

Nøkkeltall om norsk turisme

2023



Innhold

01	Innledning og nøkkeltall	3
02	Turismens betydning for Norge	7
03	Internasjonal turisme og Norges andel	14
04	Det norske reiselivsåret 2023	23
05	Kommersielle overnattinger	34
06	Kjennetegn ved de ferierende	50
07	Miljøhensyn	60
	Merket for Bærekraftig reisemål	64
08	Nordmenns ferievaner	66
09	Cruiseturisme og Norges andel	69
10	Arrangementsturisme	75
11	Internasjonale møter/Kongresser	74
00	Kort om Innovasjon Norge	83
00	Definisjoner	84

01

Innledning og nøkkeltall



2023: Tilbake til normalen?

2023: Tilbake til normalen?

Mens nordmenn fortsatte å utforske sitt eget land, tok det noe tid før utenlandske besøkende kom tilbake. I 2022 lå antallet utenlandske overnattinger åtte prosent under nivået fra 2019. Fra og med april 2023 har det imidlertid vært en jevn månedlig vekst, og året ender med fire prosent flere utenlandske kommersielle overnattinger enn i 2019.

Er gjestemiksen annerledes nå?

Den mest markante endringen etter pandemien er at de største markedene har vokst ytterligere, og utgjør en større andel av de totale overnattingene. Tyskland har styrket posisjonen som vårt viktigste utenlandsmarked, og har økt fra en andel på 18 prosent av de kommersielle overnattingene i 2019 til 21 prosent i 2023. Med 2,3 millioner kommersielle overnattinger, er det tyske markedet nesten dobbelt så stort som det amerikanske, som med 1,1 millioner overnattinger er det nest største markedet. Deretter følger Sverige, Nederland, Danmark, Storbritannia og Frankrike.

USA er det eneste oversjøiske markedet som er over prepanemi-nivå

Markedene i Asia er ikke tilbake til tidligere nivåer, det er ikke et særnorsk fenomen. Tall fra UN Tourism (UNWTO) viser at utreisen fra Asia er betydelig lavere enn i 2019. Dette resulterer i at andelen oversjøiske kommersielle overnattinger utgjør 19 prosent, mot 24 prosent i 2019. I tillegg til tyske kommersielle overnattinger på hotell, campingplasser og hyttegrender, har det vært en betydelig vekst i antall tyske cruisepassasjerer og overnatting i bobil og telt utenfor campingplasser. Det store volumet tyske overnattinger, gjør at Tyskland er tilbake som vårt største utenlandske marked, også målt i økonomisk bidrag. Selv om tyske feriereisende er helt i bunn målt i døgnforbruket, de har lange ferier og er mange, det gjør at de samlet sett bidrar mest økonomisk.

Økning i norske overnattinger

Etter en lang periode med reiserestriksjoner, fortsetter norske overnattinger å øke, og de øker mer enn de utenlandske. Det har ført til at andelen norske overnattinger har økt fra 70 prosent i 2019 til 73 prosent i 2023. Ifølge Reiseundersøkelsen til SSB har nordmenn reist på flere feriereiser her hjemme sammenlignet med 2019, og nesten like mange som i toppåret 2021, da vi hadde begrensede reisealternativer. SSB rapporterer også at flere nordmenn kun har hatt ferie i Norge. For første gang i et normalår har vi brukt over halvparten av feriebudsjettet i Norge.

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

Konkurranssekursindeksen, som måler Norges konkurranseevne, har økt fra 114 i 2019 til 129 i 2023. Denne utviklingen gjør at utenlandske turister får mer for pengene når de besøker Norge, mens nordmenn opplever redusert kjøpekraft i utlandet.

Veksten fra utlandet går til andre overnattingstyper enn hotell

Ferietrafikken driver veksten i 2023, med en betydelig økning i både bobil- og cruiseturister. Yrkestrafikken har ikke kommet tilbake til tidligere nivå og det samme gjelder internasjonale møter og kongresser i Norge. Antall hotellovernattinger ligger totalt sett én prosent over 2019, takket være en økning på fire prosent i norske overnattinger. Antallet utenlandske hotellovernattinger ligger fem prosent under 2019. Veksten fra utlandet har i stor grad vært på camping, både på og utenfor campingplasser, som ikke fanges opp i offisiell statistikk

Derfor er det positivt at Innovasjon Norge igjen kunne starte Turistundersøkelsen, som gir innsikt i overnattinger som faller utenfor den offisielle

statistikken. Datagrunnlaget for 2023 viser en betydelig økning i antall utenlandske turister som overnatter i bobil eller telt, både på og utenfor campingplasser, samt en større andel som overnatter i leide private hjem og hytter. I tillegg har antallet cruisepassasjerer økt kraftig. Mens antall cruisepassasjerer globalt økte med syv prosent fra 2019, økte antall cruisepassasjerer i Norge med hele 61 prosent. Antallet cruiseturister økte fra 945 000 i 2019 til 1,5 millioner i 2023. Som en kuriositet kan det nevnes at Norge har 4,8 prosent av all cruise-turisme i verden, mens av all landbasert turisme (internasjonale ankomster), ligger på om lag 0,5 prosent. Andelen på cruise er nærmere 10 ganger høyere enn på landbasert turisme.

Utfordringen er at sommersesongen er høysesong for både landbasert- og cruiseturisme, noe som gjør arbeidet med besøksforvaltning og styring av turiststrømmer enda viktigere

2023 markerer et tiårs jubileum for Merket for Bærekraftige reisemål

Bærekraftig reisemål er et verktøy Innovasjon Norge tilbyr reisemål som ønsker å jobbe langsiktig og fokusert med bærekraft i reiselivet. Å kvalifisere for merket betyr ikke at reisemålet ER bærekraftig, men merket forplikter reisemålet til et langsiktig og strukturert arbeid for et mer bærekraftig reiseliv. Konkrete tiltak og løsninger iverksettes i et samarbeid mellom reiseliv, kommune og viktige aktører i lokalsamfunnet, og på reisemål over hele landet etableres det reisemålsledelse som skal koordinere en ønsket reisemålsutvikling i en mer bærekraftig retning. Utfordringer med overturisme, klimautslipp og naturslitasje er ikke særnorske, globalt er mange

i gang med lignende nasjonale program som i Norge feirer 10-årsjubileum. Innovasjon Norges arbeid skjer i tråd med internasjonale rammeverk for et bærekraftig reiseliv. Standarden for merkeordningen dekker hele bredden i bærekraftsbegrepet og er også knyttet opp til FNs bærekraftsmål.

Les om dette og mer i brosjyren. God leselyst!

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

Margrethe Helgebostad Spesialrådgiver reiseliv/Oslo



Foto: Astrid Waller/Innovasjon Norge.

Nøkkeltall

	2012	2016	2019	2020	2021	2022	2023	Endring siste periode
Sysselsatte i reiselivsnæringen								
Antall sysselsatte reiselivsnæringen	153 000	192 400	220 100	198 400	191 400	n/a	n/a	-4 %
Turistkonsum i Norge, etter konsumentgruppe. Løpende priser. Tall i millioner								
Totalt konsum	136 882	170 002	194 300	129 750	147 821	n/a	n/a	14 %
Utenlandske turist-ers konsum i Norge	36 574	50 201	59 425	19 046	18 699	n/a	n/a	-2 %
Norske husholdningers turistkonsum i Norge	78 008	95 463	107 570	96 036	113 989	n/a	n/a	19 %
Norske næringers utgifter til forretningsreiser i Norge	22 300	24 338	27 335	14 668	15 133	n/a	n/a	3 %
Reiselivsnæringens andel av BNP		4,30 %	4,2 %	3 %	3 %	n/a	n/a	0 %
Totalt turismeforbruk (ferie- og forretningsreisende) i Norge. Tall i milliarder.								
Totalt forbruk			124,9	n/a	n/a	n/a	134,6	8 %
Norske turister			107,8	n/a	n/a	n/a	107,3	0 %
Utenlandske turister			17,1	n/a	n/a	n/a	27,3	60 %
Overnattinger ved kommersielle steder¹								
Alle kommersielle overnattinger	29 914 832	33 114 132	35 179 554	23 720 833	27 092 046	36 127 194	37 044 492	3 %
Norske kommersielle overnattinger	21 974 364	23 387 248	24 478 073	20 402 530	23 782 515	26 313 965	25 907 064	-2 %
Utenlandske kommersielle overnattinger	7 940 468	9 726 884	10 701 481	3 318 303	3 309 531	9 813 229	11 137 428	13 %
Overnattinger via norske fritidsboligformidlere								
Alle overnattinger i Norge	988 467	1 062 287	924 301	959 043	657 375	1 426 642	1 558 058	9 %
Norske overnattinger	283 046	297 879	156 589	463 351	479 289	1 008 503	384 817	-62 %
Utenlandske overnattinger	705 421	764 408	767 712	495 692	178 086	418 139	1 173 241	181 %
Overnattinger via utenlandske delingsplattform aktørene Airbnb, Booking.com, Expedia Group og TripAdvisor								
Alle overnattinger i Norge			3 970 205	2 465 418	2 770 666	4 719 221	n/a	70 %
Norske overnattinger			1 136 346	1 467 014	1 936 722	1 670 237	n/a	-14 %
Utenlandske overnattinger			2 833 859	998 404	833 944	3 048 984	n/a	266 %
Cruiseturisme i Norge								
Antall besøkende cruise-passasjerer	588 000	658 883	944 944	20 211	41 445	1 080 768	1 523 263	41 %
Nordmenns ferie- og fritidsreiser								
Alle ferie- og fritidsreiser i inn- og utland	17 000 000	17 320 000		16 030 000	19 989 999	23 750 000	24 780 000	4 %
Ferie- og fritidsreiser i Norge	9 590 000	10 820 000		14 630 000	18 400 000	17 830 000	18 270 000	2 %
Ferie- og fritidsreiser til utlandet	7 410 000	6 530 000		1 380 000	1 590 000	5 920 000	6 510 000	10 %

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

Kilde: SSB og Innovasjon Norge

02

Turismens betydning for Norge



Norge har hatt en god utvikling i turisme

Her vises tall fra 2019 som er siste normalår SSB har publisert data fra.



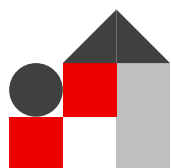
4,2 BPN

Utgjør 126,3 mrd



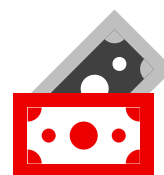
7 av 100

Jobber i reiselivsnæringen som utgjør 182 900 sysselsatte



194 330 mrd

Samlet turistkonsum



59,4 mrd

Utenlandsk andel av det samlede turistkonsumet utgjør 31 %

Kilde: Satellittregnskapet for turisme, SSB. Da denne brosjyren ble ferdigstilt medio 2024, hadde ikke SSB publisert nyere data enn for 2021.

Turistkonsum

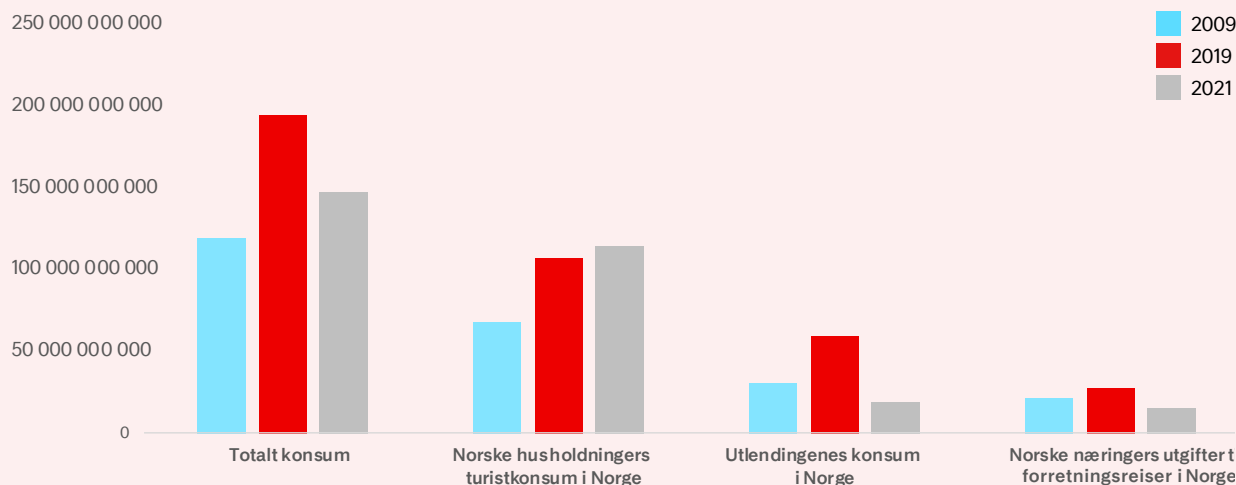
Ifølge tall fra SSB ble det samlede turistkonsumet i 2019 beregnet til 194,3 milliarder kroner. Av dette beløpet gikk 126,3 milliarder kroner til kjøp av varer og tjenester som defineres som reiselivsprodukter, som transport, overnatting, servering, formidling, kultur og underholdning.

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

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

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

Fordeling av totalkonsumet

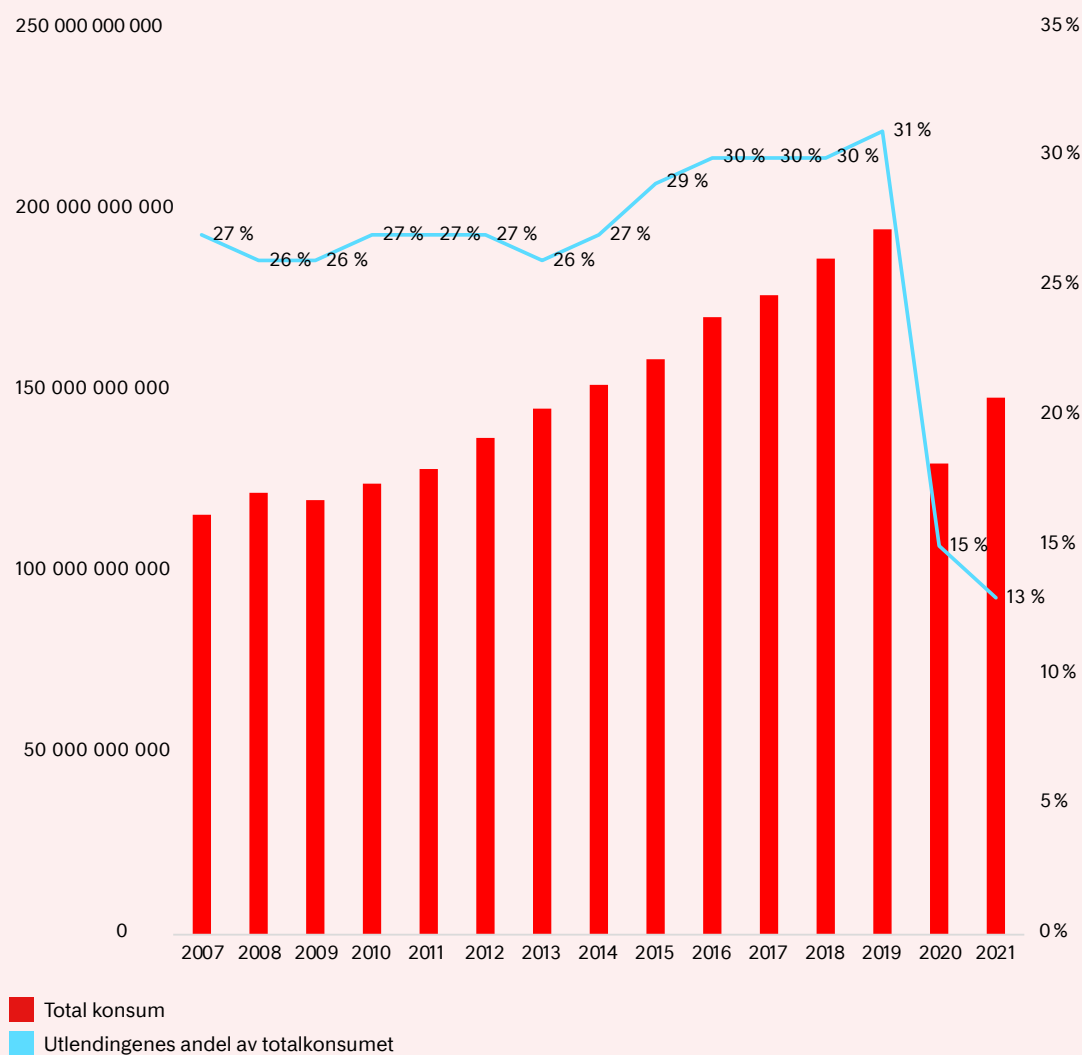


Kilde: Satellittregnskapet for turisme, SSB

God vekst i turistkonsumet, og utenlandske turisternes bidrag øker

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

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



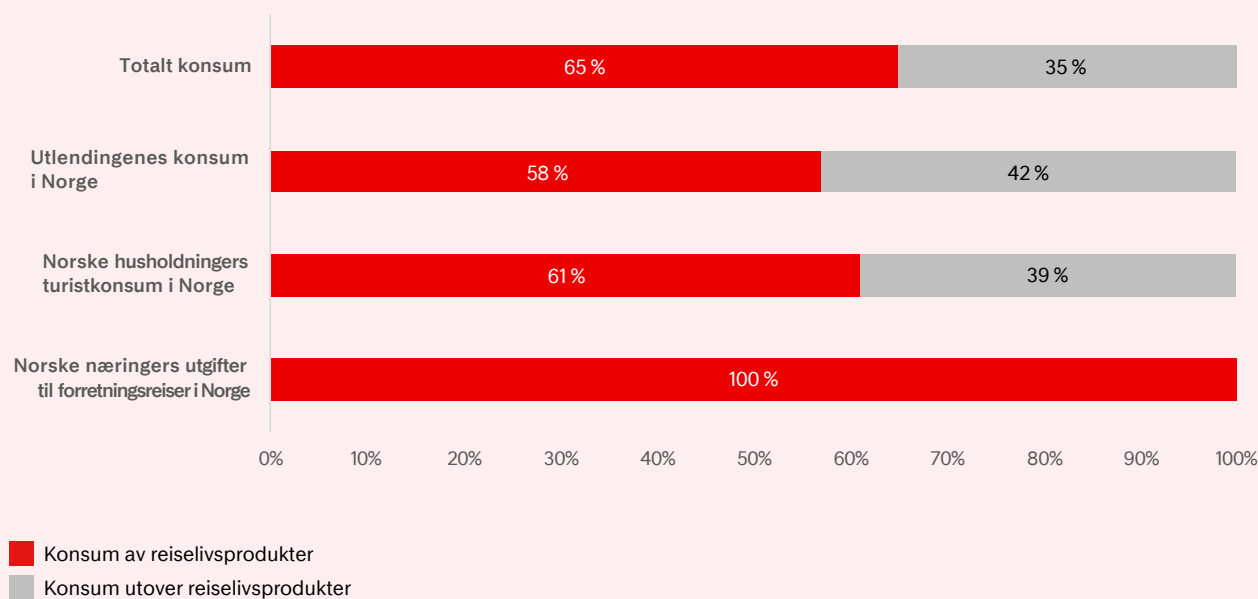
Kilde: Satelittregnskapet for turisme, SSB

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

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

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

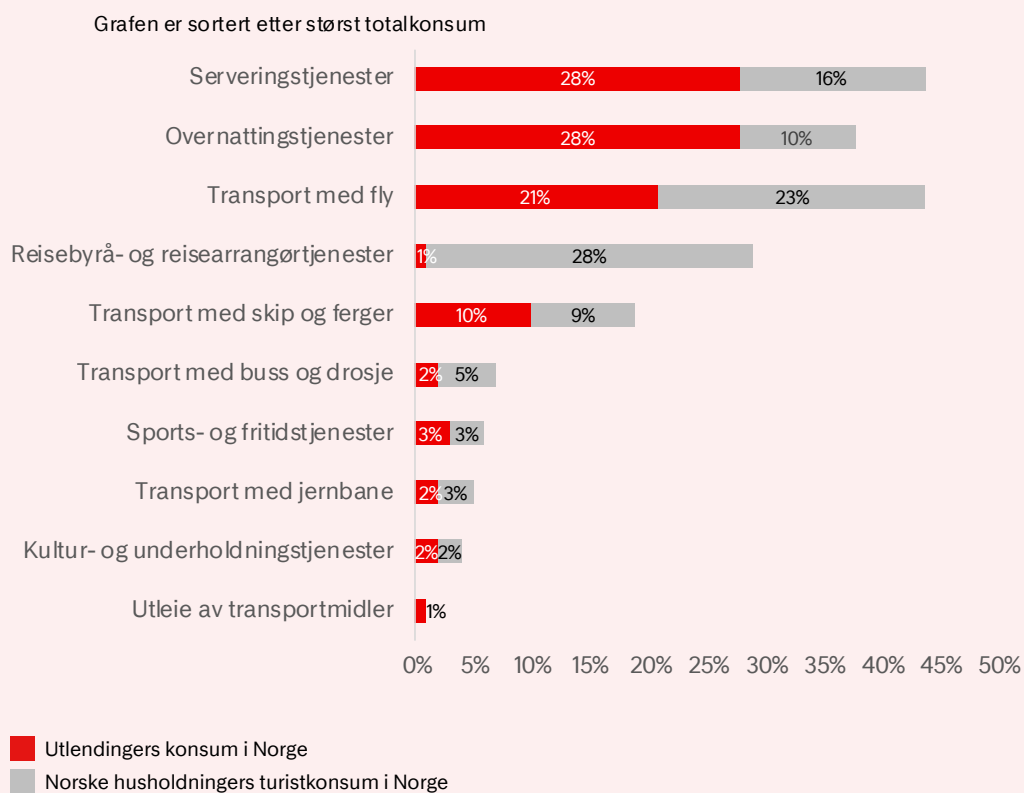
reiselivsnæringen utgjør flytransport det største bidraget med 34 milliarder kroner. Deretter følger serveringstjenester med i underkant av 26 milliarder kroner, overnatting med 20,3 milliarder kroner, og reisebyrå- og reisearrangørtjenester med rett under 20 milliarder kroner. Grafen nedenfor viser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



Kilde: Satellitregnskapet for turisme, 2019 data. SSB.

Fordeling av reiselivs-konsum 2019

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



Kilde: Satellitregnskapet for turisme, 2019 data. SSB.

7 av 100 jobber i reiselivsnæringene

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

Nedgang under pandemien

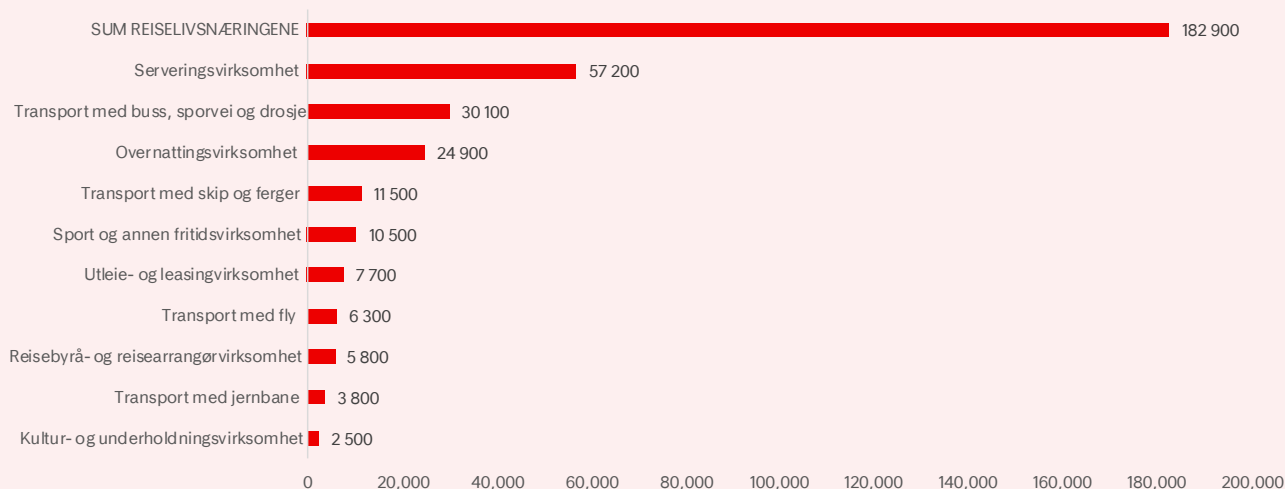
Under pandemien falt andelen sysselsatte i reiselivsnæringen fra 7,4 prosent til 6,6 prosent av alle sysselsatte i landet. I 2021 var det 162 000 årsverk

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

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

Det var 182 900 sysselsatte knyttet til reiselivsnæringene i 2019

Fordeling av antall sysselsatte i næringen



Kilde: Satelittregnskapet for turisme, 2019 data. SSB.

03

Internasjonal turisme og Norges andel



Verdensturismen på vei tilbake

Internasjonal turisme opplevde en betydelig oppgang i 2023, med 1,28 milliarder reiser på tvers av landegrenser med minst én overnatting. Dette representerer en økning på 34 prosent fra 2022, men antall ankomster ligger fortsatt 12 prosent under nivået fra 2019. Det er variasjoner mellom de ulike verdensdelene, og innreisen til europeiske land ligger seks prosent under 2019-nivået.

2020 står igjen som det verste året for internasjonal turisme, med kun 400 millioner reiser på tvers av landegrenser med én overnatting eller mer. I 2021 økte dette tallet til 415 millioner reiser. Etter ti år med sammenhengende vekst og en lovende start på 2020, ble det en bråstopp i all reisevirksomhet verden over. Fra å være 1,5 milliarder reiser på tvers av landegrenser i 2019, falt antall reiser med 73 prosent

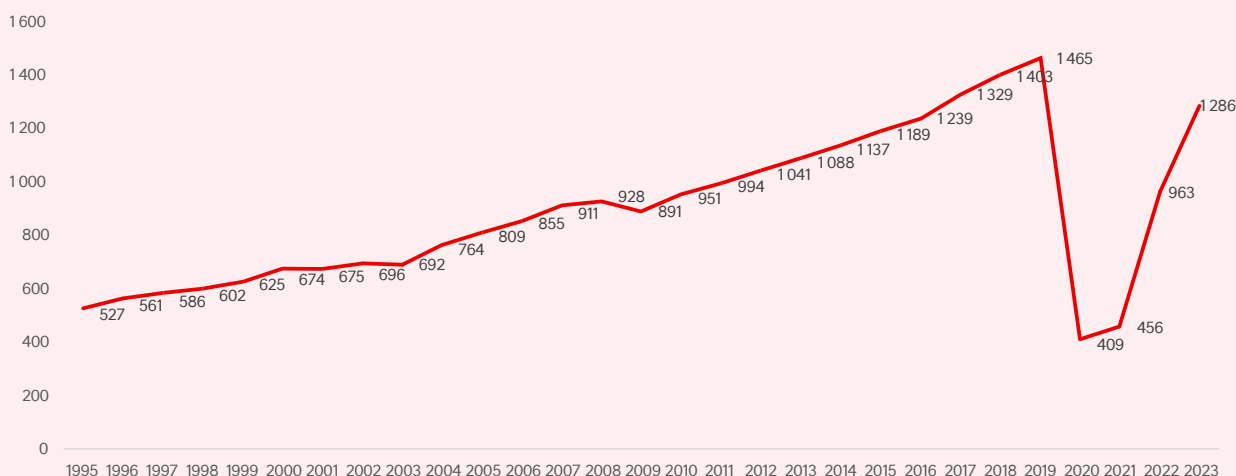
i 2020, noe som gjør 2020 til det verste året for internasjonal turisme. Reisevirksomheten tok seg noe opp i 2021, med en vekst på fire prosent fra året før, men antall reiser på tvers av landegrenser lå fortsatt 72 prosent under 2019-nivået.

Flere ferierer i eget land

En sterk økning i innenlandsreiser har hjulpet reiselivet i mange land, inkludert Norge. Reiseundersøkelsen fra SSB viser at 2021 var et rekordår med det høyeste antallet feriereiser i Norge foretatt av nordmenn. Resultater fra 2023 viser at nordmenn var på noe færre feriereiser i eget land sammenlignet med rekordåret 2021, men fortsatt langt flere enn i 2019. Les mer i kapittel åtte om nordmenns ferievener.

Internasjonale turistankomster med minimum én overnatting

Tall i millioner



Kilde: UN Tourism (UNWTO)

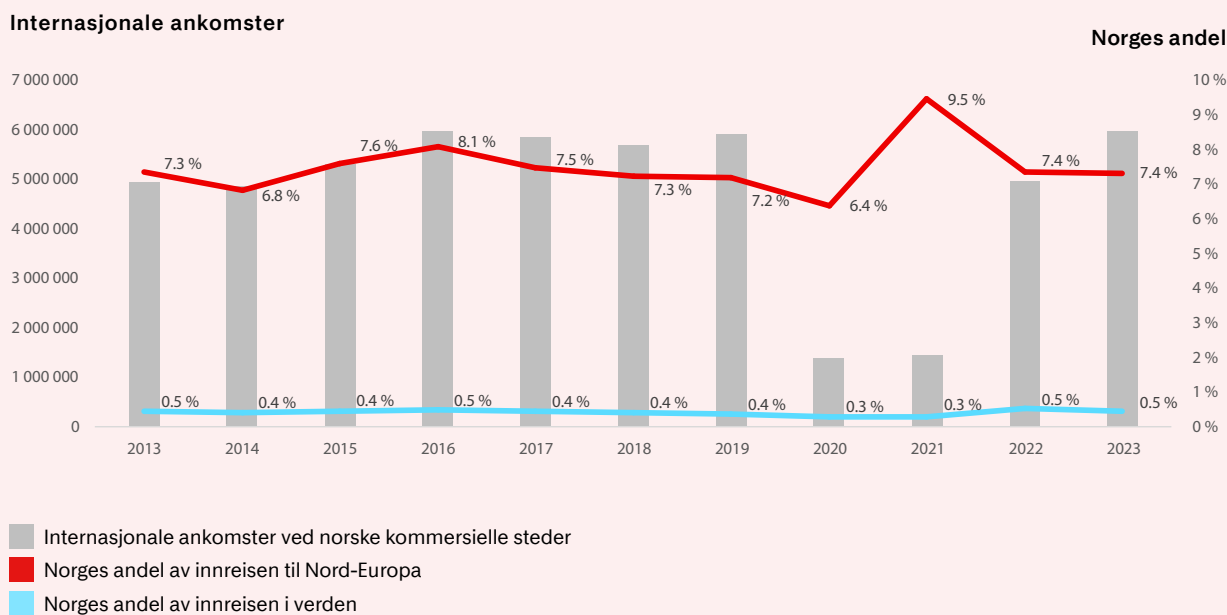
Norge har 0,5 prosent av all innreise i verden

Norges andel av internasjonale ankomster ligger på 0,5 prosent, en andel som har holdt seg relativt stabil over tid. Frem til pandemien hadde verdens-turismen opplevd elleve år med sammenhengende vekst, og innreisen til Norge har fulgt denne utviklingen. Norges andel av innreisen til Nord-Europa har hatt en tilsvarende utvikling, og vi har holdt tritt med de andre landene. Over tid har Norges andel av innreisen til Nord-Europa ligget på 7,4 prosent.

I 2016 var denne andelen oppe på 8,1 prosent, og i 2021 var den unormalt høy, men dette skyldtes den begrensede reisevirksomheten det året.

Mens Norges andel av landbasert turisme ligger på 0,5 prosent i 2023, har vår andel av internasjonal cruisetrafikk økt og var i 2023 på 4,8 prosent. For mer informasjon om cruisetrafikken i Norge, se kapittelet som omhandler dette temaet.

Utenlandske ankomster ved kommersielle steder og Norges markedsandel i Nord-Europa og verden



Kilde: Reiser på tvers av landegrenser med minimum én overnatting. UN Tourism (UNWTO) og SSB.



Som turisme regnes alle aktiviteter personer deltar på utenfor sitt ordinære hjemsted – uavhengig av formål.

Det betyr at turisme inkluderer alle reiser, både feriereiser og forretningsreiser.

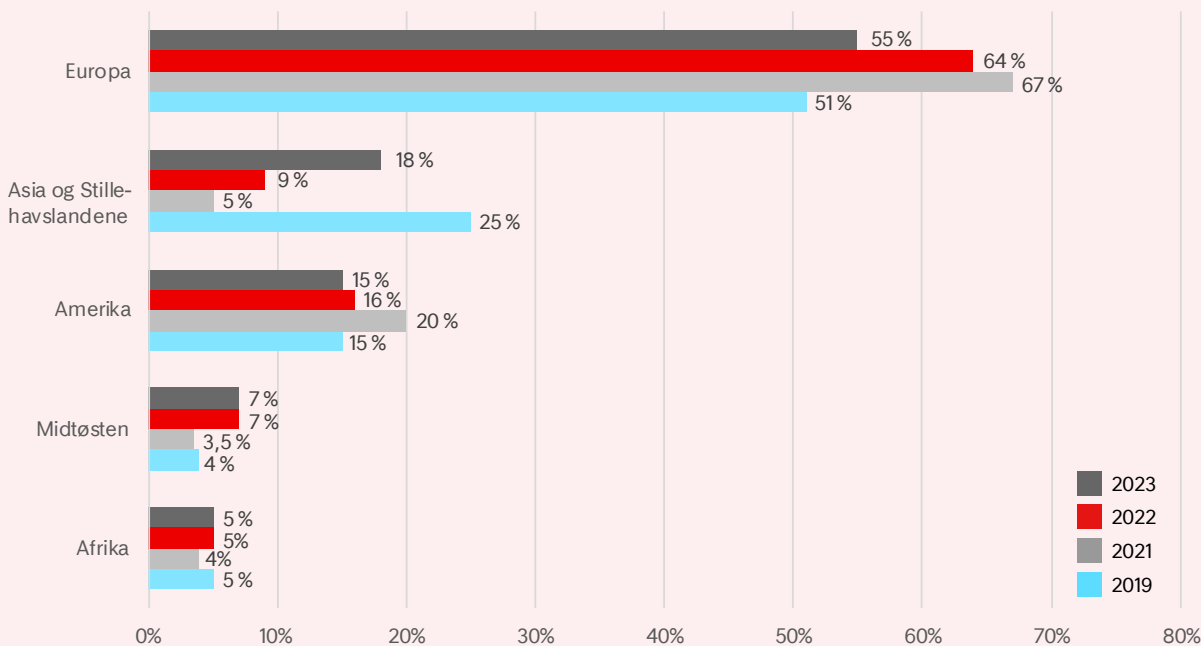


Europa mest besøkt

I 2023 utgjorde innreiser til europeiske land 55 prosent av alle internasjonale ankomster. Europa har historisk sett vært den mest besøkte verdensdelen, men andelen har variert over tid. I 1980 var andelen 63 prosent, mens den i 2019 var redusert til 51 prosent. Økningen i 2023 kan delvis forklares med at innreisen til Asia og stillehavslandene ennå ikke har kommet helt tilbake til nivåene før pandemien, samt at mange reiser mindre enn de gjorde før 2019.

Til tross for pandemiens globale påvirkning, er Europa fortsatt den mest besøkte verdensdelen med

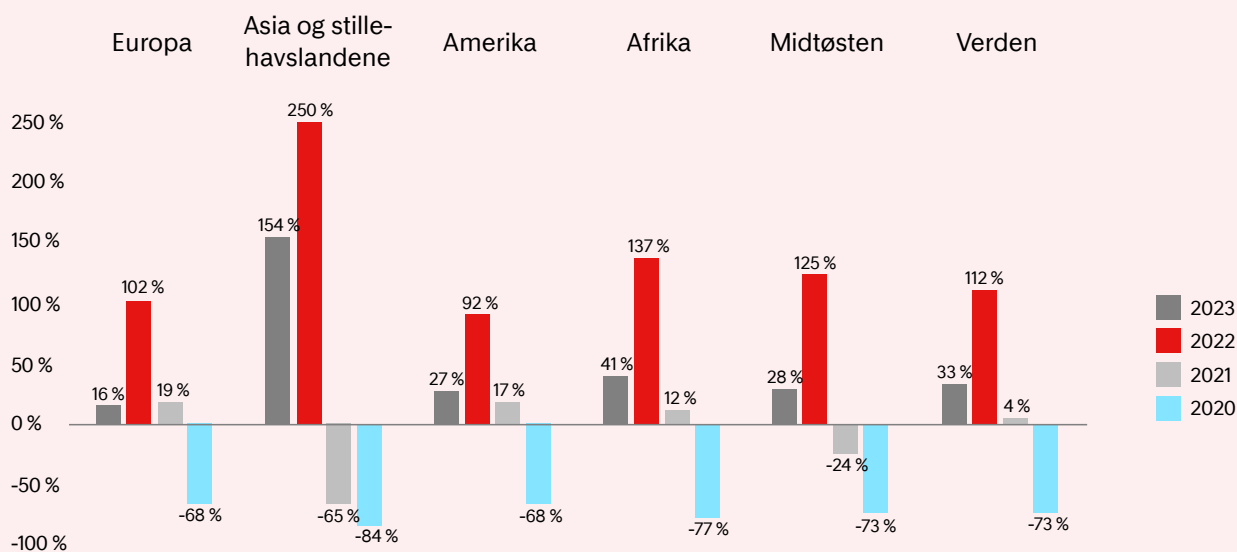
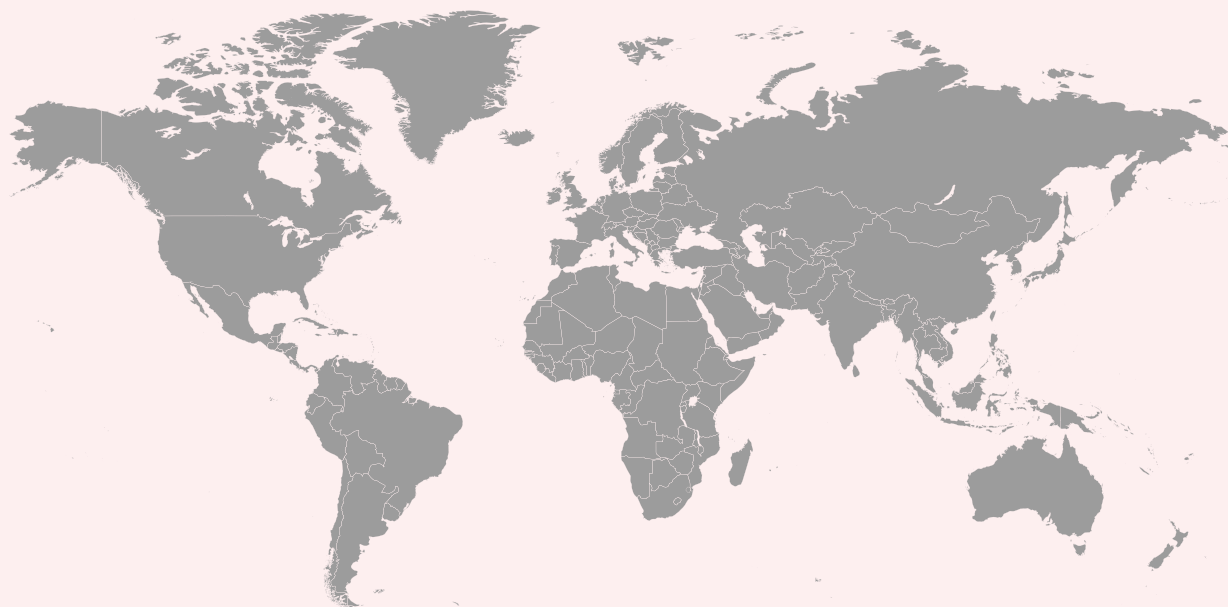
over halvparten av alle internasjonale ankomster. Pandemien rammet hele verden hardt i mars 2020, men gjenopptakelsen av reiser har variert avhengig av landenes vaksinasjonsfremgang og håndtering av innreiserestriksjoner. Tre år senere ligger verdens turisme fortsatt 12 prosent under nivået før pandemien. Midtøsten har hatt den raskeste gjenopptakelsen, med 22 prosent flere internasjonale ankomster i 2023 sammenlignet med 2019. I kontrast har Asia og stillehavslandene, som ble hardest rammet under pandemien, hatt den tregeste gjenopptakelsen.



Kilde: UN Tourism (UNWTO)

Endringer i antall turistankomster i verden

Turistankomst med minimum én overnatting

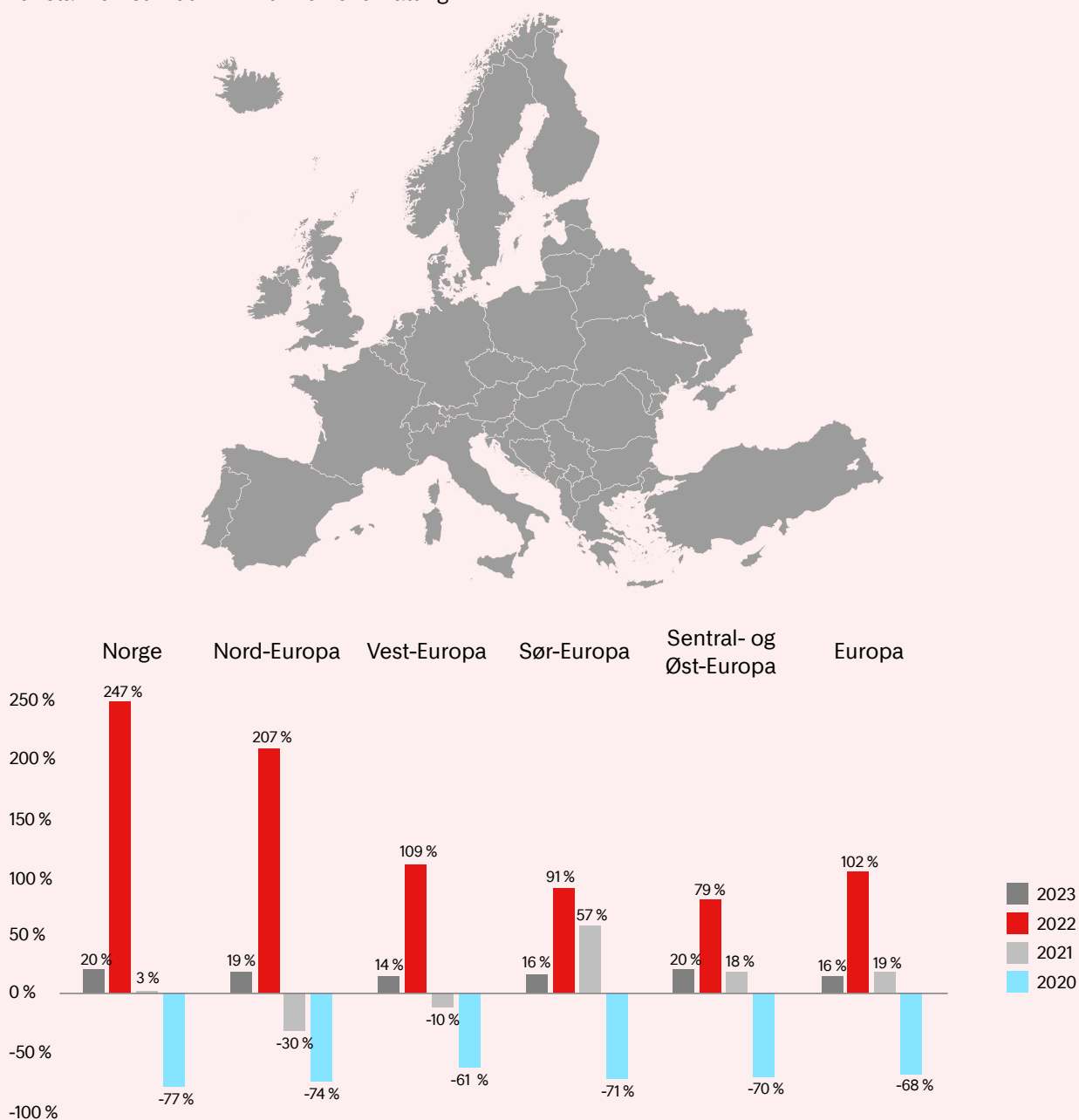


Prosentendring fra foregående år

Kilde: UN Tourism (UNWTO)

Endringer i antall turistankomster i Europa og i Norge

Turistankomst med minimum én overnatting



Prosentendring fra foregående år

Kilde: UN Tourism (UNWTO) og SSB

Redusert antall utenlandsreiser

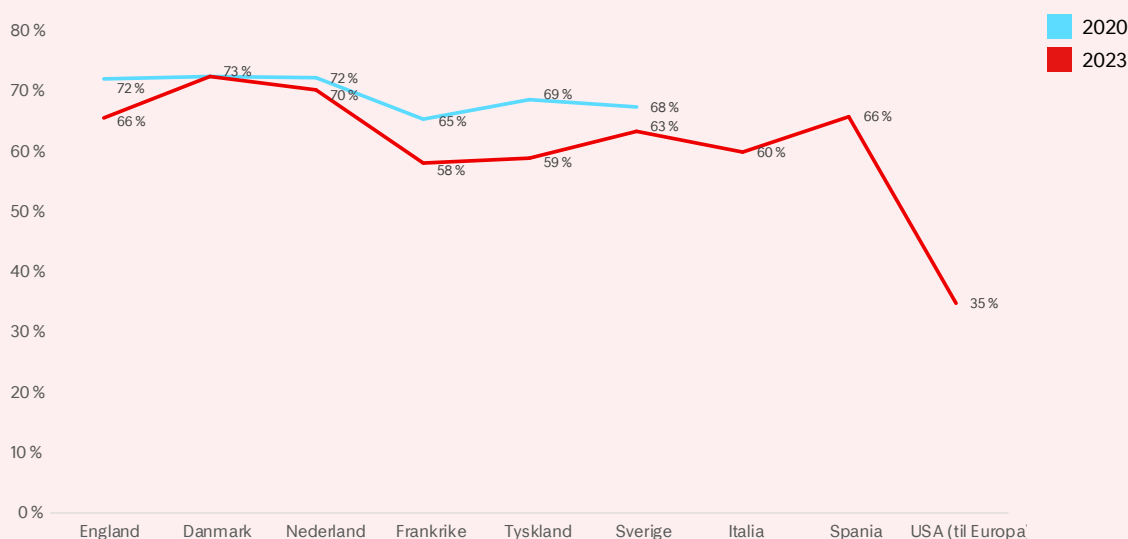
På de foregående sidene har vi sett at global turisme i 2023 ennå ikke har nådd nivåene fra 2019. Mange rapporterer at det hovedsakelig er ferietrafikken som bidrar til veksten. En lignende tendens har vi i Norge etter pandemien; kurs- og konferansetrafikken samt yrkestrafikken har ennå ikke kommet tilbake til tidligere nivåer. Mer om dette finner du i kapittel fem.

Også noen færre utenlandsferier

I Innovasjon Norges reisebarometer, som gjennomføres i seks markeder, ser vi samme tendens. Ved målingen i desember 2023 var det kun danskene som reiste like mye til utlandet som før pandemien. Undersøkelsen gir oss et godt bilde av hvor stor del av befolkningen i Sverige, Danmark, Storbritannia, Tyskland, Nederland og Frankrike som faktisk drar på ferie til utlandet. Disse kaller vi «de aktive reisende». Dette er personer som både har vært på ferie i

utlandet de siste tre årene, og som også er interessert i å reise til utlandet på ferie de neste tre årene. I Danmark oppfylder 73 prosent av befolkningen disse kriteriene, noe som er på samme nivå som før pandemien. I motsatt ende finner vi Tyskland, hvor andelen har gått ned fra 69 prosent i begynnelsen av 2020 til 59 prosent nå. Nytt i år er at vi også har med data fra Spania og Italia, som viser at henholdsvis 66 og 60 prosent av befolkningen i disse landene har reist og planlegger en utenlandsferie. I USA måler vi ikke bare interessen for å reise til utlandet, men ferier til Europa. Her er det 35 prosent som svarte at de både har vært på ferie i Europa de siste tre årene og er interessert i å reise tilbake i løpet av de neste tre årene.

Målgruppen* er fremdeles mindre enn før pandemien



*Med målgruppe menes andel aktive reisende i befolkningen, som både vært på ferie i utlandet siste tre år, og som er interessert i å reise til utlandet på ferie de neste 3 årene. Denne målingen ble for første gang gjennomført i Italia, Spania og USA i 2023.

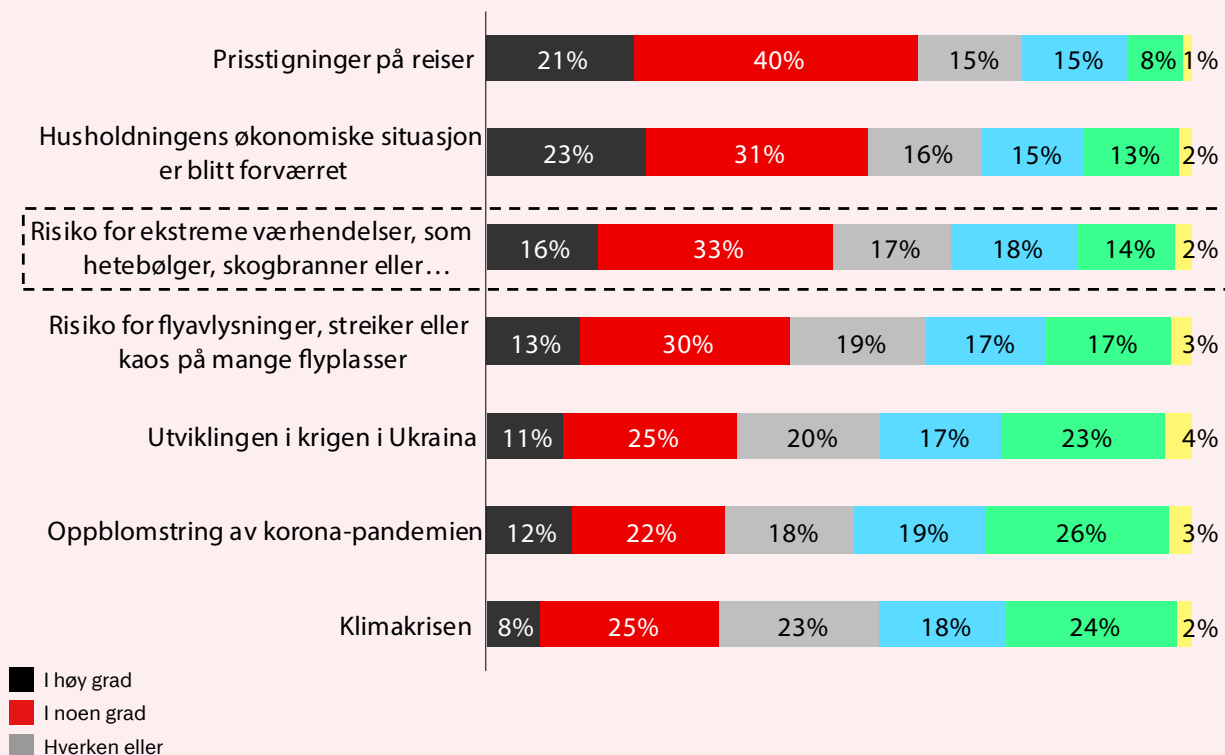
Kilde: Reisebarometer og Segmenteringsundersøkelse, Innovasjon Norge

Hvordan omgivelsene påvirker ferieplaner

Hele åtte av ti respondenter oppgir at uforutsigbarhet, prisøkninger, ekstremvær, krig, koronaviruset og/eller klimakrisen påvirker deres reiseplaner. Prisøkninger på reiser og en krevende økonomisk situasjon fører til at flere søker etter billigere reiser og destinasjoner. Risikoen for ekstreme værhendelser påvirker reiseplanene til halvparten av alle reisende. Det er spesielt svensker, dansker og briter som tar

værforhold i betraktning når de planlegger ferien. 45 prosent svarer at en av faktorene i grafen nedenfor vil påvirke deres reisevalg "i høy grad" de neste 12 månedene. Ekstremvær påvirker omtrent halvparten av alle reisende. Kvinner, unge og barnefamilier er de som blir mest påvirket, og det er også disse gruppene som er mest opptatt av bærekraft.

I hvilken grad regner du at følgende påvirker/vil påvirke dine ferieplaner de neste 12 månedene? Andelen av de som er interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene. Gjennomsnitt på tvers av de seks markedene.



Kilde: Reisebarometer, Innovasjon Norge

04

Det norske reiselivsåret 2023



Turisters antall overnattinger og forbruk

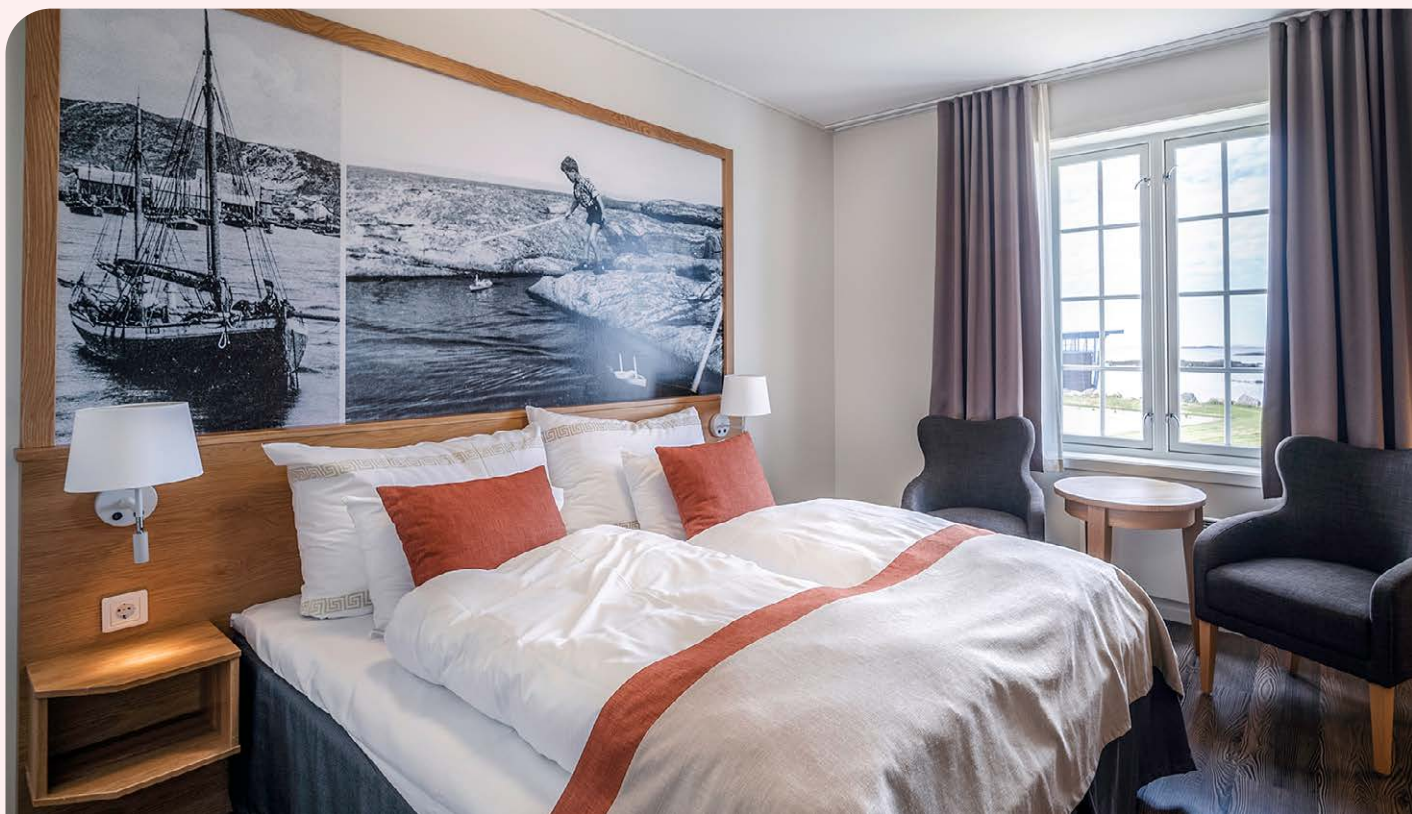
Som tidligere nevnt, omfatter turisme alle aktiviteter personer deltar i utenfor sitt ordinære hjemsted, uavhengig av formål. Dette inkluderer både feriereiser og forretningsreiser.

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

Dataene er hentet fra Turistundersøkelsen, en utvalgsundersøkelse som også inkluderer overnattinger hos

venner og kjente, i egen eller lånt hytte, eller i bobil utenfor campingplasser. Dette er overnattinger som ikke fanges opp i den offisielle statistikken fra SSB, som kun inkluderer overnattingsformer som hotell, campingplasser, vandrerhjem, hyttegrender og utleie via norske fritidsboligformidlere.

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



Totalvolum og -forbruk for reisende som besøkte Norge i 2023

En betydelig andel av overnattingene og forbruket i 2023 kan tilskrives nordmenn. I løpet av 2023 ble det registrert 100,1 millioner overnattinger i Norge, noe som resulterte i et totalforbruk på 134,6 milliarder norske kroner. Nordmenn stod for 82 prosent av overnattingene og 80 prosent av forbruket, hvorav de fleste overnattingene var knyttet til ferieturisme.

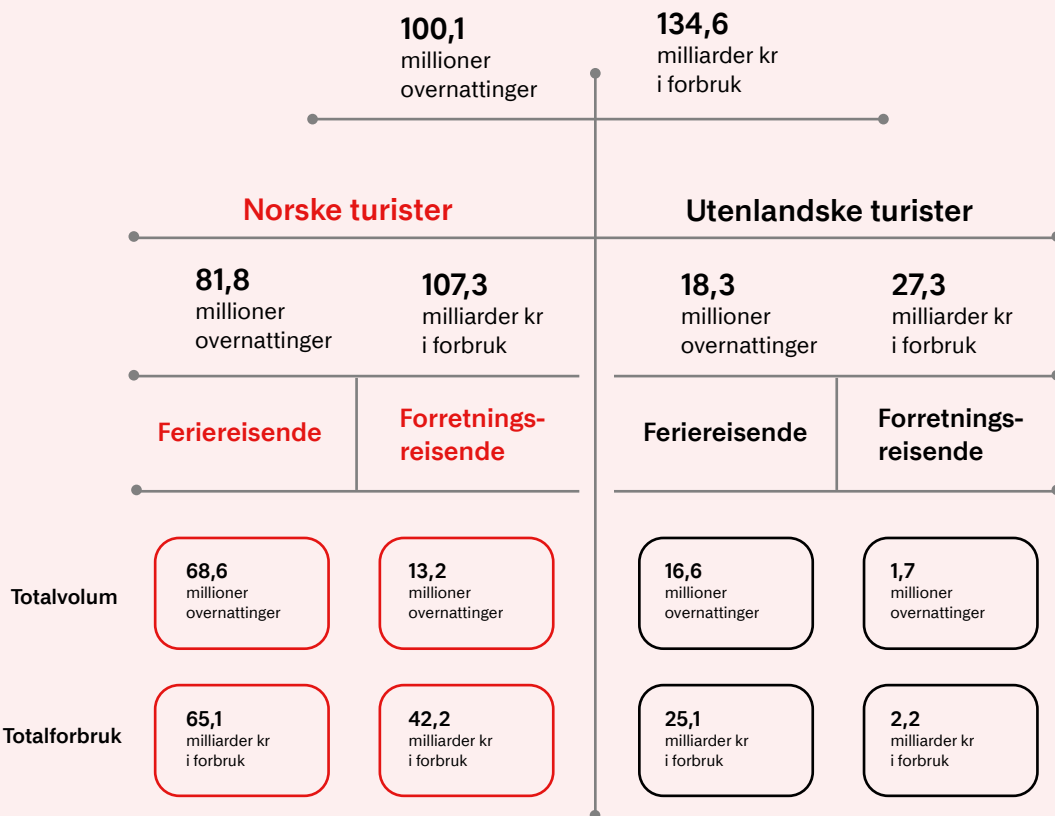
Dette innebærer samtidig at utenlandske reisende hadde et høyere forbruk per overnatting (døgnforbruk) enn norske reisende. Utenlandske feriereisende hadde et døgnforbruk på 1 510 kroner, sammenlignet med 950 kroner for norske feriereisende.

Døgnforbruk:

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

Overnattinger:

Antall overnattinger i Norge er i forbruksmodellen basert på SSB sin overnattingsstatistikk, den norske reisevaneundersøkelsen (RVU) og Turistundersøkelsen (2023).



Kilde: Turistundersøkelsen 2023, Innovasjon Norge

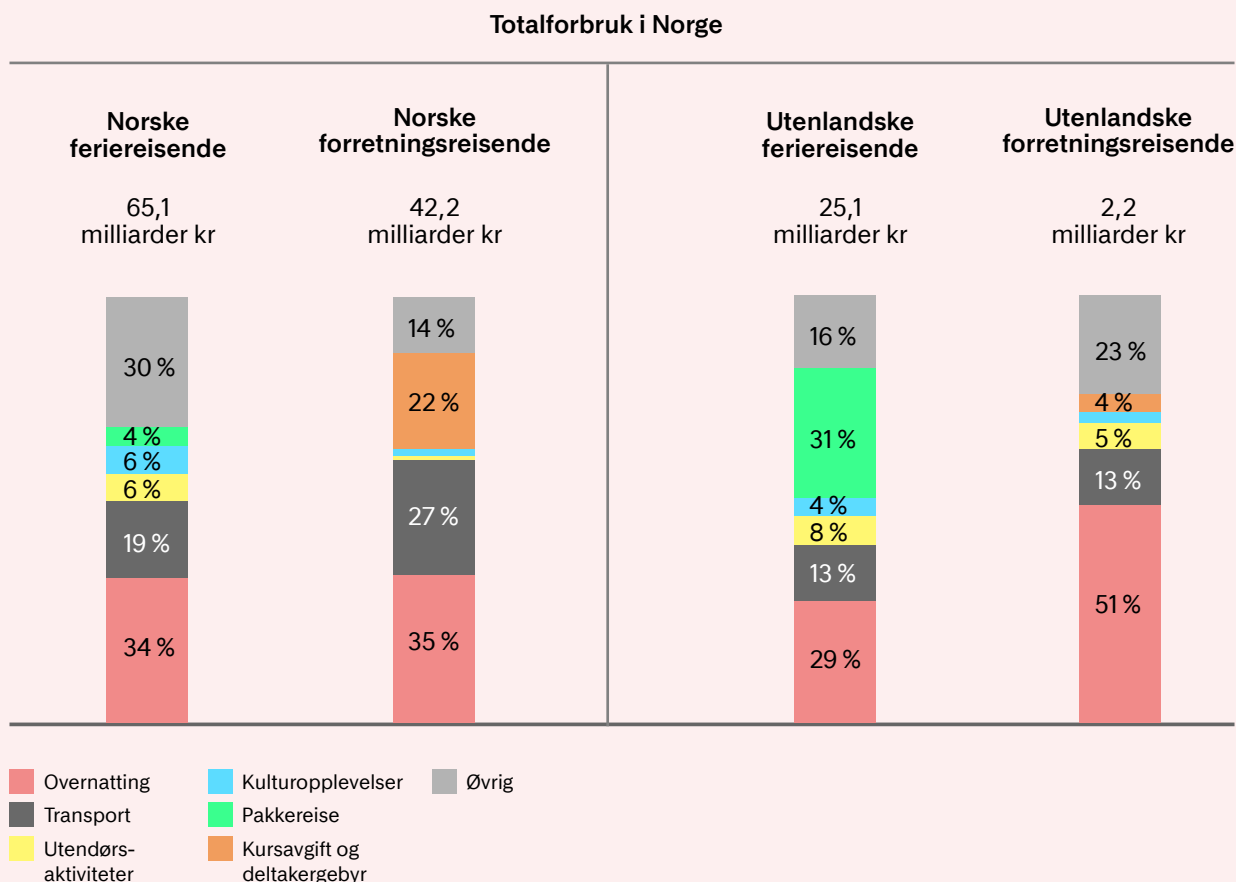
Flere utenlandske overnattinger gir større totalforbruk

Totalforbruket for utenlandske feriereisende er høyere på grunn av et større antall utenlandske overnattinger. For norske feriereisende består totalforbruket i hovedsak av overnatting, etterfulgt av transport, når vi ser bort fra øvrige forbruksposter. Pakkereiser utgjør en betydelig større del av totalforbruket for utenlandske feriereisende sammenlignet med norske. Samtidig bruker norske feriereisende mer på overnatting enn utenlandske feriereisende. Det kan ha sammenheng med en større andel norske

feriereisende som bor på hotell. Etter pandemien har Norge hatt en stor økning til camping og selvhushold. Antall utenlandske hotell- overnattinger var fremdeles i 2023 under 2019-nivået.

Norske forretningsreisende bruker mer på kursavgift i Norge, enn utenlandske forretningsreisende, mens utenlandske forretningsreisende legger igjen mer penger på overnatting.

Fordelingen av forbruket pr. type reisende 2023



Kilde: Turistundersøkelsen 2023, Innovasjon Norge

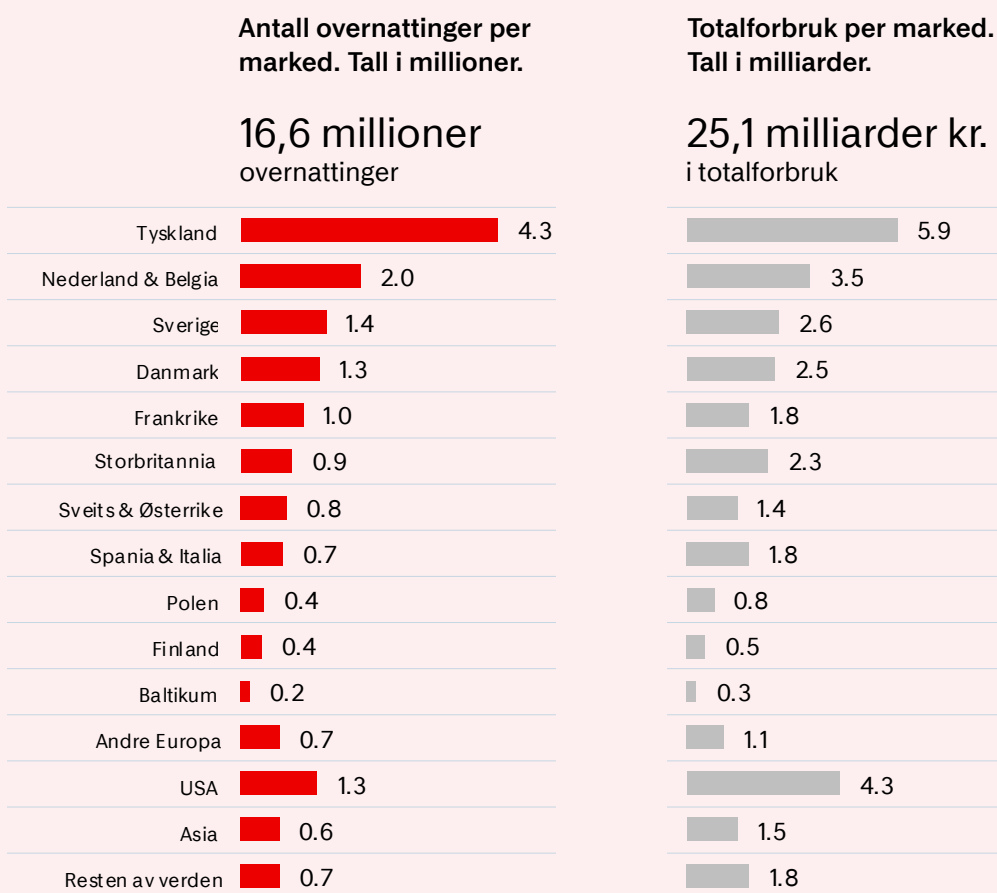
Utenlandske feriereisende – antall overnattinger og forbruk

Det er store variasjoner i både antall overnattinger og forbruk blant de utenlandske feriereisende. Som grafen under viser, er det betydelige variasjoner i både antall overnattinger og forbruk mellom de ulike utenlandske feriemarkedene. Vi ser at dersom et marked har mange overnattinger i Norge, blir det økonomiske bidraget fra dette markedet stort, selv om den enkelte ferierende ikke har et høyt gjennomsnittlig døgnforbruk.

Et eksempel på dette er feriereisende fra Tyskland, som har 4,3 millioner overnattinger og et totalforbruk

på 5,9 milliarder norske kroner. Selv om det ikke er det høyeste døgnforbruket, oppveies dette av at tyskerne oppholder seg i landet over flere dager og i stort antall.

Noen utenlandske markeder skiller seg imidlertid ut, som feriereisende fra USA, Storbritannia, Spania og Italia. Disse markedene har et høyere totalforbruk sammenlignet med andre markeder med tilsvarende overnattingsvolum, på grunn av et høyere gjennomsnittlig døgnforbruk.



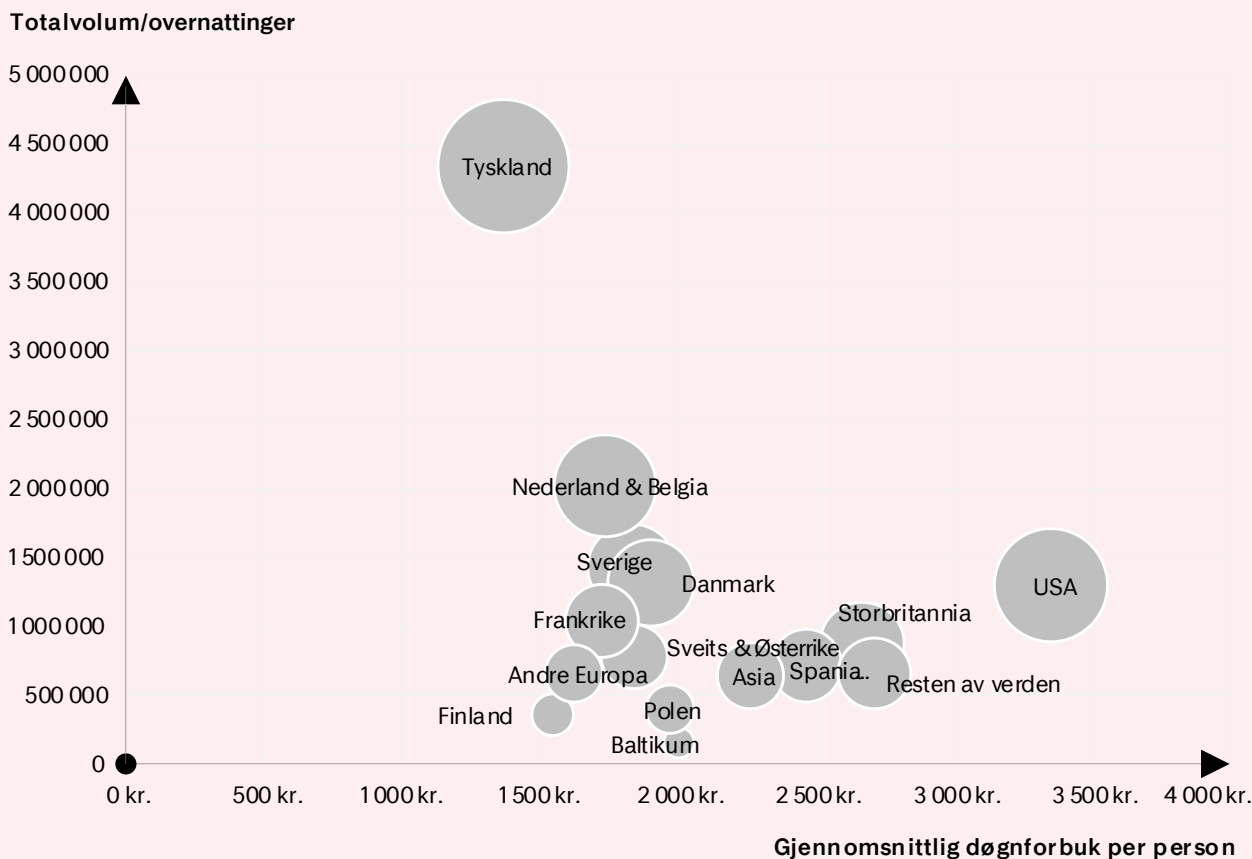
Kilde: Turistundersøkelsen 2023, Innovasjon Norge

De utenlandske feriemarkedenes økonomiske bidrag

Grafen nedenfor viser totalforbruket for de ulike utenlandske feriemarkedene. Totalforbruket er beregnet ut fra det totale antallet overnattinger per marked og et gjennomsnittlig døgnforbruk per person. Tyskland troner nok en gang på toppen og fortsetter å være et av de viktigste markedene for Norge, målt i økonomisk bidrag. Dette skyldes primært det høye antallet overnattinger gjennom 2023. Det gjennomsnittlige døgnforbruket fra tyske turister er ikke like høyt som hos amerikanske turister.

USA er et annet viktig marked, men her skyldes det økonomiske bidraget primært et høyt døgnforbruk per person, til tross for færre amerikanske overnattinger i Norge sammenlignet med tyskere. Dette kommer ikke tydelig frem når man ser på kommersielle overnattinger publisert av SSB. En stor andel tyske feriereisende kommer til Norge med bil og overnattinger på steder som ikke er rapporteringspliktige til SSB.

Størrelsene på sirklene viser markedets totalforbruk i Norge



Kilde: Turistundersøkelsen 2023, Innovasjon Norge

Dyrere overnatting øker totalforbruket

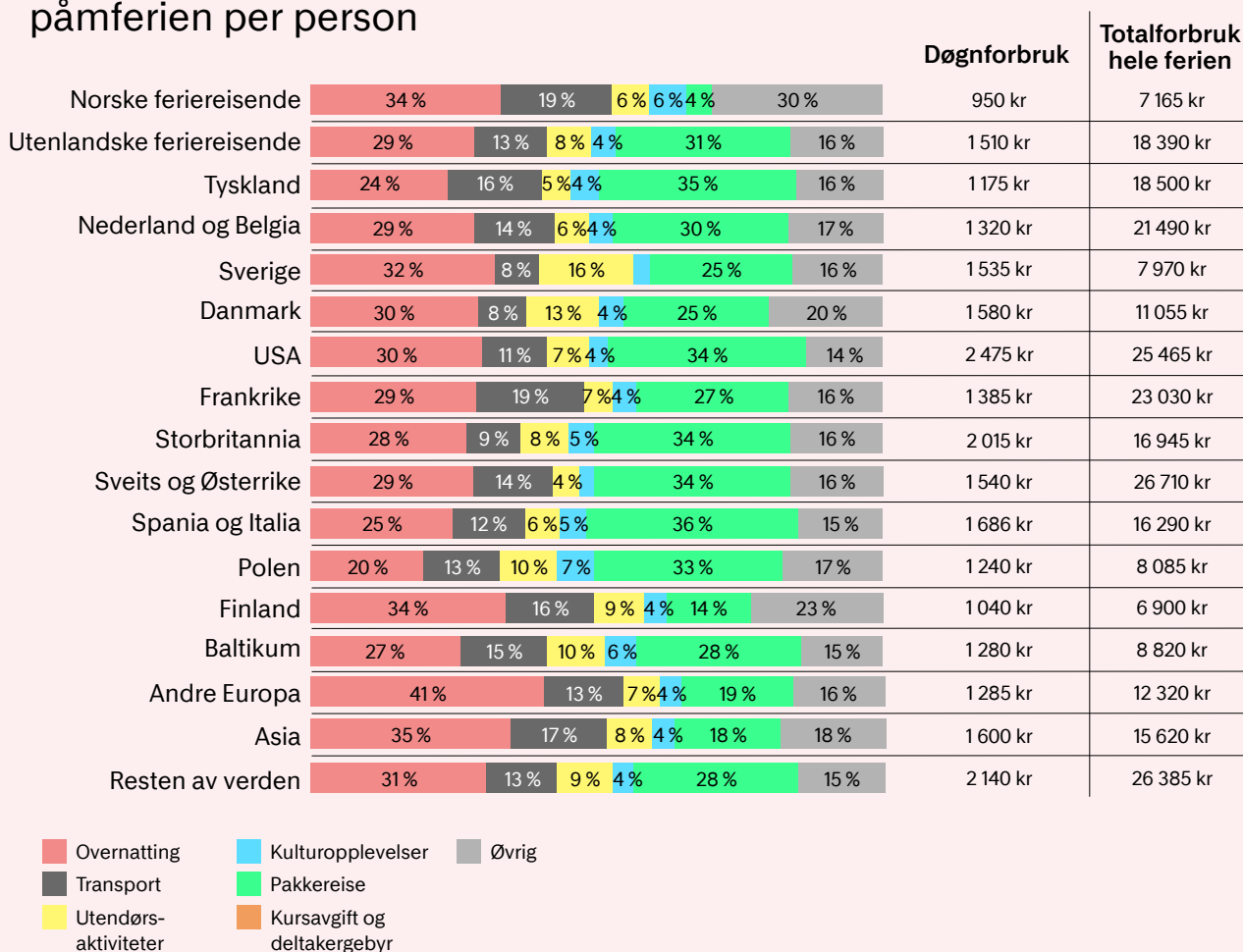
Det som skiller feriereisende i Norge fra hverandre, er hvor mye de bruker på overnatting. Feriereisende som bor på hotell, spesielt dyrere hoteller, har et høyere døgnforbruk enn andre.

bruker langt mindre penger på pakkereiser, og en større del av forbruket går til overnattinger og en kategori vi kaller «øvrig», som inkluderer forbruk utover de hovedkategoriene som vises nedenfor.

Grafen nedenfor viser fordelingen av hva feriereisende fra forskjellige markeder brukte pengene sine på under norgesferien. Størstedelen av forbruket blant utenlandske reisende går til pakkereiser og overnattinger. Norske turistenes forbruksmønster skiller seg fra utenlandske reisendes ved at nordmenn

De markedene som bruker mest penger på reisen sin, er feriereisende fra USA og Storbritannia. Forbrukspostene som det generelt sett brukes minst penger på, er kulturopplevelser og utendørsaktiviteter.

Gjennomsnittlig døgnforbruk og totalforbruk på ferien per person



En svekket kronekurs

Utviklingen i konkurransekursindeksen og antall utenlandske gjestedøgn følger hverandre tett. Den norske kronen har de siste årene ligget relativt lavt mot euro, pund, amerikanske dollar, samt dansk og svensk krone. Dette har vært gunstig for reiselivsnæringen, som er en eksportnæring.

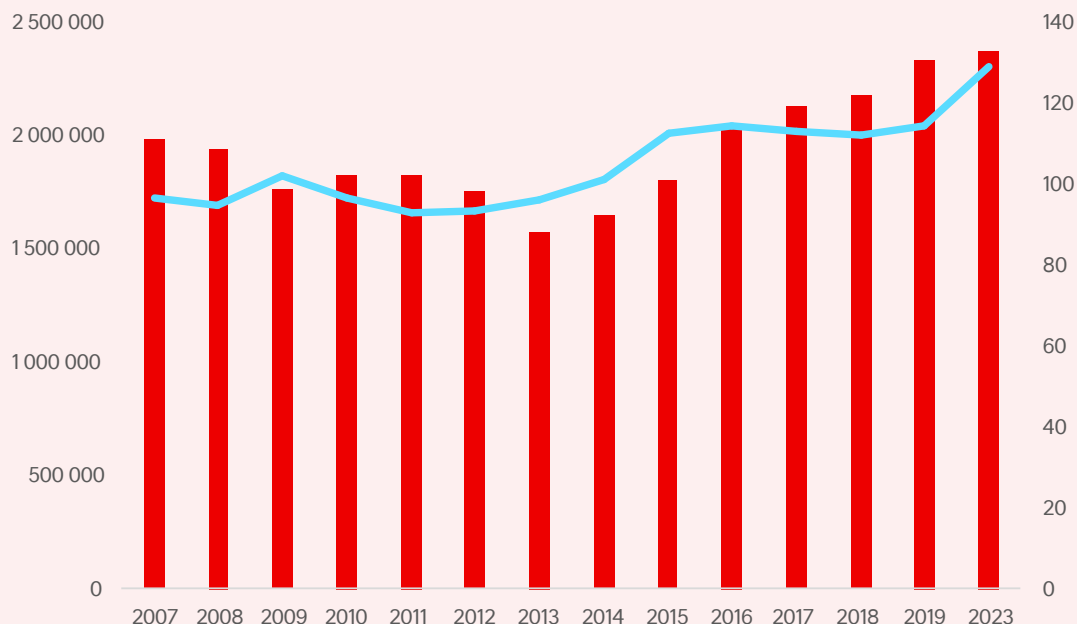
Et mål for Norges konkurransevne er konkurransekursindeksen. En økning i denne indeksen indikerer en svekket krone, noe som gjør Norge mer konkurransedyktig, og omvendt. Jo lavere kronekurs, desto sterkere blir Norges konkurransevne.

Norges konkurransevne styrket fra 2019

Den norske kronen har svekket seg betraktelig de siste årene, noe som gjør at utenlandske turister får mer for pengene sine under norgesferien. I 2019 var konkurransekursindeksen på 114, mens den i 2023 hadde økt til 129. Det er en vekst på 13 prosent.

Utenlandske kommersielle overnattinger (juli)

Konkurransekursindeks % (juli)



■ Konkurranseindeks
■ Utenlandske kommersielle overnattinger

Kilde: Norges Bank og SSB

Ulike type overnattinger

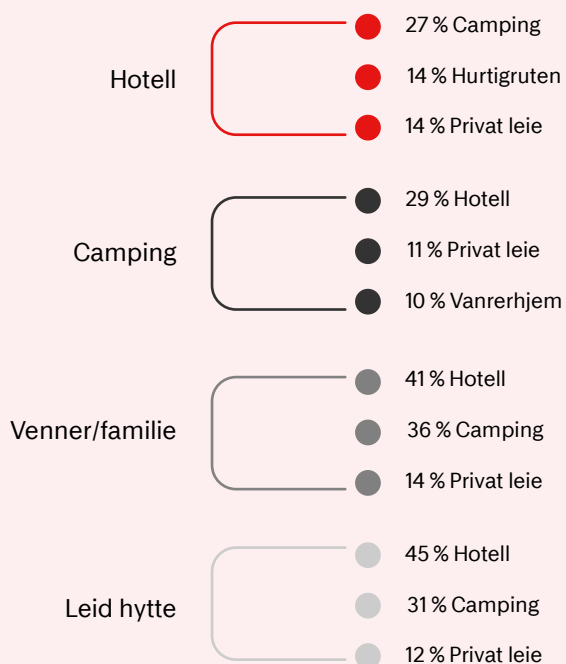
Turistene benytter seg ikke nødvendigvis av kun én overnattingsform under feriereisen i Norge. Mange kombinerer ulike overnattingsformer, noe som illustreres under. For eksempel har litt over 40 prosent av de utenlandske feriereisende som har overnattet hos venner og familie, også hatt overnattinger på hotell. Tilsvarende har 45 prosent av

de som har benyttet seg av privat leie, også hatt overnattinger på hotell. Valg av overnattingsform er derfor ikke ensbetydende med valg av én enkelt overnattingsform, noe som også kan henge sammen med den store andelen rundreiser blant de utenlandske.

Kombinasjon av flere typer overnatting på ferien i Norge

Har hatt minst én overnatting på:

Andel som også har overnattet på:



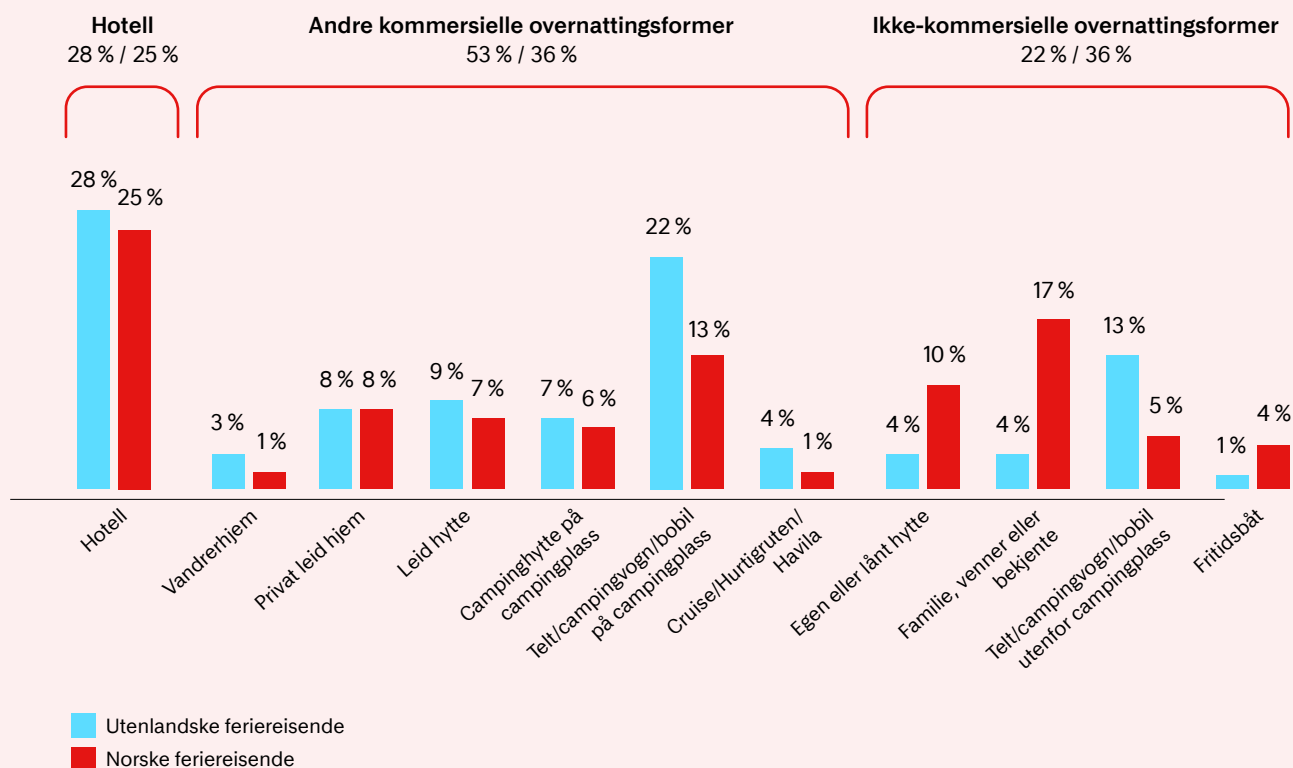
Kilde: Turistundersøkelsen 2023, Innovasjon Norge



Flere velger overnatting på campingplass

Andel hotellovernattinger er lavere enn i 2019, og Norge har hatt en god vekst til selvhushold, slik som hytte og camping. I tillegg kommer overnattinger på så kalte «Ikke-kommersielle overnatningsformer», som ikke dekkes av overnatningsstatistikken til SSB.

Fordeling av feriereisendes overnattinger på innkvateringstyper



Ved Cruise/Hurtigruten/Havila. Disse tallene inneholder ikke alle overnattinger på cruise i Norge som vises på side 69.

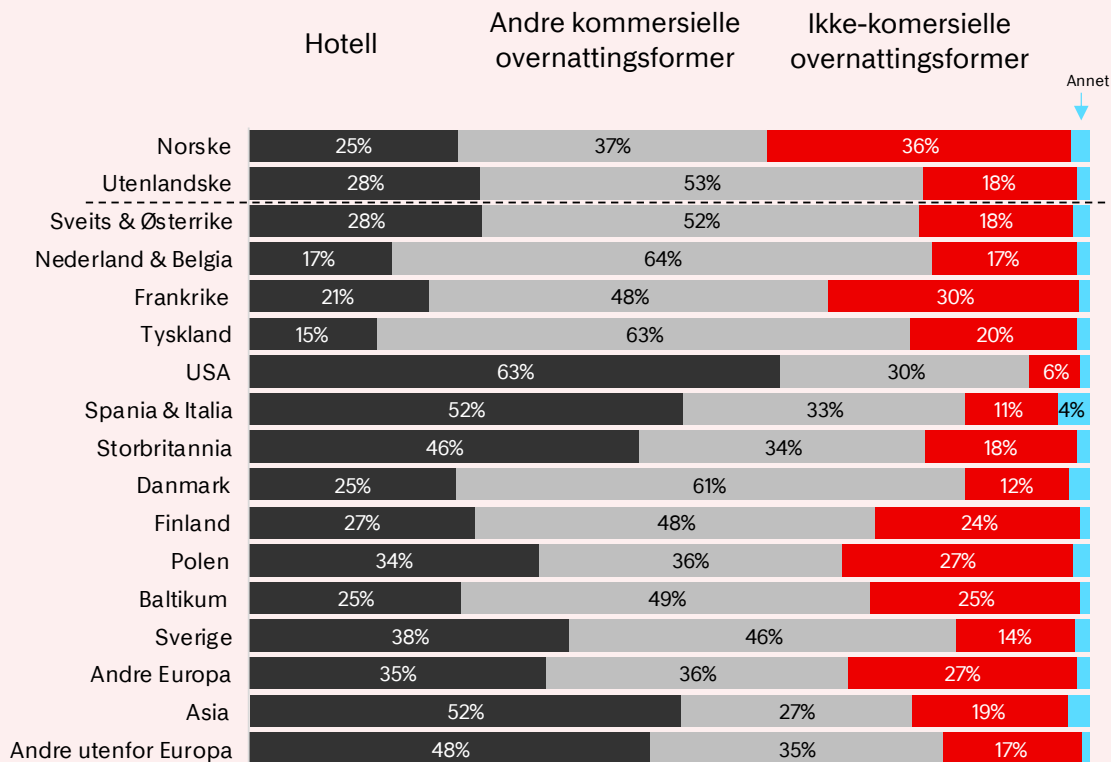
Kilde: Turistundersøkelsen 2023, Innovasjon Norge

Flere utenlandske feriereisende velger ikke-kommersielle overnattingsformer

Selv om hotell og andre kommersielle overnattingssteder fortsatt er de mest populære blant både norske og utenlandske reisende, ser vi en økning i antall utenlandske reisende som velger ikke-kommersielle overnattingsformer. Dette kan være knyttet til en større trend i Europa, hvor flere velger bobilferie enn tidligere.

Samtidig er det noen markeder, som USA, Spania og Italia, hvor hotell og andre kommersielle overnattingssteder fortsatt dominerer. Blant norske feriereisende er det fortsatt flere som benytter seg av ikke-kommersielle overnattingsformer sammenlignet med utenlandske feriereisende.

Fordeling av overnattingstyper på ferien per marked

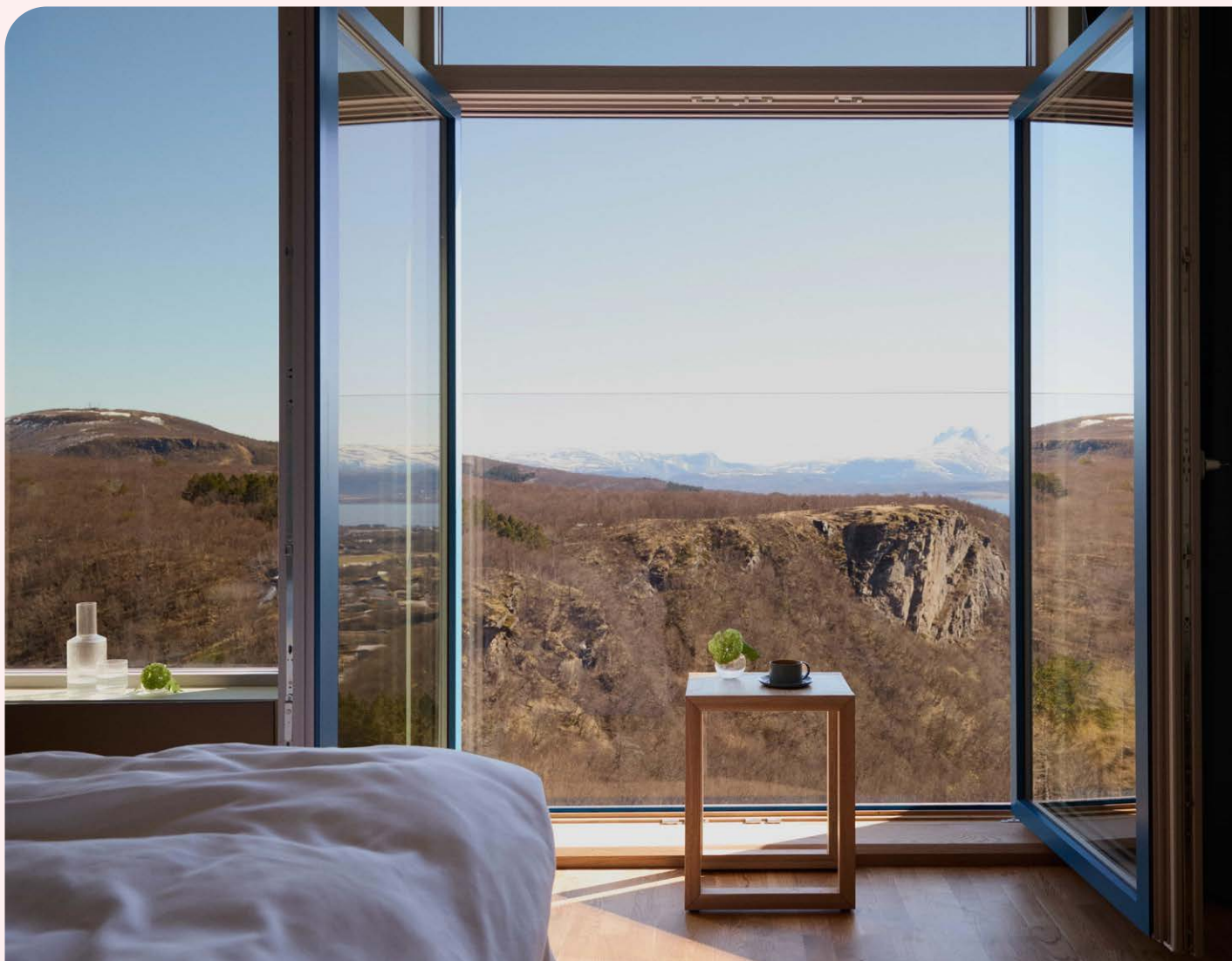


NB: Prosentene i grafene er avrundet. Derfor er det mulig at tallene ikke summer akkurat til 100 %. Prosent på eller under 3 % er skjult.

Kilde: Turistundersøkelsen 2023, Innovasjon Norge

05

Kommersielle overnattinger



Stor vekst til selvhushold

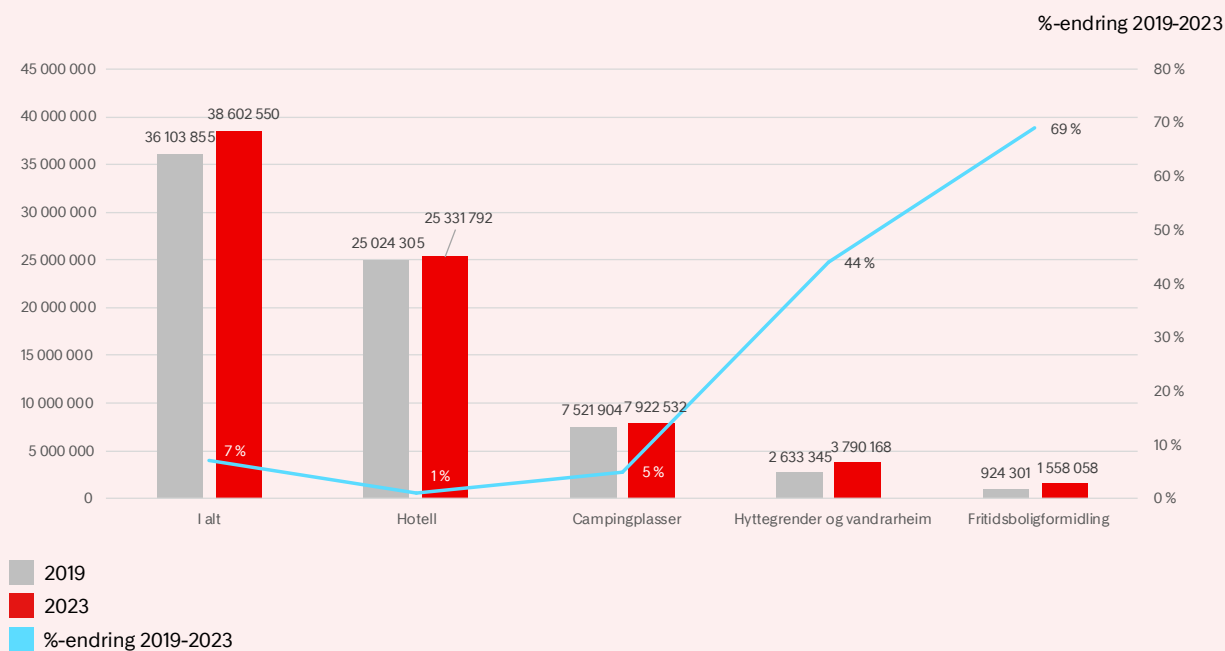
De kommersielle overnattingene og overnattinger via fritidsboligformidling er de som finnes i den offisielle statistikken over antall overnattinger i Norge. I tillegg kommer beregninger fra Turistundersøkelsen på over- nattinger som faller utenfor den offisielle statistikken, som det står om på de foregående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

I 2023 var det 38,6 millioner overnattinger ved kommersielle overnattingssteder og via norske fritidsboligformidlere. Dette er en økning på syv prosent sammenlignet med 2019, tilsvarende 2,5 millioner flere overnattinger. Av denne veksten

gikk 307 500 overnattinger til hotellene, mens hele 1,6 millioner gikk til hyttegrender og vandrerhjem. Videre gikk 600 000 av veksten til fritidsboligformidling, og 400 000 var en økning i antall campingovernattinger.

Den relativt lave veksten innen hotell førte til at andelen hotellovernattinger gikk ned fra 69 prosent i 2019 til 66 prosent i 2023. Økningen i antall hotellovernattinger på én prosent skyldes en økning på fire prosent blant norske reisende. Antall utenlandske hotellovernattinger er fremdeles fem prosent under nivået fra 2019.

Fordeling av kommersielle overnattinger og via fritidsboligformidling



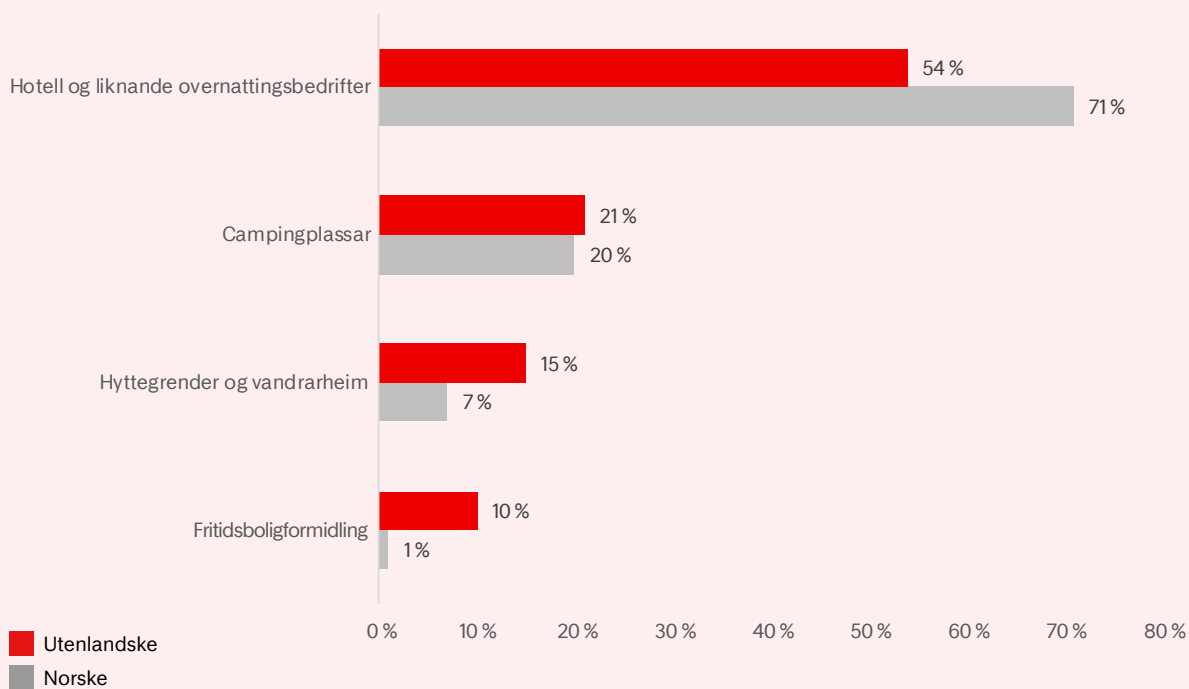
Kilde: SSB

Kommersielle overnattinger og overnattinger via norske formidlere

I 2023 utgjorde hotellovernattinger 71 prosent av alle norske kommersielle overnattinger. Til sammenligning var 54 prosent av alle utenlandske overnattinger på hotell. Dette representerer en nedgang fra 2019, da andelen var 66 prosent. Antallet utenlandske hotell-

overnattinger har falt med fem prosent sammenlignet med 2019, fra 7 millioner til 6,7 millioner i 2023. Samtidig har det vært en økning i utenlandske overnattinger på campingplasser, i hyttegrender og på vandrerhjem.

Kommersielle overnattinger og via fritidsboligformidling



Kilde: SSB

Tyskland har styrket sin posisjon

Tyskland har i mange år vært det største utenlandsmarkedet for norsk reiseliv, og i 2023 har landet fått enda større betydning. Med 2,3 millioner overnattinger representerer Tyskland nå 21 prosent av alle utenlandske overnattinger. Denne veksten på 18 prosent tilsvarer 345 630 flere overnattinger enn i 2019. I tillegg viser Turistundersøkelsen at mange tyskere benytter seg av overnatningsformer som ikke fanges opp av den offisielle statistikken, spesielt overnatting i bobil utenfor campingplasser.

Nederland er et annet marked som har vist sterk vekst etter pandemien. I tillegg til en betydelig

økning i overnatningsstatistikken fra SSB, har det også vært en sterk vekst i overnattinger utenfor campingplasser.

Når vi ser på topplisten over utenlandsmarkeder, troner Tyskland på toppen med en enda større markedsandel. USA har overtatt andreplassen fra Sverige, som lå på denne plassen i 2019. Deretter følger Nederland, Danmark og Storbritannia i samme rekkefølge som i 2019. I 2019 representerte de seks største markedene en andel på 58 prosent, mens denne andelen har økt til 63 prosent i 2023.



Kommersielle overnattinger

	2007	2013	2016	2019	Andel 2019	2020	2021	2022	2023	Andel 2023	Endring 2022-23	Endring 2019-23
I alt	28 663 930	29 243 016	33 114 132	35 179 554	100 %	23 720 833	27 092 046	36 127 194	37 044 492	100 %	3 %	5 %
Norge	20 338 157	21 551 330	23 387 248	24 478 073	70 %	20 402 530	23 782 515	26 313 965	25 907 064	73 %	-2 %	6 %
Utlandet i alt	8 325 773	7 691 686	9 726 884	10 701 481	30 %	3 318 303	3 309 531	9 813 229	11 137 428	27 %	13 %	4 %
Tyskland	1 703 050	1 309 550	1 687 582	1 955 111	18 %	565 953	788 659	2 213 667	2 300 749	21 %	4 %	18 %
USA	330 727	303 199	496 626	956 174	9 %	203 954	211 696	819 080	1 109 159	10 %	35 %	16 %
Sverige	912 915	999 339	1 189 888	1 103 425	10 %	397 600	376 801	996 498	1 098 202	10 %	10 %	0 %
Nederland	873 342	519 989	658 478	773 696	7 %	171 852	217 594	1 056 754	1 018 928	9 %	-4 %	32 %
Danmark	1 006 816	835 121	828 916	755 652	7 %	589 832	262 335	830 456	825 675	7 %	-1 %	9 %
Storbritannia	755 172	581 496	734 876	649 981	6 %	288 742	179 954	567 273	677 195	6 %	19 %	4 %
Frankrike	291 826	285 525	372 107	451 608	4 %	65 530	114 200	461 000	499 152	4 %	8 %	11 %
Sveits	121 970	139 545	204 456	243 469	2 %	43 380	57 178	267 826	322 008	3 %	20 %	32 %
Spania	313 766	174 862	304 303	343 513	3 %	43 286	70 186	267 916	308 466	3 %	15 %	-10 %
Italia	228 275	164 254	235 288	273 372	3 %	65 730	101 058	265 617	288 373	3 %	9 %	5 %
Belgia	65 857	81 671	130 164	160 179	1 %	27 845	48 978	192 687	233 524	2 %	21 %	46 %
Østerrike	64 536	67 776	98 760	112 522	1 %	23 402	37 288	118 856	134 212	1 %	13 %	19 %
Australia	41 620	61 294	87 498	125 339	1 %	22 041	4 052	54 115	115 147	1 %	113 %	-8 %
Kina	70 694	161 878	392 529	471 822	4 %	27 614	6 135	25 146	90 472	1 %	260 %	-81 %
Sør-Korea	40 609	57 042	88 157	104 339	1 %	5 670	749	22 365	75 340	1 %	237 %	-28 %
Canada	23 548	38 724	43 022	57 935	1 %	8 993	3 871	46 904	65 196	1 %	39 %	13 %
India	n/a	n/a	n/a	106 608	1 %	27 152	13 661	41 295	62 851	1 %	52 %	-41 %
Singapore	n/a	n/a	n/a	38 623	0 %	6 190	1 286	24 614	47 531	0 %	93 %	23 %
De forente arabiske emirater	n/a	n/a	n/a	40 068	0 %	3 345	3 748	35 088	46 625	0 %	33 %	16 %
Brasil	13 847	38 999	35 582	50 726	0 %	11 001	4 516	30 326	43 666	0 %	44 %	-14 %
Thailand	n/a	n/a	n/a	53 132	0 %	10 931	2 790	15 118	33 110	0 %	119 %	-38 %
Taiwan	n/a	n/a	n/a	49 079	0 %	4 325	194	5 103	32 991	0 %	547 %	-33 %
Japan	115 962	103 882	111 579	100 283	1 %	8 833	4 807	14 819	32 704	0 %	121 %	-67 %
Malaysia	n/a	n/a	n/a	24 238	0 %	4 115	1 110	9 840	20 616	0 %	110 %	-15 %
Russland	130 434	211 805	105 285	154 189	1 %	19 033	16 401	20 711	17 339	0 %	-16 %	-89 %
Mexico	6 716	12 413	11 082	15 138	0 %	3 071	2 560	12 316	17 297	0 %	40	14
Indonesia	n/a	n/a	n/a	25 140	0 %	3 996	969	6 471	13 638	0 %	111 %	-46 %
Qatar	n/a	n/a	n/a	13 669	0 %	4 781	5 602	12 581	13 350	0 %	6 %	-2 %
Øvrige land	1 214 091	1 543 322	1 910 706	1 492 451	14 %	660 106	771 153	1 378 787	1 593 912	14 %	16 %	7 %

Overnattinger via norske fritidsboligformidlere

I tillegg til de kommersielle overnattingene, som omfatter hotell, camping, vandrerhjem og hyttegrender, publiserer SSB også data om overnattinger fra norske fritidsboligformidlere. Fra 2019 til 2023 har antallet slike overnattinger økt fra 924 300 til 1,56 millioner, en vekst på 69 prosent. Antallet utenlandske overnattinger har økt med 53 prosent, mens antallet norske overnattinger har mer enn doblet seg i samme periode. I motsetning til de kommersielle

overnattingene, hvor norske overnattinger dominerer, er Danmark det største markedet for overnattinger via norske formidlere, tett fulgt av Norge. Tyske overnattinger utgjør også en betydelig andel, og sammen står disse tre markedene for 73 prosent av totalen.

Frem til 2019 publiserte SSB kun data for et fåtall markeder.

	2019	2023	%-endring	Andel i 2023
I alt	924 301	1 558 058	69 %	100 %
Utlandet i alt	767 712	1 173 241	53 %	75 %
Danmark	242 730	396 784	63 %	25 %
Norge	156 589	384 817	146 %	25 %
Tyskland	229 459	358 490	56 %	23 %
Sverige	186 151	240 883	29 %	15 %
Nederland	37 141	65 150	75 %	4 %
Storbritannia og Nord-Irland	14 336	27 748	94 %	2 %
Belgia	n/a	5 200	n/a	0
Sveits	n/a	5 450	n/a	0
Østerrike	n/a	5 355	n/a	0
Frankrike	2 272	2 920	29 %	0
Italia	n/a	1 171	n/a	0
Spania	n/a	701	n/a	0
Andre land	55 623	63 389	14 %	4 %

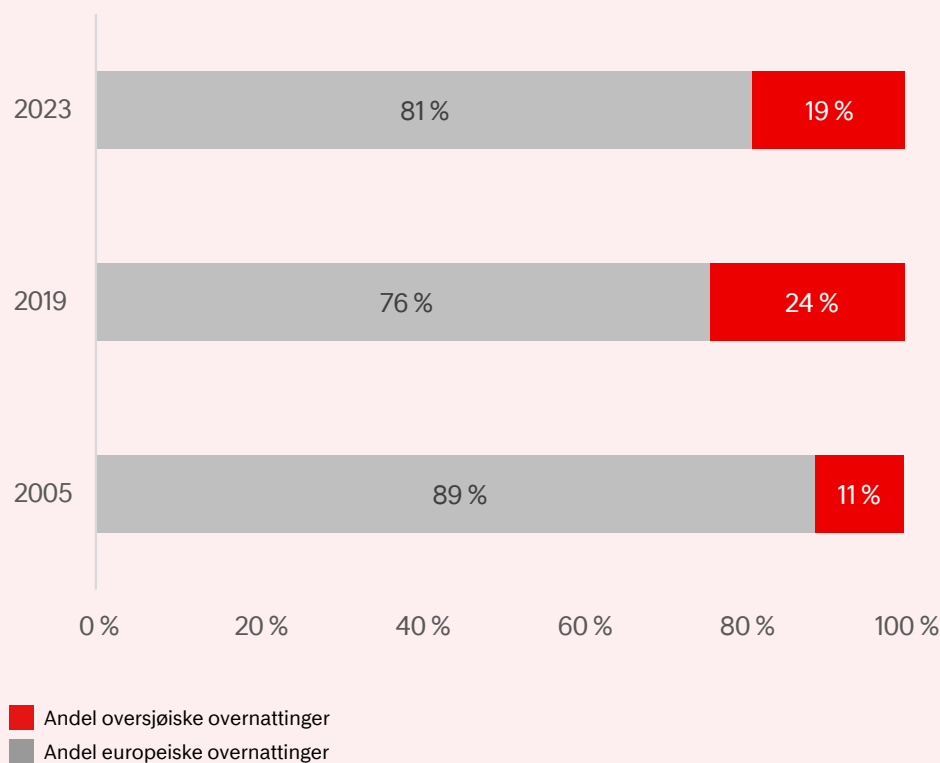
Kilde: SSB



Fordeling av overnattinger mellom europeiske og oversjøiske markeder

Europeiske land har alltid vært viktige for norsk reiseliv, men frem til 2019 vokste de ikke i samme tempo som de oversjøiske markedene, som stadig tok en større andel hvert år. I 2005 representerte oversjøiske markeder 11 prosent av utenlandske gjestedøgn. I 2018 hadde denne andelen økt til 23

prosent, og i 2019 videre til 24 prosent. I 2023 var andelen imidlertid redusert til 19 prosent. Det er kun amerikanerne som har kommet tilbake til tidligere nivåer. Av de 11,1 millioner utenlandske overnattingene det året, var 2,1 millioner fra oversjøiske markeder, hvorav 1,1 millioner var fra USA.



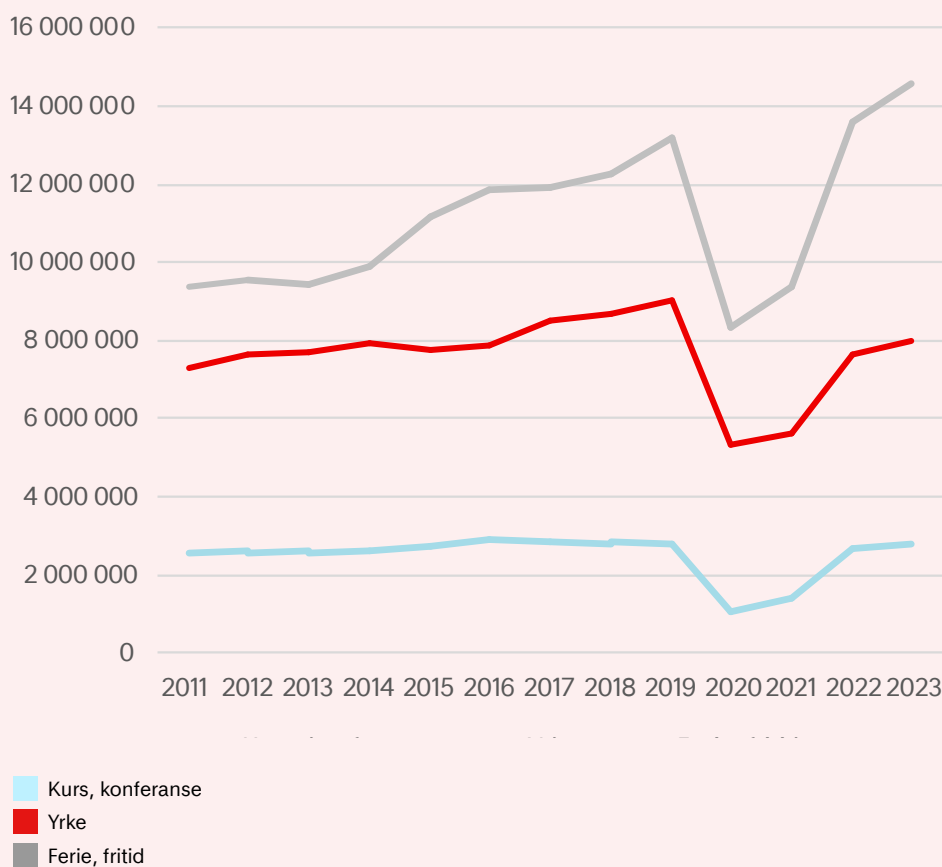
Kilde: SSB

Prioriterer feriereiser - yrkestrafikken er ikke tilbake

I 2023 ble det registrert 25,3 millioner hotellovernattinger, en økning på én prosent fra 2019. Denne veksten skyldes en økning på fire prosent i norske hotellovernattinger. Antallet utenlandske hotellovernattinger har imidlertid ikke nådd tilbake til nivået før pandemien, med en nedgang på fem prosent.

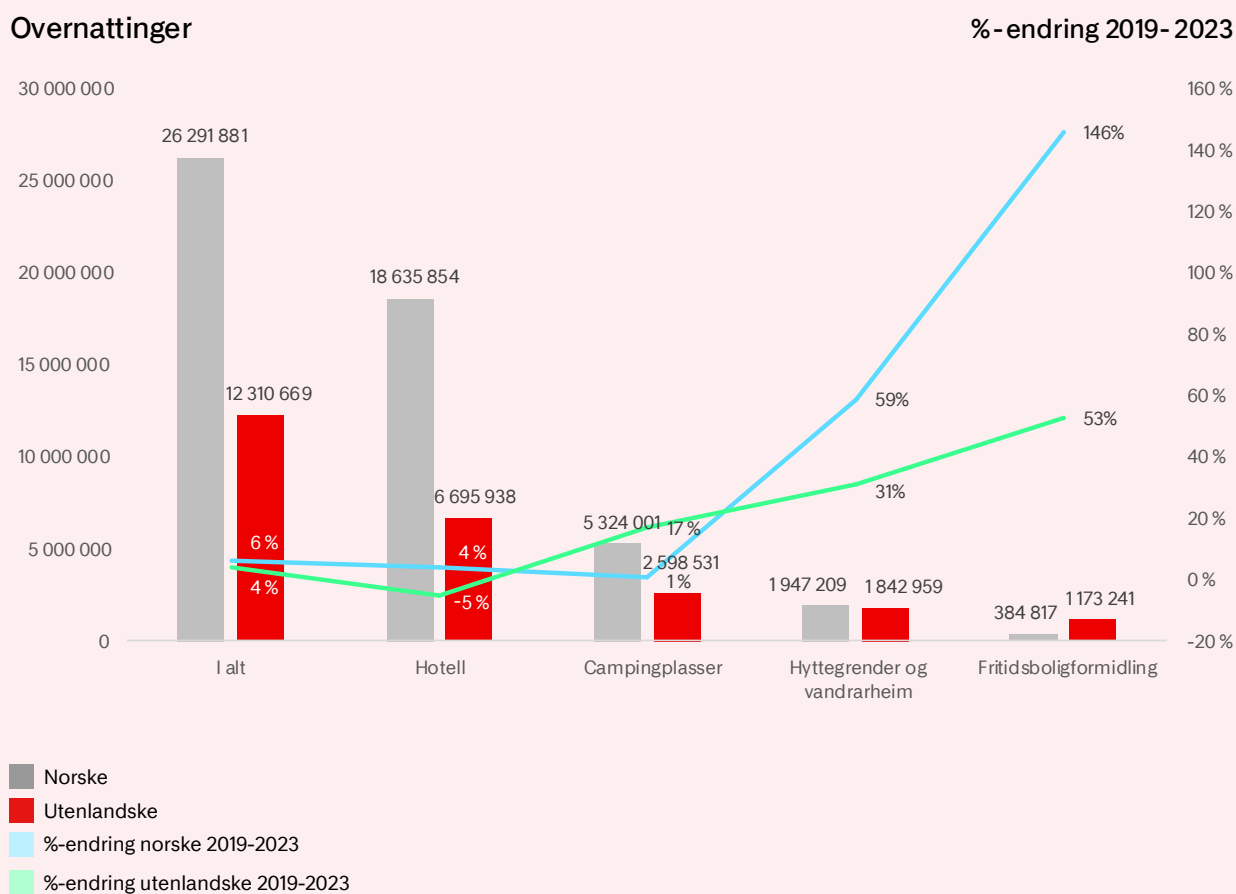
Ferie- og fritidstrafikken driver veksten
Antallet ferierelevante hotellovernattinger ligger ti prosent over nivået i 2019. Yrkestrafikken ligger derimot hele 11 prosent bak, mens kurs- og konferanse-relaterte overnattinger tok seg opp i 2023 og ligger nå kun én prosent under 2019-nivået.

Hotellovernattinger



Kilde: SSB

Kommersielle overnattinger og overnattinger via fritidsboligformidling



Kilde: SSB

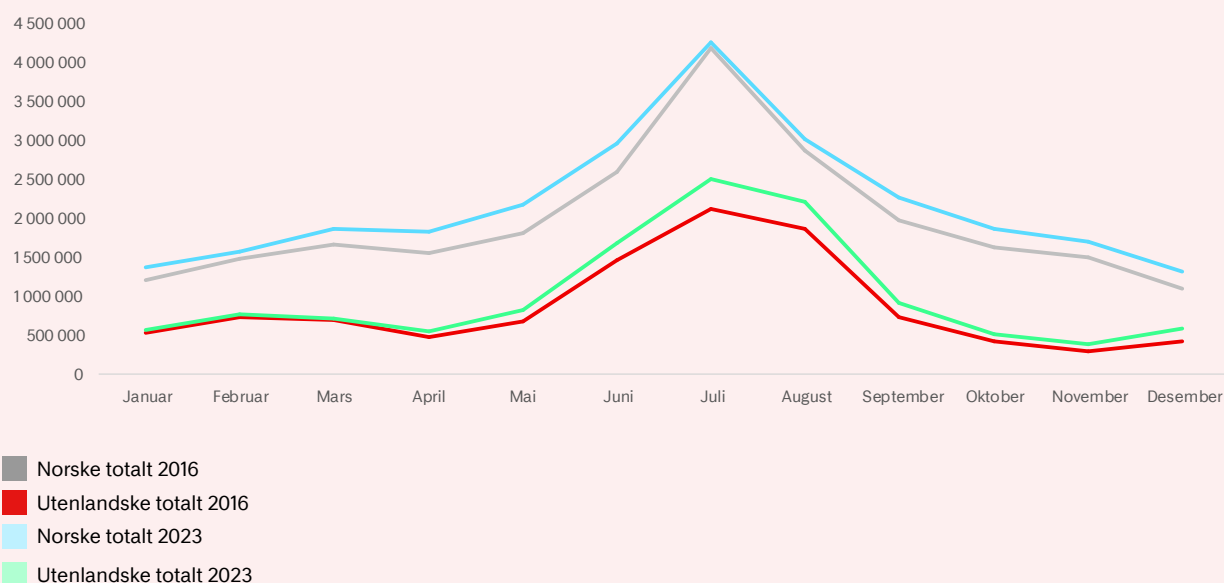
Kommersielle overnattinger og overnattinger via norske formidlere

Tall publisert av Statistisk sentralbyrå (SSB) viser at antall norske overnattinger har økt fra 23,7 millioner i 2016 til 26,3 millioner i 2023. I samme periode har antall utenlandske overnattinger økt fra 10,5 millioner til 12,3 millioner. Når vi ser på fordelingen av overnattinger gjennom året, har veksten i norske overnattinger spredt seg jevnt utover året. Dette reflekteres i GINI-koeffisienten, som måler sesongutjevning, og

som har gått ned fra 21 i 2016 til 19 i 2023. Utviklingen blant utenlandske overnattinger har derimot gått i motsatt retning. Som grafen viser, har vi hatt en positiv utvikling i utenlandske overnattinger gjennom året, men veksten er størst i juli og august. Andelen utenlandske overnattinger i disse to månedene har økt fra 38 prosent i 2016 til 39 prosent i 2023.

Kommersielle overnattinger og overnattinger via fritidsboligformidling- god utvikling fra 2016

Overnattinger



Kilde: SSB

Hele Norge – hele året

Norsk reiseliv har i de siste årene arbeidet med å forlenge sesongen, et viktig mål i den nasjonale reiselivsstrategien. Som vist i tidligere data, har vi registrert flere overnattinger gjennom hele året. Likevel er veksten i antall overnattinger betydelig større i sommersesongen, noe som har ført til at GINI-koeffisienten har stabilisert seg på samme nivå som før pandemien.

2023 ble det registrert en økning på 2,5 millioner overnattinger

Antallet registrerte overnattinger steg fra 36,1 millioner i 2019 til 38,6 millioner i 2023. Denne økningen på 2,5 millioner overnattinger er illustrert i grafen, som viser fordelingen gjennom året.

September hadde den største økningen, 365 430 flere registrerte overnattinger enn i 2019. Deretter følger sommermånedene mai og juni, etterfulgt av februar, april og desember. Juli er den måneden med flest overnattinger totalt, med hele 6 784 195 overnattinger, men det var også den måneden med minst vekst i 2023.

Selv om sommersesongen fortsatt har flest registrerte overnattinger i 2023, er tilveksten større resten av året. Dette har ført til at andelen overnattinger i sommersesongen har gått ned fra 52 prosent i 2019 til 51 prosent i 2023. Av den totale tilveksten på 2,5 millioner overnattinger, fant 900 000 sted i sommermånedene, mens 1,6 millioner fordelte seg på de øvrige månedene.

Vekst i registrerte overnattinger



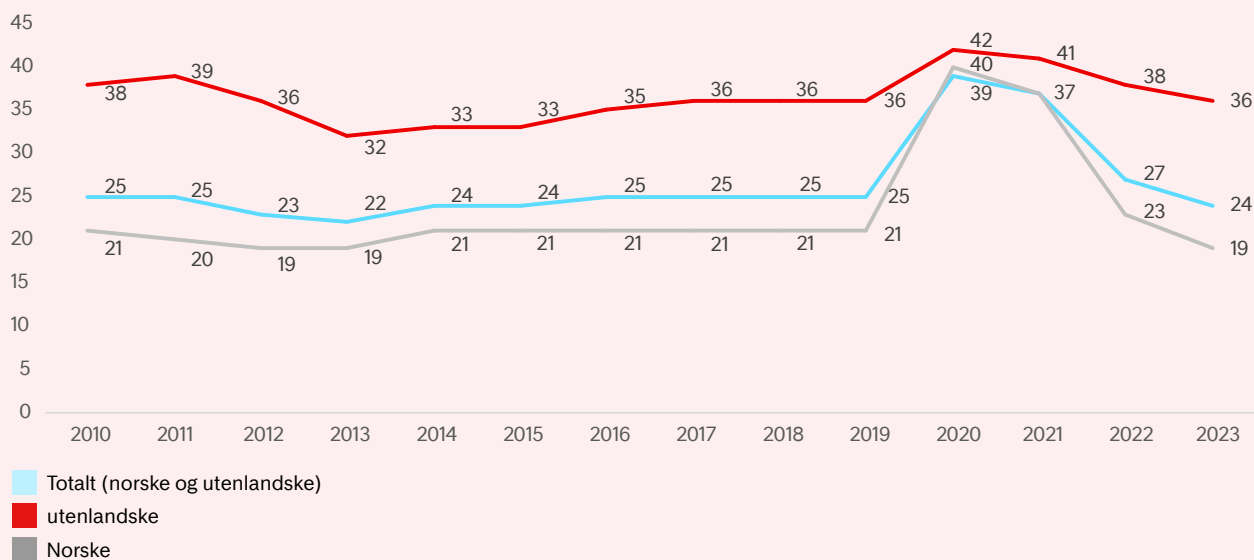
Registrerte overnattinger via SSB som er kommersielle overnattinger og overnattinger via norske formidlere

Kilde: SSB

Vi har oppnådd en bedre sesongutjevning i norske overnattinger, med en indeks på 19. Derimot er indeksen for utenlandske overnattinger noe høyere, på 36, på grunn av det høyeste antallet overnattinger i sommermånedene.

Hva betyr disse tallene? Jo nærmere null, desto bedre! GINI-indeksen, eller GINI-koeffisienten, er et statistisk mål for spredning, uttrykt som en verdi fra 0 til 100. Dersom et reisemål, eller et land, har et likt antall overnattinger hver måned gjennom hele året, vil verdien være null. Målet er å oppnå en så lav verdi som mulig.

Utvikling GINI-index over tid



Kilde: SSB og Innovasjon Norge



Kilde: SSB og Innovasjon Norge

Mange reisemål arbeider strategisk med spredning av trafikken gjennom året

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

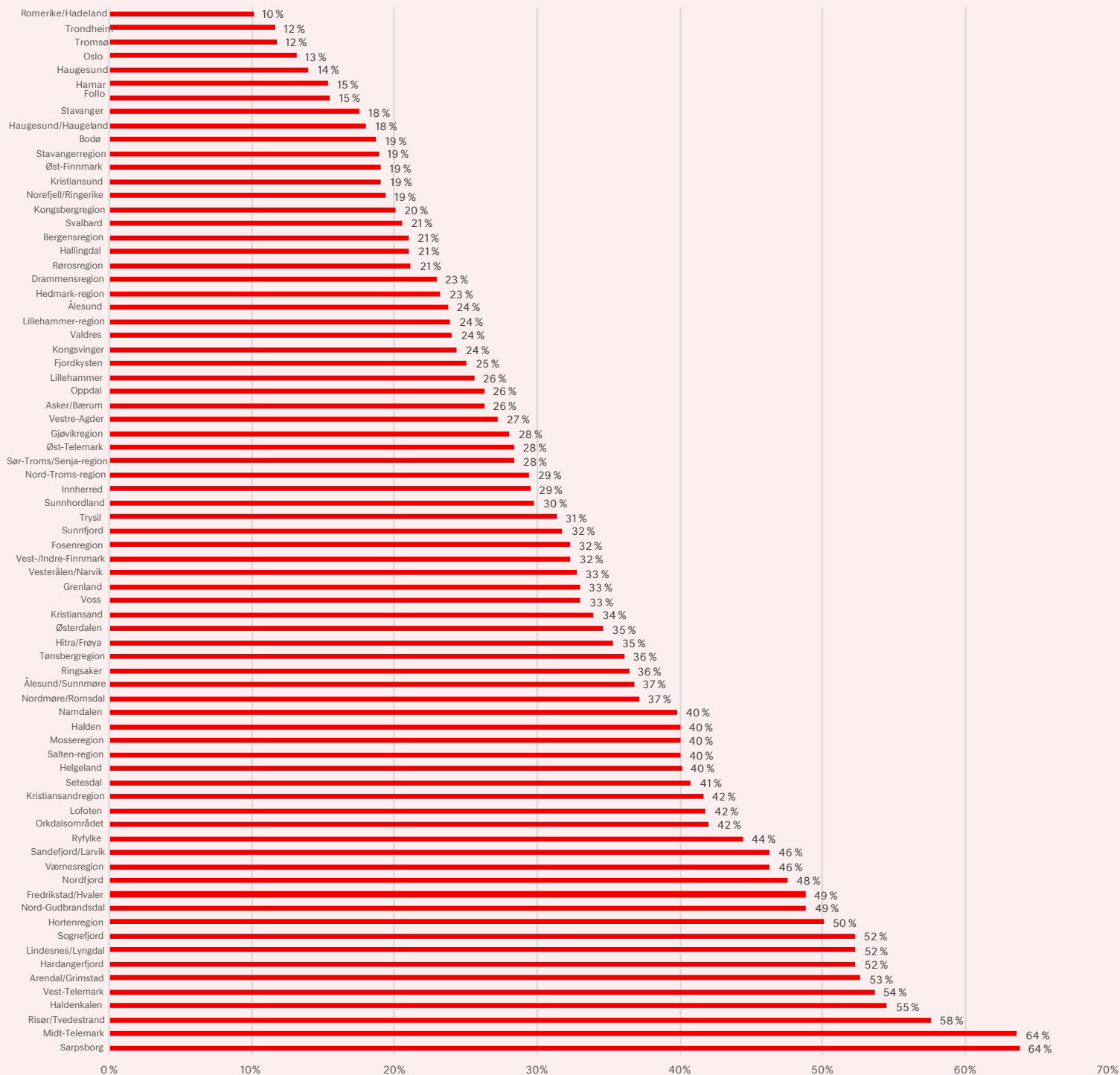
Romerike/Hadeland-regionen utmerker seg som den reiselivsregionen med den jevneste fordelingen av kommersielle overnattinger gjennom 2023. Med

totalt 1,5 millioner overnattinger, er regionen på nivå med Tromsø og noe større enn Trondheim, målt i kommersielle overnattinger. Begge disse regionene har også en god fordeling av overnattinger. Oslo inntar fjerdeplassen, men er den største reiselivsregionen med 6,35 millioner overnattinger i løpet av året.



GINI-indeks per reiselivsregion

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



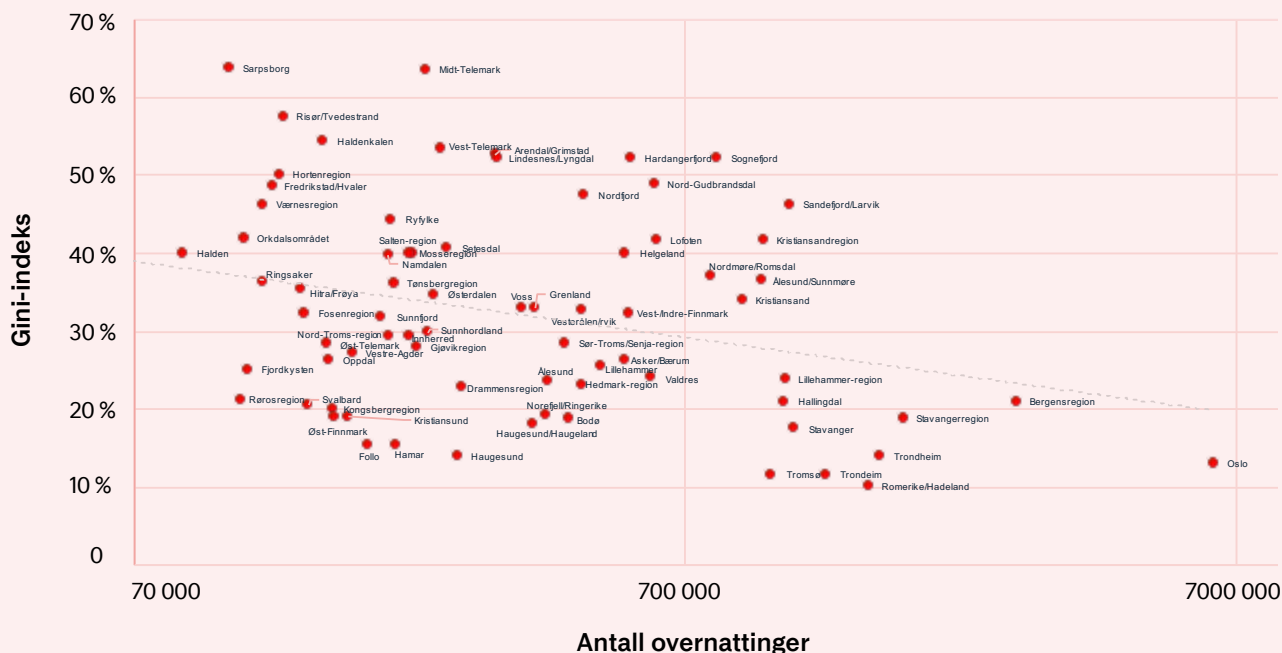
Kilde: SSB og Innovasjon Norge

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

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

overnattingene skjer i én måned, vil skåren være 100 prosent. Nederst til høyre i grafen finner vi Oslo og Bergensregionen, som skiller seg ut med flest overnattinger og en jevn fordeling gjennom året.

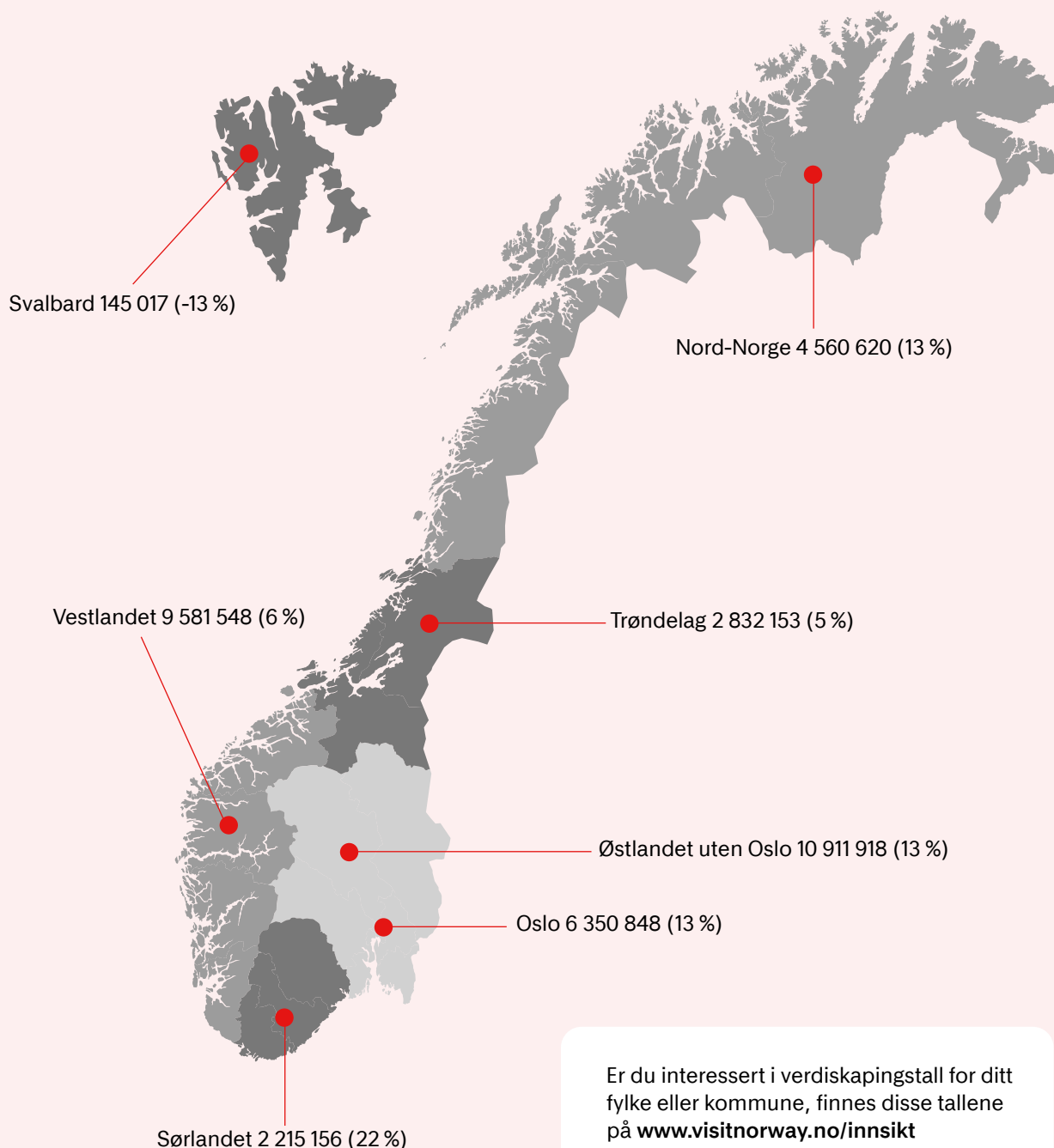
Sesongsvingning og overnattinger per reiselivsregion og byer



Kilde: SSB og Innovasjon Norge

Kommersielle overnattinger fordelt per landsdel

I parentes vises endring 2019-2023.



06

Kjennetegn ved de ferierende



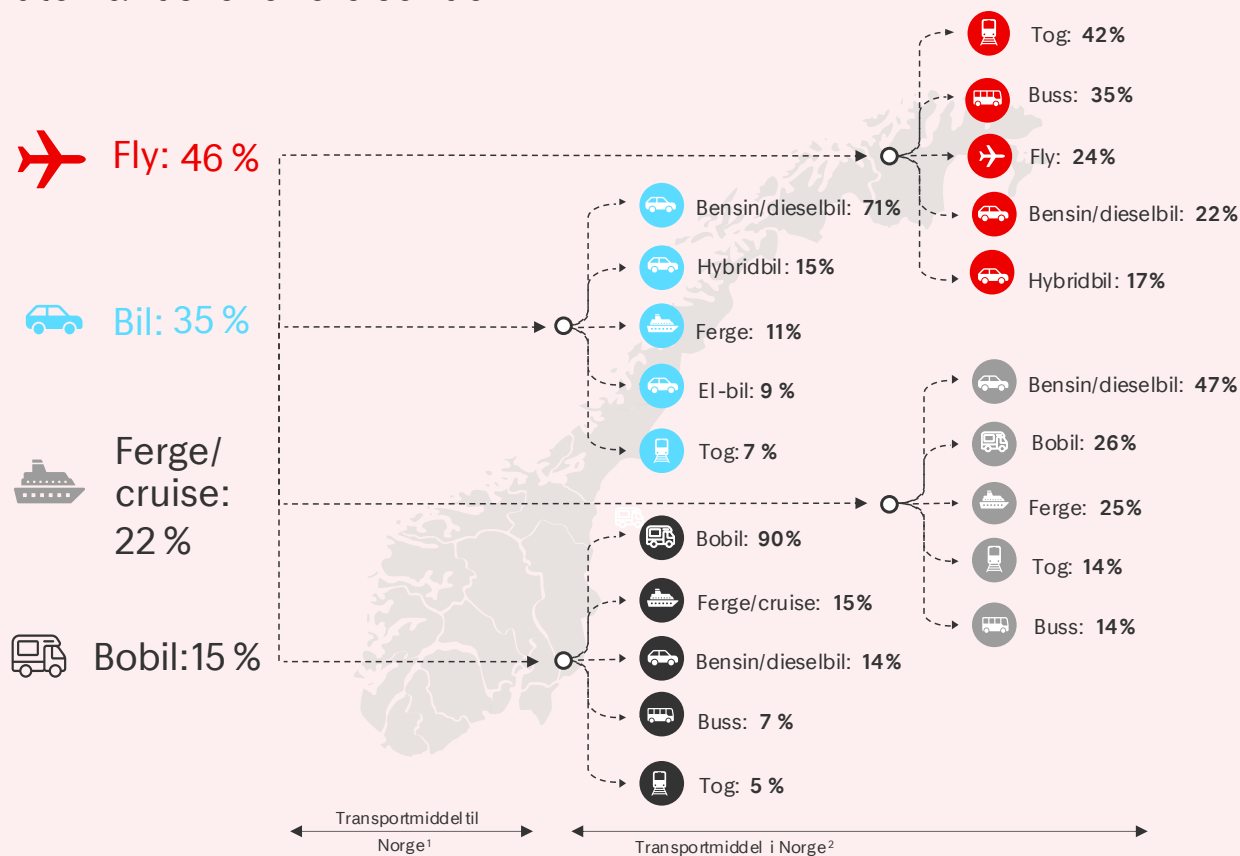
Færre feriereisende kom til landet med fly og færre bruker tog

I 2023 ankom 46 prosent av de utenlandske feriereisende til Norge med fly, en nedgang fra 61 prosent i 2019. Denne reduksjonen skyldes blant annet at reisende fra Asia ikke har kommet tilbake i samme omfang, samt en betydelig økning i antall besøkende fra nærliggende markeder som benytter bil og bobil.

rundt i landet. Dette har ført til at andelen som brukte tog under sitt Norgesbesøk har gått ned fra 34 prosent i 2019 til 24 prosent i 2023, mens andelen som benyttet buss har sunket fra 27 prosent til 22 prosent i samme periode.

De som ankommer Norge med fly, benytter i større grad transportmidler som tog og buss for å reise

Kombinasjon av transportmidler til og i Norge for utenlandske feriereisende

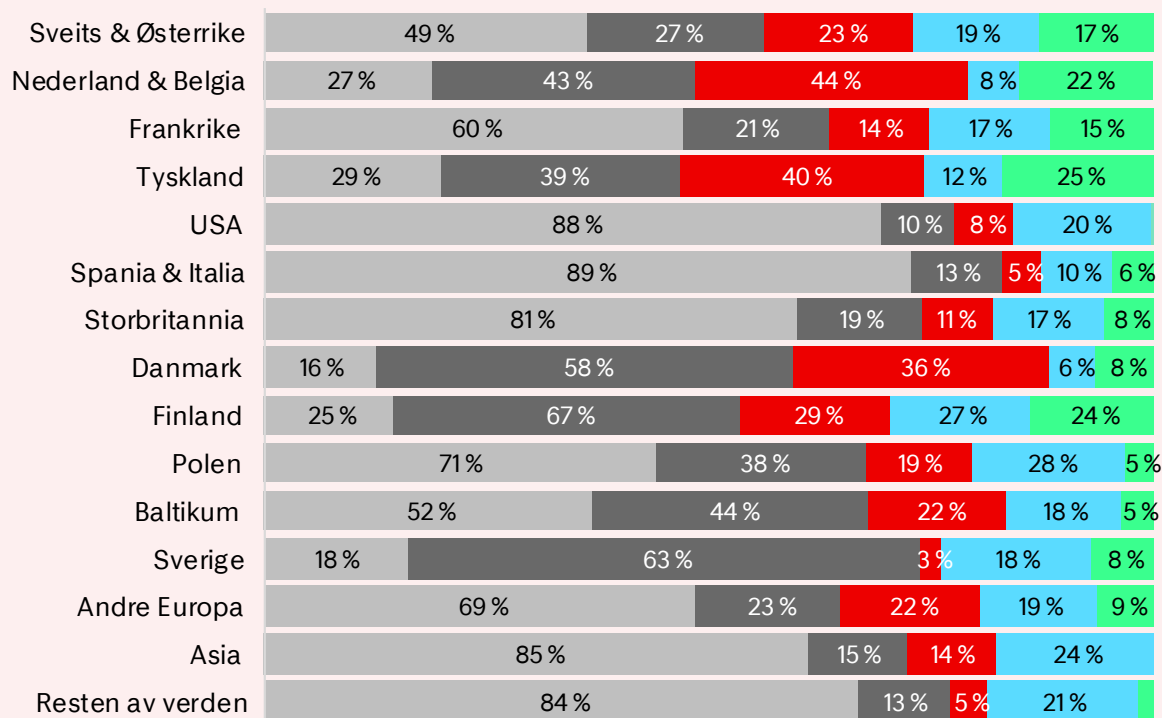


NB: 1: Det er mulig å velge flere transportformer hvis man har brukt mer enn ett transportmiddel på reisen til og i Norge. Derfor summeres tallene til mer enn 100 %. «Ferge/cruise» (til Norge) dekker Color Line, Fjordline og andre ferge/cruiserederer.

2: «Ferge/cruise» (i Norge) inneholder Hurtigruten, Havila og andre ferge/cruise rederier.

Kilde: Turistundersøkelsen 2023, Innovasjon Norge

Transportform til Norge fordelt etter feriemarked



Kilde: Innovasjon Norge

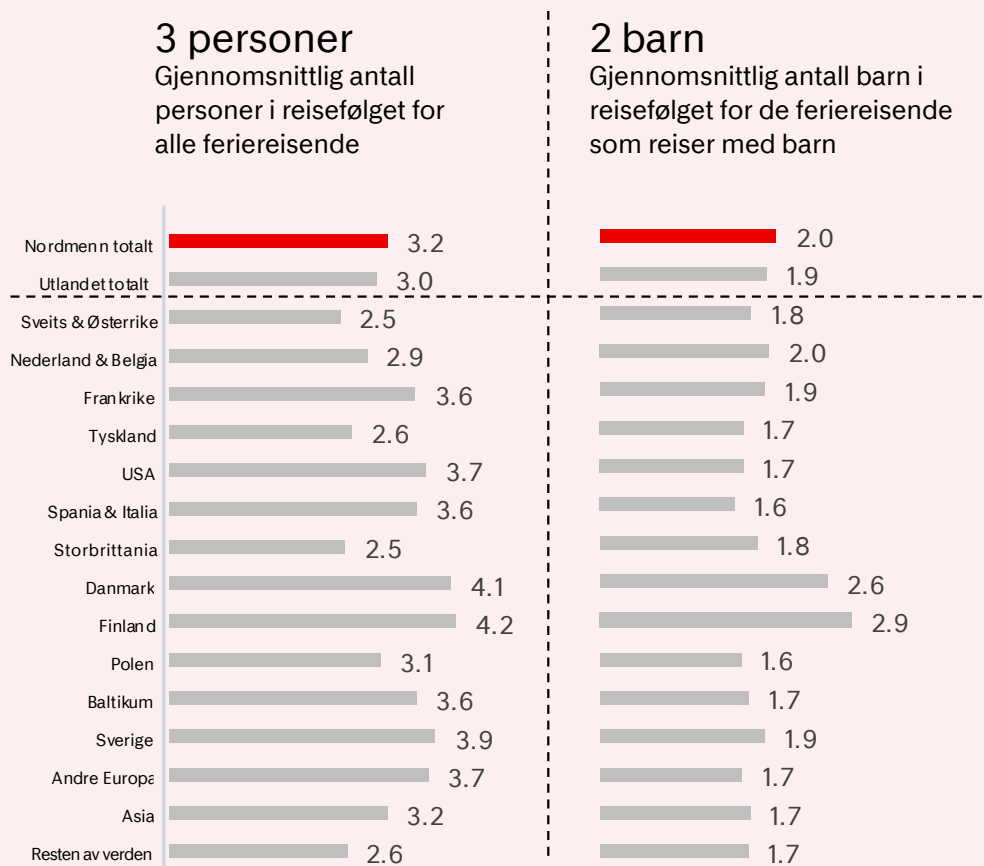


I gjennomsnitt et reisefølge på tre

Det er små variasjoner mellom markedene når det gjelder antall personer i reisefølget. Nordmenn reiser i gjennomsnitt i grupper på tre under norgesferien, og det samme gjelder for våre utenlandske besøkende.

De som skiller seg litt ut, er danske og finske barnefamilier, som i gjennomsnitt har litt flere barn med på norgesferien. En betydelig andel av danskene som reiser i større grupper, er skiturister om vinteren.

Gjennomsnittlig antall personer i reisefølget



Kilde: Turistundersøkelsen, Innovasjon Norge

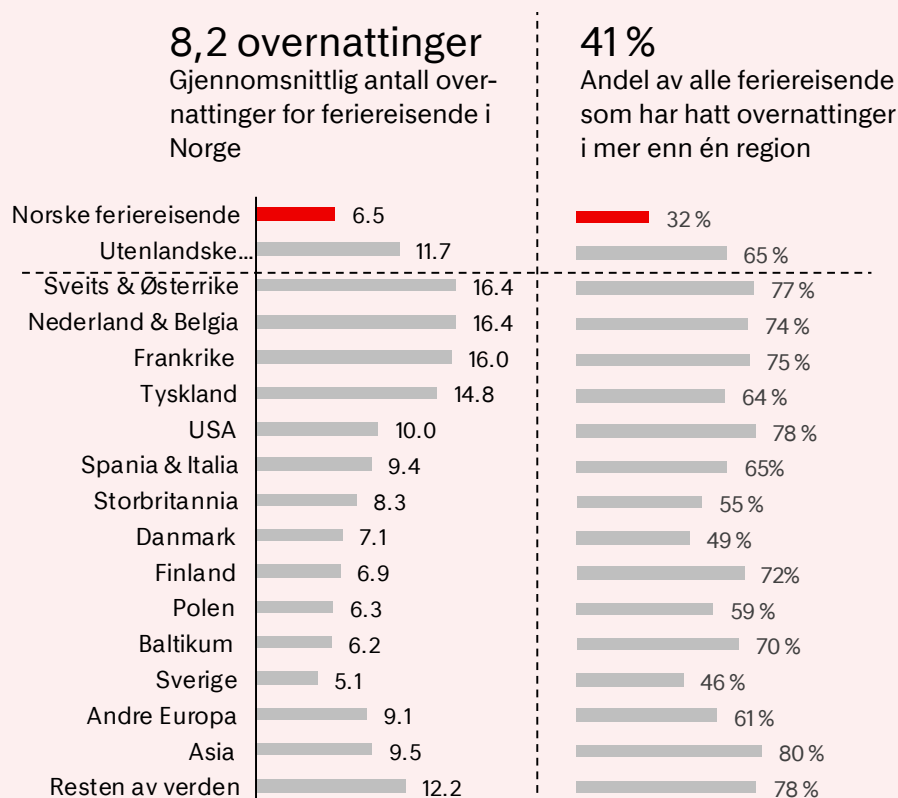
Utenlandske feriereisende er på nesten dobbelt så lange ferier som nordmenn

Det gjennomsnittlige antallet overnattinger for feriereisende i Norge er 8,2 netter. Norske feriereisende har et gjennomsnitt på 6,5 netter, mens utenlandske feriereisende har et gjennomsnitt på 11,8 netter.

Norge er et langstrakt land med mye å oppleve både i sør og nord

Våre utenlandske besøkende tilbringer ikke bare mange dager i landet, men de utnytter tiden godt ved å reise rundt og besøke flere regioner. Dette gjelder ikke bare for de som kommer med egen bil eller bobil, men også for besøkende fra USA og Asia som i større grad ankommer med fly.

Gjennomsnittlig antall overnattinger og andel rundreise

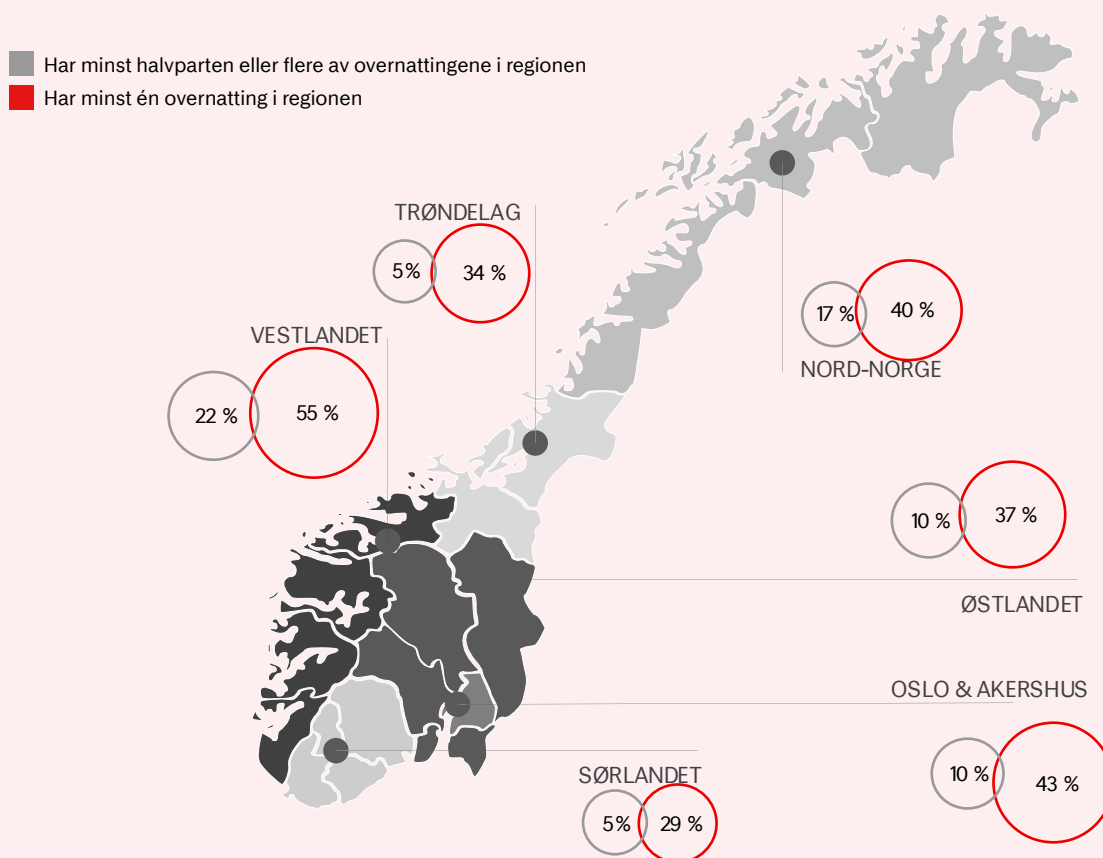


Over halvparten av de utenlandske feriereisende besøker Vestlandet

Vestlandet, Oslo og Akershus er de mest besøkte regionene, mens Sørlandet er den minst besøkte. Figuren viser prosentandelen av utenlandske feriereisende som enten overnatter kun én natt i en region eller har halvparten eller flere av alle overnattingene på norgesreisen i regionen. Vestlandet er den mest besøkte regionen blant utenlandske

feriereisende i 2023, med 55 prosent som hadde minst én overnatting der. I tillegg topper Oslo og Akershus, samt Nord-Norge, listen over hvor utenlandske feriereisende oppholder seg. Sørlandet er den regionen med færrest utenlandske overnattende, men hvor nordmenn dominerer.

Andelen av turistene som har overnattet i de ulike regionene



Kilde: Turistundersøkelsen, Innovasjon Norge

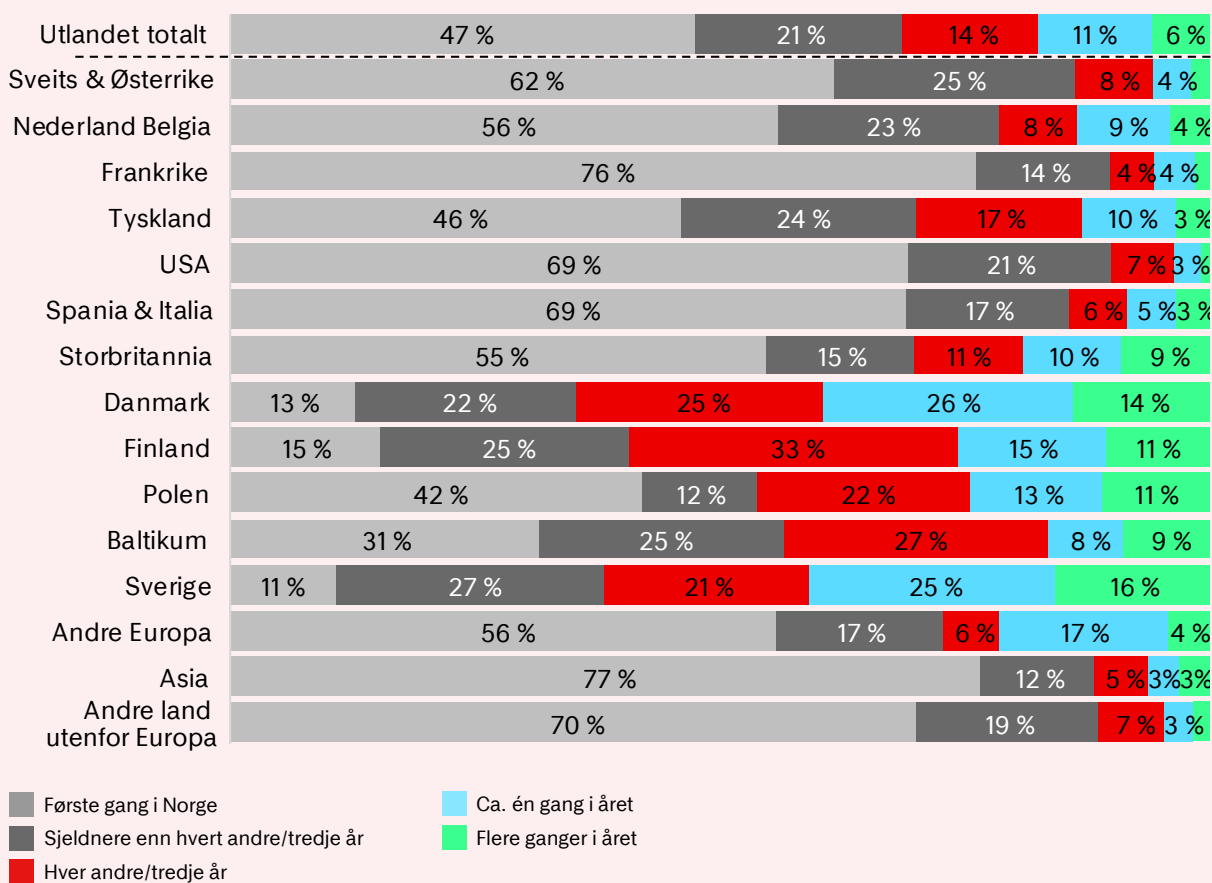
Norge har en god blanding av gjenbesøk og førstegangsbesøkende

I 2023 var 47 prosent av de ferierende i Norge for første gang, en nedgang fra 53 prosent i 2019. Denne reduksjonen i førstegangsbesøkende kan skyldes den betydelige økningen fra nærliggende markeder og at reisende fra Asia ikke har kommet tilbake i samme omfang.

observert over flere år; jo lenger man reiser, desto mer blir Norgesbesøket en "engang i livet"-opplevelse. Dette kan også henge sammen med at forbruket blant disse besøkende er høyere enn hos våre naboland, som besøker landet flere ganger. Kun 11 prosent av svenskene og 13 prosent av danskene ferierte her for første gang i 2023.

Størstedelen av førstegangsbesøkende kommer fra land utenfor Europa. Dette er en tendens vi har

Hvor ofte reiser du på ferie til Norge?

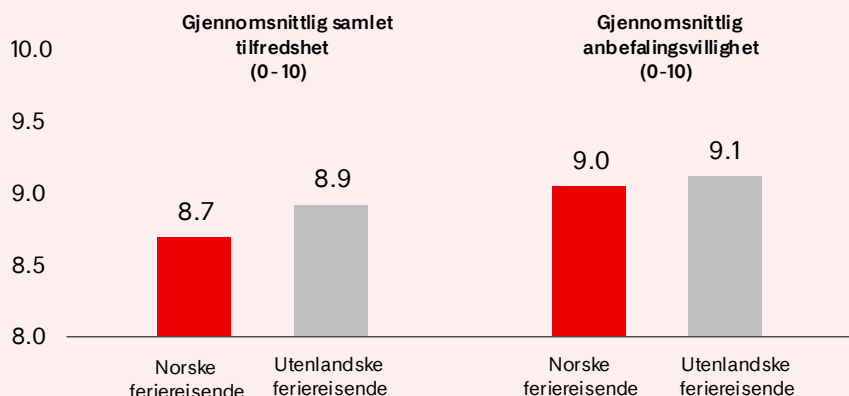


Kilde: Turistundersøkelsen 2023, Innovasjon Norge

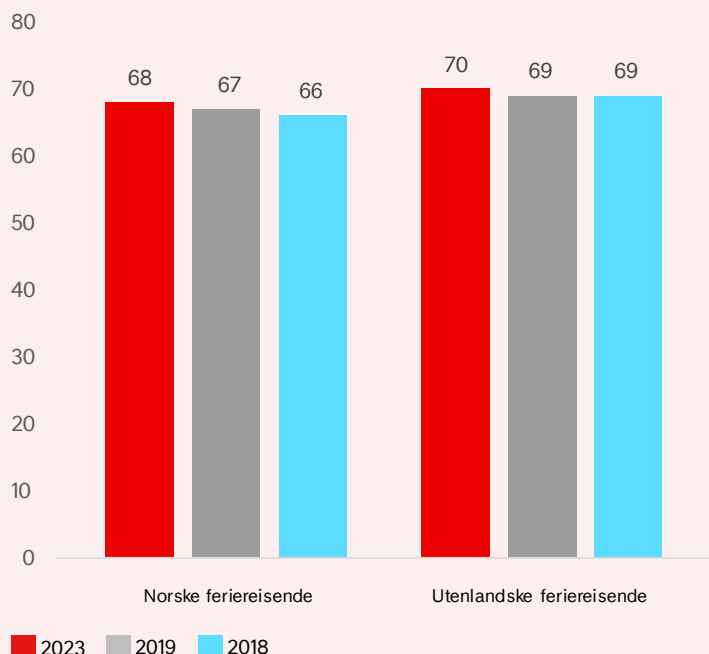
Stor tilfredshet med norgesferien og mange vil anbefale Norge som reisemål

Den gjennomsnittlige tilfredsheten blant feriereisende i Norge er generelt høy. Tilfredsheten er omtrent lik for både utenlandske og norske turister, og andelen som vil anbefale Norge som reisemål til andre er også tilsvarende. Et mål som brukes for å vurdere lojalitet er Net Promoter Score (NPS). Både

norske og utenlandske turister er i stor grad villige til å anbefale Norge som ferieland etter å ha feriert her, men den er noe høyere andel blant utenlandske besøkende. Det interessante er at NPS har økt for både norske og utenlandske besøkende fra 2018 til 2023.



Net Promotor Score (NPS) over tid



Definisjon NPS

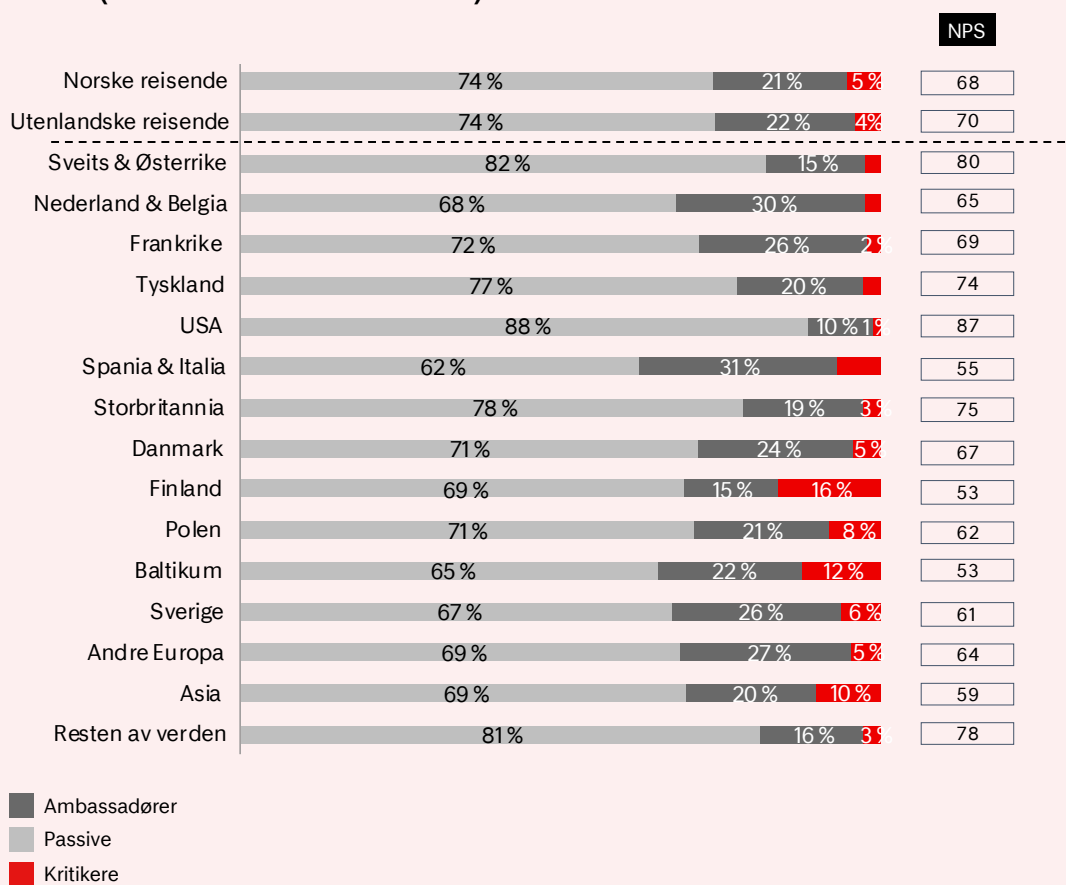
Net Promotor Score (NPS) er et verktøy for å måle en form for lojalitet, og angir i denne sammenheng hvor stor andel av turistene som vil anbefale området som feriedestinasjon. NPS beregnes ut ifra følgende spørsmål; "På en skala fra 0 til 10, der 0 er i svært begrenset grad og 10 er i svært stor grad,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

De som oppgir en score mellom 0 og 6 betegnes som kritikere, de som oppgir en score på 7 eller 8 betegnes passive, og de som oppgir en score på 9 eller 10 betegnes ambassadører. NPS-verdien er definert som av andelen av turistene som er ambassadører fratrukket andelen som er kritikere. Dvs. NPS = % ambassadører - % kritikere.

Generelt er våre besøkende godt fornøyd med norgesferien

Grafen til høyre viser NPS-score fordelt på turistenes nasjonalitet. Reisende fra USA og verden utenfor Europa generelt er de som er mest fornøyd med reisen i Norge. Innenfor Europa ser vi at reisende fra Storbritannia, Sveits og Østerrike er mest fornøyd med reisen i Norge, mens reisende fra Italia og Spania er de minst fornøyd totalt sett med reisen i Norge.

NPS (Net Promotor Score)



Kilde: Turistundersøkelsen 2023, Innovasjon Norge

Tilfredshet og anbefalingsvilje

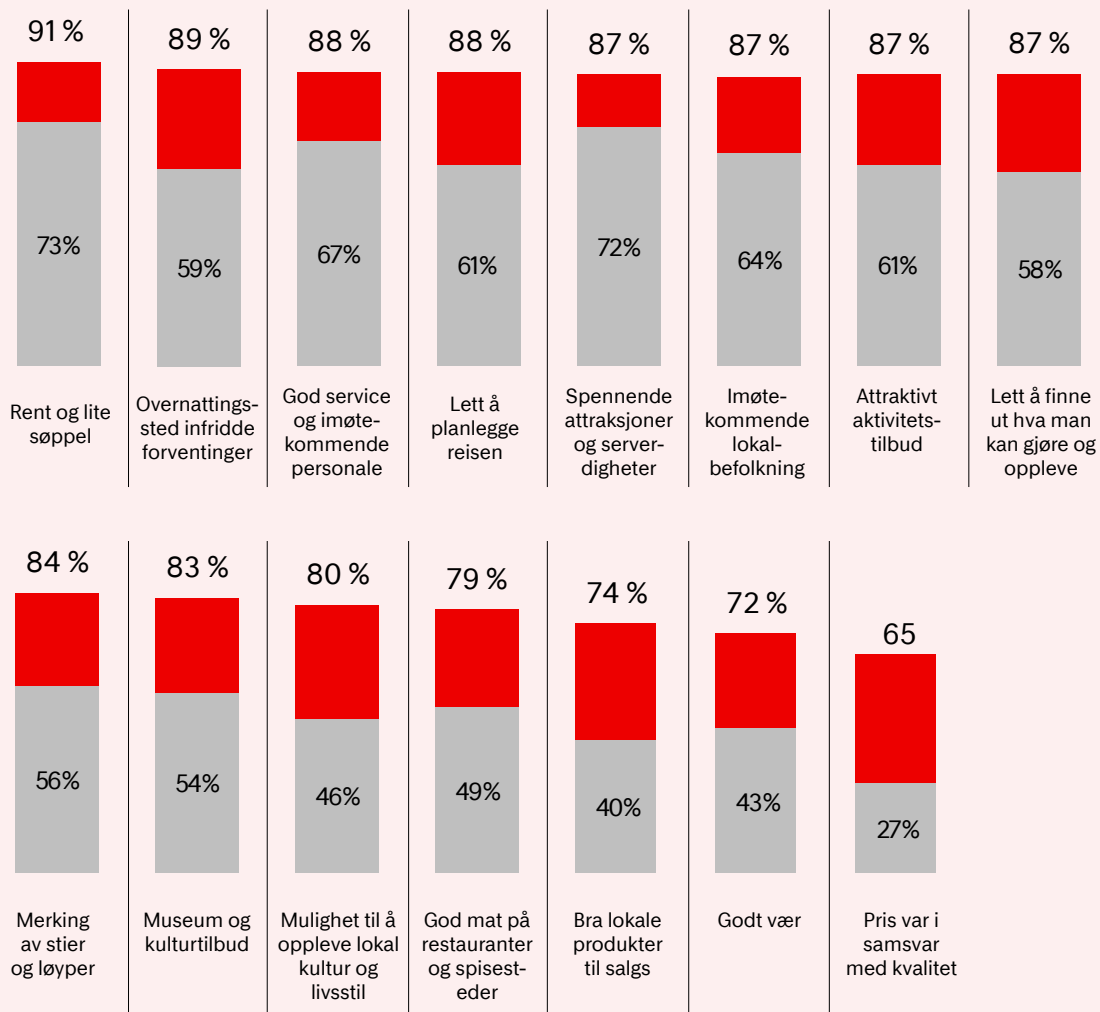
Utenlandske feriereisende er mest fornøyde med at det var rent og lite søppel, overnattingssteder, service og hvor enkelt det var å planlegge norgesfeiren

Interessant fakta:

Når det gjelder gjestetilfredshet, er spørsmålet om «Pris i forhold til kvalitet» ofte det som scorer lavest. Det bemerkelsesverdige er at det har vært en positiv utvikling på dette området. I 2023 var det betydelig flere som svarte "Svært fornøyd" sammenlignet med 2018. Dette indikerer en forbedring i oppfatningen av verdi for pengene over tid. Denne forbedringen kan skyldes en lavere kronkurs og/eller en økning i kvaliteten på det norske reiselivsproduktet.

Hvor fornøyd eller misfornøyd er du med følgende?

■ Svært fornøyd
 ■ Svært fornøyd + litt fornøyd



07

Miljøhensyn og Merket for Bærekraftig reisemål



Norge er et bærekraftig valg for stadig flere dansker og svensker

En reise til Norge oppleves i større grad som et bærekraftig valg for svensker og dansker nå, enn før pandemien. For alle andre land er dette på samme nivå eller lavere enn det var før pandemien.

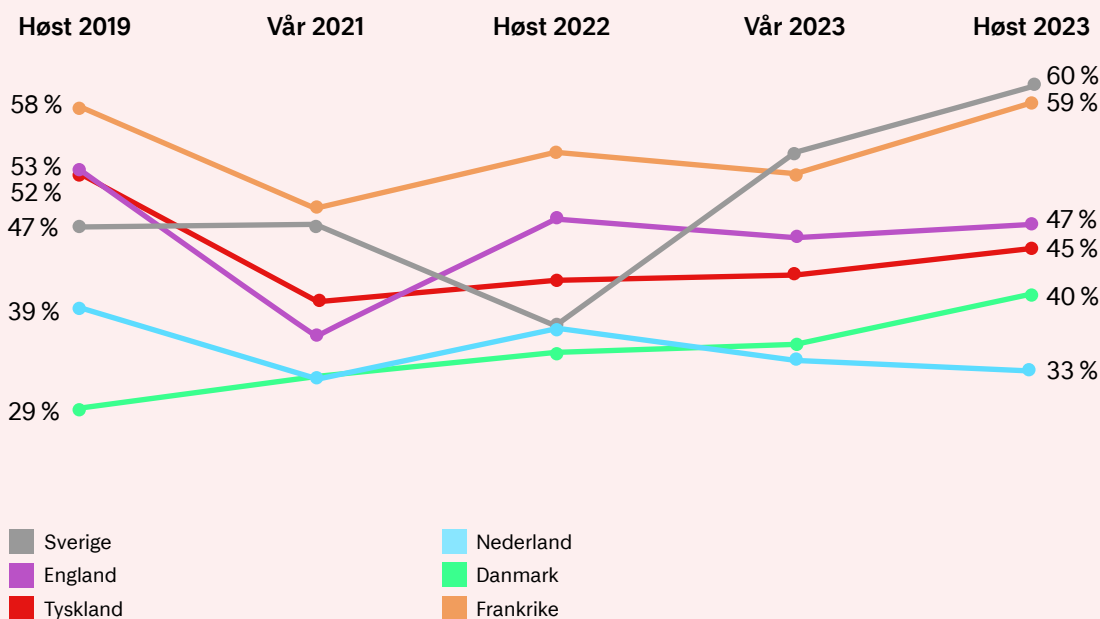
For svært mange reisende handler bærekraft i stor grad om klimavennlig transport og nærhet. Da er det

naturlig at Norge som bærekraftig valg styrker seg i de markedene som er nærmest oss.

De unge, barnefamiliene, menn og de med høyest inntekt oppfatter i større grad at å reise til Norge er et bærekraftig valg for dem.

I hvilket grad er du enig eller uenig i følgende utsagn:

Å reise til Norge vil være et bærekraftig valg for meg.
Andel som har svart helt/delvis enig.



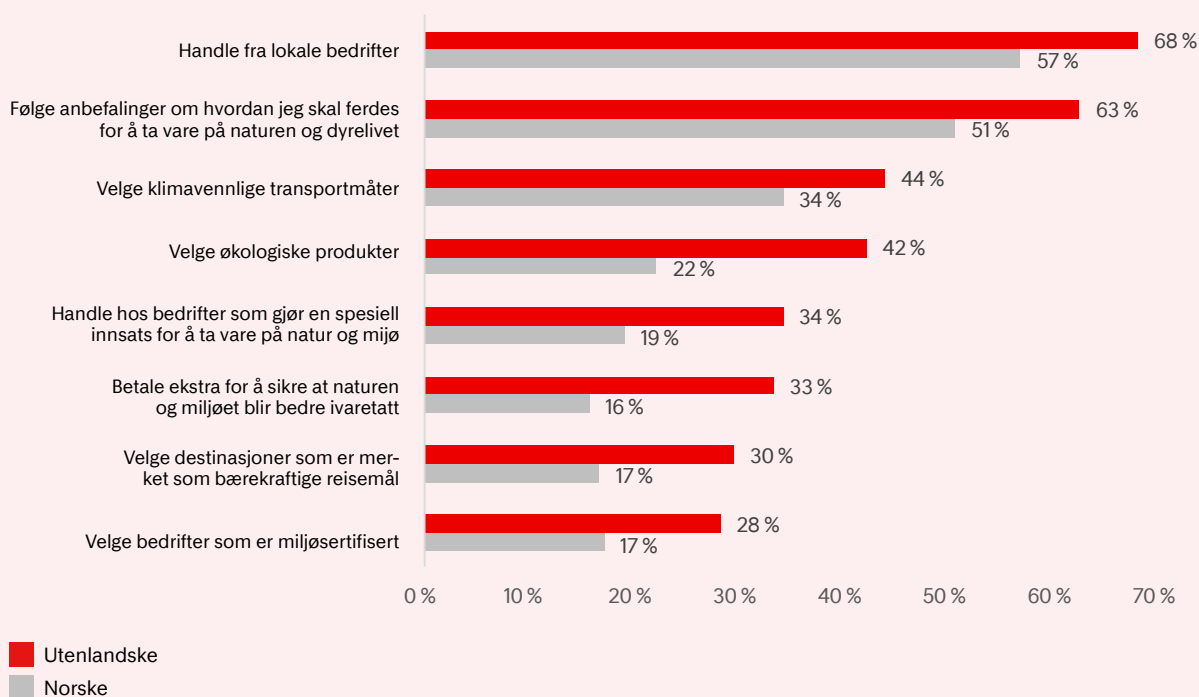
Kilde: Reisebarometer, Innovasjon Norge.

Miljøbevissthet blant utenlandske turister i Norge

Utenlandske turister viser en betydelig høyere grad av miljøbevissthet under sitt opphold i Norge sammenlignet med norske turister. Reisebarometeret til Innovasjon Norge viser at hele 68 prosent av de utenlandske besøkende handlet fra lokale bedrifter, mens 63 prosent fulgte råd og anbefalinger om

hvordan de skulle ferdes for å bevare natur og dyreliv. Videre svarte 44 prosent de de valgte klimavennlige transportmidler, og 42 prosent hadde valgt økologiske produkter. I tillegg svarte 30 prosent at de hadde valgt å besøke destinasjoner som er merket som bærekraftige reisemål.

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



Kilde: Turistundersøkelsen, Innovasjon Norge.

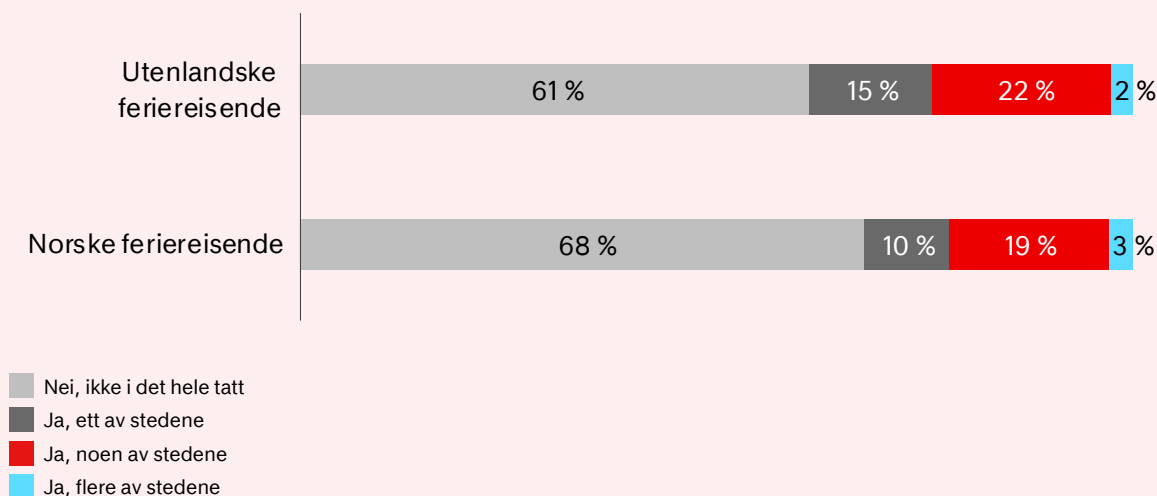
Overfylte attraksjoner og reisemål påvirker tilfredsheten negativt

Utenlandske turister opplever i større grad at steder er overfylte (39 %) sammenlignet med norske turister (32 %). Tilfredsheten med ferien blir også påvirket av overfylte attraksjoner og reisemål. Både norske og utenlandske reisende er 4 poeng mindre fornøyde med ferien dersom de har opplevd overturisme. Samtidig er utenlandske feriereisende generelt mer fornøyde med ferien. Til tross for dette er det fortsatt en høy grad av tilfredshet, uavhengig av om man har opplevd overturisme eller ikke.

Tilfredshetsmålinger gir viktig kunnskap for å iverksette tiltak som sikrer effektiv styring og tilrettelegging ved reisemålet. Et sentralt verktøy for å styrke den strategiske retningen av reisemålet er Innovasjon Norges utviklingsverktøy, Bærekraftig reisemål som det står mer om på neste side.

I hvilken grad er du enig i dette utsagnet:

«Reisemålene/attraksjonene jeg besøkte føltes overfylte fordi det var for mange turister der»



Kilde: Turistundersøkelsen, Innovasjon Norge.

Merket for Bærekraftig reisemål - Et tiår med langsiktig innovasjonsarbeid

Bærekraftig reisemål er et verktøy Innovasjon Norge tilbyr til reisemål som ønsker å jobbe langsiktig og fokusert med bærekraft i reiselivet. Å kvalifisere for merket betyr ikke at reisemålet ER bærekraftig, men merket forplikter reisemålet til et langsiktig og strukturert arbeid for et mer bærekraftig reiseliv.

I 2013 lanserte Innovasjon Norge noe som antakelig er den første nasjonale merkingen av reisemål som jobber langsiktig for et mer verdiskapende, inkluderende og ansvarlig reiseliv. I 2023 feiret merkeordningen hele 10 år og nærmere 50 norske reisemål er godkjent for bruk av merket. Målet har siden oppstart vært å gi reiselivet et verktøy for en mer bærekraftig reiselivsutvikling. Reiselivet gir muligheter for verdiskaping, sysselsetting og lokal utvikling, men gir også utfordringene som må løses i et fellesskap mellom næring, kommune og lokalsamfunn.

Merkeordningen er en frivillig ordning som skal bidra til økt bærekraft gjennom bedre styring av det lokale reiselivet. Målgruppen for verktøyet er et

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



Reisemål jobber også for løsninger for gjester som ønsker å reise klimavennlig til og rundt om på reisemålet, og tiltak for at gjestene i størst mulig grad skal bidra til lokal verdiskaping gjennom bruk av lokale tjenester og bedrifter.

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

10 prinsipper for et bærekraftig reiseliv

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



08

Nordmenns ferievaner



Nordmenn er de mest reiseglade i Europa

Ifølge tall fra Eurostat er Norge det landet i Europa hvor størst andel av befolkningen reiser på feriereiser i løpet av året. Data fra Eurostat viser at Norge allerede i 2012 toppet listen med 91 prosent av befolkningen som hadde vært på en feriereise i løpet av året. Selv om Finland i noen år tok førsteplassen, har Norge igjen inntatt toppen av listen i 2018, 2019 og 2022, med rundt 90 prosent av befolkningen som reiser på ferie årlig.

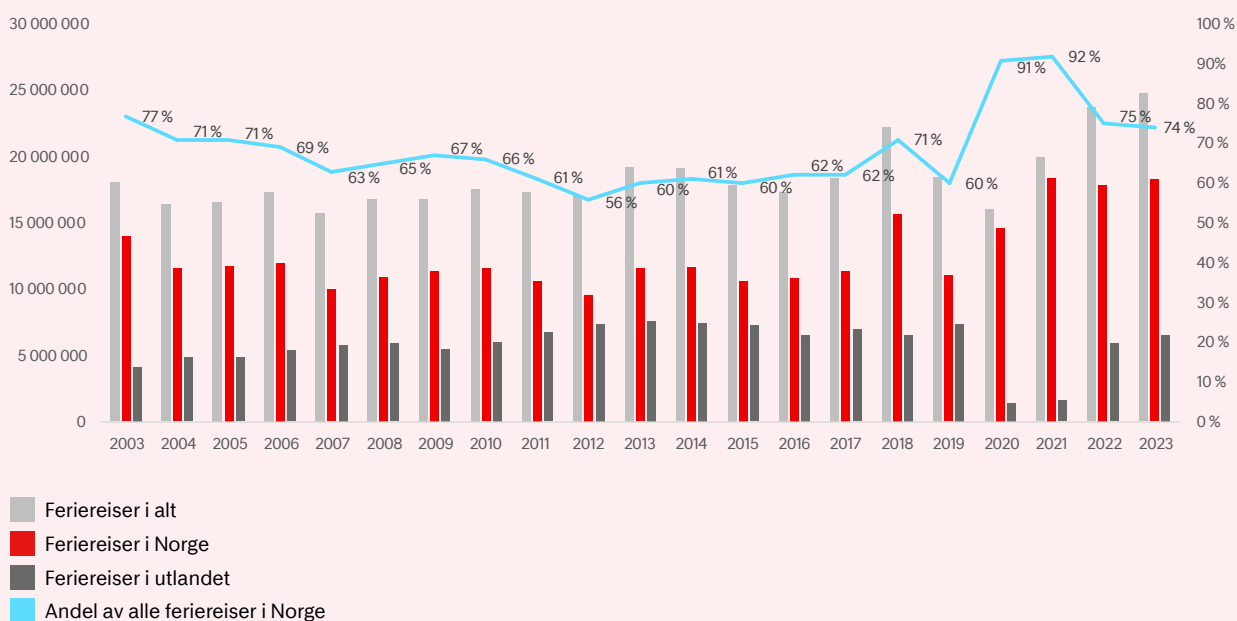
I motsatt ende av skalaen finner vi Bulgaria, hvor kun 28 prosent av befolkningen hadde vært på en feriereise. Deretter følger Romania, Italia, Hellas, Portugal, Estland, Kroatia og Litauen.

Norge fremdeles på ferietoppen blant nordmenn
 I 2023 gjennomførte nordmenn totalt 24,78 millioner feriereiser, både innenlands og utenlands. Dette representerer en økning på hele 34 prosent sammenlignet med 2019. Antall innenlandsreiser er nesten på nivå med toppåret 2021, da reisealternativene var begrensede. Fra 2019 til 2023 har antall feriereiser økt fra 18,5 millioner til 24,8 millioner, en vekst på 34 prosent, tilsvarende 6,3 millioner flere reiser. Av disse er syv millioner flere innenlandsreiser, mens utenlandsreisene har gått ned med 900 000.

Nordmenn reiste mer enn i 2019, og en større andel av alle ferier legges i eget land

Ferie og fritidsreiser

Andel ferie- og fritidsreiser i Norge



Kilde: Reiseundersøkelse, SSB

Økt bruk av feriebudsjettet på innenlandsreiser

For første gang i et normalår bruker nordmenn størstedelen av feriebudsjettet på ferier i eget land. Nordmenn har alltid hatt flest ferier innenlands, enten det er overnattinger på hotell, hos venner og kjente, eller i egen eller lånt hytte. Tradisjonelt har imidlertid mesteparten av feriebudsjettet blitt brukt på utenlandsreiser. Dette endret seg i 2023.

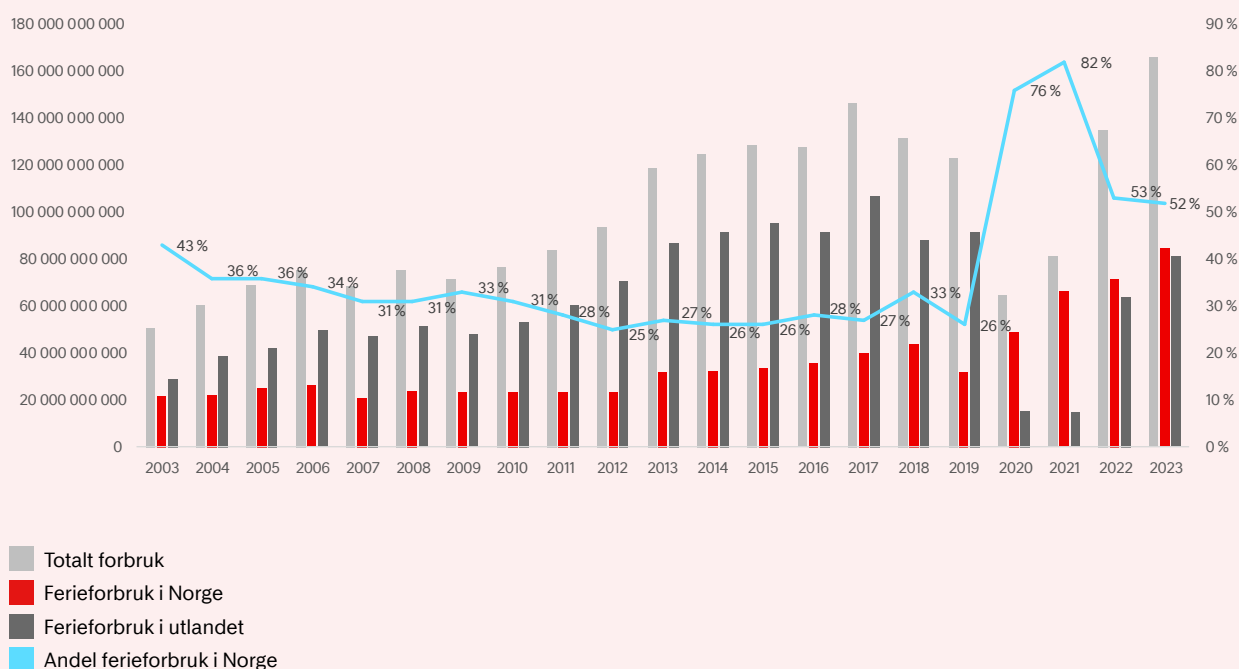
I 2019 var 60 prosent av alle feriereiser innenlands, mens kun 26 prosent av feriebudsjettet ble brukt i Norge. Nå har andelen innenlandsreiser økt til 74

prosent, og for første gang, sett bort fra pandemi-årene, bruker nordmenn en større andel av feriebudsjettet hjemme enn i utlandet. I 2023 ble 54 prosent av feriebudsjettet brukt på ferier i Norge.

Nordmenn brukte rekordhøye nesten 166 milliarder kroner på ferier i 2023, en økning på 42,6 milliarder fra 2019. Beløpet brukt på utenlandsferier er lavere enn i 2019, mens utgiftene til innenlandsferier har økt med hele 53 milliarder kroner, fra 31,7 milliarder i 2019 til 84,8 milliarder i 2023.

Ferie- og fritidsforbruk

Andel brukt i Norge



Kilde: Reiseundersøkelse, SSB

09

Cruiseturisme og Norges andel



Antall cruisepassasjerer i verden

I 2023 var det 31,7 millioner cruisepassasjerer globalt, ifølge tall fra Cruise Lines International Association (CLIA). Dette representerer en økning på syv prosent sammenlignet med 2019. I samme periode har veksten i Norge vært på hele 61 prosent, med antall cruiseturister som har økt fra 945 000 i 2019 til 1,5 millioner i 2023.

Størst tilvekst til Nord-Amerika

Ser vi på cruisetrafikken globalt, er det størst tilvekst til Nord-Amerika, som med sine 18,1 millioner cruise-turister har over halvparten av alle cruisepassasjerer, med en andel på 57 prosent. Deretter kommer Europa, som med sine 8,2 millioner passasjerer har en andel på 26 prosent. Asia har imidlertid ikke kommet tilbake til prepandemi-nivå i 2023, med antall cruise-passasjerer 37,7 prosent under 2019-nivå.

Mens Norges andel av internasjonal landbasert turisme var 0,5 prosent i 2023, har vår andel av internasjonal cruisetrafikk økt til 4,8 prosent samme år.

Verdensdel	2019	2023	%-endring
Verden	29,7 millioner	31,7 millioner	6,8 %
Nord-Amerika	15,4 millioner	18,1 millioner	17,5 %
Europa	7,7 millioner	8,2 millioner	6,5 %
Asia	3,7 millioner	2,3 millioner	-37,7 %
Australia, New Zealand, Stillehavet	1,35 millioner	1,34 millioner	-1 %
Sør-Amerika	935 000	996 000	6,6 %

Kilde: Cruise Lines International Association (CLIA)

Cruiseturismens utvikling i Norge

Norges andel av internasjonal cruisetrafikk øker. Selv om cruiseturister utgjør en liten andel av all ferietrafikk i Norge, er Norges andel av den internasjonale cruiseturismen større enn vår andel av den landbaserte turismen. Mens Norges andel av internasjonal landbasert turisme var 0,5 prosent i 2023, har vår andel av internasjonal cruisetrafikk økt til 4,8 prosent samme år.

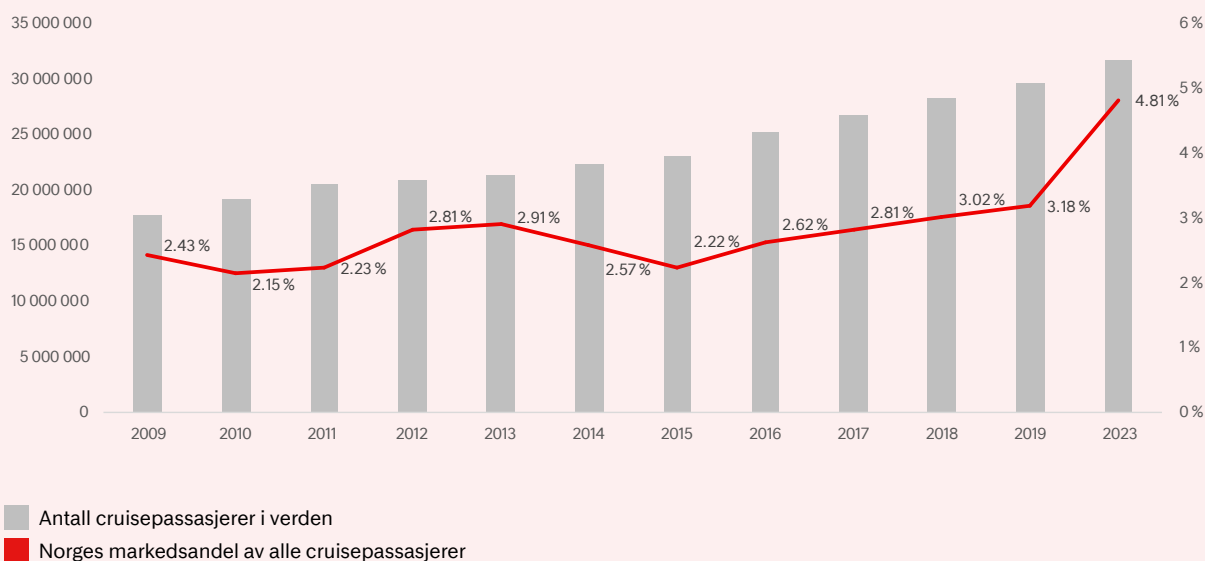
Tall fra Cruise Lines International Association (CLIA) viser at det i 2023 var 31,7 millioner cruisepassasjerer globalt, en økning på syv prosent fra 2019. I samme

periode økte antall cruisepassasjerer i Norge fra 945 000 i 2019 til 1,5 millioner i 2023, en vekst på hele 61 prosent. Denne betydelige veksten har ført til at Norges andel av internasjonale cruiseturister økte fra 3,18 prosent til 4,81 prosent.

Selv om det er en vekst i cruiseaktivitet i skulder- og vintersesongen, kommer de aller fleste cruiseturistene om sommeren.

Antall cruiseturister i verden

Andel som kommer til Norge

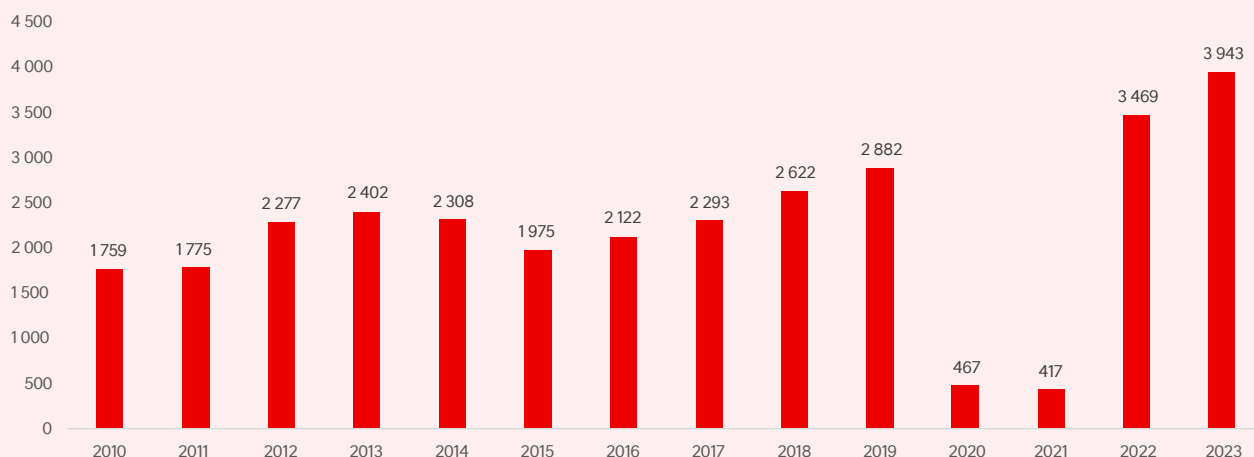


Kilde: Cruise Lines International Association (CLIA) og Innovasjon Norge

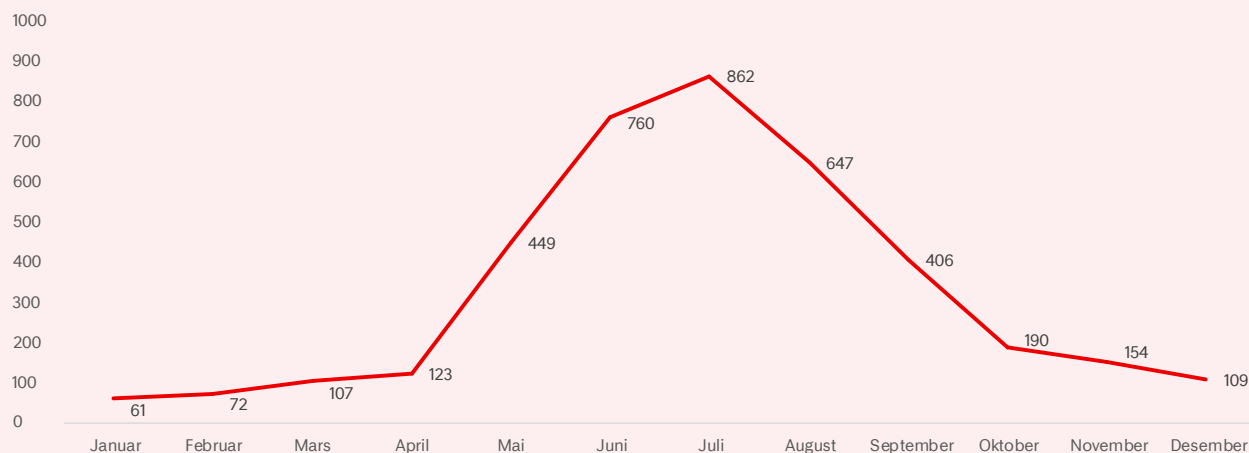
Antall havneanløp og fordeling gjennom året

I løpet av 2023 ankret 3 943 cruisebåter opp i en eller flere norske havner. Med unntak av pandemi-årene 2020 og 2021, har det vært en jevn økning i både cruiseanløp og cruisepassasjerer siden 2016. Cruisetrafikken i 2023 er dobbelt så høy som i 2016.

Antall cruiseanløp i Norge fra 2010 til 2023



Fordeling av antall cruiseanløp per måned



Kilde: Kystdatahuset, Kystverket

Passasjerer etter havner

Cruisepassasjerene besøkte i gjennomsnitt fire norske havner, en økning fra 2019 da gjennomsnittet var 3,5 havner.

Cruisetrafikken fortsetter å øke i norske havner, med Ålesund som den mest besøkte

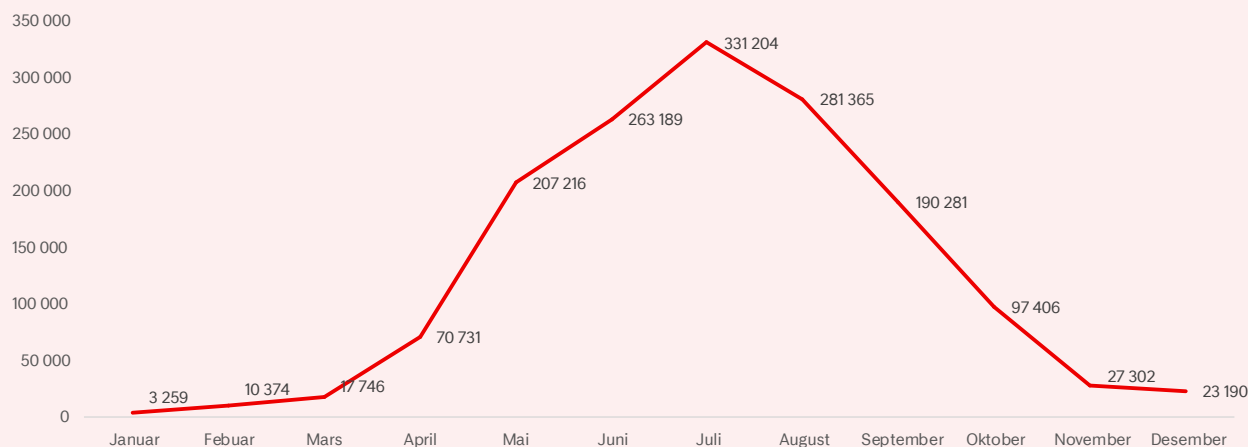
Totalt ankom 1 523 263 unike cruisepassasjerer, som i gjennomsnitt besøkte fire norske havner. Dette resulterte i over 6,1 millioner registrerte passasjerer i 2023. Passasjerer som anløper flere havner blir telt på nytt for hver havn de anløper, noe som kan sammenlignes med landbasert turisme hvor vi teller antall overnattinger. Det er verdt å merke seg at i noen få tilfeller kan en cruiseturist bli telt ved to ulike havner på samme dag.

Sted	Cruisepassasjerer
Ålesund	655 033
Bergen	609 756
Stavanger	570 587
Geiranger	374 951
Haugesund	372 334
Olden	362 669
Kristiansand	357 498
Oslo	352 050
Hellesylt	280 550
Flåm	239 882

Cruisepassasjerer per måned

Cruisesesongen har også blitt lengre enn tidligere, men som grafen viser, kommer de fleste i sommersesongen.

Cruisepassasjerer



Kilde: Kystdatahuset, Kystverket

Rekordmange tyskere i Norge – både til lands og til sjøs

Tyskland er Norges største marked når det gjelder turisme. I 2023 var det en betydelig økning på 486 000 flere registrerte overnattinger fra tyske turister. I tillegg var det nesten 353 000 flere tyske cruisepassasjerer.

Totalt var det nesten 705 000 tyske cruisepassasjerer i Norge i 2023, noe som er en dobling fra 2019. I 2019 utgjorde tyske cruisepassasjerer 37 prosent av alle cruisepassasjerer, mens andelen nå har økt til 46

prosent. Ikke bare øker antallet cruisepassasjerer, men økningen fra Tyskland er så høy at de også øker sin markedsandel.

Etter Tyskland er Storbritannia og USA de største cruisenasjonene i Norge. Dette er uendret fra 2019, og her er det også en god vekst på henholdsvis 56 og 21 prosent fra 2019. Til sammen representerer disse tre markedene 77 prosent av alle cruiseturister i 2023.

Største nasjonaliteter av cruisepassasjerer i Norge

Land	2019	2023	%-endring 2019-2023
Tyskland	351 980	704 891	100 %
Storbritannia	209 060	325 594	56 %
USA	117 388	141 601	21 %
Italia	37 833	54 883	50 %
Nederland	20 969	48 636	135 %
Spania	37 610	46 760	24 %
Frankrike	18 322	21 804	19 %
Canada	20 703	20 190	-2 %
Belgia	11 464	13 706	20 %
Australia	17 224	12 790	-26 %
Østerrike	11 029	10 320	-6 %
Sveits	9 406	9 977	6 %
Andre nasjonaliteter	82 229	110 111	34 %
Totalt	944 944	1 523 263	61 %

10

Arrangements- turisme



Kultur- og idrettsarrangementer spiller en avgjørende rolle for norsk reiseliv

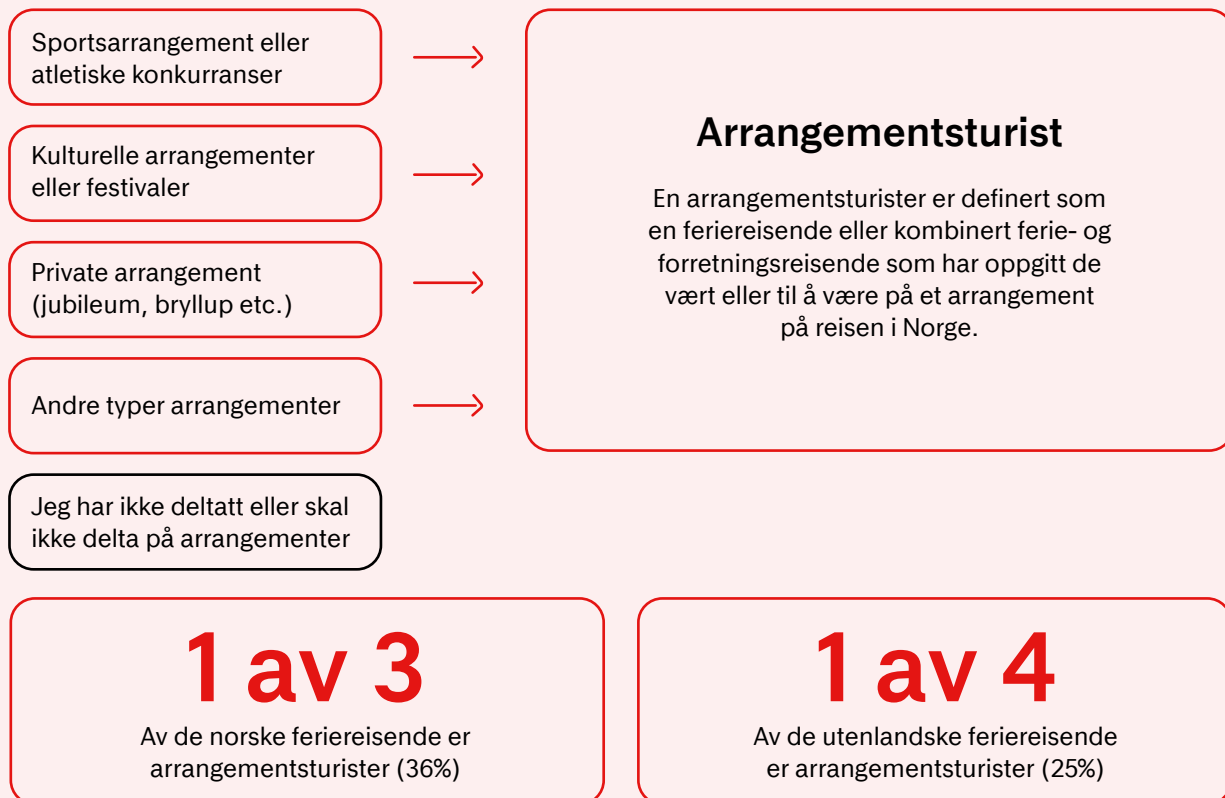
Gjennom hele året arrangeres det et bredt spekter av arrangementer over hele landet, fra små lokale begivenheter til store internasjonale festivaler, konserter, religiøse seremonier, maraton, samt europeiske og verdensmesterskap i ulike idrettsgrener.

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

Ifølge Future Market Insights vokser det internasjonale arrangementsturismemarkedet med en årlig vekstrate på 4,1 prosent, og denne veksten forventes å øke til 4,3 prosent innen 2034.

Turistundersøkelsen fra Innovasjon Norge viser at arrangementer er en viktig motivasjonsfaktor for turister som besøker Norge. Selv om det hovedsakelig er nordmenn som deltar på arrangementer i Norge, viser undersøkelsen at én av fire utenlandske besøkende oppgir deltakelse på et arrangement som en viktig motivasjon for deres besøk.

Har du vært, eller kommer du til å være, til stede eller delta på noen av følgende arrangementer på denne reisen i Norge?



Kilde: Turistundersøkelsen, Innovasjon Norge

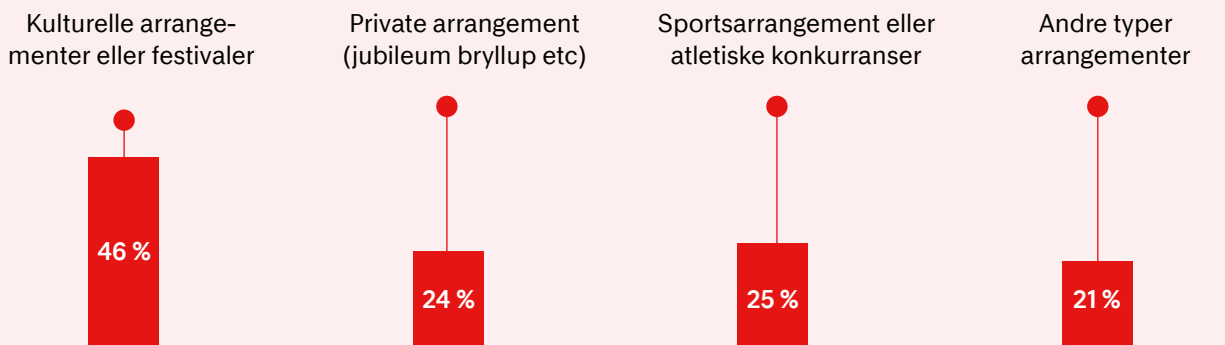
Type arrangement våre besøkende deltar på

Kulturelle arrangementer og festivaler på topp
 Ser vi fordeling etter tema, er det kulturelle arrangementer og festivaler som flest oppsøker, etterfulgt av sportsarrangementer og atletiske konkurranser. Fordelingen mellom de ulike arrangementene

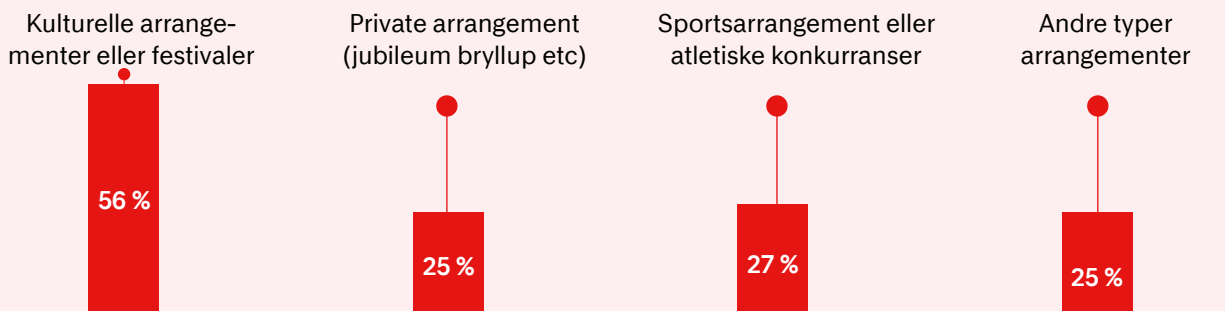
er relativt lik blant både norske og utenlandske besøkende. Etter kultur- og sportsarrangementer er det mange som oppgir private arrangementer, som bryllup eller jubileer, som en motivasjon for reisen.

Type av arrangementer på feriereisen i Norge. Andeler av arrangementsturistene.

Norske arrangementsturister



Utenlandske arrangementsturister



Kilde: Turistundersøkelsen, Innovasjon Norge

11

Internasjonale møter/ kongresser



2023 ble det arrangert 294 kongresser i Norge

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

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

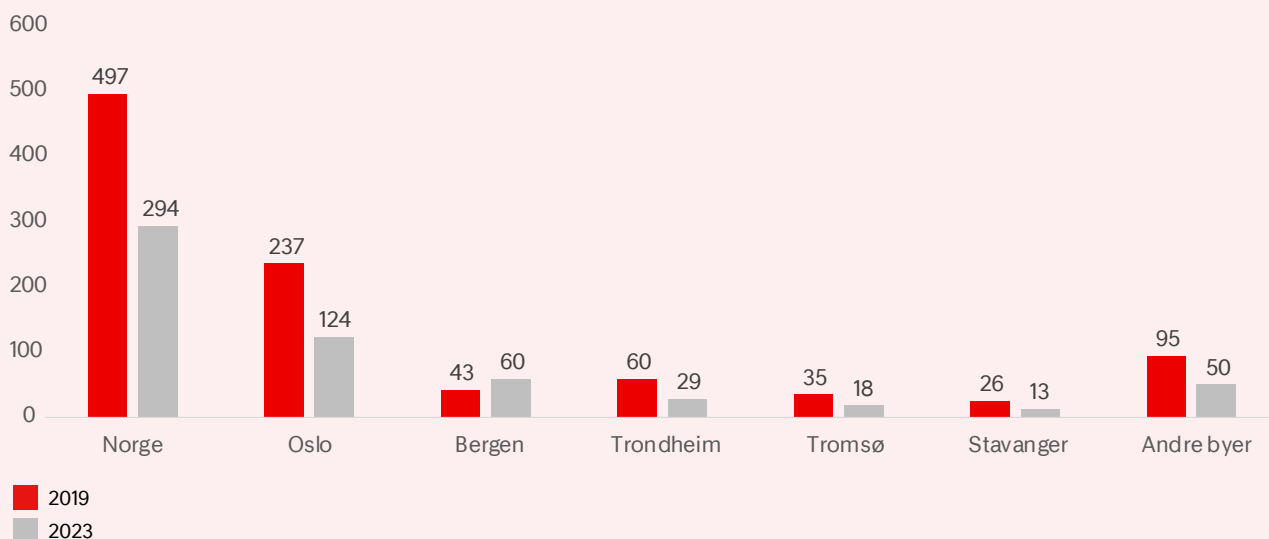
hotellkapasitet, som mindre steder ofte mangler. Det er også her de fleste universiteter, høyskoler og forskningsinstitutter er lokalisert.

Færre kongresser i 2023

I 2023 ble det arrangert 294 kongresser, en nedgang på 41 prosent fra 2019, da det ble gjennomført 497 kongresser. Denne utviklingen er ikke unik for Norge, men reflekterer en global trend, ifølge statistikk fra Union of International Associations (UIA).

Utvikling i antall kongresser 2019-2023

Bergen er den eneste av kongressbyene som hadde flere kongresser i 2023, sammenlignet med 2019. På den internasjonale rangeringen ligger Oslo på topp 21. i verden og på 13. plass i Europa.



Kilde: Innovasjon Norge og UIA (Union of International Association)

Satsingsområder innen kongress

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

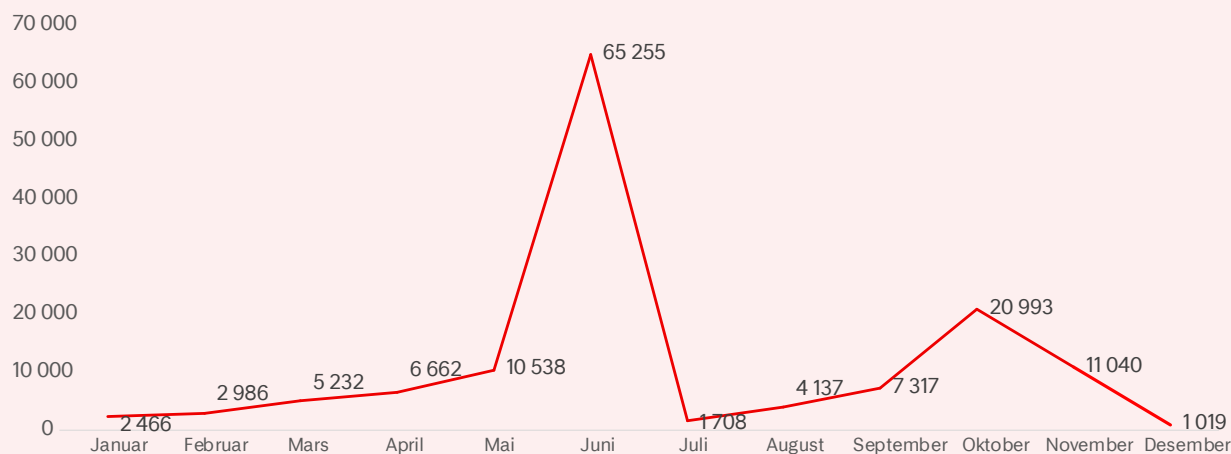
Disse områdene er:

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

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

Fordelingen av kongressrelaterte hotellovernattinger i 2023

Hotellovernattinger



Det høye antall kongressrelaterte overnattinger i juni, skyldes Nor-shipping som arrangeres annen hvert år.

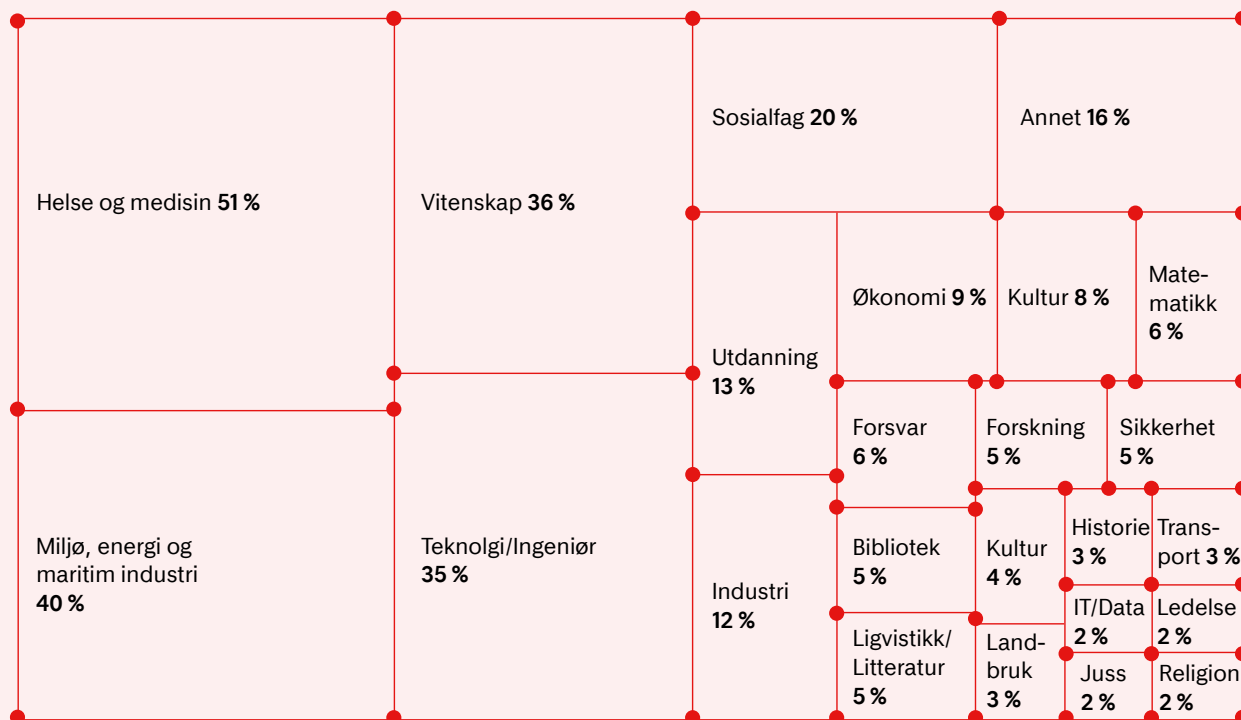
Kilde: Innovasjon Norge

Fagområder for kongresser til Norge

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

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

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



Kilde: Innovasjon Norge

Nøkkelfakta om internasjonale kongresser

- I 2023 har vi samlet inn informasjon på 294 internasjonale kongresser. Det er en nedgang på 41 prosent fra 2019 og 16 prosent fra 2022.
- Norge ligger likevel på 17. plass på den internasjonale rangeringen, som er en nedgang fra 12. plass i 2022. I europeisk sammenheng ligger Norge som nummer elleve i 2023.
- Norge ligger foran Danmark, som er rangert på 28 og Sverige som er på plass 19. I den internasjonale rangeringen er det Belgia, USA og Japan som har topplasseringene.



Kort om Innovasjon Norge

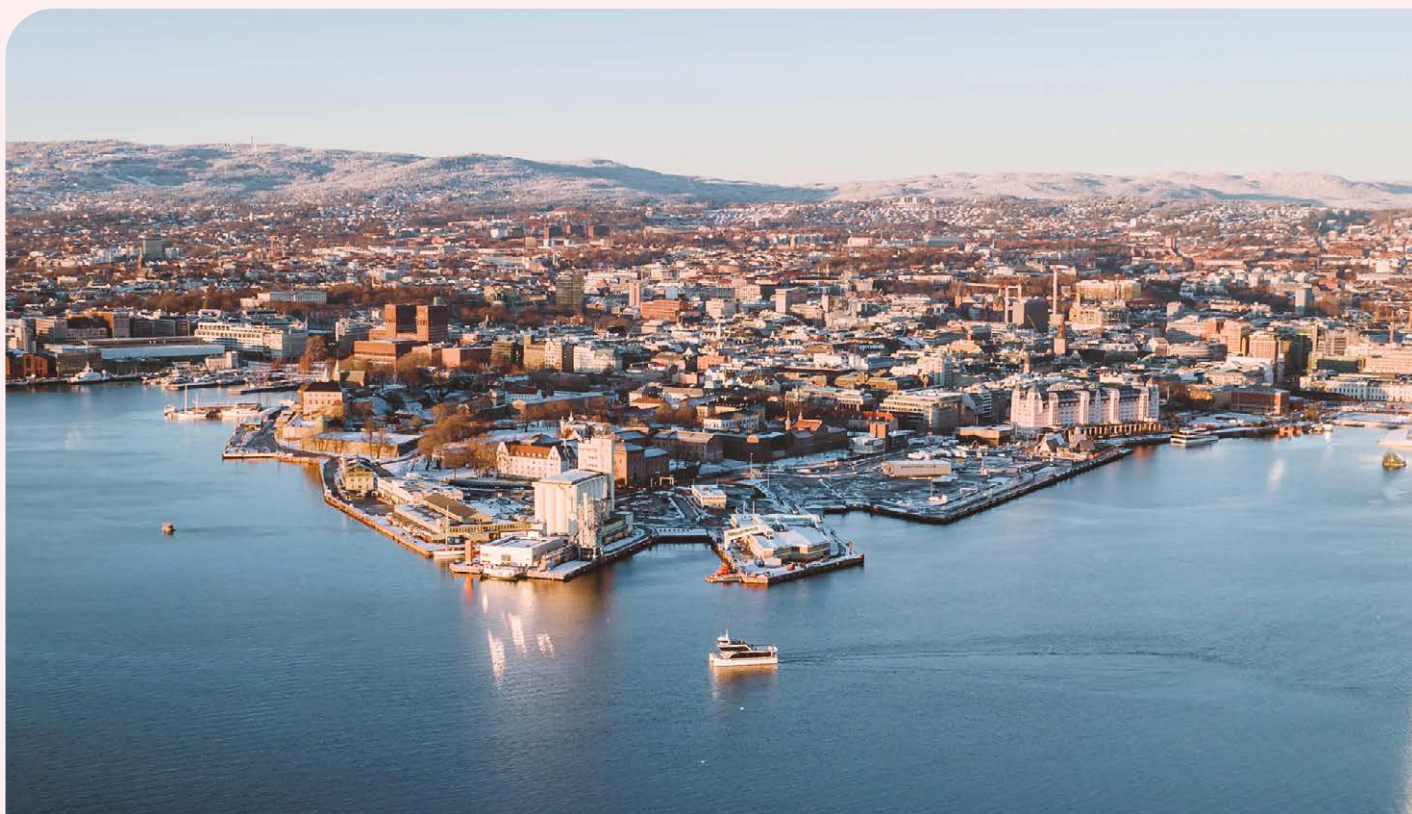
Innovasjon Norge skal være statens og fylkeskommunenes viktigste verktøy for å realisere verdiskapende næringsutvikling i hele landet

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

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

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

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



Definisjoner

Ankomst En ferie- eller forretningsreise med minimum én overnatting.

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

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

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

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

Satellittregnskapet for turisme

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

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

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

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

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

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

Utlending Person som er bosatt utenfor Norge.

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

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

Nøkkeltall om norsk turisme 2023



ISSN 1894-0595

