

Hvordan bruker vi tall og analyser i mediearbeidet

- Verdien av innsiktsbasert kommunikasjon

Merete Habberstad, kommunikasjonsdirektør
,Destinasjonsforum 27.november 2024

Kommunikasjonsteamet – hvem er vi?



Merete Habberstad

Kommunikasjonsdirektor

✉ merete.habberstad@nhoreiseliv.no

☎ 93 43 98 42

📷 [Pressebilder](#)



Hege Paulsen Bråtner

Kommunikasjonssjef

✉ hege.bratner@nhoreiseliv.no

☎ 91 59 50 39

📷 [Pressebilder](#)



Trine Knudsen Dabbadie

Digitalsjef

✉ trine.knudsen-dabbadie@nhoreiseliv.no

☎ 93 06 35 72



Vilde Larsen Hellum

Senior kommunikasjonsrådgiver

✉ vilde.hellum@nhoreiseliv.no

☎ 47 28 81 17

Valgkamp mot Stortingsvalg 2025

1. Hvilke politiske saker skal vi prioritere?

2. Hvordan skal vi jobbe inn mot politikerne?



Hvordan skal vi utnytte tall, fakta og analyser ?

4. Hvordan skal vi bruke media og SoMe?

5. Hvordan utnytte lokale ambassadører?

6. Hva slags materiell må vi utvikle?

Tall og fakta om reiselivsnæringen

Her er de viktigste faktaene om reiselivsnæringen i Norge. Finn tall og statistikk knyttet til sysselsetting, verdiskaping, lønnsomhet, markeder og mye mer.



Fakta er
makta



Sysselsetting →

Lønnsomhet →

Verdiskaping →

Eksport →

Verdien av reiseliv i din kommune →

Besøkstall →

Overnattinger →

Prognoser fremover →



NHO Reiselivs medlemsundersøkelse (8. nov 2024) →

Økonomisk analyse av campingbransjen i Norge (2024) →

Rapport: verdien av utendørs opplevelser (2024) →

Rapport: Prognoser for norsk reiseliv (2023) →

Norsk reiseliv før, under og etter pandemien (2023) →

Rapport: Ringvirkninger av havfisketurisme (2022) →

Klimarapport for reiselivet (2021) →

Reiselivets verdi - destinasjonsanalyser →

Overordnet kommunikasjonsmål for valgkampen

- Synliggjøre hvilke politiske tiltak som trengs for å utvikle en lønnsom reiselivsnæring skaper arbeidsplasser og inntekter til kommunene
- Synliggjøre konsekvensene av turistskatten for alle bransjene i reiselivsnæringen

Kommunikasjonsmål: Reiselivet er «kommunens beste venn»

– på lag med lokalsamfunnet

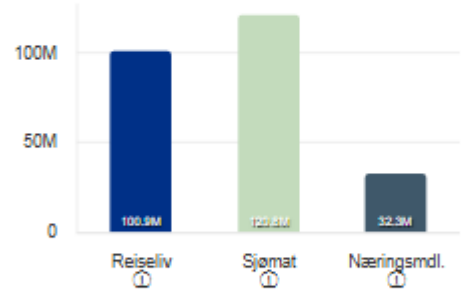
Tall og fakta om:

Skatteinntekter fra reiselivet

TROMSØ

Antall sysselsatte i reiseliv: 4 092

Kommunale inntekter fra
personskatt fra sysselsatte innen:



Viktig om tallene

Tromsø kommune har netto innpending av reiselivsansatte. Som en følge av utpendlingen er skatteinntektene til Tromsø kommune 32,1%. Totalt 133,3 millioner kroner.

Kilde: Menon Economics

2023 tall i desember



Reiselivet i Ålesund en del av løsningen

Om myndighetene satser på reiseliv, vil de få god drahjelp i jobben med å løse store samfunnsutfordringer framover, skriver Kristin Krohn Devold, og Cathrine Stadvik i NHO Reiseliv.

Et sterkt reiseliv gir gode hverdagsliv



Av Marianne Dobak Kvensjø, gruppeleder og førstekandidat for Nordland Høyre Publisert: 18.07.23 09:09

Sogn trenger reiselivet!



Tromsø trenger bærekraftig utvikling av reiselivet



DEBATT

Turismen, en undervurdert næring i Vestvågøy?

Å bygge levedyktige lokalsamfunn handler om å skape steder der folk vil bo, jobbe og leve. Da trenger vi et levende reiseliv som lykkes med å tiltrekke seg flere turister og tilreisende, understreker **Torild Langklopp** i **Adressen** ...see more

See translation



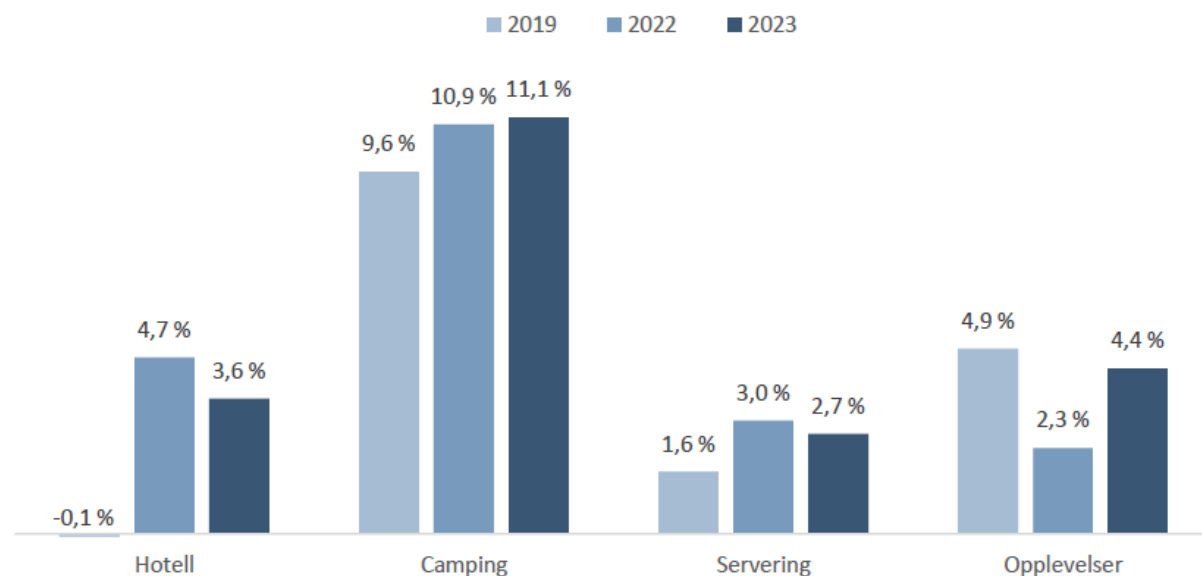
«Slik skal vi få liv i bygder som trues av fraflytting»

REISELIVSNÆRINGENS LØNNSOMHET

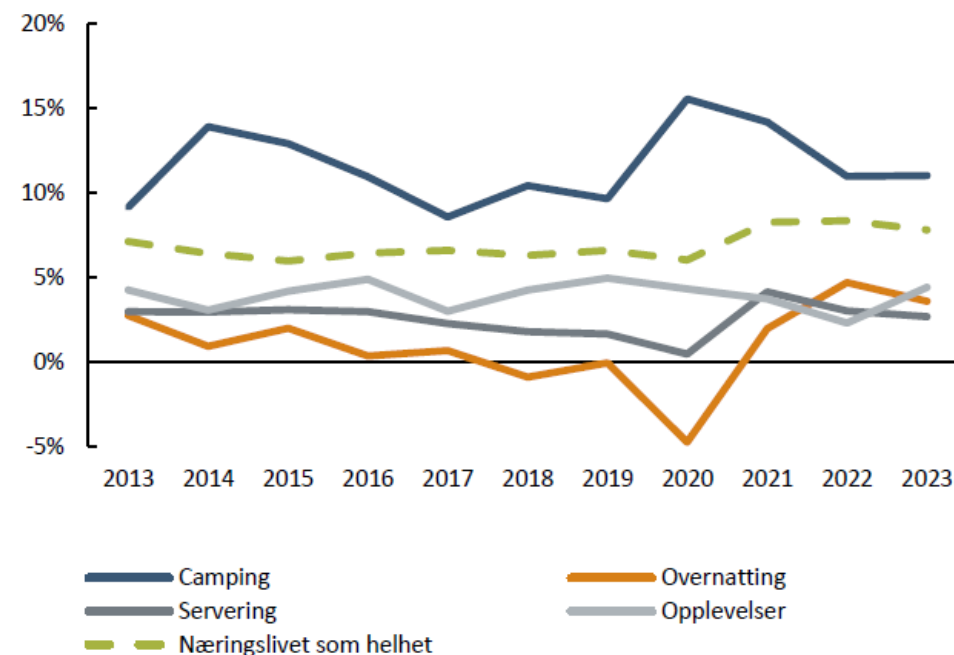
OPPDATERTE DRIFTSMARGINER 2023:

Med unntak av camping har lønnsomheten i reiselivet ligget under norsk næringsliv

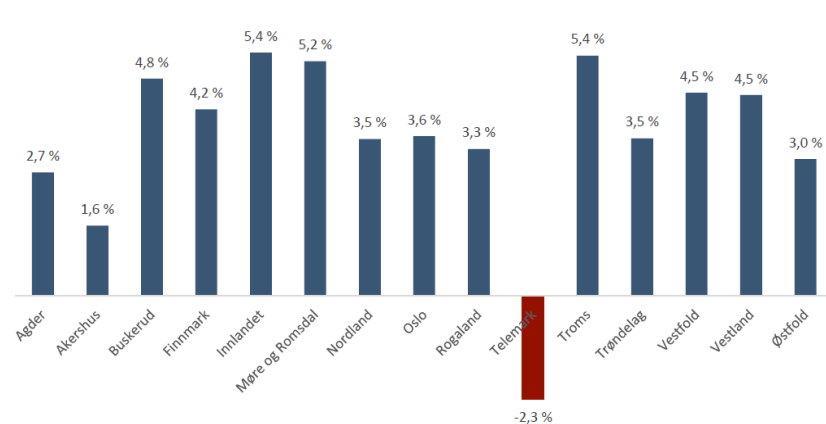
Driftsmarginer i fire reiselivsbransjer i 2023. Kilde: Menon Economics



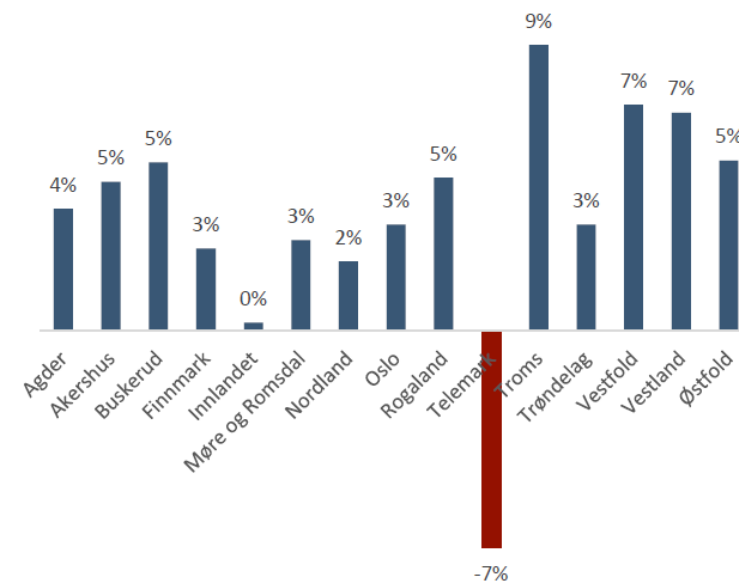
Utvikling i driftsmargin for fire reiselivsbransjer og norsk næringsliv som helhet (olje- og finansselskaper ekskludert) fra 2013 til 2023



Driftsmargin i 2023 for alle fire bransjer samlet : Høyest lønnsomhet i Innlandet og Troms – lavest i Telemark



Driftsmargin i 2023 for hotellbedrifter: Høyest lønnsomhet i Troms, lavest i Telemark



Nye destinasjonsanalyser som dokumenterer næringens betydning

- Hvordan kan vi bruke destinasjonsanalyser i mediarbeidet framover?

DESTINASJONSANALYSE STOR-OSLO



Menon-publikasjon 121/2024
Av Live Nerdrum, Glenn Widenhofer, Henrik Foseid, Erlend Lund, Andreas Cappelen, Karen R. Berg og Erik W. Jakobsen

Forsidebilde: Shutterstock / iStock

DESTINASJONSANALYSE SØRLANDSKYSTEN



Menon-publikasjon 122/2024
Av Live Nerdrum, Glenn Widenhofer, Henrik Foseid, Erlend Lund, Andreas Cappelen, Karen R. Berg og Erik W. Jakobsen

DESTINASJONSANALYSE TRØNDELAG



Menon-publikasjon 123/2024
Av Live Nerdrum, Glenn Widenhofer, Henrik Foseid, Erlend Lund, Andreas Cappelen, Karen R. Berg og Erik W. Jakobsen

Forsidebilde: iStock / iStock

DESTINASJONSANALYSE BERGENSREGIONEN



Menon-publikasjon 120/2024
Av Live Nerdrum, Glenn Widenhofer, Henrik Foseid, Erlend Lund, Andreas Cappelen, Karen R. Berg og Erik W. Jakobsen

Forsidebilde: iStock / iStock

DESTINASJONSANALYSE HALLINGDAL



Menon-publikasjon 126/2024
Av Live Nerdrum, Glenn Widenhofer, Henrik Foseid, Erlend Lund, Andreas Cappelen, Karen R. Berg og Erik W. Jakobsen

Forsidebilde: iStock / iStock

DESTINASJONSANALYSE GUDBRANDSDALEN



DESTINASJONSANALYSE NORDLAND



Menon-publikasjon 125/2024
Av Live Nerdrum, Glenn Widenhofer, Henrik Foseid, Erlend Lund, Andreas Cappelen, Karen R. Berg og Erik W. Jakobsen

Forsidebilde: iStock / iStock

DESTINASJONSANALYSE TROMS



Menon-publikasjon 159/2024
Av Live Nerdrum, Glenn Widenhofer, Henrik Foseid, Andreas Cappelen, Karen R. Berg og Erik W. Jakobsen

Forsidebilde: iStock

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

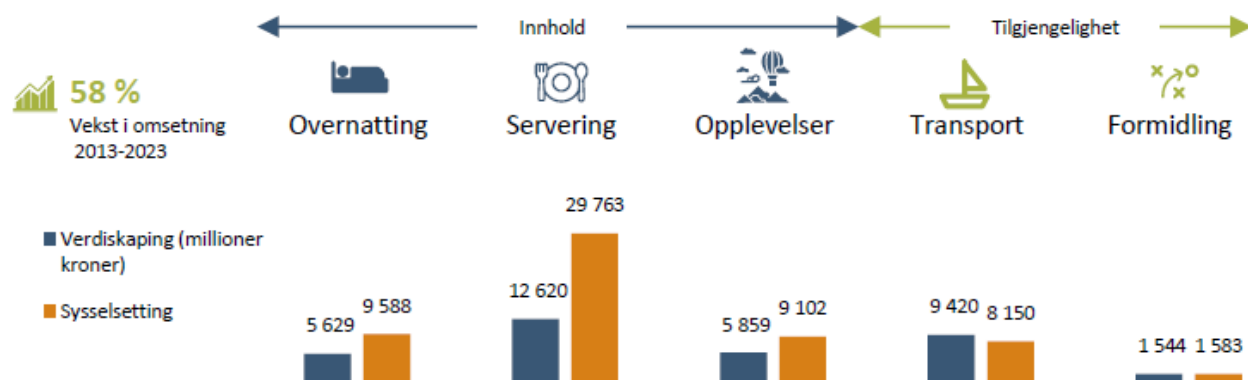
Markedsperspektivet (2023)

12 mill. gjestedøgn i regionen... ...som legger grunnlag for

	7,8 mill. hotellovernattinger		30,6 mrd. i omsetning
	1,3 mill. campingovernattinger		22,5 mrd. i verdiskaping
	490 000 fritidsboligovernattinger		25 000 sysselsatte
	2,1 mill. Airbnb-overnattinger		
	350 000 cruisepassasjerankomster		

Næringsperspektivet (2023)

Reiselivsnæringens fem bransjer og deres økonomiske betydning



Stor-Oslos særpreg, muligheter og utfordringer

Særpreg

- Landets største by og hovedstad, og Norges mest besøkte reiselivsdestinasjon
- Et sentralt knutepunkt for flyturister
- Marka rundt Oslo byr på en rekke naturopplevelser på tvers av sesongene, tett i nærheten av en urban bykjerne

Muligheter

- Arrangementsturisme, herunder messer og konferanser
- Tettere kobling mellom bykjerne og Stor-Oslo for øvrig til et helhetlig tilbud
- Opplevelsesturisme, herunder kombinasjoner av kultur- og naturopplevelser

Utfordringer

- Sterk konkurranse fra andre storbyer som København og Stockholm.
- Lønns- og kostnadspress i Oslo relativt til andre områder i Norge

Oslo og omegn

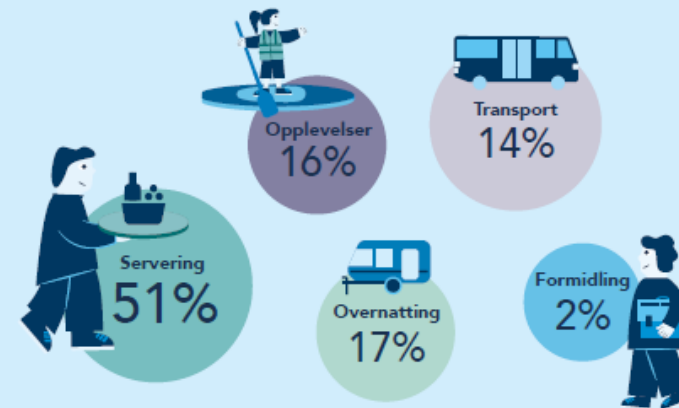


Syssetning:

58 000

Personer

De fem reiselivsbransjene hadde en samlet verdiskaping på **35 milliarder** kroner og en sysselsetting på 58 000 personer i 2023.



Mest besøkt

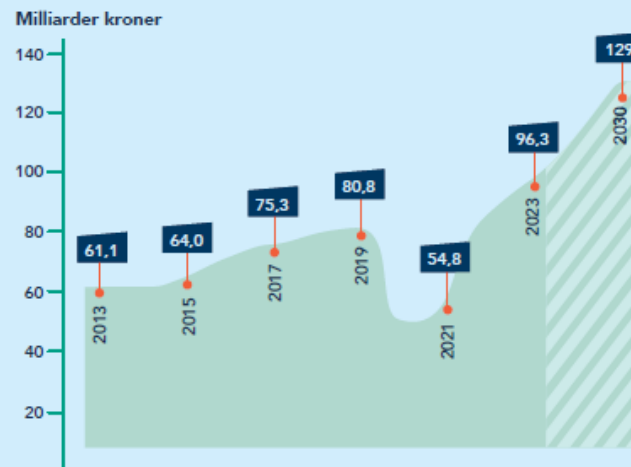
Stor-Oslo er Norges mest besøkte reiselivsdestinasjon med både et rikt kulturliv og mange turmuligheter.



Omsetning:

96 milliarder

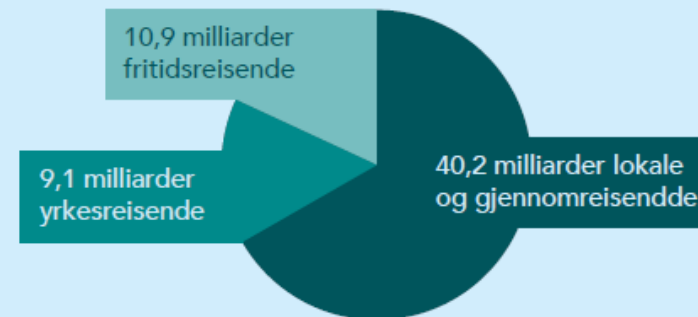
Historisk utvikling i omsetning og prognoser for 2030 i Stor-Oslo. Historiske tall i løpende kroner, 2030-prognosen er i faste 2023-kroner.



Et reiseliv

– også for lokalbefolkningen

Innholdsbransjen bestående av overnatting, servering og opplevelser omsatte for 60 milliarder kroner, 67% av omsetningen knyttes direkte til lokalbefolkning.



TURISTSKATTDEBATTEN

Første reaksjon:



- **Starter i feil ende** – en avgift kun på overnatting som ikke omfatter cruise og bobiler løser ikke utfordringene som fins på noen destinasjoner.

Skatt på lokalbefolkning og nordmenn. Nordmenn står for 2 av 3 overnattinger, dette blir skatt på Norgesferien, skatt på å være "turst i egen by" og fordyrer yrkeskonferansemarkedet.

Rammer hotell. Svekker konkurranseevnen. Kan gi mindre av det vi vil ha mer av.

45% ledig hotellkapasitet - Prisøkning svekker etterspørsel, rammer lønnsomhet, arbeidsplasser i distriktsNorge spesielt.

- **Frykter at avgiften til "reiselivsrelaterte fellesgoder" går i det store sluket.**
- **Stikk i strid med det næringen selv har bedt om.**

Mål for kommunikasjonen framover:

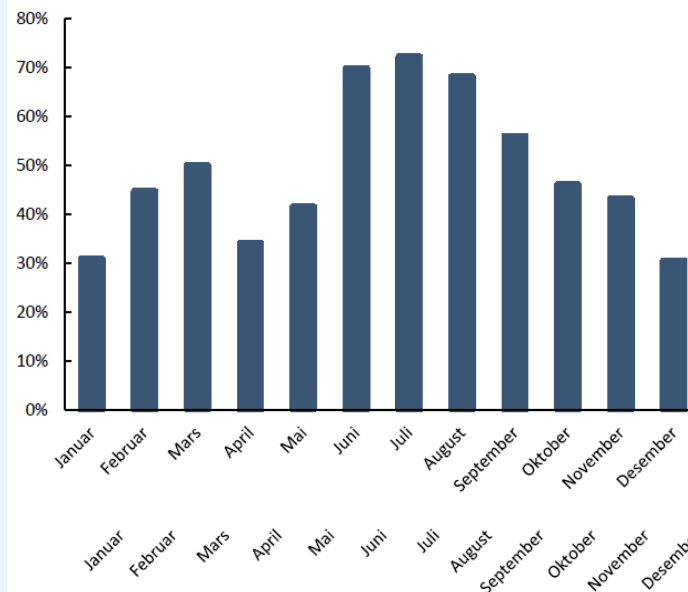
1. Stanse forslag om skatt på overnatting
2. Argumentere for konsekvensene av forslaget
3. Vaksinere kommunene mot å ta muligheten i bruk
4. Jobbe mot opposisjonen for å få omgjøring etter valg
4. Samle argumentasjon til talspersoner i:
NHO Reiseliv, NHOs regiondirektører og
medlemsbedriftene.
Alle er mot dette!
4. Medierigg: Bruke destinasjonsanalysene til å
underbygge argumentasjonen mot turistskatt i
ulike lokale utspill.

Turistskatt kan ødelegge positiv utvikling - uten å løse de reelle problemene

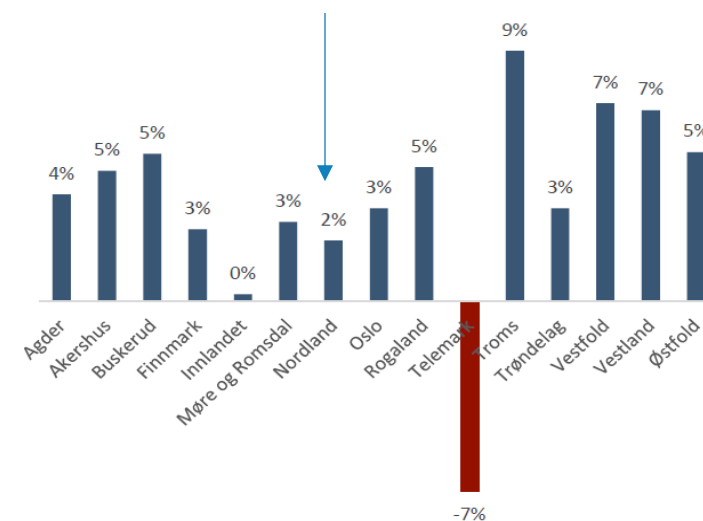
- Reiselivet i Nordland har vokst med 80% siste 10 år.
- Omsetning vokst fra 5,9 mrd i 2013 – prognose 2030 er 14,8 mrd
- 8600 arbeidsplasser.
- Nordland har over 50 % ledige hotellsenger å fylle. Dyrere hotellrom vil svekke etterspørsel (49% snitt belegg – lavere enn landsgjennomsnittet)
- Driftsmargin på hotell i Nordland er 2 prosent, noe som er under landsgjennomsnittet 3,6 prosent
- Frykter at 5 prosent ekstra skatt for noen vil gjøre det ulønnsomt med helårsdrift

Den månedlige kapasitetsutnyttelsen på hotellrom i 2023 i Nordland. Kilde: SSB

liv



Driftsmargin i 2023 for hotellbedrifter:
Høyest lønnsomhet i Troms, lavest i Telemark



NRK innslag: Positiv vekst, men viktig med tiltak som treffer problemene

- Reiselivsnæringen har bidratt til nær 2000 arbeidsplasser i Lofoten. Turistene sørger for en omsetning på nærmere to milliarder.

Trenger Airbnb registrering, cruise ilandsstigningsavgift



Hotellhelg i egen by blir dyrere

- 67% av omsetningen* i OSLO kan knyttes til lokalbefolkningen (til overnatting, servering og opplevelser)
- Totalt knyttes 40,2 milliarder av omsetningen til Oslo innbyggere.
- 61% gjennomsnittlig kapasitetsutnyttelse. (veksler fra 75% i høysesong til 47% i lav).
- Turistskatten gjør helgen på hotell 300 kroner dyrere
- Klimavennlig kortreist ferie blir dyrere

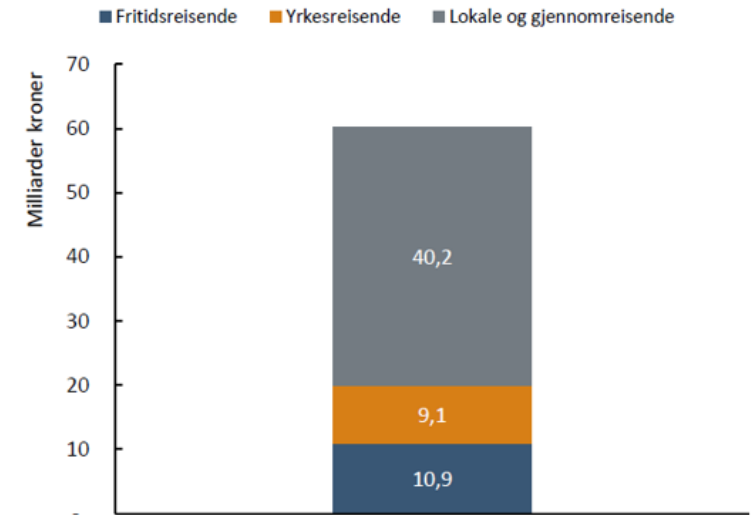


Foto: Strawberry

Ekstraskatt truer lønnsomhet og arbeidsplasser i stor inkluderingsnæring

- Nær 10 000 hotellansatte i stor Oslo, og andelen med innvandrerbakgrunn er høy.
- Driftsmargin på hoteller i Oslo er 3 prosent det er lavere enn næringslivet for øvrig og lavere enn landsgjennomsnittet for hoteller.
- Turistskatten svekker lønnsomheten i en av Oslos viktigste inkluderings- og integreringsnæring med mange store og små arbeidsplasser.



DESTINASJONSANALYSE Gudbrandsdalen

Ekstra hotellskatt gjør det tøffere å drive hotell

Nedgang på nær 100 000 gjestedøgn på hotell siden 2016.
Driftsmargin er 0

Hotell har 40 prosent gjennomsnittlig kapasitetsutnyttelse i Gudbrandsdalen som er vesentlig lavere enn landsgjennomsnittet.

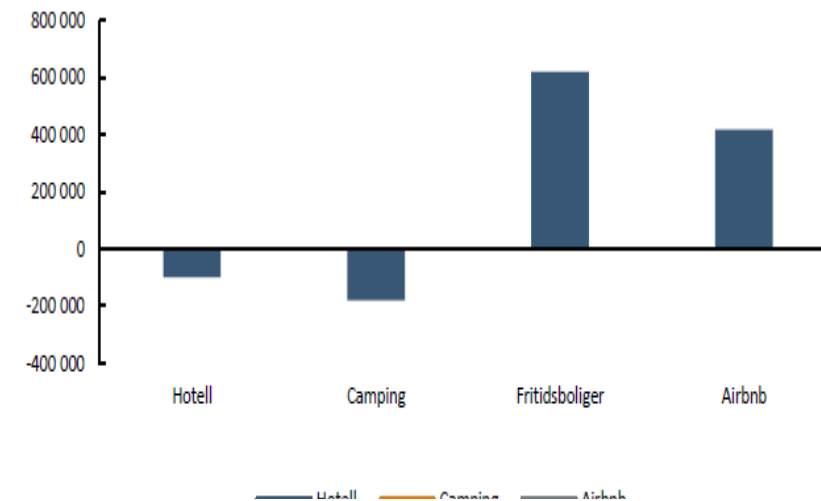
En hotellskatt som fordyrer bidrar ikke til å fylle flere ledige senger

Frykter mer fricamping

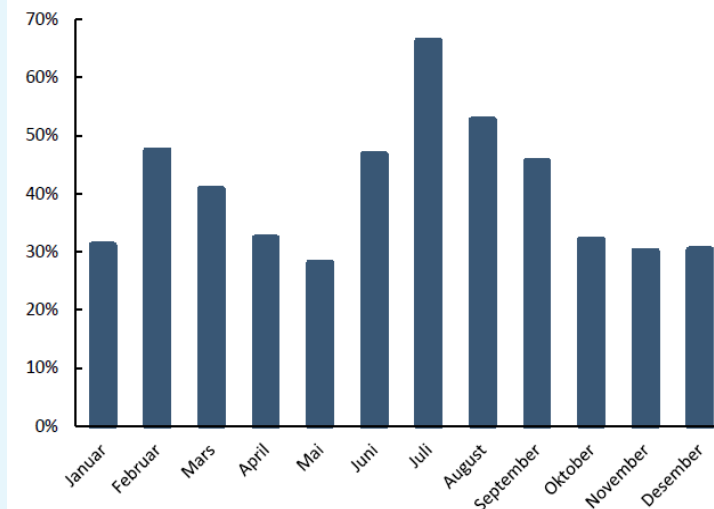
Camping i Gudbrandsdalen har allerede hatt en nedgang i gjestedøgn fra 2016 til 2023, på 180 000 gjestedøgn



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



Den månedlige kapasitetsutnyttelsen på hotellrom i 2023 i Gudbrandsdalen. Kilde: SSB



Fredrikstad trenger ikke turistskatt

Regjeringens turistskatt vil gjøre det dyrere å være gjest i Norge og vanskeligere å drive reiseliv. Fredrikstad bør si nei til en unødvendig skatt som rammer både turister, næringsliv og lokalsamfunn.

Fredrikstad trenger flere turister – ikke færre

- Bidrar til lokal økonomi:
1800 ansatte
- 42 millioner i skatteinntekter
- Feilslått:
Fredrikstad har ikke utfordringer med masseturisme som cruise, bobiler eller turistbusser
Hotellgjestene er gjester som legger igjen mest penger lokalt, skatt som gjør det dyrere å bo på hotell, treffer feil målgruppe.

- Analysene ligger på NHO Reiseliv.no



Søk

Arbinn

Logg inn

Meny

Innhold

Reiselivets verdi:
Destinasjonsanalyser
Bergensregionen

Gudbrandsdalen
Hallingdal
Lofoten og Vesterålen
Nordland
Oslo og Stor-Oslo
Stavanger
Sørlandskysten
Trøndelag
Tromsø
Trysil
Ålesund
Slik kan du bruke rapportene

Reiselivets verdi

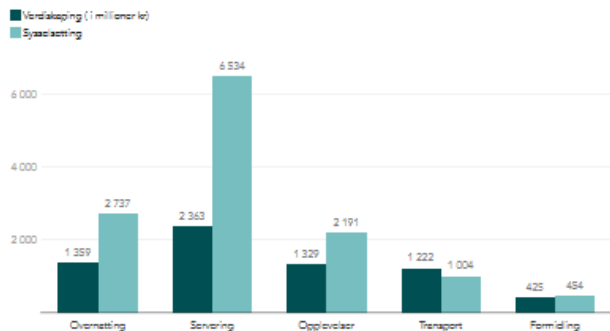
Bergensregionen

Med 4,3 millioner gjestedøgn og 9 400 sysselsatte er bergensregionen en viktig reiselivsdestinasjon.

Bergensregionen byr på en kombinasjon av natur, kultur, historie og et yrende byliv i Bergen sentrum. Området er kjent som «Gateway to the fjords» og har en rik kulturarv som er godt bevart.

Men den relativt apasse sesongprofilen i reiselivet i Bergen, blir understreket som en utfordring for reiselivet i regionen. Trengsel og såkalt "people pollution" på enkelte tidspunkt av året, er også en utfordring i visse områder. Bergensregionen har også en utfordring i et reiselivsnæringen er svært konsentrert i området rundt bykjernen.

Den økonomiske betydningen av reiselivet i Bergensregionen



Grafikk: NHO Reiseliv • Kilde: Menon Economics Destinasjonsanalyse for Bergensregionen (publisasjon 12/2024) • Last ned data • Smal • Last ned bilde

Reiselivets verdi i Bergensregionen er en viktig del av regionens økonomi og kulturarv.

Innhold

Reiselivets verdi:
Destinasjonsanalyser

Bergensregionen

Gudbrandsdalen

Hallingdal

Lofoten og Vesterålen

Nordland

Oslo og Stor-Oslo

Stavanger

Sørlandskysten

Trøndelag

Tromsø

Trysil

Ålesund

Slik kan du bruke rapportene

Reiselivets verdi: Destinasjonsanalyser

[Destinasjon](#)

Reiselivets verdiskaping og ringvirkninger i Oslo, Lofoten og Vesterålen, Bergen, Trondheim, Tromsø, Hallingdal, Ålesund, Trysil, Stavanger og byene langs sørlandskysten.



Hva er reiselivets verdi? NHO Reiseliv fått utarbeidet analyse av 9 viktige destinasjoner i Norge, der vi ser nærmere på reiselivets verdi i Norges største byer og reiselivsdestinasjoner. Analysene er utarbeidet av [Menon Economics](#).

Her kartlegges verdien av reiselivet for Norge generelt og for norske kommuner spesielt. Rapporten har bidratt til å synliggjøre reiselivets betydning for sysselsetting og verdiskaping i norske kommuner.

I kapitlene nedenfor har vi illustrert noen høydepunkter fra rapportene som du kan benytte

UTENDØRS OPPLEVELSER



verdiskaping



7 MILLIARDER KRONER

Inkludert ringvirkninger, la utendørs opplevelser grunnlag for 7 milliarder kroner i verdiskaping i 2022.



10 000 ARBEIDSPLASSE

I 2022 la utendørs opplevelser, inkludert ringvirkninger, grunnlag for mer enn 10 000 arbeidsplasser

Utendørs opplevelser, inkludert ringvirkninger, la grunnlag for 7 milliarder kroner i verdiskaping og mer enn 10 000 arbeidsplasser i 2022. Foto: NHO Reiseliv

CAMPING I NORGE

7,9 MILLIONER
GJESTEDØGN

8 600
ARBEIDSPLASSE

3 MILLIARDER I
OMSETNING



Økonomisk analyse av campingbransjen i Norge
Last ned rapporten på nho-reiseliv.no

Foto: NHO Reiseliv

MEN tall og fakta om rekordtall, arbeidsplasser og skatteinntekter er ikke nok

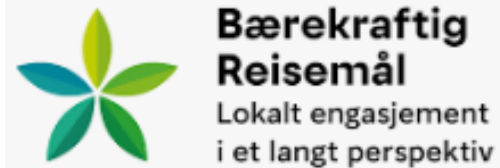
Turistboom til Norge: – All time high, igjen!

Norsk natur og svak krone lokker rekordmange turister til Norge, viser ferske tall.



SOUVENIR: Turister sikrer seg fotominner fra blomstringen i Bergen. Foto: Westye Marthinussen / TV 2

Være med på å forme historiefortellingen



Det er ikke jul før du har vært innom julehotellet 🌲 Vi gleder oss 📌

