



Tilgjengelig Reiseliv

Norsk Reiseliv – 23.03.
2026

AGENDA

1. Hva tilgjengelig reiseliv er, og hvem som har nytte av det
2. Hvorfor tilgjengelig reiseliv er forretningsmessig smart
3. Hvordan tilbudet kan forbedres, og hva det kan gi

Tilgjengelig reiseliv

WHO: “Tilgjengelig reiseliv er et paraplybegrep som omfatter fysiske funksjonsnedsettelser, aktivitetsbegrensninger og barrierer for deltakelse.”



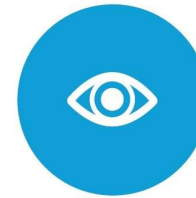
FYSISKE



KOGNITIVE



AUDITIVE



VISUELLE

"Not all disabilities
are visible"



Målgrupper / mobilitet

- personer som bruker krykker, stokk, rullator eller rullestol
- seniorer
- kortvokste
- personer med lav utholdenhet eller varierende mobilitet
- personer med midlertidige eller varige skader
- foreldre med barnevogn og små barn
- personer som bærer tung bagasje



Hva tilgjengelig reiseliv handler om

- Å redusere barrierer og gjøre det mulig for flere å delta
- Selvstendighet, trygghet og muligheten til å planlegge ut fra egne behov

Personer med nedsatt funksjonsevne har den samme reiselysten som alle andre

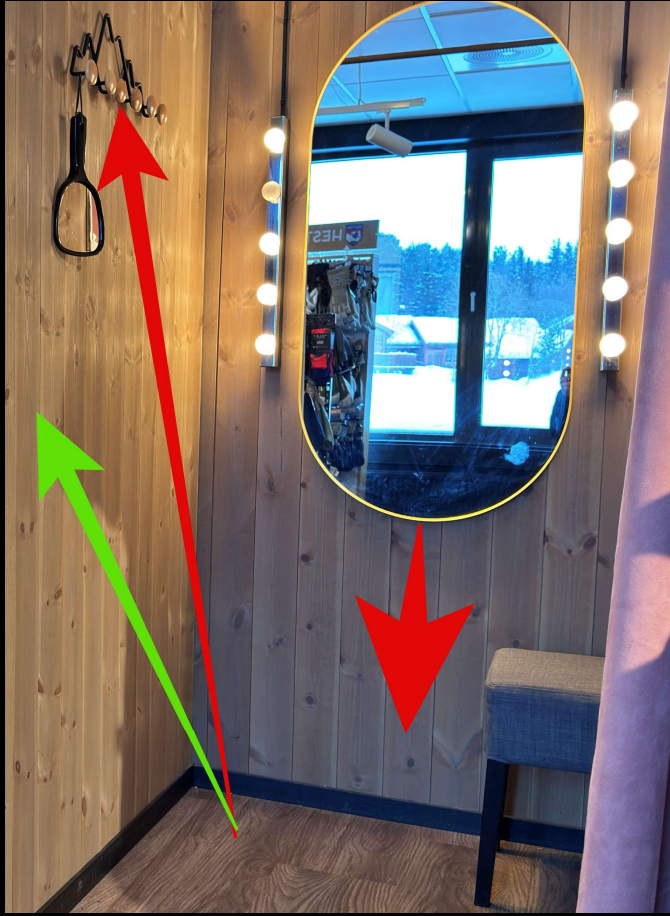
Tilgjengelig reiseliv ser på hele reisen

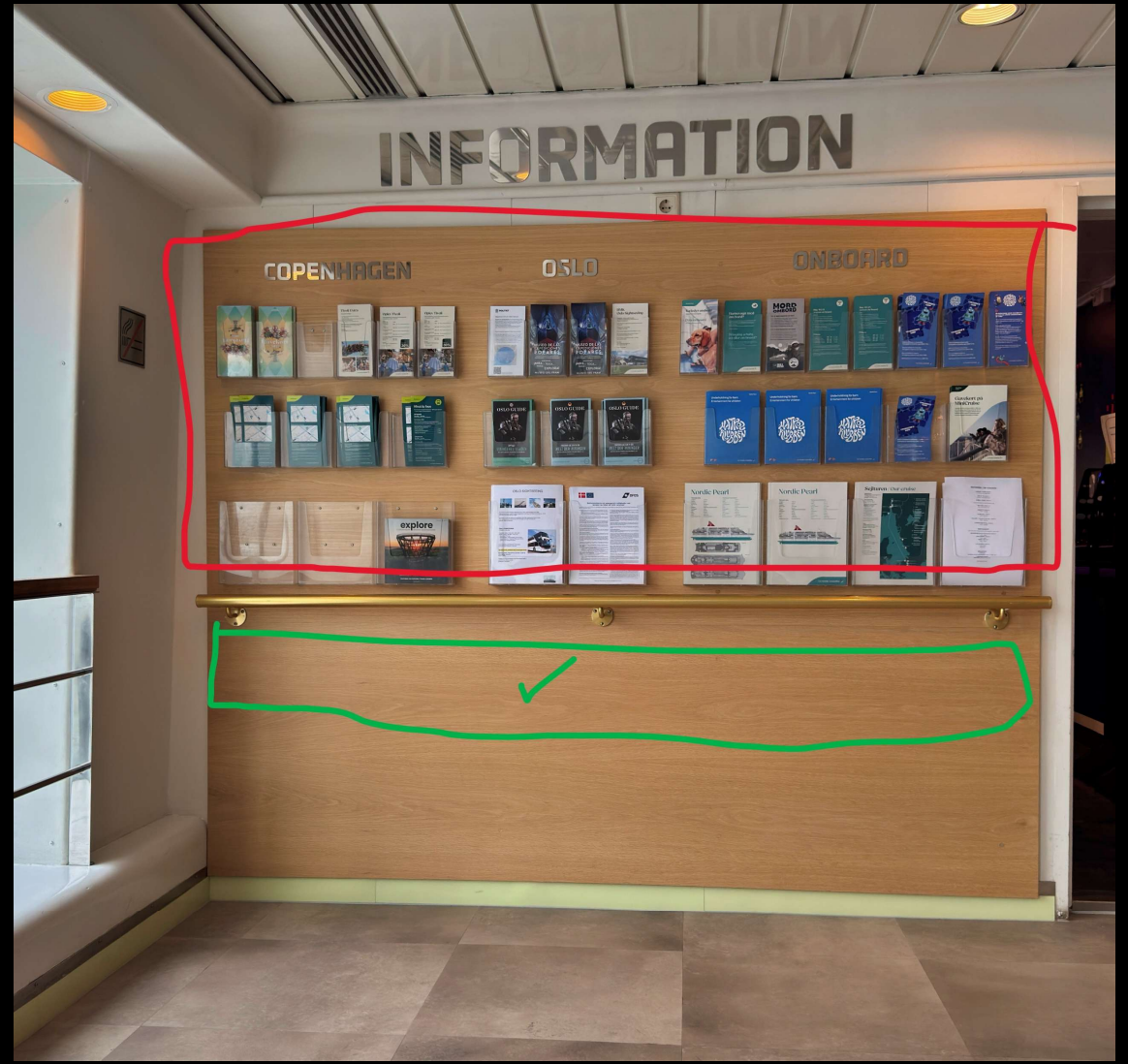
- Universell utforming (ramper og heiser)
- Planlegging, ankomst og deltakelse

“Hva kreves av meg for å kunne delta?”









Hvorfor tilgjengelighet ofte faller mellom stolene

- Mange aktører undervurderer størrelsen og verdien i markedet
- Aktører antar at dette markedet er for krevende eller for kostbart å tilrettelegge for, og velger derfor å styre unna
- Det finnes frykt for å gjøre feil og bli kritisert for det

handicappet

lam

person med spesielle behov

funksjonsnedsettelse

krøpling

funksjonshemmet

nedsatt funksjonsevne

bevegelseshemmet

mennesker med begrensninger

funksjonsvariasjon

funkis

rullestolbruker



**Inkludering er ikke bare det riktige å gjøre, det er også
GOD FORRETNING.**

Tilgjengelighet er ikke nisje, det er et bredt marked

- 16 % av verdens befolkning lever med en moderat eller alvorlig funksjonsnedsettelse (WHO 2025)
- 27 % av voksne i EU rapporterer aktivitetsbegrensninger (Eurostat 2023)

Et stort og motivert kundesegment

- 70 % har både økonomiske forutsetninger og motivasjon til å reise
- 96 % reiser med minst én ledsager
- kundegruppe med lengre opphold, høyere forbruk og sterkere lojalitet enn gjennomsnittet



(WHO 2025, Visit England/Visit Britain 2024, UN 2022/2024)

Sølvøkonomi



- I Vest-Europa vil 28,1 % av befolkningen være over 65 år innen 2040 (WHO)

Informasjon påvirker atferd

- 95 % sjekker tilgjengelighet før de besøker et sted
- 59 % antar at et sted er utilgjengelig hvis de ikke finner konkrete opplysninger
- 75 % deler erfaringer knyttet til tilgjengelighet med andre

(Euan's Guide 2024, AccessAble's You and Yours Survey 2023/24)

Den skjulte arbeidsmengden bak tilgjengelig reiseplanlegging

- Informasjon om tilgjengelighet mangler eller er vanskelig å finne
- Gjester bruker mye tid på å lete, kryssjekke og verifisere informasjon
- Uklare eller motstridende detaljer gjør at mange gir opp





Én usikker reisende i en gruppe kan føre til tapte bestillinger av overnatting, aktiviteter, transport og bevertning

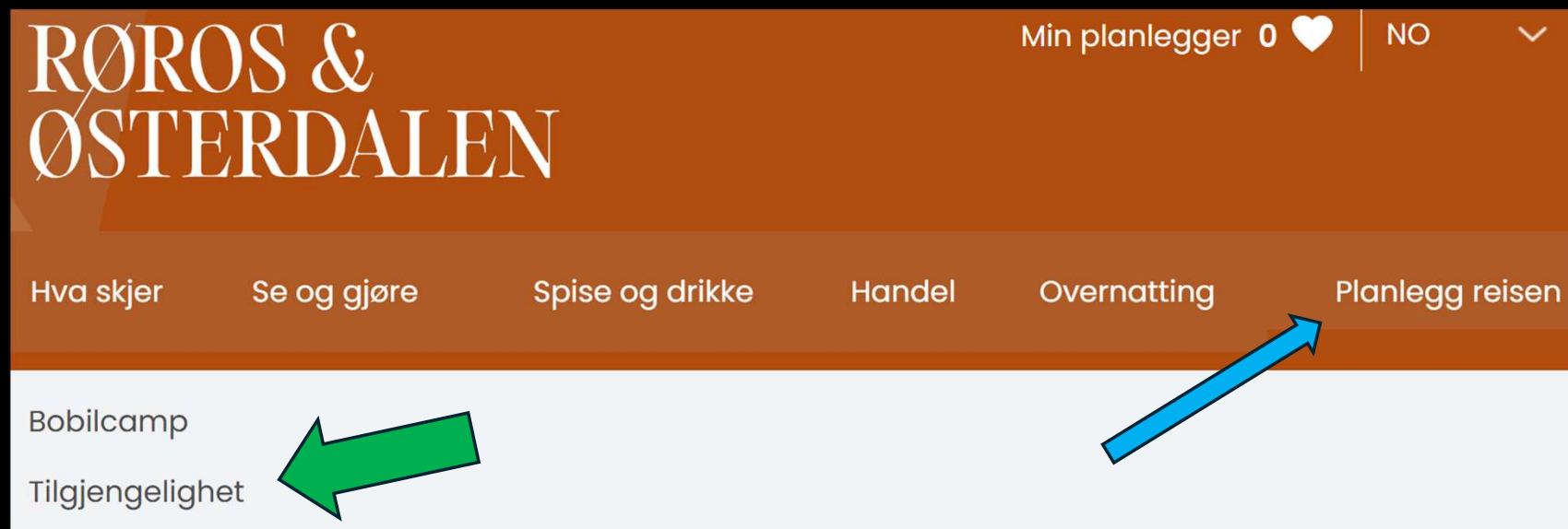
Dagens utfordringer i Norge

- Manglende informasjon om tilgjengelighet på nettsider
- Ufullstendig eller unøyaktig informasjon, ofte skrevet av personer uten egenerfaring
- Informasjonen er ofte vanskelig å finne, gjemt langt nede i menyer eller i PDF-er

Gjør informasjon om tilgjengelighet lett å finne



Maks ett klikk, ikke gjemt flere nivåer ned



Presenter det man faktisk har, selv om tilbudet ikke er perfekt



- Konkrete opplysninger om universell utforming (ramper, dørbredde, heis, toaletter)
- Inkluder informasjon om avstander, varighet, mulighet for pauser, trapper, terskler, stigning, terreng, parkering, hva er valgfritt/obligatorisk, selvbetjening/bordservering, hvileplasser
- Tydelige bilder som viser faktiske forhold
- Erfaringsbasert informasjon (alternativt bruk stol/sett seg på huk, sjekk rekkevidde, stå på ett ben)

















Hva tilgjengelig reiseliv gir

- Større kundegrunnlag og økte inntekter
- Færre tapte bestillinger som følge av usikkerhet
- Flere tilbakevendende gjester og sterkere lojalitet
- Bedre omtaler og økt jungeltelegraf





Veien videre

- "Fullt tilgjengelig" er et pågående arbeid
- Å invitere folk inn, ikke bare holde døren åpen
- “Hvordan kan vi gjøre dette bedre?”

**Takk for
oppmerksomheten!**

ADELE HEIDENREICH

www.eaheidenreich.com

+47 46 29 71 78

heidenreich.ea@gmail.com

