

Reiseliv som eksportnæring – trender og utviklingstrekk

Audun Pettersen
07.05.2024



Hva skal vi leve av etter olja?

Etterspørsel fra petroleumsvirksomheten

Y-axis: 0 to 16 (left and right scales). X-axis: 1970 to 2040.

Legend:

- Investeringer (dark blue area)
- Produksjonsutslutt (light blue area)
- Lønnskostnader (red area)
- Basisforløp (dark blue line)
- Holden III (dotted line)

Foto: Marcota Berge
Kilde: Finansdepartementet (2022). Perspektivmeldingen, Medl. St. 14 (2020-21)

Konkurransefortrinn, utfordringer og barrierer

VIRKE

Kristina Mørum - Liselette Østhus

Verdibeviste forbrukere

VIRKE

Photo by [Sil Ribeiro](#) on [Unsplash](#)

«Kokebok» for deg som vil eksportere

Identifiser målgruppen din

- Hvem er dine ideelle kunder?
- Hvor kommer de fra?
- Hva er deres interesser og behov?
- Når du vet hvem du skal målrette mot, kan du skreddersy dine produkter og tjenester for å appellere til dem.

Gjør research på markeder

- Undersøk landene du ønsker å eksportere til
- Lær om operatører i disse landene, konkurransen og potensielle kunder
- Vær oppmerksom på kulturelle forskjeller og lokale skikker.

Utvikle en markedsføringsplan

- Hvordan skal du nå ditt målgruppe?
- Hvilke markedsføringskanal er skal du bruke?
- Hva er ditt budsjett?
- En god markedsføringsplan vil hjelpe deg med å få mest mulig ut av dine investeringer.

Bygg relasjoner

- Nettverk med andre reiselivsbedrifter
- B2B-messer og workshops.
- Journalister og influensere

VIRKE

«Kokebok» for deg som vil eksportere

VIRKE

ving

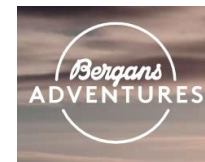


GLOBAL BUSINESS TRAVEL

NAC NORWEGIAN ADVENTURE COMPANY



BERGHANSEN



KILROY



ESCAPE



NORRØNA HVITSERK



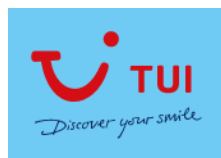
Wandering Owl



UP NORWAY



MIKI TRAVEL



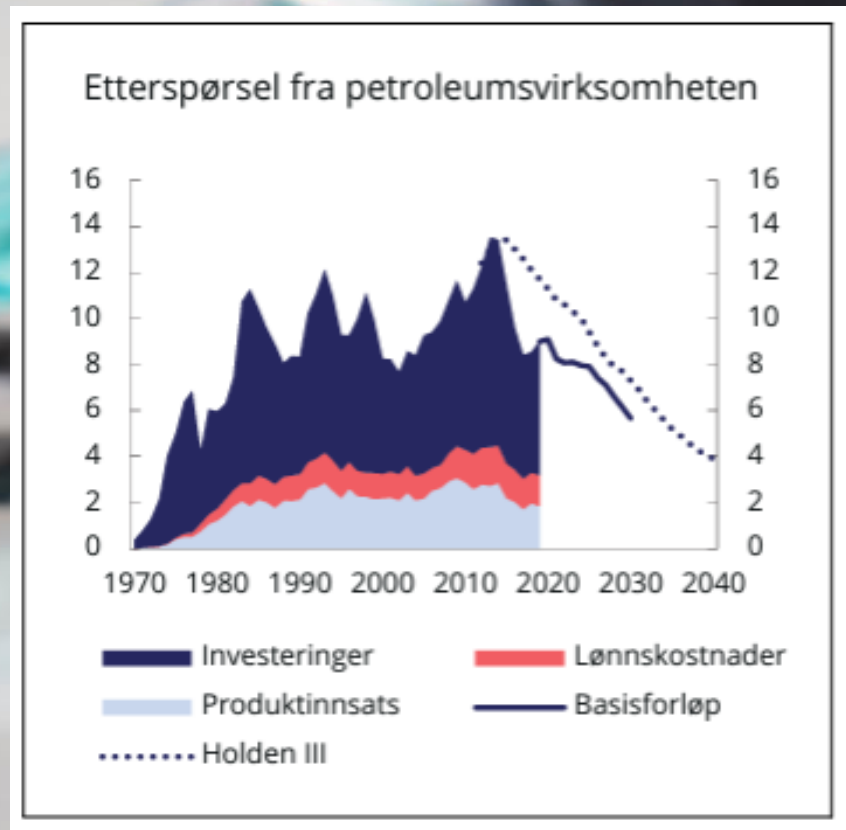
FINNAIR



VIRKE



Hva skal vi leve av etter olja?



[Foto: Marcela Barsse](#)

Kilde: Finansdepartementet (2021): Perspektivmeldingen, Meld. St. 14 (2020-21)

Sopp

Skogen

Vann

Fiskeolje

Velferdsteknologi

Elbilteknologi

Øl Ull

Fisk

Design

Kjernekraftverk

IT

Reiseliv er den nye oljen

Snø

Alger

Romfart Flatbrød

Hydrogen

Ost

Kunsten

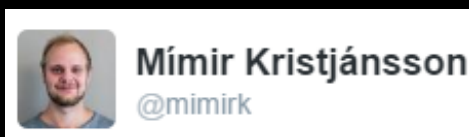
Boreinstrumenter

Smør

Lokalmat

Vindkraft

VIRKE Datasentre



«Nei, det finnes ingen ny olje.
Etter olja skal vi leve av å **jobbe**»

Regjeringens eksportreform

... styrke norsk **verdiskaping**, **sysselsetting** og **bærekraft**, gjennom økt eksport.

... øke norsk eksport, utenom råvareeksport av olje og gass, med **50%** innen 2030.

... skape en felles **norsk eksportkultur**, med tettere samarbeid mellom **næringsliv**, **virkemiddelapparat** og **myndigheter**.

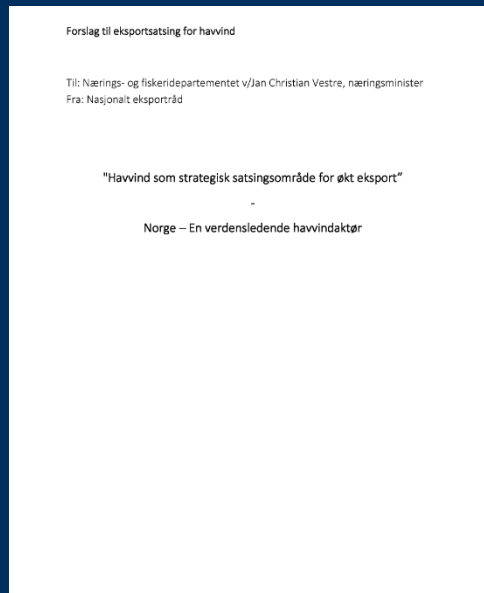


Nasjonalt Eksportråd



- Arvid Moss (Norsk Hydro)
- Kathrine Myhre (Patentstyret)
- Helle Moen (Blusuvold Rådgivning)
- Ole Erik Almlid (NHO)
- Peggy Hessen Følsvik (LO)
- Sonja Djønne (Heymat)
- Brage W. Johansen (Tech-entreprenør)
- Anniken Fjelberg (Sprint)

Nasjonale eksportsatsinger



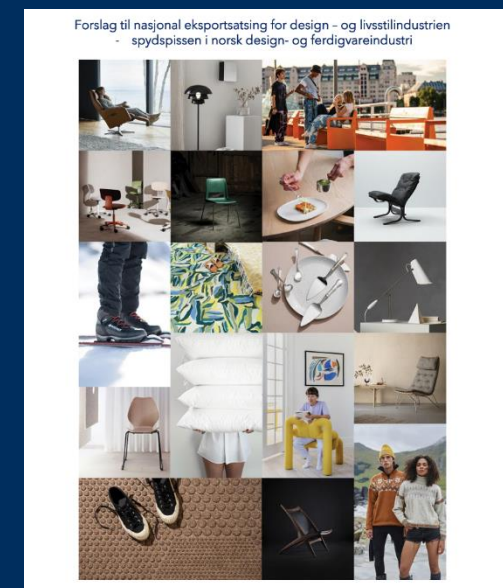
Havvind



**Mer og grønnere
maritim eksport**



Helseindustri



**Vareproduksjon og
design**

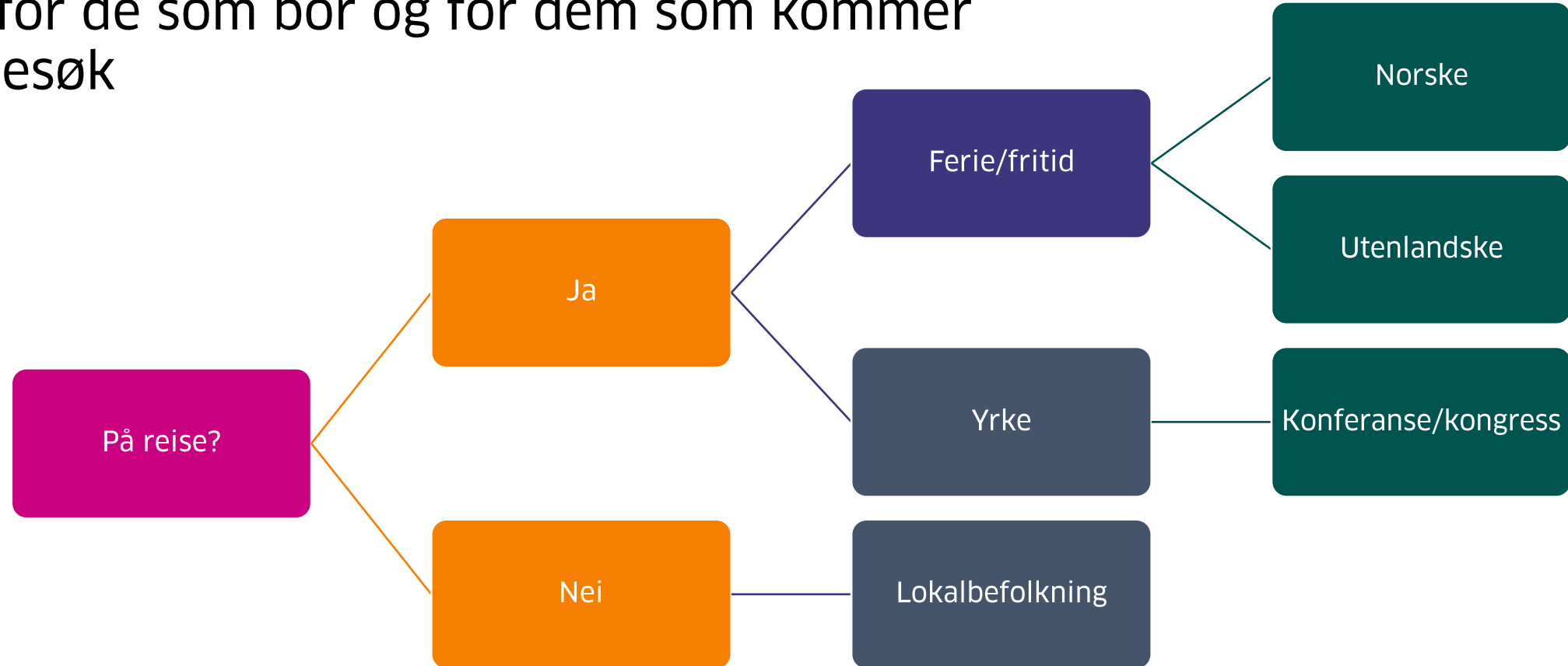
Felles initiativ fra de mest sentrale aktørene

- NHO Reiseliv
 - Virke Reiseliv
 - Norsk Reiseliv
 - NHO Luftfart
 - Fellesforbundet
 - Parat
-
- Norsk Alpinanlegg og fjelldestinasjoner
 - Spekter
 - Rederiforbundet



En næring – i to typer markeder

Bra for de som bor og for dem som kommer på besøk

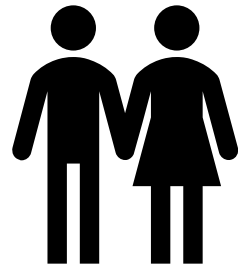


Reiseliv i tall



4,2%

BNP



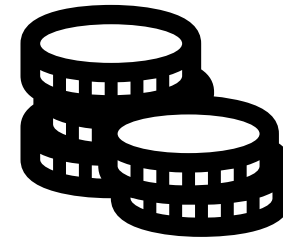
7 av 100

Jobber i reiselivsnæringen
som utgjør 182 900 sysselsatte



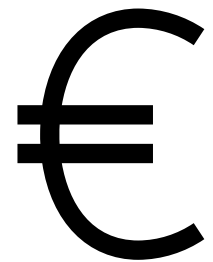
350 000

Arbeidsplasser
Norsk reiselivs totale
sysselsettingseffekt inkl.
ringvirkninger



194 mrd kr

Turistkonsum



59 mrd

Utlendingers turistkonsum
31% eksportandel

Nærings- og
fiskeridepartementet

Reiseliv blir neste nasjonale eksportsatsing

7.9.2023 17:30:00 CEST | [Nærings- og fiskeridepartementet](#)

Torsdag 7. september annonserte næringsministeren at reiseliv blir den femte eksportsatsingen i regjeringens eksportreform. Hele Norge eksporterer. Satsingen skal bidra til økt eksport og bidra til en mer konkurransedyktig reiselivsnæring som både er mer bærekraftig og lønnsom.



Næringsminister Jan Christian Vestre

– Reiseliv er Norges **femte største eksportnæring**. Det er økt etterspørsel etter bærekraftige reisemål og autentiske opplevelser. Norge kan bli en **verdensledende destinasjon for bærekraftig turisme**.

Fra regjeringens side ønsker vi å bidra til å utvikle en mer **konkurransedyktig og lønnsom** reiselivsnæring, som skaper **helårs arbeidsplasser** over hele landet, sier næringsminister Jan Christian Vestre.





Forslag til nasjonal eksportsatsing **REISELIV**

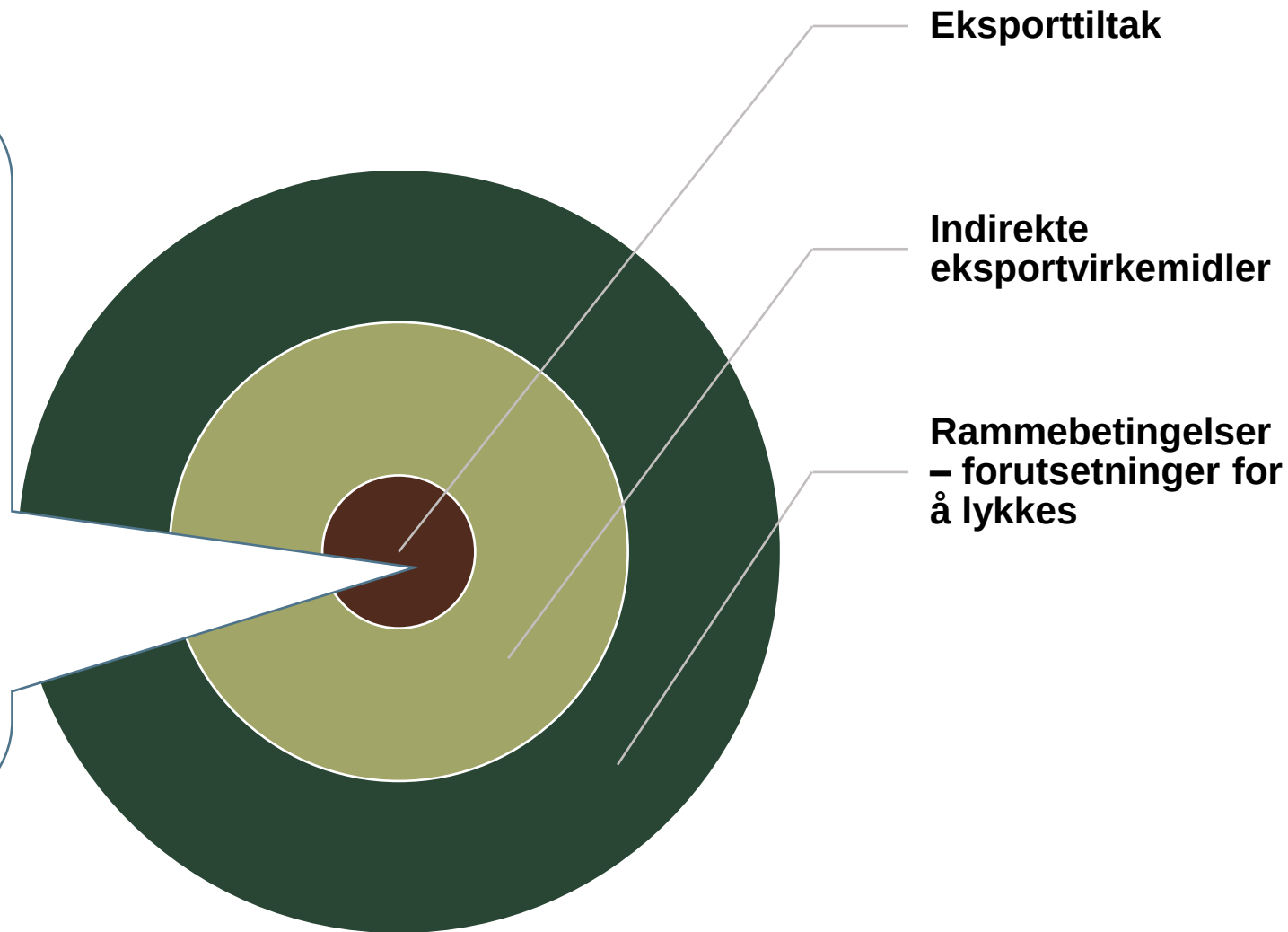
Til næringsminister Cecilie Myrseth
Fra Nasjonalt eksportråd

29.04.
2024

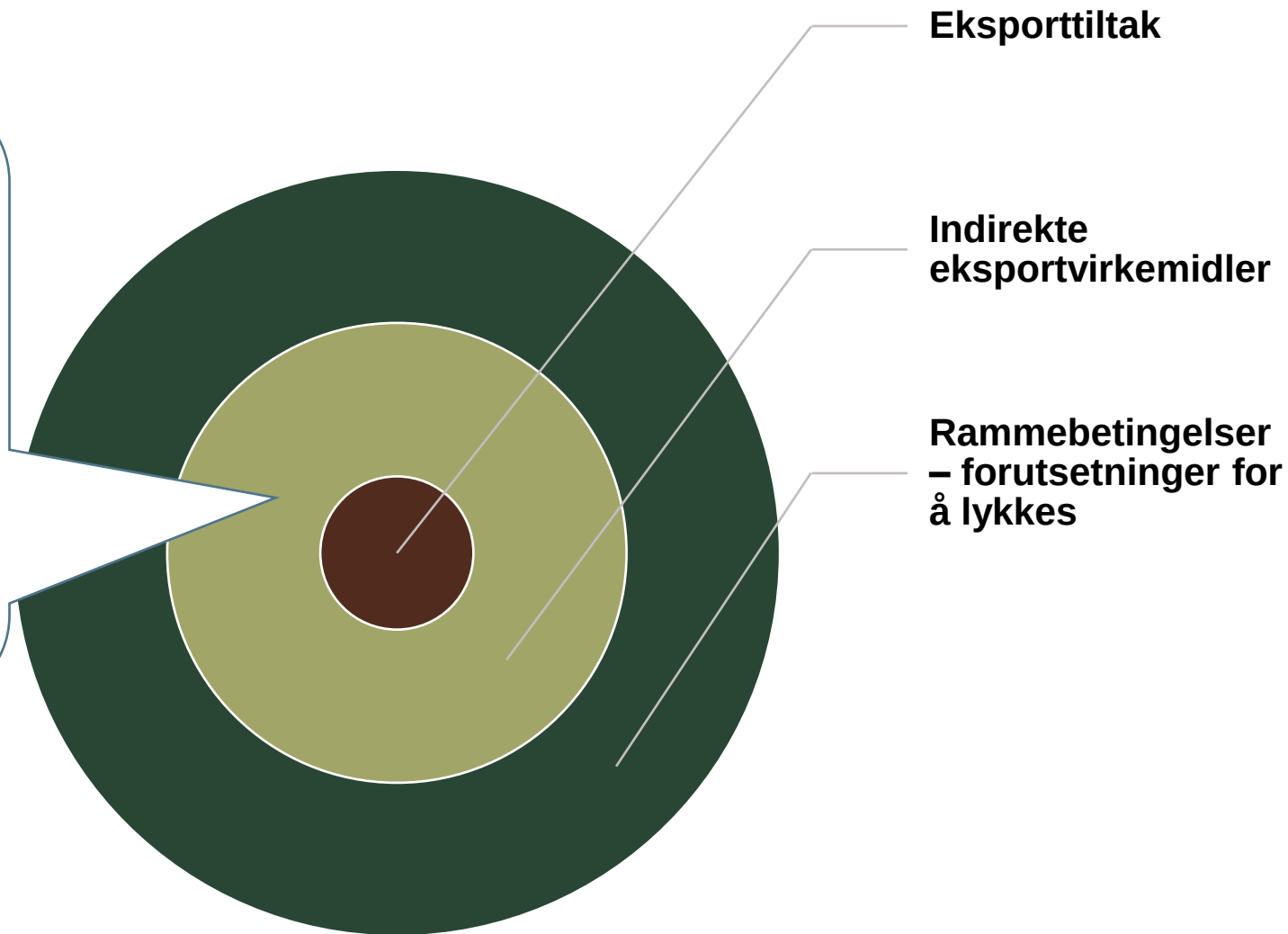




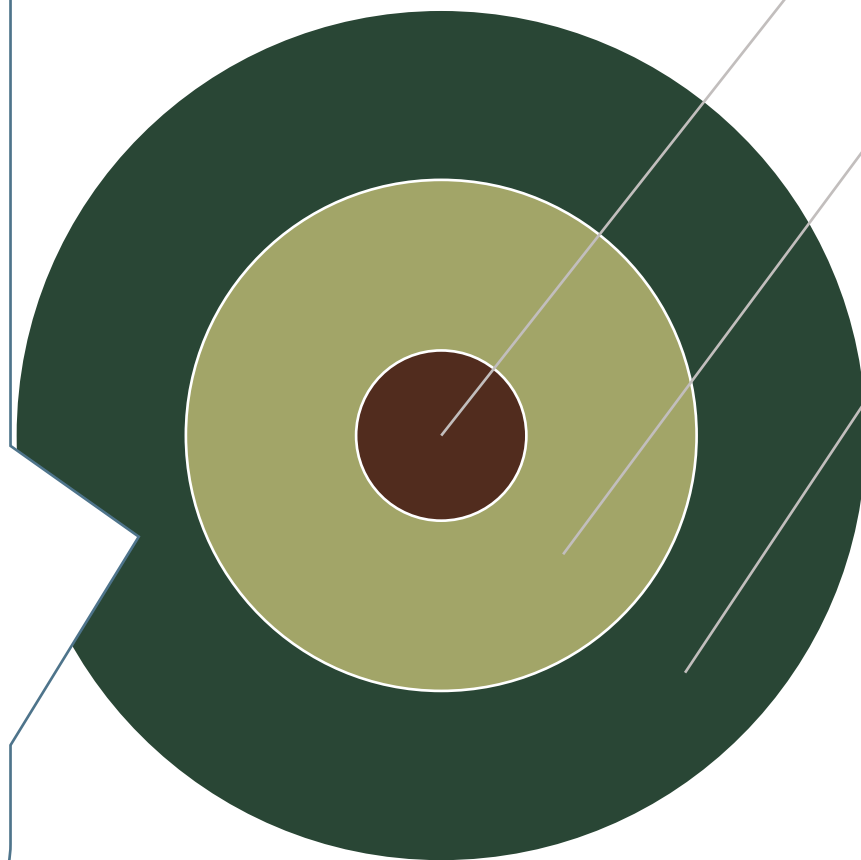
1. Treårige markedssatsinger i utvalgte segmenter og markeder
2. Risikoavlastning for internasjonale kongresser og arrangement
3. Eksportkompetanse-program
4. Norgesspesialist-program



1. Nasjonal monitor
2. Gjennomgang bedriftsrettede virkemidler
3. Kulturturisme
4. Mat og gastronomi
5. Bærekraftig besøks- og reisemåls-utvikling
6. Team Norway
7. Reiseliv for alle



1. Nasjonal monitor
2. Gjennomgang av reiselivsnæringens rammevilkår
3. Bedre koordinering av reiselivspolitikken
4. Konkurransedyktig filminsensivordning
5. Nasjonal cruisestrategi
6. MVA og reiseliv
7. Formueskatt
8. Fleksibilitet og bemanningsbehov
9. Fleksible åpningstider
10. Luftfartens rammebetingelser
11. OTA
12. Kortidsleie på digitale plattformer
13. Fellesgode-finansiering
14. Klimatiltak
15. Grønn mobilitet



Eksporttiltak

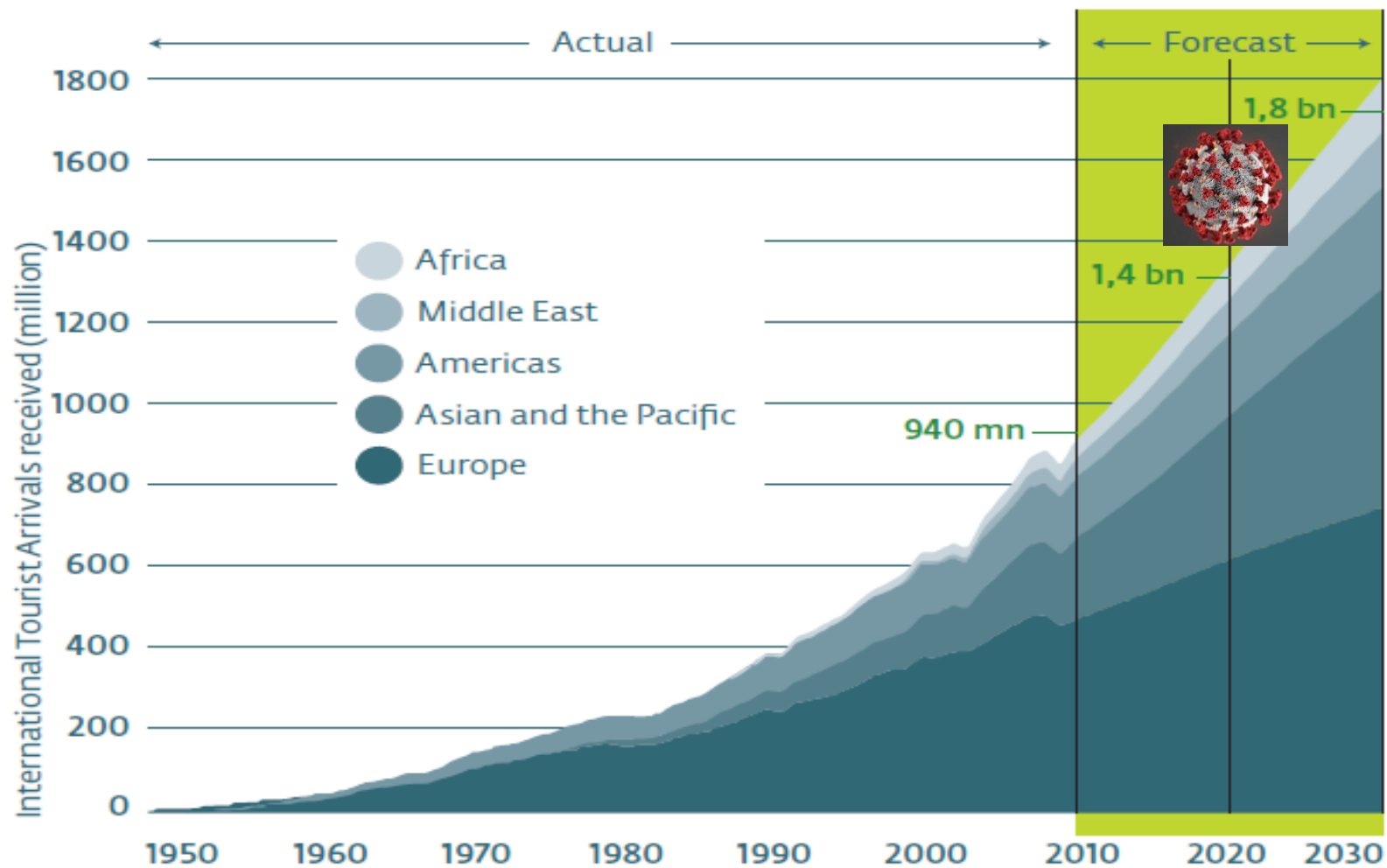
**Indirekte
eksportvirkemidler**

**Rammebetingelser
– forutsetninger for
å lykkes**

A photograph of the Kistefos Museum at dusk. The building is a long, low structure with a curved, metallic roof and large glass windows that are illuminated from within. It is situated on a grassy bank next to a river. The river's surface reflects the building's lights and the dark sky. A rocky shoreline is visible on the right, and a dense forest of evergreen trees covers the background hills. A thin crescent moon is visible in the upper left portion of the sky.

Konkurransefortrinn, utfordringer og barrierer

UNWTO Tourism Towards 2030: Actual trend and forecast 1950–2030



Source: UNWTO



43

millioner

ekstra

internasjonale
turistankomster
per år 2010-30

Norge i 2028

WORLD
TRAVEL &
TOURISM
COUNCIL

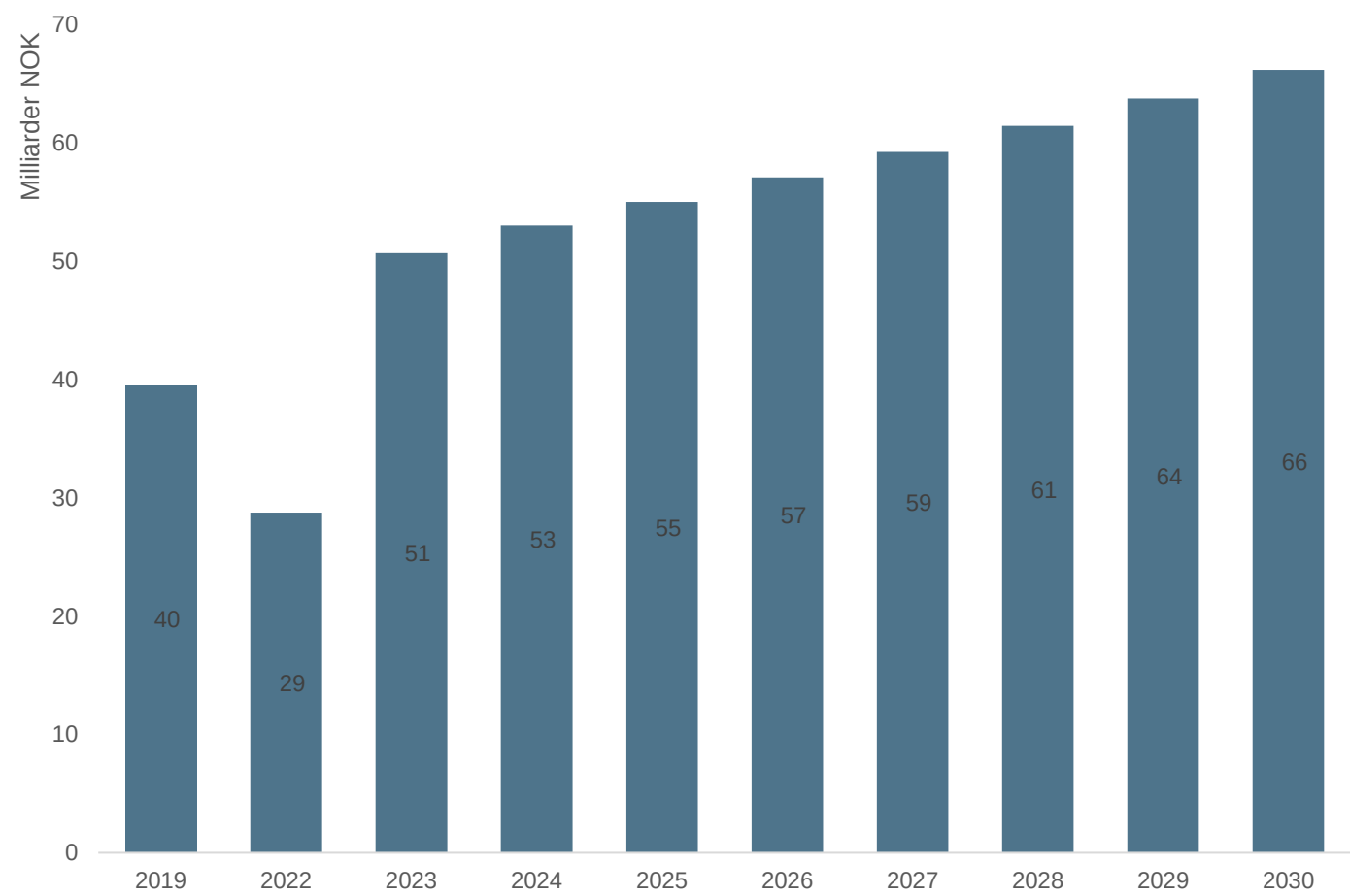
2028:
8.600.000
Internasjonale
ankomster

HELE NORGE
EKSPORTERER

Foto: Mattias Fredriksson/[visitnorway.com](https://www.visitnorway.com)

Forventet vekst i norsk reiselivseksport 2019-2030.

Kilde: Menon (2023)



Økt **verdiskaping** og **jobbskaping**

- 20 mrd. kr økt eksportverdi
- 20 mrd. kr økt innenlandsk konsum
- 25% økt reiselivsrelaterte jobber

Bidra til at Norge blir et **lavutslipssamfunn**

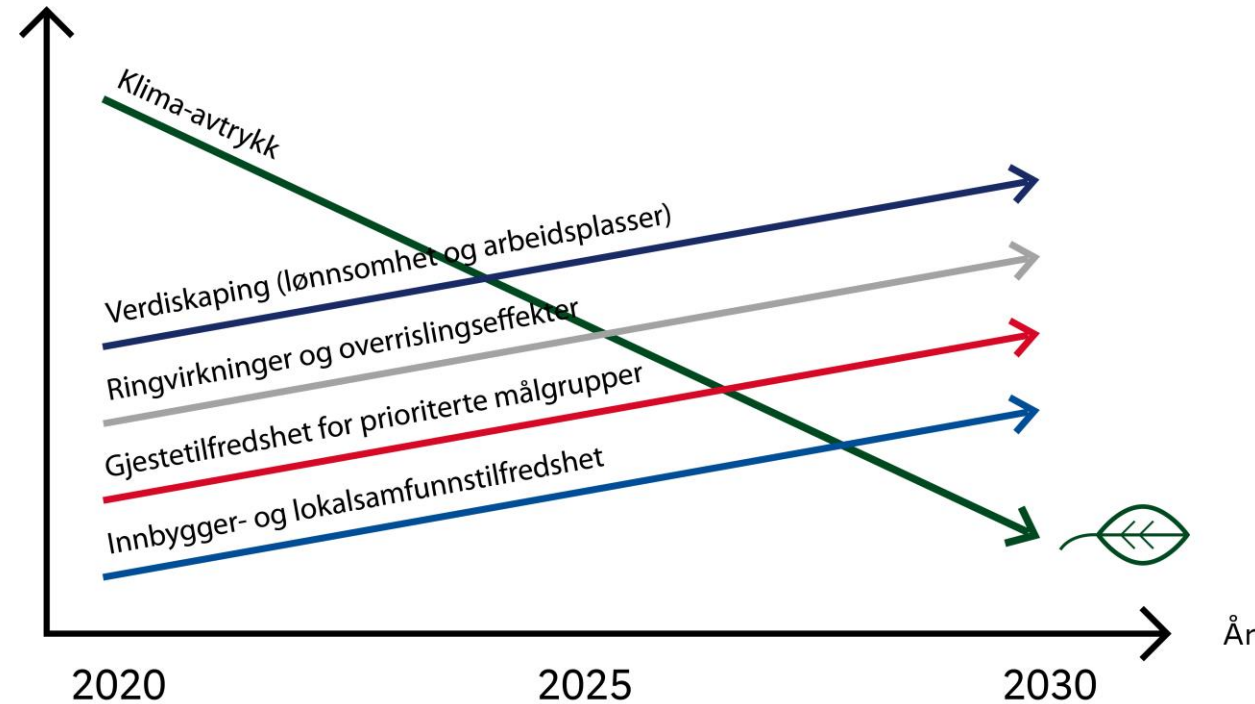
- 50% reduksjon i stedlig klimautslipp
- High yield – low impact: 10% årlig reduksjon i transport

Attraktive **lokalsamfunn** og fornøye **innbyggere**

- Økt sysselsetting og bosetting
- Bedre handels- og servicetilbud
- Økte ringvirkninger
- Positive innbyggere

Økt **betalingsvilje** og **gjenkjøp**

- Styrket markedsposisjon
- 25% økt forbruk i hovedmålgruppene

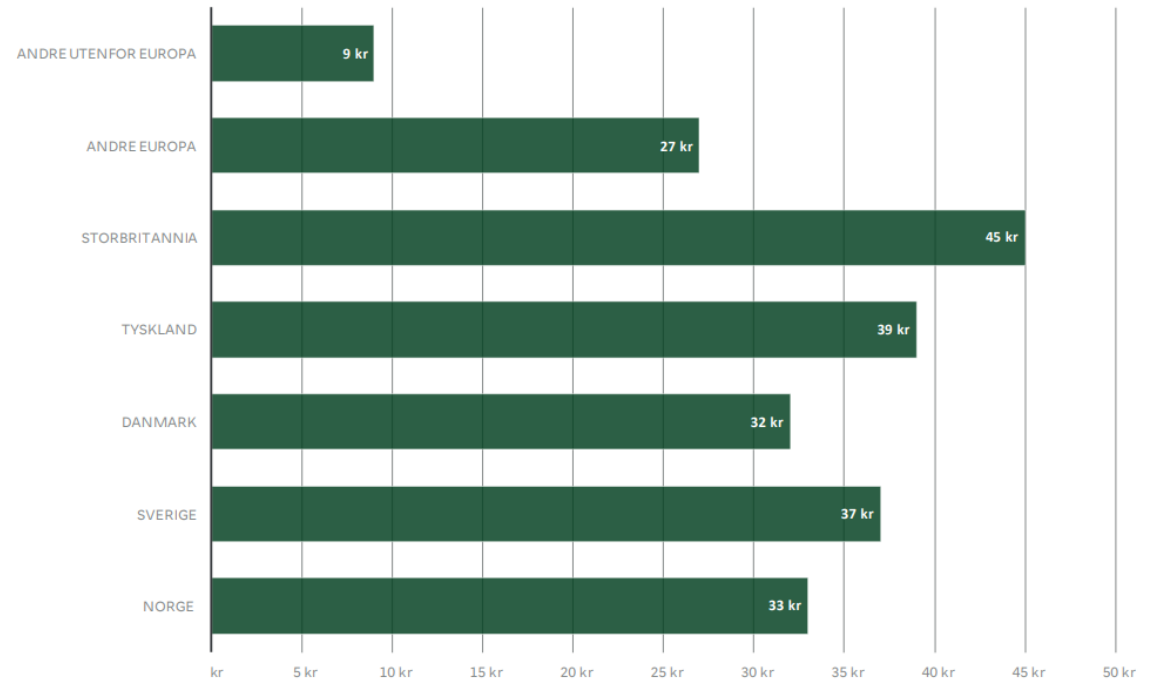


High yield



Low impact

Forbruk i kr per kilo CO2 utslipp

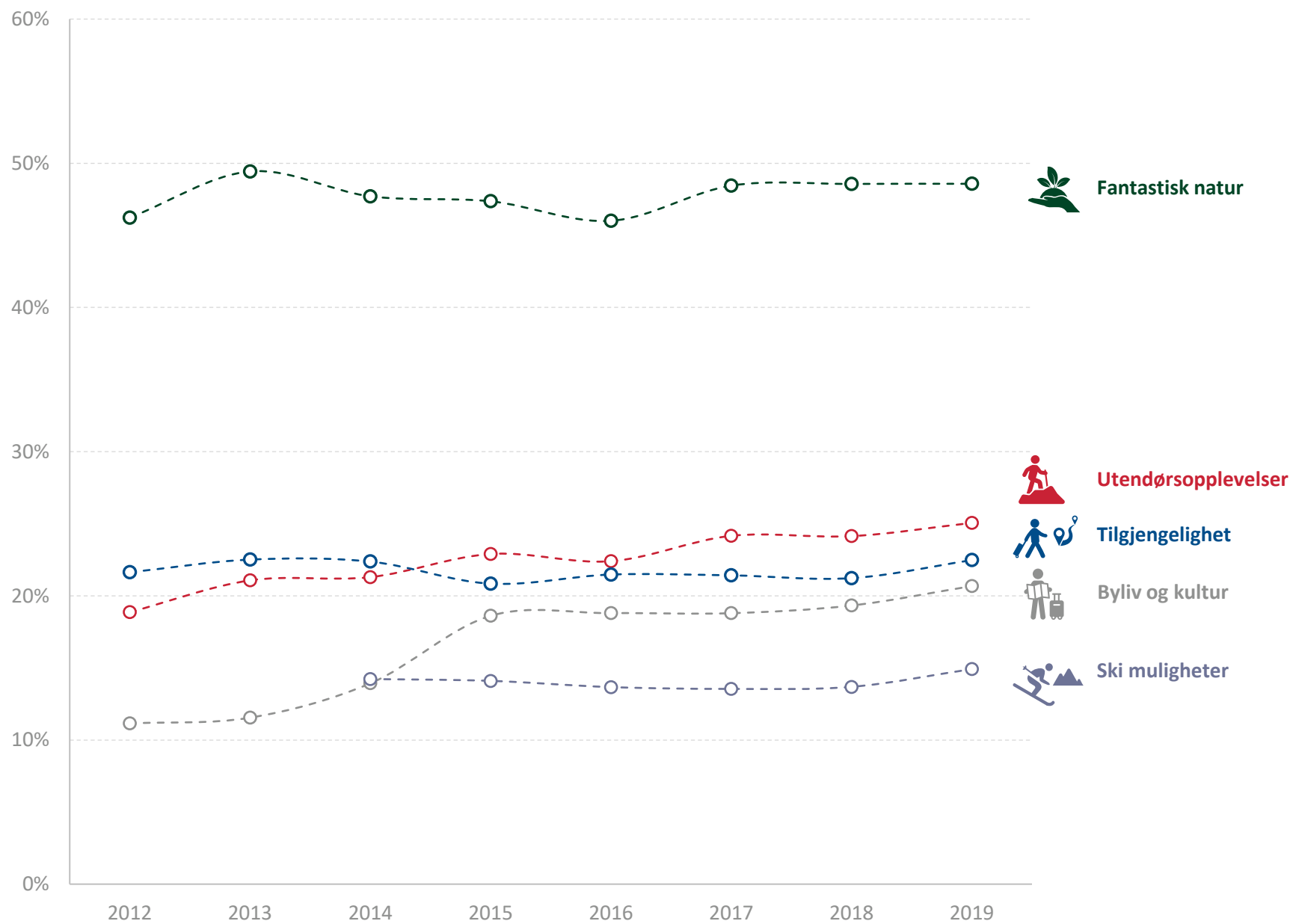


World map showing the distribution of Norwegian companies by country. The map uses three colors: red for Norway (76%), orange for other European countries (8%), and dark brown for non-European countries (23%). Callouts provide percentages for various countries:

- Norway: 76%
- Other European countries: 8%
- Non-European countries: 23%
- USA: 8%
- UK: 8%
- France: 6%
- Germany: 6%
- Italy: 5%
- Spain: 3%
- Sweden: 3%
- Australia: 3%
- China: 3%
- India: 3%

HELE NORGE

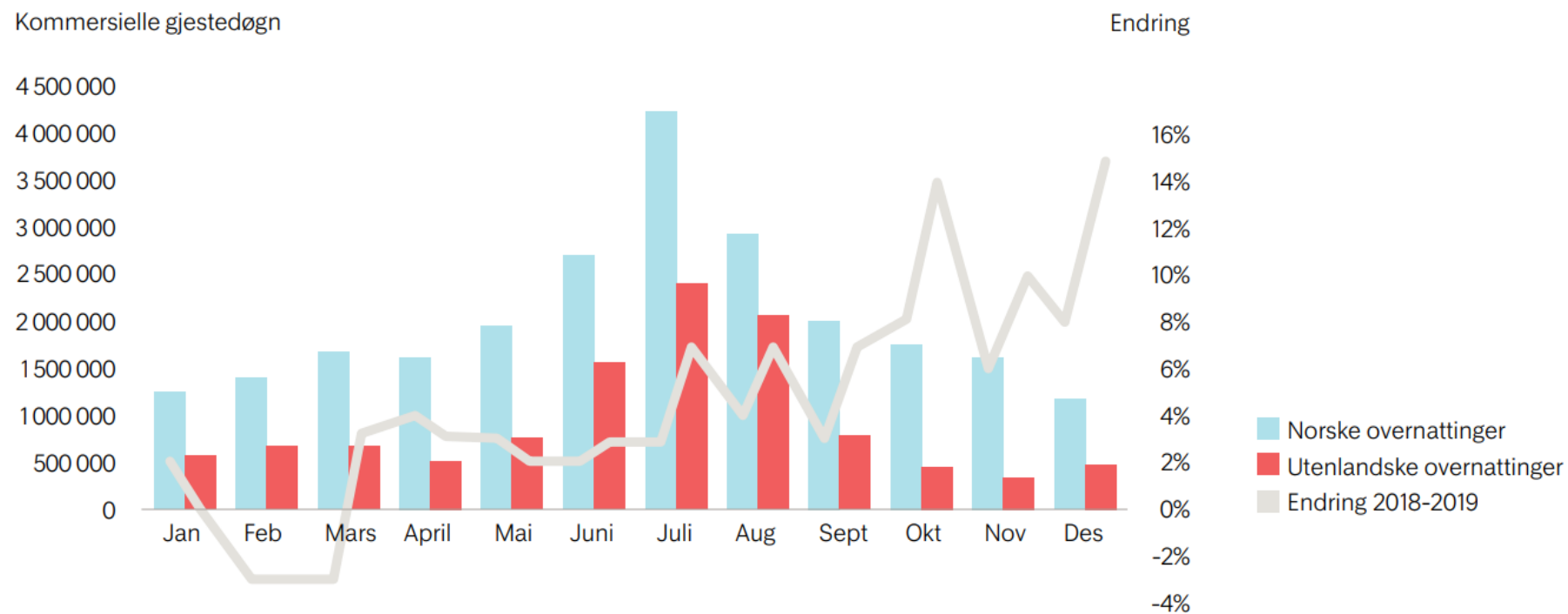
Prosentene viser andel av målgruppen som sier seg enig i utsagnet



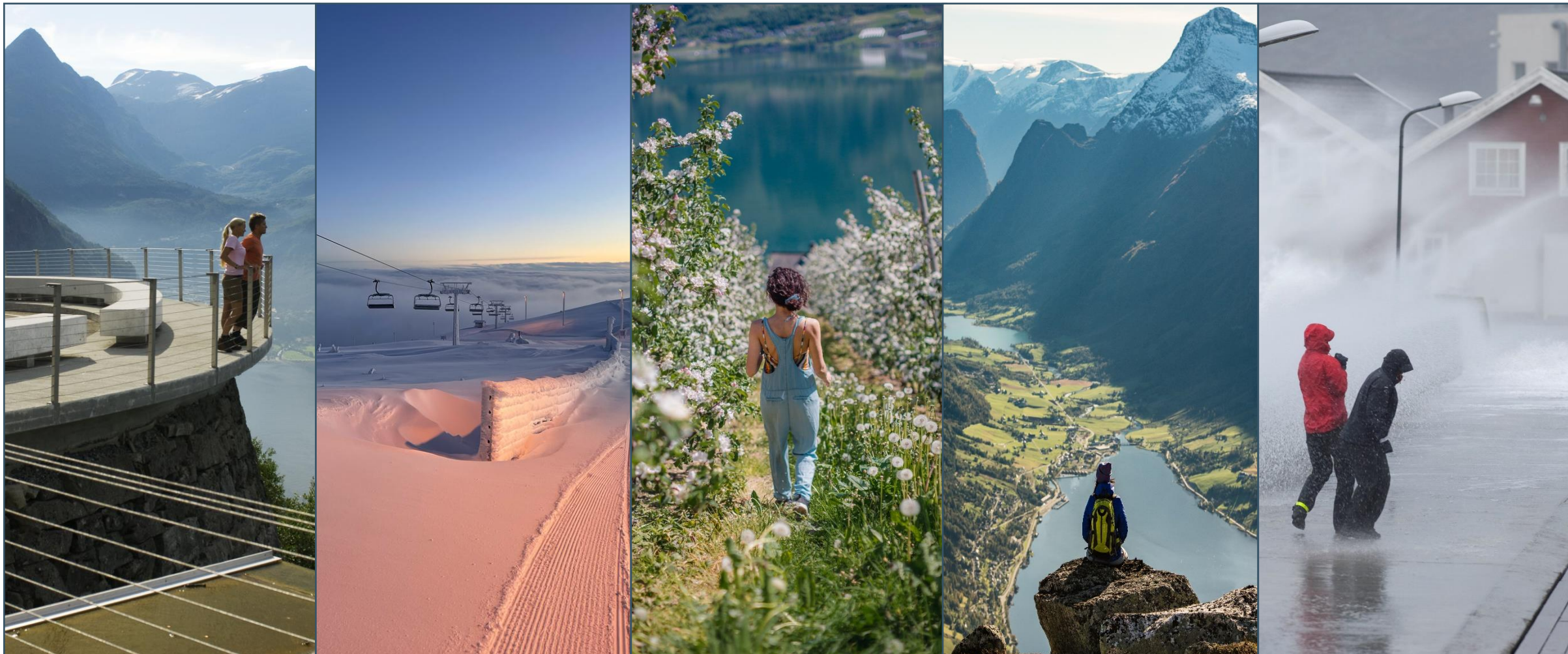
Skjev sesongstruktur

Fordeling av norske og utenlandske gjestedøgn gjennom året og endring fra 2018

Det var en god vekst fra utlandet stort sett gjennom hele 2019. Spesielt fra juli og ut året



Helårspotensial

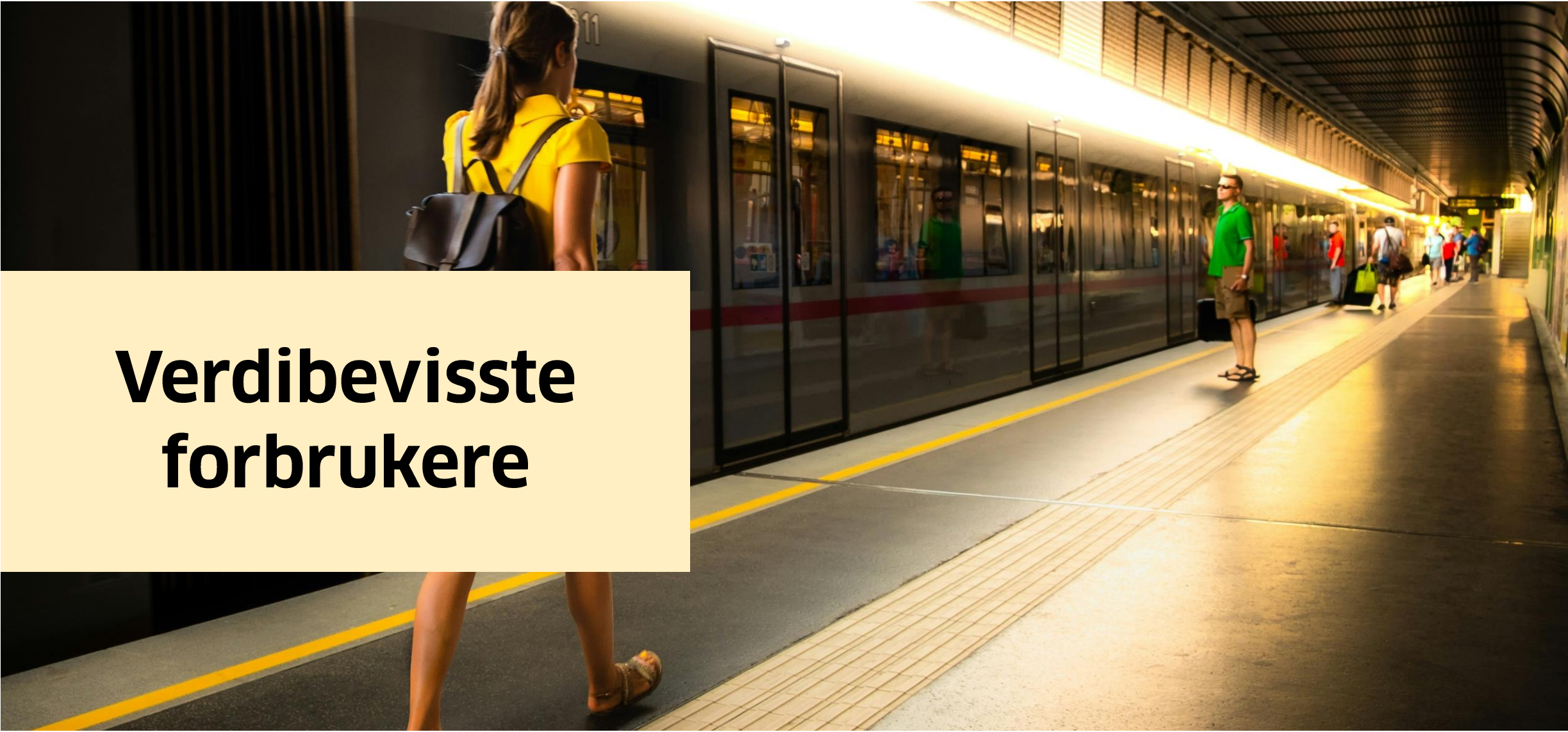


Kostnads**messig** konkurranseevne





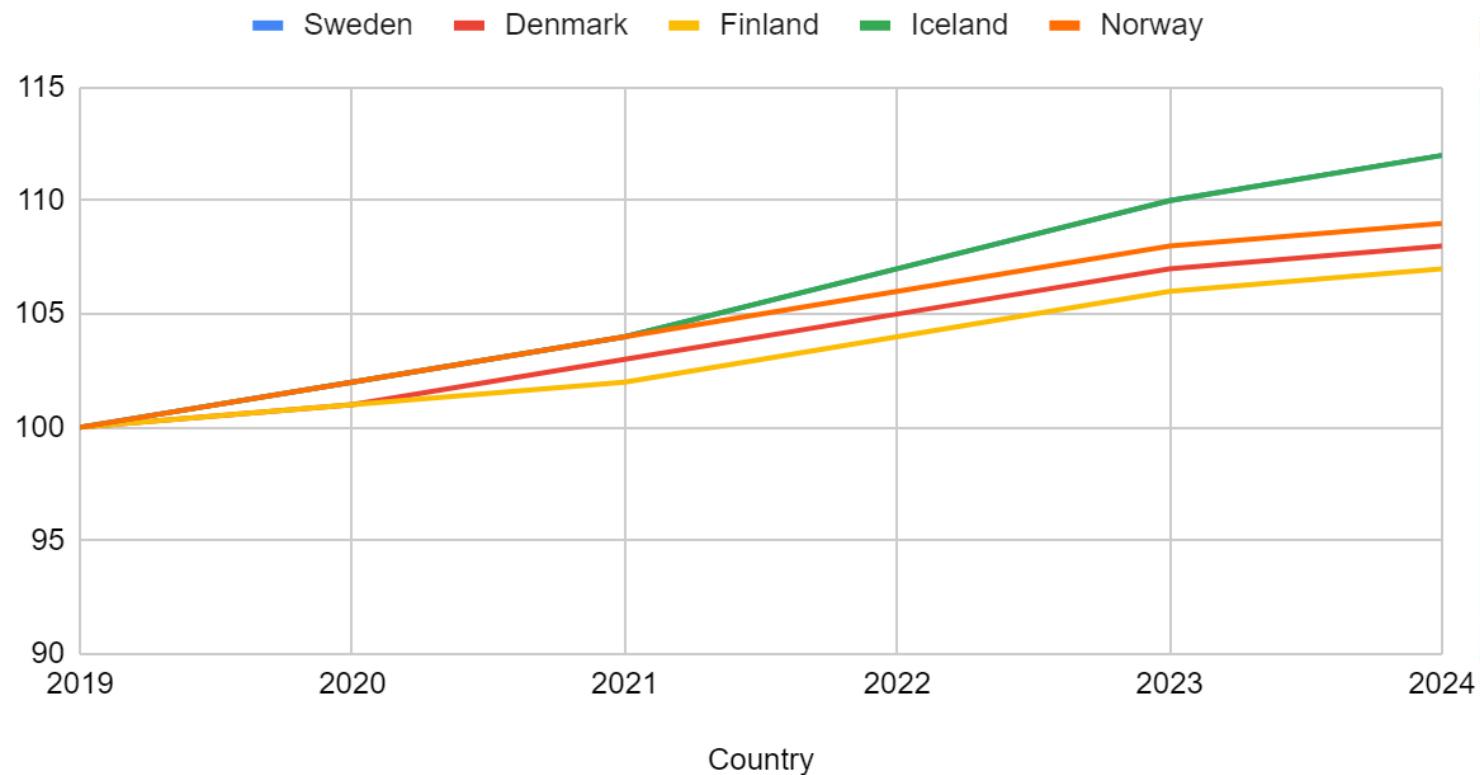
Digitale
bookingsplattformen



Verdibeviste forbrukere

Levekostnadene øker fortsatt, men har stabilisert seg

Sweden, Denmark, Finland, Iceland og Norway



Europe: Current Cost of Living Index by City

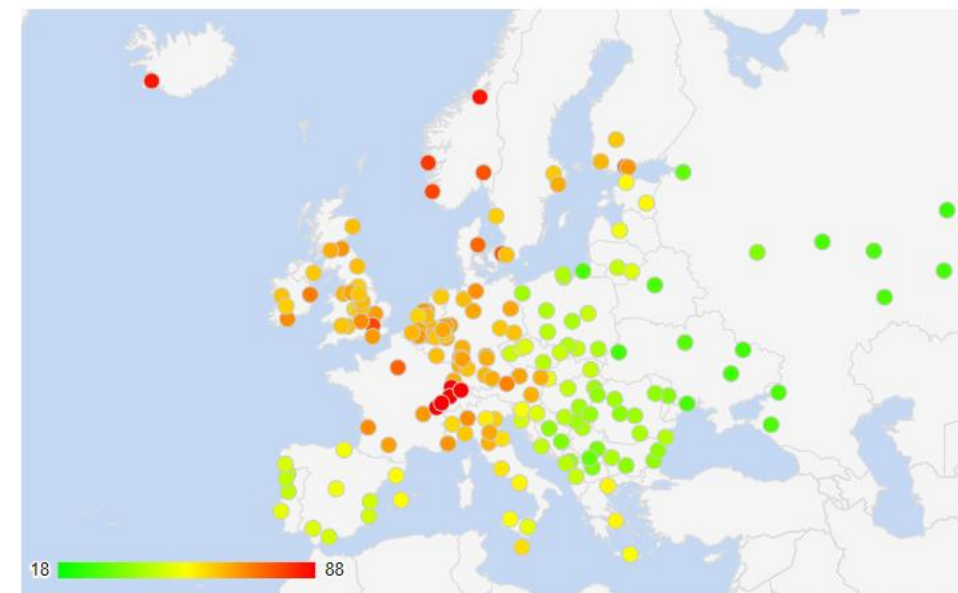
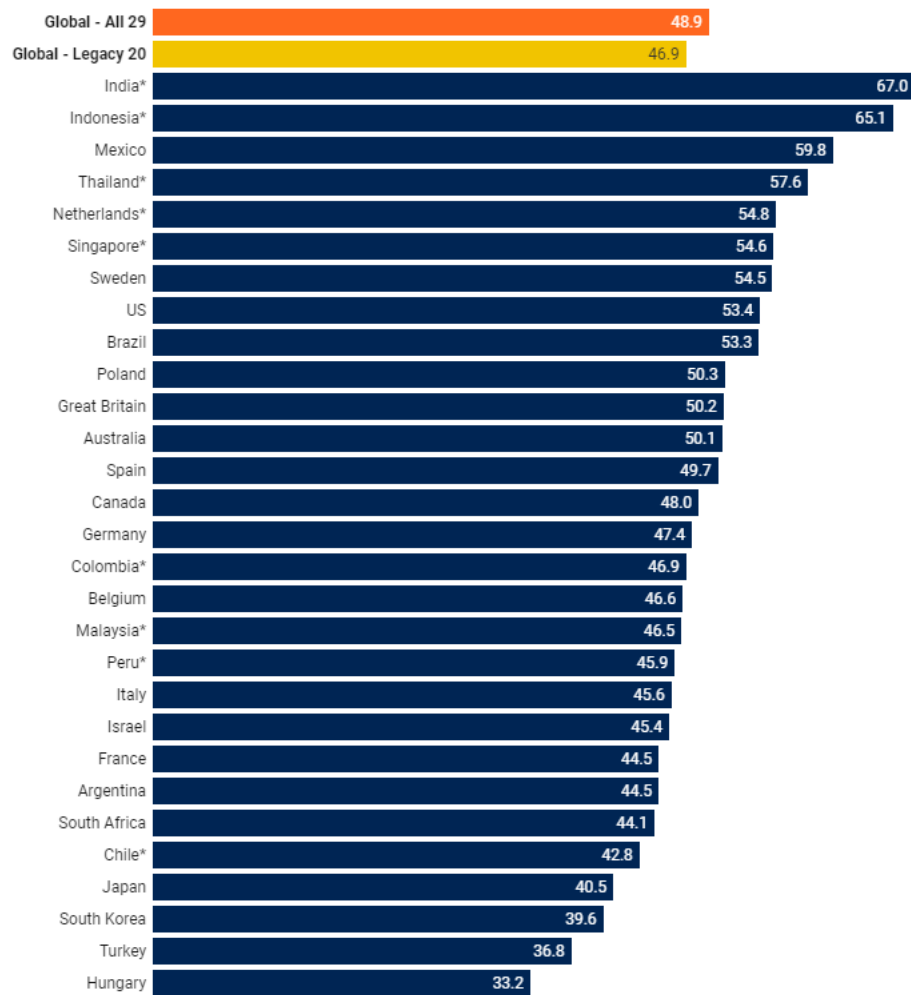


Chart: Cost of Living Index

Forbrukertilliten har stupt utfor en klippe, men er på vei opp igjen

Overall Consumer Confidence Index - April 2024



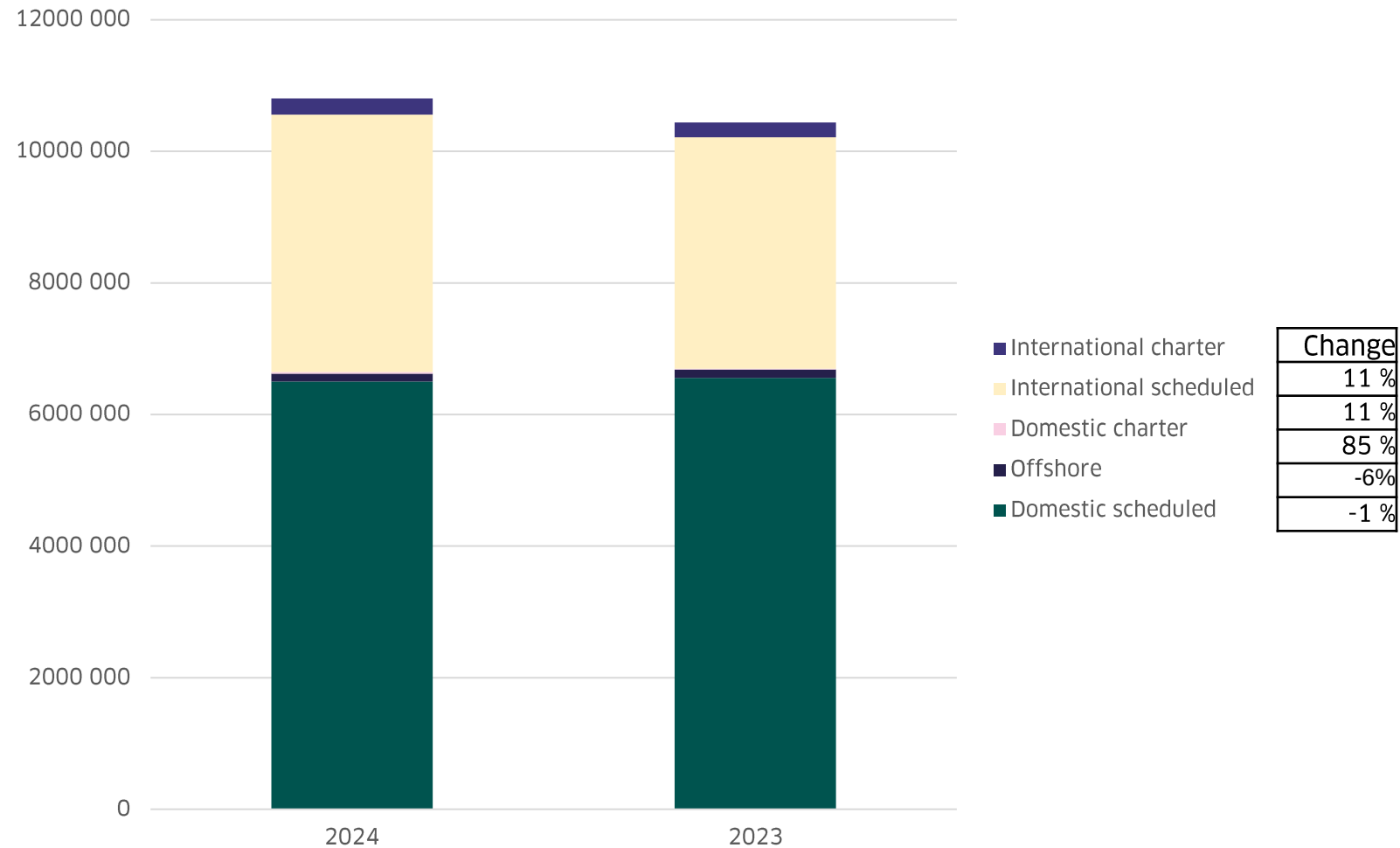
1-month change (vs March 2024)

Significant losses (-2.0 or less)		Significant gains (+2.0 or more)	
India	-5.2	Argentina	+3.7
Brazil	-3.5	Sweden	+3.6
Belgium	-2.3	Great Britain	+3.1
Hungary	-2.2	Turkey	+3.0
		France	+2.8
		Spain	+2.5
		Thailand	+2.1

Source: Ipsos | Global Consumer Confidence Index - April 2024
[Embed](#) • [Download image](#) • Created with [Datawrapper](#)

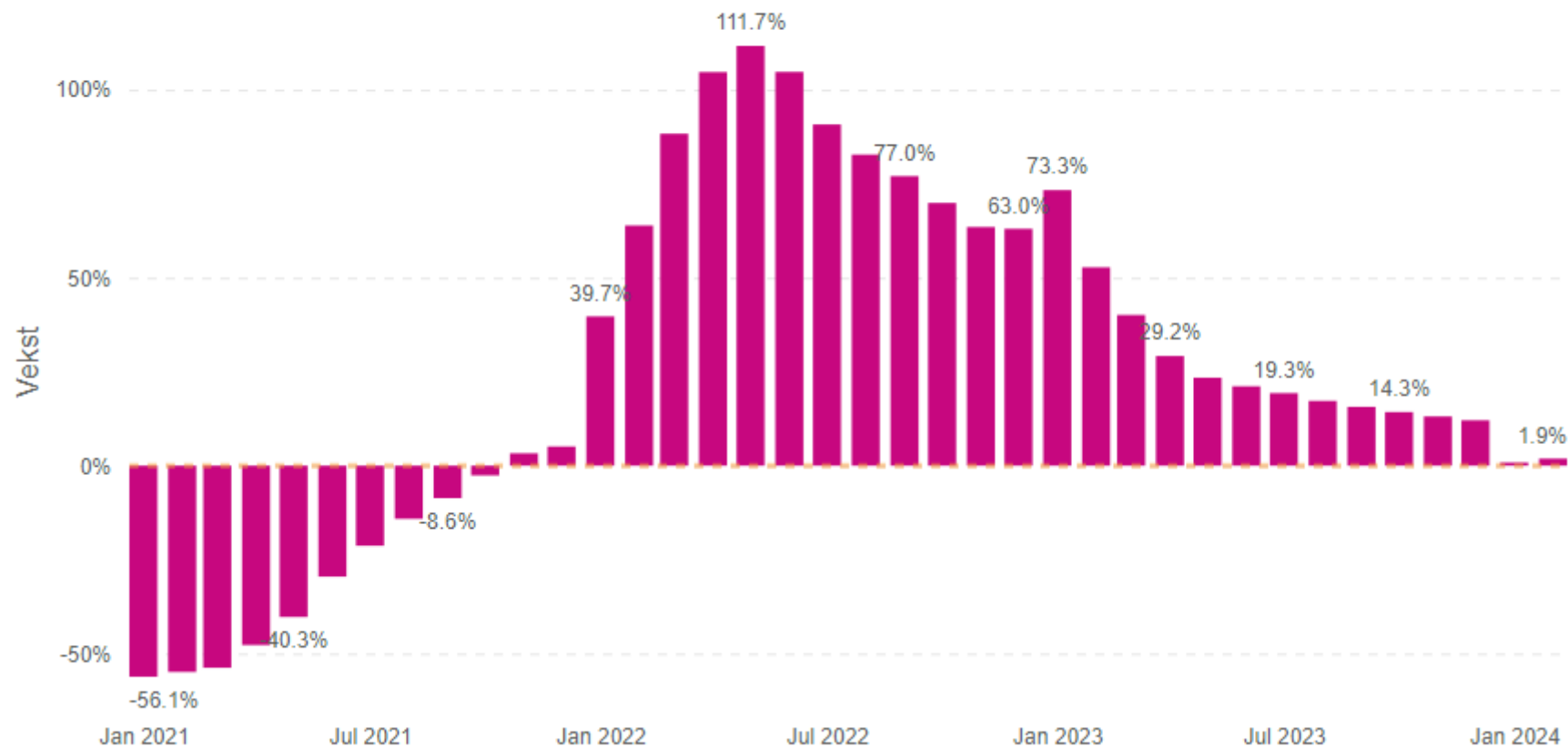
21,200 adults aged 18+ in India, 18-74 in Canada, Israel, Malaysia, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Indonesia and Singapore, and 16-74 in all other countries, conducted on Ipsos' Global Advisor online platform and, in India, on its IndiaBus platform.

Flytrafikken er tilbake, men ikke på 2019-nivå



Skyer i horisonten?

Omsetningsindeks vekst hittil i året akkumulert mot samme periode året før



55
feriedager



€ vs NOK

Valutakurs NOK per EUR



«Kokebok» for deg som vil eksportere

Identifiser målgruppen din

- Hvem er dine ideelle kunder?
- Hvor kommer de fra?
- Hva er deres interesser og behov?
- Når du vet hvem du skal målrette mot, kan du skreddersy dine produkter og tjenester for å appellere til dem.

Gjør research på markeder:

- Undersøk landene du ønsker å eksportere til
- Lær om operatører i disse landene, konkurransen og potensielle kunder
- Vær oppmerksom på kulturelle forskjeller og lokale skikker.

Utvikle en markedsføringsplan

- Hvordan skal du nå ditt målgruppe?
- Hvilke markedsføringskanal er skal du bruke?
- Hva er ditt budsjett?
- En god markedsføringsplan vil hjelpe deg med å få mest mulig ut av dine investeringer.

Bygg relasjoner

- Nettverk med andre reiselivsbedrifter
- B2B-messer og workshops.
- Journalister og influensere

Hva skal vi leve av etter olja?

Etterspørsel fra petroleumsvirksomheten

16
14
12
10
8
6
4
2
0

1970 1980 1990 2000 2010 2020 2030 2040

Investeringer Produksjonsutslipp Lønnskostnader Basisforlegg Høiden III

Foto: Marcota Berge

Kilde: Finansdepartementet (2022). Perspektivmeldingen, Meld. St. 14 (2020-21)

Konkurransefortrinn, utfordringer og barrierer

VIRKE

Kristina Mørum - Lasse Othman

Verdibeviste forbrukere

VIRKE

Photo by [Sil Rieber](#) on [Unsplash](#)

«Kokebok» for deg som vil eksportere

Identifiser målgruppen din

- Hvem er dine ideelle kunder?
- Hvor kommer de fra?
- Hva er deres interesser og behov?
- Når du vet hvem du skal målrette mot, kan du skreddersy dine produkter og tjenester for å appellere til dem.

Gjør research på markeder

- Undersøk landene du ønsker å eksportere til
- Lær om operatører i disse landene, konkurransen og potensielle kunder
- Vær oppmerksom på kulturelle forskjeller og lokale skikker.

Utvikle en markedsføringsplan

- Hvordan skal du nå ditt målgruppe?
- Hvilke markedsføringskanal er skal du bruke?
- Hva er ditt budsjett?
- En god markedsføringsplan vil hjelpe deg med å få mest mulig ut av dine investeringer.

Bygg relasjoner

- Nettverk med andre reiselivsbedrifter
- B2B-messer og workshops.
- Journalister og influensere

Hva skal vi leve av etter olja?

Konkurransefortrinn, utfordringer og barrierer

Verdibeviste forbrukere

«Kokebok» for deg som vil eksportere

Identifiser målgruppen din

Gjør research på markeder

Utvikle en markedsføringsplan

Bygg relasjoner

VIRKE

Spørsmål?