- og integreringsnæring med hensyn til: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Den enkelte arbeidstakers behov for kompetanse, utviklingsmuligheter og en attraktiv arbeidsplass</li> <li>• Bedriftenes behov for stabil og kompetent arbeidskraft</li> <li>• NAVs mål om få flere i arbeid på en effektiv og formålstjenlig måte, og som styrker sysselsettingsmulighetene i hele landet.</li> </ul>	Det foreslås et forskningsprosjekt som kan være et kunnskapsunderlag for å styrke reiseliv som integrerings- og inkluderingsnæring.	Forskningsrådet	5 mill. kroner
<b>Et verdsett reiseliv</b>				
Ny generasjon reisemålsledelse	Det er behov for kunnskap og gode modeller for helhetlig reisemålsledelse. Hvordan reisemålsledelse kan utøves slik at det sikrer bærekraftig utvikling på reisemålet og samtidig økt verdiskaping.	Det foreslås en forsknings- og innovasjonsatsing for å utvikle kunnskap, teste modeller og verktøy for en ny generasjon reisemålsledelse med vekt på: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utvikle og teste ut modeller/verktøy som mobiliserer og involverer ulike lokale aktører og sektorer som berøres og har relevant kunnskap.</li> <li>• Utvikle innhold, metodikk og ulike praksiser for regenerativ turisme</li> <li>• Bruk og effekter av ulike besøksbidragsmodeller på lokalt, regionalt og nasjonalt nivå.</li> </ul>	Forskningsrådet og Innovasjon Norge	20 mill. kroner
Digitale verktøy for bedre reisemålsledelse	Digitale verktøy vil kunne bidra til bedre reisemålsledelse, men det er behov for å videreutvikle dagens digitale verktøy slik at de kan brukes til planleggingen, utviklingen og den daglige driften av reisemål.	Det foreslås å sette i gang Innovasjonsprosjekter for å utvikle digitale verktøy som kan gjøres tilgjengelige og bidra til den strategiske utviklingen av reisemål, og lokalsamfunn og den daglige besøks-håndteringen på reisemålet.	Forskningsrådet	10 mill. kroner

Tema	Utfordring	Forslag	Ansvarlig	Budsjett
<b>Foredling – økt opplevelsesverdi</b>				
Bærekraftig opplevelses-basert design og verdiskaping	Det er lite kunnskap om og få verktøy for å designe og produsere bærekraftige opplevelsesprodukter. Vellykket foredling kjennetegnes ikke kun av attraktive produkter, men også bærekraftige produkter, forretnings-modeller, sesonger og løsninger til riktige markedssegmenter. Dette er nødvendig for å få besøkende til å bli lengre, og vil bidra til regenerative prosesser.	Det foreslås en forskningssatsing med følgende formål: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Å bidra til bærekraftig opplevelsesdesign og verdiskaping med utgangspunkt i regenerativ turisme.</li> <li>• Å bidra til å hente ut potensialet i økt kulturbaserte-, måltidsbaserte-, samiske opplevelser, samt mer verdi i naturbaserte, som ledd i en «Bli lengre strategi», sesongutvikling og helårsaktivitet.</li> <li>• Å bidra til å utvikle ulike transformative opplevelser (varige endringer for konsumment, sted og bedrift) som ledd i regenerativ turisme og sterkere bærekraft.</li> </ul>	Forskningsrådet	10 mill. kroner
Kompetanse og økt foredling ved sertifiseringer og konsesjoner.	Det er behov for et bedre kunnskapsgrunnlag som plattform for å innføre strengere krav til aktører som driver med både risikofylte opplevelsestilbud og opplevelser knyttet til sensitivt dyre- og fugleliv både til lands og til vanns.	Det foreslås et forskningsprosjekt for å utvikle et kunnskapsgrunnlag om hvordan bruk av sertifiserings- og konsesjonsordninger kan bidra til å øke kompetanse, profesjonalitet og bærekraftsaspekter for naturbaserte- og risikofylte opplevelser i Norge. Samtidig som den norske allemannsretten vil gjøre det nødvendig å utvikle en egen norsk konsesjonsmodell.	Forskningsrådet	4 mill. kroner
<b>Samfunnmessig endringer og fremtidsutsikter mot 2040</b>				
Reiselivet i 2040	Næringen står overfor viktige avveininger og valg om utviklingsretning som forutsetter en helhetlig tilnærming til sin egen utvikling og fremtid. Dette er innsikt som fremtidsstudier typisk kan gi.	Det foreslås å sette i gang en større bredt anlagt fremtidsstudie for utviklingen av norsk reiseliv med 2040 som perspektiv.	Forskningsrådet og Innovasjon Norge	3 mill. kroner
Reiselivsnæringen, delingsøkonomien og nettbaserte plattformer	Det er behov for mer kunnskap om hvordan delingsøkonomien og nettbaserte plattformer vil påvirke utviklingen og strukturen i norsk reiseliv i årene som kommer. Det gjelder både kapasitetsutviklingen og verdiskapingen i næringen samt for reisemålene og lokalsamfunnene.	Det foreslås et forskningsprosjekt som ser på nye overnattingstilbud via nettbaserte plattformer, deres omfang, utbredelse, rolle og betydning for utviklingen av reiselivsnæringen fremover.	Forskningsrådet	2 mill. kroner



Foto: Kjersti Kvamme – Loen Active