



Årgang 10-2023



Camping

Årsrapport for utvikling, trender og muligheter i campingnæringen



Leder

Det er nå 10 år siden arbeidet med den nasjonale klyngen for campingnæringen startet. Det var Norsk Turistutvikling, NHO Innlandet og campingavdelingen i NHO Reiseliv som tok initiativet til klyngesamarbeidet. Initiativet ble den gang godt mottatt hos hovedkontoret til Innovasjon Norge.

Viktige mål ved oppstarten var å styrke næringens attraktivitet og posisjon i norsk reiseliv, og at næringen skulle bli likestilt med annen reiselivsnæring i både anseelse og prioritering fra myndighetene. Bedre utnyttelse av den infrastruktur som bedriftene representerte, sesongforlengelse, samt standard og kvalitetsheving stod også sentralt.

Trafikkutviklingen og den økonomiske utvikling for klyngebedriftene har vært god. Klyngesamarbeidet har blitt et viktig referansepunkt for utviklingen av campingnæringen i hele Norge.

Det arbeides mye med holdninger for å ta ansvar for å bevare natur, kultur og miljø. Bedriftsnettverket innførte sertifiseringsordningen Green Key for camping og vi har i flere omganger arbeidet med konkrete prosjekter innen universell utforming. Det er et sterkt fokus på å bedre gjesteopplevelsen ved ulike tiltak i hele kundereisen. Dette for å utvikle framtidens campingkonsept hvor man er mer målgrupperettet og opptatt av å utnytte fortrinnene i det lokale ressursgrunnlaget. I klyngen er det stor tro på at vi kan øke trafikken fra det utenlandske nærmarkedet og forlenge sesongene.

Det å arbeide med bedrifter fra en stor geografi har ikke vært en begrensende faktor, men tvert imot et viktig fortrinn. Derfor er det veldig gledelig at Troms og Finnmark i det siste året har blitt inkludert i klyngearbeidet.

Kjernen og grunnlaget i klyngen er motiverte og dyktige bedriftsledere. For oss som får lov til å sitte i førersetet sammen med flinke næringsrepresentanter er dette en fantastisk reise hver eneste arbeidsdag. Siden starten har dyktige bedriftsledere levd ut fra teorien om at det å dele kunnskap og erfaring gagnar både seg selv og andre.

Arbeidsoppgavene blir ikke færre om man har samarbeidet i 10 år – de blir heller flere. Det å få flere unge og motiverte til å drive campingbedrifter er viktig. Klyngen har i samarbeid med Nordland Fagskole utarbeidet en utdanningsplan for å opprette et fagskolestudium for camping. Søknaden er nå til vurdering hos utdanningsmyndighetene. For å motivere flere unge til å overta og arbeide i campingnæringen er det også iverksatt et eget arbeid med generasjonsskifte.

Campingnæringen er en viktig distriktsnæring og vi ser betydningen av lokalt eierskap for en god og langsiktig forankring i lokalsamfunnet. For å utvikle mer særpreg i den enkelte bedrift vil man starte et arbeid hvor man kobler kulturlandskap og kulturminner bedre til bedriftsproduktet.

Det krever mye ressurser og innsats å drive utviklingsarbeid. Å investere i denne næringen gir gode utviklingsmuligheter for bedriftene, omliggende næringsliv og for samfunnet. Undersøkelser for noe tid tilbake viste at en krone omsatt i campingnæringen var 3-5 kroner i andre næringer. Næringen har svært gode egenskaper når det gjelder miljø og bærekraft. Derfor er campingnæring en viktig framtidensnæring for norsk reiseliv.

Et godt samarbeid over tid med en rekke fylkeskommuner og Innovasjon Norge har gjort det mulig å holde en høy utviklingstakt i campingnæringen. Den langsiktige forankringen og samarbeidet med NHO Reiseliv er også en svært viktig forutsetning for å oppnå gode resultater i utviklingsarbeidet.



KJELL OVE SOLBAKKEN,
- daglig leder Norsk Turistutvikling AS
og prosjektleder for Nasjonal klynge for
campingnæringen.
Her sammen med Hanne Kristiansen (til
venstre) og Anne Anmarkrud Lier (til høyre),
Norsk Turistutvikling AS/prosjektteamet
for campingklyngen.

Innhold

Leder	2
NHO Reiseliv	3
Statistikk vintersesongen 2023	4
Statistikk, sommertrafikken	5
Statistikk - antall campingplasser i Norge	7
Gjesteintervju Sande & Tromsø	8
Studietur til Færøyene	9
Statistikk - gjestedøgn 2022	10
Hvordan overnattet gjestene?	11
Meningsmåling	12
Innovasjon Norge	13
Rekruttering - fremsnakking av bransjen	15
Campingnettverket 10 år	16-17
Utvika Gård & Camping	18-19
Nøkkeltall	20-21
Tromsø Lodge & Camping	22-23
Kinsarvik Camping	24-25
Nasjonal klynge for campingnæringen	26
Kvalitetsstandard ved avreise	27
Flommen august 2023	28
Camping i Europa	29
Smånytt fra bransjen	30-31

Camping

Årsrapport for utvikling og trender
i campingnæringen

Årgang 10-2023

Redaksjon

Norsk Turistutvikling
Fåberggata 153B,
2615 Lillehammer
post@ntu-as.no
www.ntu-as.no

Layout og trykk

IGT AS
Gausdalsvegen 1579
2651 Østre Gausdal
tanja@igt.no
www.igt.no

Forsidefoto

Foto: Kinsarvik Camping





Campingåret 2023

Campingåret 2023 har vært et år preget av høye kostnader, uvær og lav kronekurs. Mange har hatt en god sesong med mange utenlandske gjester, mens andre fikk campingplassen sin ramponert av ekstremværet «Hans».

Etter å ha navigert gjennom pandemi-årene, økte skatter, stigende strømpriser og høyere kostnader, var sommeren 2023 en etterlengtet sjanse for campingbransjen å komme til hektene igjen. Alt lå til rette for en bra campingsesong godt hjulpet av en svak norsk krone, men dessverre ble ikke sommersesongen så god som mange hadde håpet på. Mange har hatt godt med besøk, særlig campingbransjen i «vær-vinneren» Nord-Norge kan glede seg over mange gjester i år, men juli ble kald og våt lenger sør i landet. Det har nok ført til at færre nordmenn valgte campingferie i Norge i år. De campingplassene som i stor grad retter seg mot utenlandske turister har imidlertid hatt en bedre sommersesong.

Mange campingbedrifter ble også rammet av ekstremværet «Hans» som har herjet i flere deler av landet. Vår bransje har vært et offer for krisen med ødeleggelser, stengte veier og gjester som ikke kommer frem. Blant annet er First Camp i Gol totalrasert som følge av flommen, og Aurdal fjordcamping mistet så mye som 90 vogner til fjorden. Det er en svært trist og uheldig situasjon. Flere campingbedrifter lider store omsetningstap i august som følge av ødeleggelsene, og vil bruke lang tid på å bygge seg opp igjen.

Det store flertallet av reiselivsbedrifter rundt omkring i landet har lyktes med å reise seg igjen etter pandemien, og flere prognoser spår at norsk reiseliv vil fortsette den fantastiske veksten næringen hadde frem mot 2019. Gjestene er på full fart tilbake, og næringen har tatt tilbake sin posisjon som en viktig fremtidsnæring i vekst som skaper jobber, aktivitet og bolyst i både by og bygd. Verdien av reiselivet; at reiselivet, inkludert camping, er kommunens og innbyggernes beste venn, har vært viktig å få frem inn mot kommunevalget i september 2023. NHO Reiseliv har i den forbindelse gjennomført en kronikkserie, i samarbeid med flere campingbedrifter, der vi har fått frem verdien



Hjørundfjord Camping, Sæbø. Foto: Jarle Buseth, NHO Reiseliv

av campingbransjen i en rekke lokalaviser. Vi håper dette arbeidet har bidratt til å bygge omdømme til bransjen som en viktig del av norsk reiseliv, som skaper store ringvirkninger og som bidrar til å gjøre en kommune enda mer attraktiv å bo i, og besøke. Forhåpentligvis har flere fremtidige kommune- og fylkespolitikere fått økt kunnskap om campingbransjens verdi, og hvorfor det er viktig med gode rammebetingelser for bransjen.

Når det gjelder rammebetingelser så fortsetter utfordringene med kommunal bobilparkering å være en prioritert sak for NHO Reiseliv. Vi jobber med dette på EU-nivå, for å få klarhet i hva loven sier, om at kommuner bruker skattepenger for å opprette konkurranse mot privat næringsliv. NHO Reiseliv mener at de kommunale bobilplassene bør legges ut på anbud og drives av campingbedriftene. Hvis dette ikke skjer må de i det minste følge de samme kravene til sikkerhet og rapportering som næringen ellers. Hvis ikke drives konkurransen mellom kommunen og næringslivet på ulike vilkår. Dette var også et viktig budskap i kronikkene vi har fått på trykk i mange av landets lokalaviser.

Det er mye spennende som skjer innen bransjen som også er verdt å

trekke frem. Digitalisering av bookinger er på fremmarsj i bransjen, og markedsføring i sosiale medier begynner flere og flere å få grep om. Dessuten er det mange «reisetrender» som spiller på lag med camping som ferieform. Folk vil være aktive når de er på ferie. Flere vil ha unike opplevelser som oppleves meningsfulle. Flere vil reise til steder med gode verdier, et bærekraftig reisemål med god plass og ren luft. Den «nye luksusen» er å dra på glamping, eller overnatte i en tretopphytte. Camping treffer på mange av disse trendene, og vi forventer at enda flere, både nordmenn og utenlandske turister, vil besøke norske campingplasser i fremtiden. Vi ser frem til nok et spennende år for norske campingplasser og fortsetter å jobbe for gode og forutsigbare rammevilkår for bransjen.

JARLE BUSETH
Bransjesjef
camping
NHO Reiseliv



Foto: Per Sollerman

Campingovernattinger vintersesongen 2023

Liten nedgang for vintersesongen

Med 758 000 overnattinger i perioden januar–april 2023 er det en nedgang på 4,5 prosent fra samme periode året før, og en vekst på 13,7 prosent fra samme periode i 2019.

Nordmenn er det største markedet om vinteren med 88,0 prosent av alle overnattingene, dvs. med 667 000 overnattinger. Det er omtrent på samme prosentvise nivå

som vinteren 2022 og for «normalvinteren» 2019.

Det var ca. 90 000 overnattinger fra utenlandske markeder vinteren 2023. De største markedene er Tyskland, Danmark, Sverige og Polen.

Antall overnattinger fordelt på overnatningsmåte

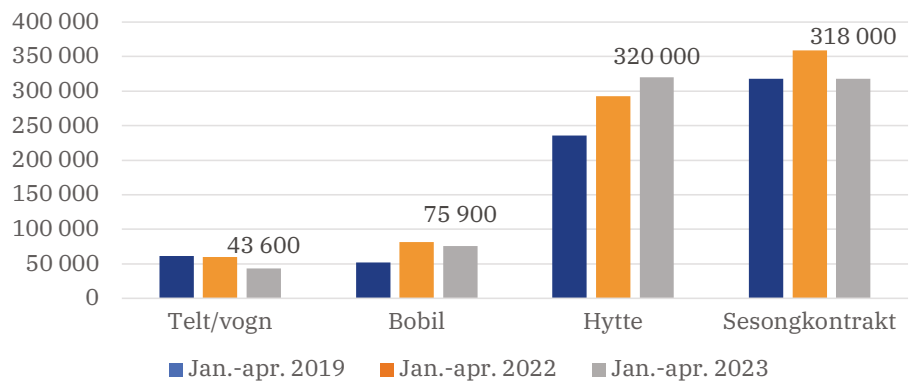
Januar–april, år 2019–2023

Det er flest overnattinger i hytter i vintersesongen med 320 000 overnattinger. Dette er en vekst på 9,3 prosent fra året før, og en vekst på 35,8 prosent fra år 2019.

Deretter følger 318 000 overnattinger fra gjester med sesongkontrakt. Dette er på nøyaktig samme nivå som vintersesongen 2019, men en nedgang på 11,5 prosent fra året før.

Hytte og sesongkontrakt står for til sammen 84,2 prosent av alle overnattingene i perioden januar–april 2023.

I perioden januar–april 2023 var det 76 000 overnattinger med bobil. Det er en nedgang på 6,8 prosent sammenlignet med samme perio-



de året før, og en vekst på hele 47,2 prosent sammenlignet med samme periode i «normalåret» 2019.

Det var 44 000 overnattinger i telt/vogn (uten sesongkontrakt) vinteren 2023. Dette er en nedgang på 26,8

prosent sammenlignet med samme periode året før, og en nedgang på 28,7 prosent sammenlignet med samme periode i «normalåret» 2019.

Gjestedøgn fordelt på fylker

Fylke	Antall overnattinger Jan.-apr. 2023	Endring fra jan.-apr. 2022	Endring fra jan.-apr. 2019
Viken	89 805	-26,9 %	-17,5 %
Oslo	:		
Innlandet	179 177	-9,0 %	4,9 %
Vestfold og Telemark	41 866	-11,9 %	-8,4 %
Agder	91 000	34,8 %	134,9 %
Rogaland	43 086	4,8 %	40,0 %
Vestland	89 210	-8,1 %	23,8 %
Møre og Romsdal	:		
Trøndelag	69 362	3,0 %	-3,0 %
Nordland	47 996	5,3 %	27,4 %
Troms og Finnmark	57 046	-3,1 %	61,8 %

Tallgrunnlaget er fra Statistisk sentralbyrå (ssb.no). : = SSB publiserer ikke tall for Oslo og Møre og Romsdal av konfidensialitetshensyn.

Innlandet er landets største vintercampingfylke med 179 000 gjestedøgn i perioden januar–april 2023. Deretter følger Agder med 91 000 gjestedøgn og Viken og Vestland med 89 000 gjestedøgn hver.

Agder, Nordland, Rogaland og Trøndelag har flere overnattinger vintersesongen 2023 sammenlignet med vintersesongen 2022, mens de øvrige fylkene har nedgang.

Sammenlignet med «normalsesongen» vinteren 2019 har det vært stor vekst i de fleste fylker, med unntak av i Viken, Vestfold og Telemark og Trøndelag. Agder har mer enn doblet trafikken i vintersesongen, fra 39 000 gjestedøgn januar–april 2019 til 91 000 gjestedøgn i samme periode i 2023, dvs. en vekst på hele 134,9 prosent. Denne veksten gjelder i stor grad for hytteovernattinger, som har økt med 45 000 gjestedøgn, fra 16 000 overnattinger vinteren 2019 til 61 000 overnattinger vinteren 2023.



Sommertrafikken noe tilbake i 2023

Mens det ble tidenes campingsommer i 2022, gikk trafikken noe tilbake sommeren 2023.

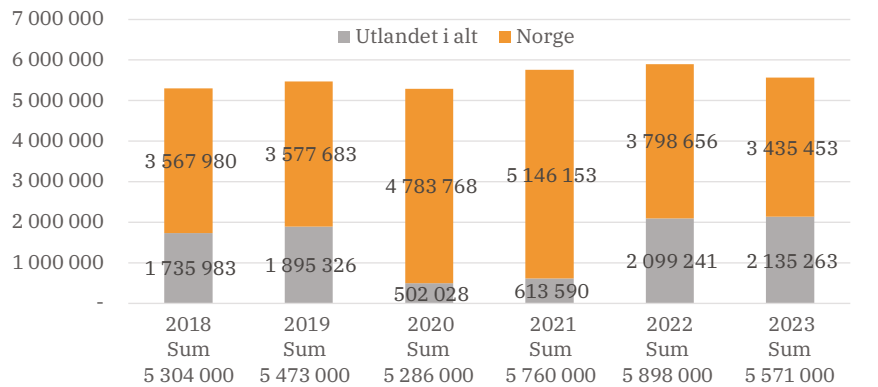
Det var ca. 5,6 millioner campingovernattinger sommeren 2023. Dette er en nedgang på 5,5 prosent fra sommeren året før, men en vekst på 1,8 prosent fra sommeren 2019.

Antall overnattinger i juni 2023 var omtrent uendret sammenlignet med juni året før. Det var derimot en nedgang på 5,6 prosent i juli og 10,0 prosent i august. Mye regnvær i Sør-Norge i juli og august, og ekstremværet «Hans» som førte til ødeleggelser på mange campingplasser og stengte veier i august, har medvirket til nedgangen i perioden. Fint vær i nord har sørget for flere gjestedøgn i denne landsdelen.

GJESTEDØGN FORDELT PÅ NASJONALITET

Nordmenn utgjør 61,7 prosent av alle overnattingene om sommeren, og er det største markedet for norske campingplasser. Det var ca. 3,4 millioner overnattinger fra nordmenn sommeren 2023. Det er en nedgang på 9,6 prosent sammenlignet med sommeren 2022.

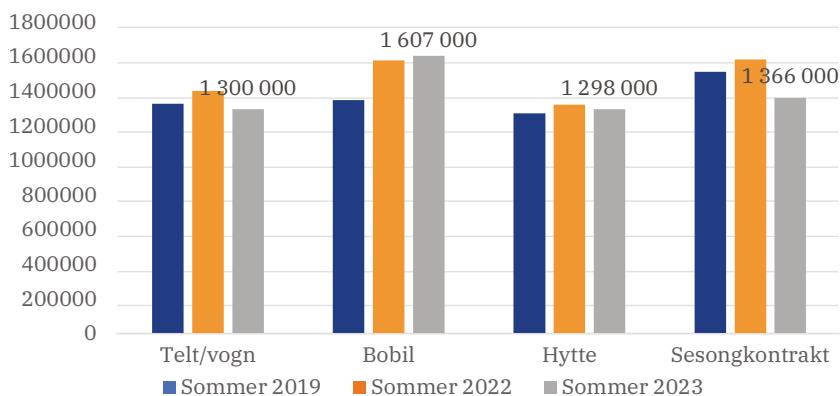
Campingovernattinger, norske og utenlandske Juni, juli og august 2019-2023



De utenlandske turistene kom tilbake til Norge sommeren 2022 etter to år med innreisestriksjoner pga. koronapandemien. Sommeren 2023 fortsatte veksten av utenlandske overnattinger. De utenlandske gjestedøgnene, med 2,1 millioner overnattinger, økte med 1,7 prosent sommeren 2023 sammenlignet med samme periode året før, og med 12,7 prosent fra sommeren 2019. De utenlandske gjestene stod for 38,3

prosent av overnattingene sommeren 2023. Tyskland er det største utenlandske markedet med 844 000 overnattinger. Dette er en nedgang på 1,7 prosent fra året før, og en økning på 5,8 prosent fra juli 2019. Nederland med 415 000 gjestedøgn er det nest største markedet, og Sverige med 163 000 gjestedøgn er det tredje største markedet. Deretter følger Frankrike, Danmark, Sveits og Finland med 87 000-90 000 overnattinger hver.

Overnattingsmåte, hele landet. Juni, juli, august 2019-2023



Fordelt på overnattingsmåte ble det foretatt flest overnattinger med bobil, med 1,6 millioner overnattinger. Dette utgjør 28,9 prosent av totale overnattingsdøgn på campingplasser sommeren 2023. Antall bobilovernattinger økte med 1,6 prosent fra sommeren 2022, og med 19,0 prosent fra sommeren 2019.

Nest flest overnattinger var fra faste gjester med sesongkontrakt, med snaut 1,4 millioner overnattinger. Dette utgjør en markedsandel på

24,5 prosent. Antall overnattinger med sesongkontrakt gikk ned med 13,9 prosent sammenlignet med sommeren 2022 og med 9,8 prosent sammenlignet med sommeren 2019.

Det var omtrent like mange overnattinger i hytte som i telt/vogn, med 1,3 millioner overnattinger i hver kategori. Begge overnattingsmåtene hadde en nedgang fra året før, på 2,1 prosent for hytteovernattinger og 7,5 prosent fra overnattinger i telt/vogn.

FYLKESVISE OVERNATTINGER

Sommeren 2023 var det flest overnattinger i Vestland fylke med 856 000 overnattinger. Nesten like mange overnattinger var det i Vestfold og Telemark med 853 000 overnattinger. Innlandet var det tredje største campingfylket med 759 000 overnattinger.

Fylkene på Østlandet og Agder hadde nedgang i trafikken sommeren 2023 sammenlignet med sommeren 2022, mens fylker på Vestlandet, Trøndelag og Nordland hadde vekst i trafikken.

ANTALL OVERNATTINGER I JULI

Det ble registrert vel 2,6 millioner overnattinger ved norske campingplasser i juli 2023. Dette er en nedgang på 5,6 prosent fra samme måned i 2022. Østlandet og Agder hadde nedgang i antall overnattinger juli 2023 sammenlignet med juli 2022, mens Vestland, Trøndelag og Nordland hadde vekst.



Selvbetjening i praksis!

powerpay.no

+ 47 457 30 370

joakim@powerpay.no



PowerPay admin

Gateway

Stolpe

Skann & betal

OVER 8000 BRUKERE



PowerPay er ett full automatisert betalingssystem

Om PowerPay

- ✓ Penger rett på konto
- ✓ Ingen faktura, ingen purring
- ✓ Kraftig administrasjonsverktøy
- ✓ Betal for faktisk strømforbruk
- ✓ Opptil 30% strømbesparelse
- ✓ Brukervenlig app

Anvendelser

- ✓ Strøm til camping og marina
- ✓ Elbil-lading ny
- ✓ Plassavgift

Kontakt

+47 457 30 370

joakim@powerpay.no

powerpay.no



Antall campingplasser i Norge

Det er 910 statistikkpliktige campingplasser i Norge pr. juli 2023.
Det er 11 flere enn i juli 2022.



Brustranda Fjordcamping, Lofoten. Foto: Jarle Buseth, NHO Reiseliv

Omtrent halvparten av plassene er helårsåpne. Det er 478 vinteråpne campingplasser (pr. januar 2023).

Campingplassene har en kapasitet på ca. 10 900 hytter/rom i sommersesongen. Ca. 42 200 senger er tilgjengelig. I tillegg er det en kapasitet på ca. 70 700 uteplasser (oppstillingsplasser) i høysesong. Om vinteren er det en kapasitet på ca. 6 300 hytter/rom.

På fylkesnivå har Vestland og Innlandet flest campingplasser, med 136 sommeråpne campingbedrifter i Vestland og 134 campingplasser i Innlandet. Trøndelag har 102 sommeråpne campingbedrifter. Deretter følger Viken, Nordland og Vestfold og Telemark, med henholdsvis 97, 94 og 82 campingplasser.

Innlandet har flest vinteråpne campingplasser med 84 campingbedrifter, etterfulgt av Vestland med 70 campingplasser. Deretter følger Trøndelag med 57, Nordland med 51, Troms og Finnmark med 47 og Viken med 46 vinteråpne campingplasser.

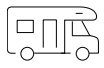
Fylke	Januar 2023	Juli 2023
Viken	46	97
Oslo	:	:
Innlandet	84	134
Vestfold og Telemark	33	90
Agder	29	59
Rogaland	27	:
Vestland	70	136
Møre og Romsdal	:	82
Trøndelag	57	102
Nordland	51	94
Troms og Finnmark	47	72

Tallene er hentet fra SSB.no. : = SSB publiserer ikke tall for enkelte fylker av konfidensialitetshensyn.

Larvik er den største campingkommunen i landet, med 21 statistikkpliktige campingplasser. Det er til sammen ca. 3 900 uteplasser/oppstillingsplasser, og ca. 600 senger i 128 hytter/leiligheter på campingplassene i Larvik kommune.

Stryn og Ullensvang er de nest største campingkommunene med henholdsvis 17 og 15 statistikkpliktige campingplasser.

SAMMENLIGNINGSGRUNNLAG
Tall for 2013 og nyere tall er ikke sammenlignbare med eldre tall pga. omlegging i rapportering til SSB for campingnæringen. Årsrapporten har derfor ikke med tall før 2013.



Camping i fantastisk natur

Trine Jensen (50) er glad i å reise på ferie med bobil, og sammen med mannen Kenneth Gustavsen (52) og katten Fiona (en hellig birma), har de feriert på Sande Camping i Loen i sommer.



Kenneth Gustavsen (foto privat)

Det er ikke første gang de besøker Loen. Og det blir nok helt sikkert ikke siste gang heller. Første gang de bodde på Sande Camping, var sommeren 2014. Da hadde Trine fått anbefalt stedet fra en kollega fra Stryn. Etter dette første besøket, har Trine vært tilbake her to til tre ganger årlig. Nå i sommer, var de på camping i 9 netter. Så hva er det som gjør Sande Camping verdt å besøke? – Først og fremst den fantastiske naturen! Campingplassen har et flott og alltid rent servicehus, fine opparbeidede plasser og et veldig hyggelig vertskap, forteller Trine. Her i Loen har Trine og Kenneth brukt dagene til å gå på tur og til å fiske.

Trine synes det beste med camping er den frihetsfølelsen man får. Det at man kan reise hvor og når man vil, samt at man får sett mye flott natur. Og selv om hun synes det er veldig varierende standard på campingplasser, er det også andre campingplasser som skal besøkes framover. Både Kjørnes Camping i Sogndal og Flåm Camping var på reiseruta til Trine og Kenneth i sommer. De liker å reise til nye ukjente steder på Vestlandet.

Trine gir gladelig et tips til campingplassene rundt omkring i Norge: - Alle campingplasser burde ha skilt om at det er båndtvang for hunder! I tillegg burde det generelt vært bedre belysning rundt på området, avslutter hun.

«Denne campingplassen kan jeg sterkt anbefale andre å besøke!»

Trine Jensen, campinggjest på Sande Camping

Bobilovernatting på Kinsarvik Camping

Monika Hylland og Geir Ove Lavik kommer stadig tilbake til Kinsarvik Camping. Første gang de besøkte campingplassen var i 2007, og etter det har de vært her 30 ganger. Nå har de vært på Kinsarvik Camping med sin bobil atter en gang i sommer.

– Det beste med denne campingplassen er at det er så hyggelige ansatte her, det er koselig og reint, og det er flott natur her, forteller Monika. – Om våren kommer vi for å oppleve blomstringen i Hardanger, fortsetter hun. Monika setter også pris på at Kinsarvik Camping har en fin beliggenhet med nærhet til butikk.

De finner på en del aktiviteter når de er i Kinsarvik, som fjellturer, sykkelturner, fiske, go-cart og besøk i Mikkelparken.

Monika og Geir Ove er glad i å reise rundt med bobilen. – Bobiltur-ene gir frihet og nærhet til naturen, sier Monika. Det er lett å flytte seg etter været, og det er lett å reise til nye steder uten å måtte planlegge for mye.

Planene for resten av ferien er å «la veien bli til når vi kjører», som hun sier. Før de kom til Kinsarvik Camping har de vært på Sjøsand Camping i Mandal, Voss Camping, i Stryn og et par andre steder.

Når Monika og Geir Ove er på bobilferie pleier de å overnatte litt på campingplasser, litt på bobilparkeringer, litt fricamping og litt hos familie. Dette varierer etter hvor de er.

Til slutt kommer de med en oppfordring til campingplasser om at de bør ha nøye oppmerkede plasser til bobiler og campingvogner.



Monika og Geir (foto privat)

«Dette er en flott campingplass med hyggelige ansatte og flott natur!»

Monika Hylland, campinggjest på Kinsarvik Camping



Studietur til Færøyene

3.-6. september 2023 dro 24 personer fra Nasjonal klynge for campingnæringen til Færøyene!



Alle foto: Norsk Turistutvikling

Færøyene er svært bevisst på bærekraftig turisme, og er et fascinerende og spennende reisemål. Hensikten med studieturen var å høste erfaringer fra Færøyenes satsing på bærekraft, naturbasert turisme og småskala turisme. I tillegg bidrar slike studieturer til nettverksbygging, hvor deltakerne har tid til å prate og drøfte erfaringer med hverandre. Det skapes tillit og samhold mellom deltakerne, som er av svært stor betydning for videre samarbeid i nettverket.

SAUER OG TURISME

Færøyene er en liten øygruppe med mye uberørt natur. De viktigste

næringsområdene er fiske, landbruk (i hovedsak sauehold) og turisme. Færøyene har ca. 54 000 innbyggere, 80 000 sauer og har et årlig besøk av ca. 150 000 turister. Færøyene er bevisst på en bærekraftig utvikling av turismen, og har ikke noe mål om å vokse mer. Naturopplevelsene er hovedårsaken til at turister besøker øygruppen.

Den viktigste markedsføringsstrategien er å invitere journalister og media til Færøyene, slik at de skriver artikler fra besøket.

I slutten av april stenges landet for vanlige besøkende i én uke. Da er det kun frivillige som får lov til å komme for å delta på dugnader.

Dette kan være dugnadsarbeid for å ordne stier, rydde søppel langs kysten osv. Dette har fått mye medieoppmerksomhet, og øygruppen ble satt på kartet første gang de stengte ned.

FULLPAKKET PROGRAM

I løpet av få dager er det mye man ønsker å oppleve, så det ble et fullpakket program. Søndag var reisedag. Mandag holdt vi oss i Torshavn hele dagen. Vi startet med besøk hos NORA (Nordisk Atlant-samarbejde). Et mulig samarbeid mellom campingnæringen i Norge, Færøyene, Orknøyene og Island ble drøftet der. Deretter var det besøk hos Visit Færøyene som orienterte om deres markedsføringsstrategi og utviklingstiltak. Det ble også tid til byvandring med Visit Torshavn og besøk på Torshavn Camping.

Tirsdag var vi på busreise med innlagt besøk hos lakseprodusenten Bakkafrost, båttur fra Vestmanna og besøk på Eidi Camping. Dagen ble avsluttet med hagevandring og hjemmelaget middag i et privat hjem hos Lena på Gardahúsid gjennom konseptet Heimablidni, noe som ble en hyggelig og minnerik opplevelse.

Takk for turen!



2022 – Nytt rekordår for camping

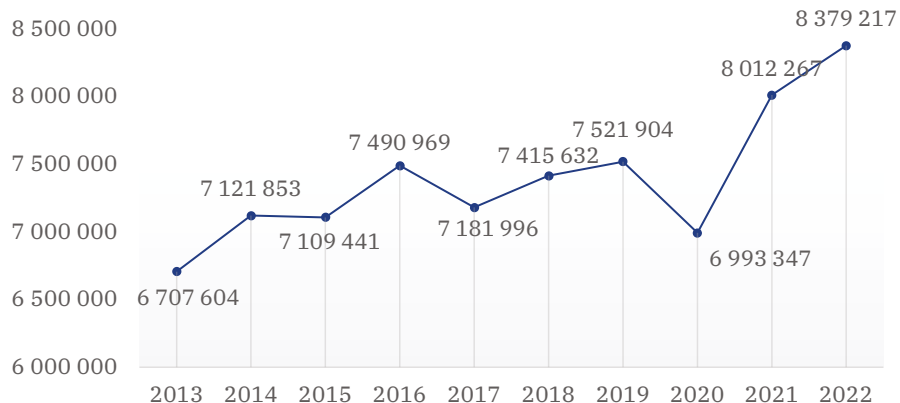
8,4 millioner overnattinger på norske campingplasser

Campinggjestedøgn hele landet, 2013–2022

Det har vært en jevn vekst i antall campinggjestedøgn i perioden 2017–2022, med unntak av koronaåret 2020. I 2022 var det 8,4 millioner campinggjestedøgn i Norge.

Antall overnattinger ved norske campingplasser i 2022 økte med 365 000 fra år 2021, og med ca. 850 000 gjestedøgn fra «normalåret» 2019 til 2022.

Sammenlignet med år 2013 har antall overnattinger økt med 24,9 prosent i 2022, tilsvarende 1,7 millioner overnattinger.

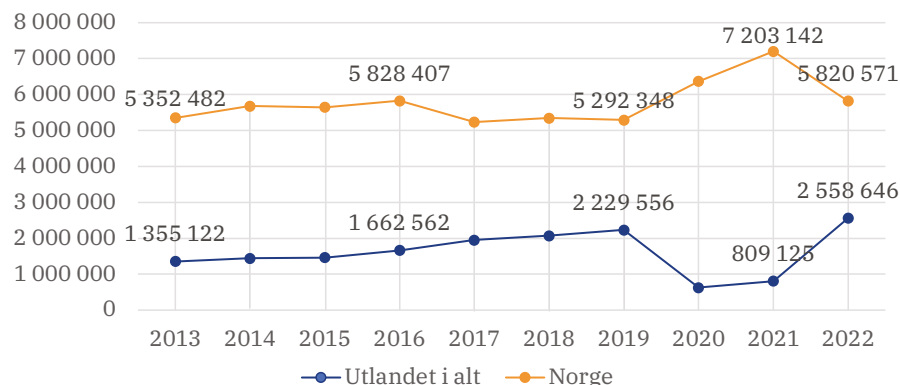


Campinggjestedøgn hele landet, fordelt på nordmenn og utenlandske markeder. 2013–2022

Det var 5,8 millioner overnattinger fra nordmenn i 2022. Dette utgjør 69,5 prosent av alle overnattingene på norske campingplasser.

Dette er en nedgang fra korona-årene 2020 og 2021. Nordmenn reiste i stor grad i Norge under pandemien pga. stengte grenser og smitterisiko. I forhold til normalåret 2019 var det i 2022 en økning på 10 prosent i overnattinger fra nordmenn.

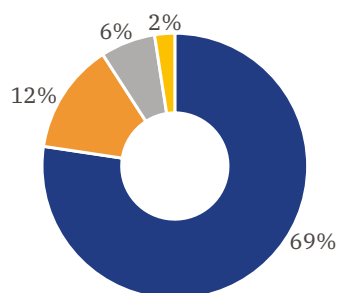
Antall overnattingsdøgn fra utenlandske reisende var på 2,6 millioner i 2022. Antall overnattingsdøgn økte med 14,8 prosent fra normalåret



2019 til 2022. På grunn av innreise-restriksjoner og ulike koronatiltak var det nedgang fra utenlandske

reisende både i 2020 og 2021, så økningen i 2022 sammenlignet med koronaårene 2020 og 2021 er enorm.

De største markedene i 2022



- Norge 69,5 %
- Tyskland 12,1 %
- Nederland 6,0 %
- Sverige 2,2 %

Tyskland er det største utenlandske markedet med 1 million overnattinger i 2022. Deretter følger Nederland med 503 000 overnattinger og Sverige med 184 000 overnattinger.

Danmark og Frankrike følger deretter, med henholdsvis 113 000 og 100 000 overnattinger.

Det er vekst i alle de største utenlandske markedene i 2022 sammenlignet med 2019, med unntak av Sverige som hadde en nedgang på 12,5 prosent. Tyskland hadde en vekst på 21,1 prosent fra 2019 til 2022, mens Nederland hadde en vekst på 47,8 prosent.

Alle tall er hentet fra SSB.no



Hvordan overnattet gjestene i 2022?

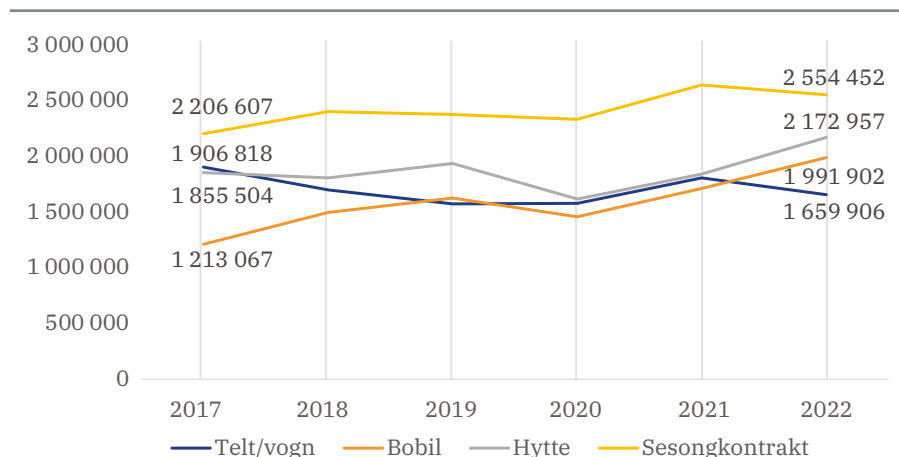
Det var flest overnattinger med sesongkontrakt i 2022, og overnattinger i bobil og hytte vokser stadig.

Fordelt på overnattingsmåte, var det flest overnattinger fra gjester som har sesongkontrakt, med nær 2,6 millioner overnattinger for året 2022. Dette er en nedgang på 3,4 prosent fra året før, og en økning på 7,4 prosent fra normalåret 2019.

Det var til sammen 5,8 millioner overnattinger fra døgngjester. Dette er overnattinger i bobil, hytte og telt/vogn (som ikke har sesongkontrakt). Disse utgjør en andel på 70 prosent av alle campingovernattingene. Overnattinger fra døgngjester i 2022 økte med 8,5 prosent fra 2021 og med 13,2 prosent fra 2019.

De tre overnattingstypene for døgngjester er forholdsvis jevnstore. Overnattinger i hytter utgjorde vel 2,2 millioner gjestedøgn i 2022. Det er en økning på 17,7 prosent fra året før og 12,1 prosent fra 2019. Rett bak fulgte overnattinger med bobil med

Antall overnattinger fordelt på overnattingsmåte 2013-2022 for hele landet



2,0 millioner overnattinger i 2022. Dette er en økning på 16,2 prosent fra 2021 og 22,2 prosent fra 2019. Det var 1,7 millioner overnattinger i telt/

vogn. Det utgjør en nedgang fra året før med 8,2 prosent, og en økning på 5,3 prosent fra 2019.

Antall overnattinger fordelt på fylker og overnattingsmåte 2022

Tallene i parentes er endringer fra «normalåret» 2019

Innlandet er det største campingfylket i landet målt i antall gjestedøgn i 2022, med henholdsvis 1,4 millioner overnattinger. Deretter fulgte Vestfold og Telemark og Vestland med ca. 1,2 millioner overnattinger hver, og Viken med 1,0 millioner overnattinger. Alle fylker, med unntak av Trøndelag, hadde vekst i antall gjestedøgn fra normalåret 2019 til 2022. Størst vekst hadde Agder med 38,4 prosent.

Når det gjelder overnattinger med sesongkontrakt, hadde Vestfold og Telemark, Viken og Innlandet flest overnattinger for denne overnattingsmåten med henholdsvis 620 000, 560 000 og 500 000 overnattinger. Alle fylker, med unntak av Trøndelag og Rogaland, hadde vekst i overnattinger fra sesonggjester i år 2022 sammenlignet med år 2019.

Agder hadde størst prosentvis økning i overnattinger med hytte med 74,6 prosent og med telt/vogn med 50,5 prosent. Rogaland hadde størst prosentvis økning med bobil med 47,0 prosent.

Tallgrunnlaget er fra Statistisk sentralbyrå ssb.no.

	Telt/vogn	Bobil	Hytte	Sesongkontrakt	Overnattinger i alt
Hele landet	1 659 900 (5,3 %)	1 991 900 (22,2 %)	2 173 000 (12,1 %)	2 554 500 (7,4 %)	8 379 200 (11,4 %)
Viken	141 600 (-20,0 %)	149 000 (36,5 %)	182 400 (10,8 %)	558 000 (5,0 %)	1 030 900 (4,9 %)
Oslo	:	:	:	:	:
Innlandet	259 300 (16,6 %)	309 200 (30,3 %)	351 900 (0,8 %)	501 800 (11,7 %)	1 422 200 (13,1 %)
Vestfold og Telemark	247 600 (20,6 %)	197 800 (14,3 %)	148 900 (-16,1 %)	619 500 (7,5 %)	1 213 700 (7,2 %)
Agder	242 500 (50,5 %)	173 500 (22,9 %)	296 400 (74,6 %)	244 300 (11,5 %)	956 700 (38,4 %)
Rogaland	91 400 (21,3 %)	158 700 (47,0 %)	72 000 (30,0 %)	91 600 (-9,7 %)	413 700 (21,6 %)
Vestland	255 300 (-1,6 %)	381 800 (27,0 %)	380 800 (0,9 %)	139 200 (15,6 %)	1 157 100 (9,4 %)
Møre og Romsdal	:	:	:	:	:
Trøndelag	82 700 (-20,2 %)	114 000 (-2,5 %)	157 900 (10,8 %)	158 100 (-17,4 %)	512 700 (-7,6 %)
Nordland	85 000 (-14,1 %)	169 500 (25,7 %)	176 700 (7,1 %)	64 600 (50,9 %)	495 800 (12,3 %)
Troms og Finnmark	67 600 (-5,5 %)	112 100 (19,0 %)	183 500 (26,5 %)	61 800 (57,8 %)	425 000 (21,5 %)

: = Vises ikke av konfidensialitetshensyn. Tall publiseres ikke av Statistisk sentralbyrå for å unngå å identifisere virksomheter.



Hva mener våre campinggjester?

Hvordan bør den ideelle campingplass tilrettelegges?
Vi har fått svaret fra ca. 800 campinggjester.

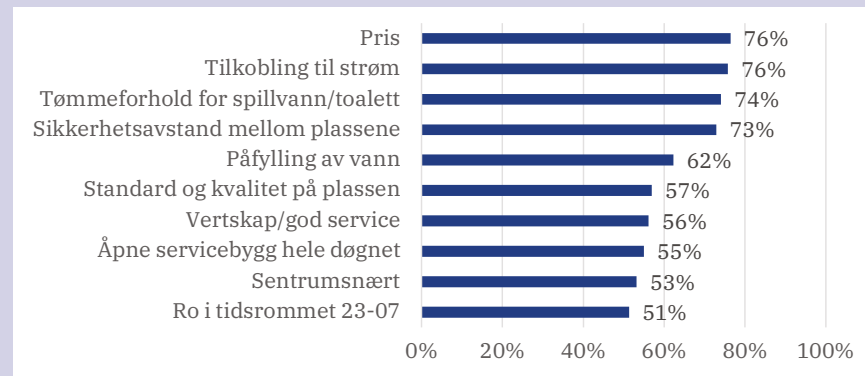
Det er gjennomført en spørreundersøkelse blant norske brukere av campingkortet Camping Key Europe

høsten 2023. Norsk Turistutvikling gjennomførte undersøkelsen på vegne av Nasjonal klynge for

campingnæringen og NHO Reiseliv avdeling camping. Det kom inn til sammen 822 svar på undersøkelsen.

■ Hva er viktig med valg av overnattingsplass

Campinggjestene, som i utvalget i all hovedsak er bil- og vogneiere, mener at følgende er viktigst når de skal velge overnattingsplass:



■ Hovedinntrykk av norske campingplasser

Norske campingplasser scorer best på vertskap og service, og dårligst på prisnivå. Forklaring på score: 1 er svært dårlig og 5 er svært bra.

Vertskap/service	3,9
Standard	3,8
Helhetsinntrykk	3,7
Åpningstider	3,7
Sanitæranlegg og fellesfasiliteter	3,7
Nettsider, booking, informasjon	3,5
Aktivitetstilbud	3,1
Prisnivå	2,8

■ Bruk av sanitæranlegg

Fine sanitæranlegg med godt renhold og riktig dimensjonering er viktig for gjestene. 68 prosent av bil- og vogn gjestene benytter seg vanligvis av campingplassens sanitæranlegg. I tillegg benytter 21 prosent seg av sanitæranleggene av og til.

■ Forbruk

Gjennomsnittlig døgnforbruk på campingplassen: ca. kr 600 (25 %) Gjennomsnittlig døgnforbruk utenfor campingplassen: ca. kr 1 800 (75 %)

■ Lojale brukere av campingplasser

De som har kjøpt campingkortet er lojale brukere av campingplasser. Tre av fire (74 prosent) oppgir at de helst overnatter på campingplasser i ferie- og fritidssammenheng. Denne høye andelen kan ha sammenheng med at 68 prosent av de som har kjøpt campingkortet har bil og 29 prosent har campingvogn. Tre prosent overnatter i campinghytter/-leiligheter. Kun 1 prosent av brukerne av campingkortet velger helst hotell på ferie. En av fire (25 prosent) brukere av campingkortet overnatter vanligvis både på campingplasser og hotell i løpet av ferien.

■ Favoritter

Følgende campingplasser er favorittene til brukerne av campingkortet:

1. Fagernes Camping
2. First Camp Lunde – Telemark
3. Hokksund Camping
4. Omlidstranda Camping, Nevlunghavn
5. Beverøya Hytteutleie og Camping, Bø
6. Haraldshaugen Camping, Haugesund
6. Lillehammer Camping

■ Den ideelle campingplass:

■ Oppstillingsplass:

- Tydelig oppmerkede plasser med forsvarlig avstand til neste plass
- Fast dekke med god drenering der en parkerer
- Vann, avløp og 16A strøm på hver oppstillingsplass
- Nærhet til servicebygg fra alle plasser
- Forhåndsbooking av spesifisert plass i tillegg til noen «drop-in plasser»
- Skjerming mellom plassene
- Forskjellig standard på plassene med og uten strøm med ulike prissetting, og gjerne noen

luksustomter med eget badrom, boblebad, frokost inkludert etc.

- Store oppstillingsplasser med plass for biler inntil 10 meter
- Anvisning om hvordan bil/vogn skal stå

■ Servicebygg:

- Toalett og dusj med tette vegger
- Tilstrekkelig antall toalett/dusj med vask, speil, strøm til føner, knagger og benk/stol til å legge fra seg ting
- Oppvaskmaskin i servicebygget
- Dusj inkludert i prisen

■ Øvrig:

- Rent og hygienisk
- Stille mellom kl. 23.00-07.00
- Hyggelig personale med lokalkunnskap
- Målgruppeinndelt plasser/soner; plassering av barnefamilier nær lekeplass, eget område for hundeeiere, tomter i utkanten for de som vil ha stillhet. Fastcampere i eget område.
- Matbutikk og kafé/restaurant
- Elbillader/destinasjonslader
- Tømmemuligheter
- Lekeplasser og basseng



Flåm Camping & Vandrarheim

En «Hans» unna nok en rekord?

I 2022 kunne vi rapportere om tidenes campingsommer i Norge, utlendingene var tilbake og mange nordmenn hadde gjennom koronaperioden fått smaken på campinglivets gleder. I 2019 rundet man 10 millioner overnattinger på camping, hyttegrend og vandrerhjem, mens totalen i 2022 endte på 12,2 millioner. Pussig nok var andelen utenlandske gjester nøyaktig det samme i de to årene, 36%.

Hvordan har 2023 vært så langt? Her har vi tall til og med august, og hvis vi sammenligner med samme periode i 2022 er det en nedgang på 5%. Hvor mye av denne nedgangen som skal tilskrives Hans er ikke godt å si, men nedgangen i august var totalt sett på 8%, og store campingfylker som Innlandet og Viken hadde begge en nedgang på 29% i august 2023 sammenlignet med 2022. Dersom man ser på de tre sommermånedene, hadde de to fylkene en nedgang på henholdsvis 16 og 22%. Da hjelper det lite at Nordland hadde 12% vekst, tett fulgt av Møre og Romsdal med 10%.

En rask konklusjon: Sommerværet på Østlandet, med Hans i hovedrollen, har gitt dårligere tall enn man kunne forvente, og snyter oss nok for en besøksrekord i 2023.

Tyskerne er fortsatt vårt viktigste marked internasjonalt, og så langt i år har de en markedsandel på 34%. Etter mange år med sterk vekst har besøket fra Nederland gått ned, men det er fortsatt et svært viktig marked for norske campingaktører.

Det var nok tall for denne gangen, men du finner selvsagt mye mer på Innovasjon Norges innsiktssider.

Hva synes så gjestene om det norske campinglivet? Vår helt ferske

turistundersøkelse kan være til god hjelp for både bedrifter og destinasjonsselskaper. Visste du for eksempel at 51% av respondentene i vår campingundersøkelse viser at de er i Norge for første gang? Kun 13% sier de er i Norge en eller flere ganger per år. Unntakene er våre nordiske naboer som er mer stabile.

Gjestene er generelt svært godt fornøyde med Norge som ferieland, men vi har fortsatt lavest rangering på forholdet pris og kvalitet, vær og mat. Her svarer utenlandske og norske gjester noenlunde likt, men det er andre områder der det er til dels store avvik mellom utenlandske og norske turister. I undersøkelsen har vi flere spørsmål som handler om bærekraft, og her skiller de utenlandske gjestene seg ut som betydelig mer opptatt av dette enn det nordmenn er. De utenlandske er også mer opptatt av å oppleve kunst og kultur. Utlendingene vil også ha naturopplevelser, og hele 85% svarer at de har vært på vandring/fottur på reisen.

Som sysselsetter og verdiskaper er reiselivsnæringen svært viktig for mange lokalsamfunn, og reiselivet fremmer både kulturforståelse og integrering. Samtidig øker slitasje på natur og lokalsamfunn, klimautslipp og sosiale utfordringer. Et mer bærekraftig reiseliv verdsetter den rike kombinasjonen av natur, kultur, folk og steder, og aktørene tar aktive grep for å forsterke de positive effektene

og reiselivets bidrag til å løse samfunnsutfordringer. Å jobbe ut fra dette verdigrunnlaget krever helhet, samarbeid og felles mål.

Innovasjon Norges verktøy for reisemål som ønsker å jobbe langsiktig med bærekraft, Merket for bærekraftig reisemål, fylte 10 år tidligere i 2023. Målet med Merket for bærekraftig reisemål er å tilrettelegge for at destinasjonsselskap, kommune og andre som utgjør destinasjonsledelsen på et reisemål, sammen kan planlegge, iverksette, måle, forbedre og formidle den jobben de gjør for et mer bærekraftig reiseliv.

Mange av aktørene i camping-Norge har også et sterkt fokus på bærekraft, samt at dere er sentrale bidragsyttere i destinasjonsselskapenes arbeid. Med resultatene fra Turistundersøkelsen i bakhodet, regner jeg med at alle som har ambisjoner om økning fra utenlandske gjester legger enda mer trykk på bærekraftig utvikling i tiden fremover.

KNUT PERANDER,
Leder reiselivs-
utvikling,
Innovasjon
Norge
Foto:
Tom Hansen



Campall

Campall.no – Campingvertens nyttige hjelper



Finn, bestill og betal!

Silje og Heidi fra Stavanger opplevde at det var vanskelig å finne frem og planlegge campingferie i Norge. De opplevde at frustrasjonen gikk igjen hos andre de snakket med – spesielt hos de som var nye.

–Da fikk vi ideen til Campall, løsningen som gjør det enkelt å være campingturist og campingvert, forteller de to gründerne.

Som lærere og småbarnsmødre pleier de løse problemer heller enn å irritere seg over dem.

–Når du er glad i campinglivet, slik vi er, så ønsker du den rolige og problemfrie følelsen fremfor å bruke mye tid på mailer, telefoner, googling og usikkerhet. Samtidig er det å bestemme seg på dagen og finne neste campingplass i solen en viktig frihet som vi ønsker å gi. Campall.no er der du som campinggjest skal finne, bestille og betale for campingplassen du ønsker, raskt og enkelt.

–Vi har også et brukervennlig booking-system til deg som campingvert. Verktøyet er enkelt, oversiktlig og frigjør tid og kapasitet, slik at du kan bruke tiden din på gjestene dine.

–Vi er avhengig av å få innspill til hvordan tjenesten kan videreutvikles for å sikre at campingvertens ønsker blir ivaretatt også fremover. Derfor reiser vi rundt i bobil i hele Norge for å møte campingverter og hører på hva de trenger for å kunne bruke tiden på det som er viktigst.

–Vi hjelper campingvertene med å komme i gang og forstå hvordan de enkelt kan frigjøre tid med løsningen vår.

Hver enkelt campingplass er unik, med sitt lille samfunn og forskjellige tilbud som fortjener å bli markedsført og gjort tilgjengelige for et større publikum. Derfor er alle campingplasser i løsningen vår godkjent og har vært med på å velge hva som loves til kundene.

Ta gjerne kontakt med oss!

Heidi Uhlgren Gudmestad
heidi@campall.no
98 40 47 37



–Vi i Campall ønsker å bidra til at alle de flotte campingplassene i landet vårt blir synlige og tilgjengelige for både norske og utenlandske turister. Derfor har vi et samarbeid med nederlandske Mol Travel som markedsfører norske campingplasser og elsker Norge.

Vi håper å treffe akkurat deg og din campingplass på turen fremover.



Silje Bjelland
silje@campall.no
93 28 95 25



Ja, vi elsker camping! Fremsnakk bransjen!

Både campingbransjen og resten av reiselivsnæringen opplever at rekruttering kan være krevende til tider. Da er det viktig å fremsnakke næringen for å skape interesse og lyst til å jobbe i bransjen.

Flere bransjer i Norge opplever mangel på arbeidskraft, så også i camping- og reiselivsbransjen. Mange campingplasser erfarer at det kan være utfordrende å få på plass nok personell både i høysesong og lavsesong.

Det er da svært viktig at alle i næringen selv snakker varmt om sin egen bedrift og om campingbransjen. Jo flere som snakker varmt om bransjen, jo mer positiv omtale får bransjen, og jo mer lyst får arbeidstakere til å jobbe i bransjen.

«Beskjedenheten forsvinner etter noen dager, språket utvikler seg, surheten forsvinner og smilet blir et kjennemerke for deg og dine kollegaer»

Sitat fra campingeier



Topcamp Bogstad. Foto: Travitude Media



Tromsø Lodge & Camping. Foto: Vegard Stien



Kristiansand Feriesenter. Foto: Kristian Hole

■ Argumenter for hvorfor folk bør velge å jobbe på en campingplass, mottatt fra representanter fra campingnæringen selv:

- Man treffer mange hyggelige gjester fra alle verdensdeler
- Får god språktrening
- Lærer om andre kulturer fra gjestene
- Gjestekontakten er veldig inspirerende
- Varierte arbeidsoppgaver
- Ingen dag er lik!
- Det er alltid noe nytt å lære
- Camping er den mest varierte bransjen man kan tenke seg, med ulike gjøremål i uteområder, hytter, resepsjon, restaurant osv.
- Gjestene har ferie og 99,99% av gjestene er positivt innstilt – det gjør at det blir en hyggelig arbeidsdag
- Oppleve glede og mestring i å løse ulike utfordringer og problemstillinger
- Hyggelige kollegaer
- Fleksibel arbeidstid i lavsesong
- Å ha lært seg vertskapsrollen er en god fordel å ha på CV'en



«Campingfamilien» er samlet i Haugesund oktober 2022.

Hipp, hipp hurra for campingnettverket som fyller 10 år i år!

Nasjonal klynge for campingnæringen (også kalt Campingnettverket) består av 49 flotte, dyktige, motiverte og solide deltakerbedrifter fra store deler av landet. Det har vært en spennende, givende, morsom, utfordrende, fin og lærerik reise. Og den spennende reisen fortsetter videre.

CAMPINGFAMILIEN

Bedriftene i klyngen ser på hverandre som kollegaer, og mange kaller hverandre og nettverket «Campingfamilien». Tilliten bedriftene har til hverandre, og bedriftenes vilje til å dele erfaringer med hverandre har vært svært viktig for utviklingen av den enkelte bedrift, for nettverket og for bransjen.

Møteplasser, utveksling av erfaringer og kompetansebygging har vært de viktigste suksessfaktorene for nettverket – og for bedriftenes utvikling. Økt kunnskap har påvirket til utvikling hos den enkelte campingbedrift. Standarden og kvaliteten på campingplassene har økt.

Bedrifter fra ulike regioner, fylker og landsdeler har vært viktig for en bred strategisk utviklingsprosess og for større evne til innovasjon og nyskaping.

Det har vært stort fokus på kompetanseheving samt kvalitets- og produktveving i nettverket. Med økt kompetanse og markedskunnskap, samt fokus på å tilby gode bære-

«Gjennom prosjektet gjør vi hverandre gode. Nettverk og samarbeid er avgjørende for kvalitet og bedriftsutvikling i bransjen.»



Studietur i Østerrike september 2019.



kraftige kvalitative overnattings- og opplevelsestilbud, har næringen økt sin attraktivitet i markedet, noe som også har bidratt til økt verdiskaping for bedriftene.

TILTAK

Noen av de viktigste tiltakene har vært regionale møter, konferanser og samlinger. Møteplassene har vært svært viktig for deltakerne, og har gitt påfyll av motivasjon og kunnskap. Hver høst arrangeres Camping- og reiselivskonferansen. Arrangementet varer 2-3 dager.

Studieturer har bidratt til enda større samhold, nettverksbygging og økt motivasjon.

Det har også vært gjennomført en rekke andre tiltak i nettverket, som gjesteundersøkelser og markedsundersøkelser. Dette har vært viktig for å få mer kunnskap om ulike målgrupper og hvilke ønsker og behov markedet har.

Mange ulike kurs har vært gjennomført, som bl.a. innenfor bærekraft, universell utforming og nettsider og sosiale medier. Da koronapandemien inntraff, ble også Teams og Zoom tatt i bruk. Dette har gitt mulighet for hyppigere møtekontakt, flere kurs og erfaringsdelinger. I løpet av perioden er det utviklet ulike veiledere for bransjen, samt en egen kvalitetsstandard for campingnæringen. Det er også utviklet en studieplan for en eventuell opprettelse av et fagskoletilbud for camping.

BEDRIFTSNETTVERK I TROMS OG FINNMARK

Det har manglet deltakere fra den nordligste landsdelen. Det er derfor etablert et eget bedriftsnettverk for campingplasser fra Troms og



Fra regionalt møte på Fagernes Camping, januar 2023

Finmark, og det er gledelig at 12 campingbedrifter så langt har meldt seg inn i dette nettverket. Dette nettverket og den nasjonale klyngen vil samarbeide om tiltak, det vil være noen felles arrangement og aktiviteter, og nettverkene har positive synergier på hverandre som kan styrke alle bedriftene i nettverkene positivt.

FINANSIERING

Det nasjonale campingnettverket startet opp i 2013 som et 3-årig bedriftsnettverk finansiert av Innovasjon Norge. Etter at prosjektperioden var over i 2016, har ulike fylkeskommuner bidratt med prosjektmidler til gjennomføring av tiltak enkelte år. Klyngen mottok også omstillingsmidler fra Innovasjon Norge under koronaperioden. Innovasjon Norge bidrar finansielt også for det nye campingnettverket i Troms og Finnmark. Bedriftene har i hele perioden bidratt selv med egenfinansiering og egeninnsats. Midlene fra både

Innovasjon Norge og fylkeskommunene har gjort det mulig å få til et kunnskap- og kompetanseløft i næringen.

CAMPINGNETTVERKET FORTSETTER

Den nasjonale klyngen for campingnæringen fortsetter videre, og vil fortsatt jobbe for en økt bærekraftig utvikling av næringen.

Og dersom det er noen campingplasser som har lyst til å bli med i denne flotte «campingfamilien», så er det plass til flere!

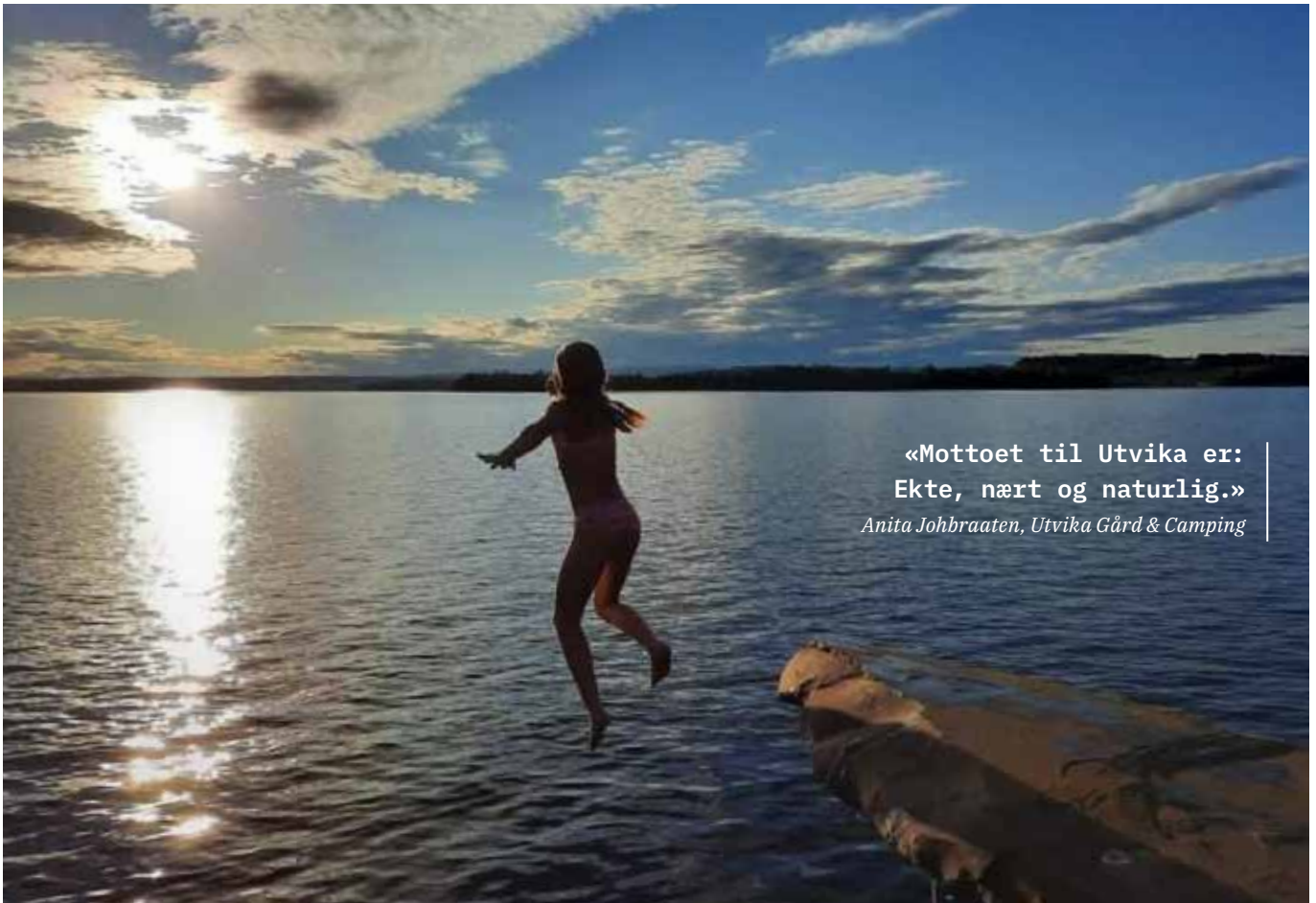
«Nettverket har en viktig sosial betydning, problemstillinger blir tatt opp, følelsen av samhold og forståelse er viktig!»



Fra regionalt møte på Furustrand, år 2016



Fra regionalt møte på Namsos Camping, år 2016



«Mottoet til Utvika er:
Ekte, nært og naturlig.»

Anita Johbraaten, Utvika Gård & Camping

Camping ved idylliske Tyrifjorden

Mellom Sandvika og Hønefoss finner du Utvika Gård & Camping. En populær campingplass med mange gjester som kommer igjen og igjen.

VARIERT AKTIVITETSTILBUD

Det er mye å finne på her på denne campingplassen ved Tyrifjorden. Utvika Gård & Camping kan friste med badestrand, båttutleie, lekeplass og barnas bondegård om sommeren. I tillegg er det kort avstand til spennende aktiviteter i nærheten som campingplassen har god nytte av, som Hadeland Glassverk og Kistefos.

FAMILIEBEDRIFT

I 1984 ble stabburet på gården pusset opp for utleie og mange kom innom og ville leie denne ene enheten. Man oppdaget da et marked for overnatting. Campingplassen ble derfor planlagt, og åpnet 8. juli 1990 av Torill og Brede Johbråten. Ved åpning hadde man plass til 40 faste gjester, 20 drop in-plasser og 9 hytter i tillegg til stabburet.

I dag er Utvika Gård & Camping en familiebedrift der døtrene til Torill og Brede er involvert i driften. Anita er daglig leder og Helene er

servicemedarbeider. Etter hvert som årene har gått har modernisering og utvikling vært viktig og Anita forteller at plassen i dag har 14 hytter, 11 rom, 70 faste plasser og 40 drop in-plasser. Dette kommer i tillegg til forsamlingslokaler og restaurantfasiliteter i låven som sto ferdig i 2019. Låven er original fra begynnelsen av 1900-tallet og er plassert ved siden av stabburet. Dette gjør at man har gårdens historie tett på driften og gjestene får noe unikt. Ved å tilpasse seg flere markeder er målet om en jevn drift hele året viktig, sier Anita.

MILJØENGASJEMENT

Og de er miljøbevisste på Utvika Gård & Camping. – Vi har vært Miljøfyrtårnsertifisert siden 2015, sier Anita. Hun forteller at de valgte å gjøre det fordi miljø og bærekraft var veldig på dagsorden den gang, og de ønsket å være en bærekraftig bedrift. Det var også et konkurransefortrinn.

Vi fikk ENØK støtte til nye strømstolper i år og har byttet ut alle de gamle stolpene med moderne søyler og PowerPay, forteller Anita. Dette har ført til mange fornøyde gjester, spesielt de faste. Kapasiteten på sikringen har økt og de har til enhver tid full kontroll på forbruket. I tillegg har vi byttet ut alle dusjarmaturer i fellesanlegg til trykkarmatur uten betaling, fortsetter hun. - Det sparer oss nå for veldig mye administrasjon.

Anita forteller at hun engasjerer seg veldig i ungdom som ønsker å jobbe og vil ha sommerjobb. Det betyr mye for en liten sesongbedrift at disse ungdommene kommer igjen året etter og ikke minst anbefaler stedet til andre ungdommer som ønsker jobb.

EN HVERDAG I ENDRING

Anita forteller om en hyggelig bransje å jobbe i og at det stort sett er fornøyde gjester som er på besøk på



UTVIKA GÅRD & CAMPING

Bedriftens navn: Utvika Gård og Camping (Utvika Camping AS)

Type virksomhet: Camping, hytter, rom og forsamlingslokaler

Lokalisering: Ved Tyrifjorden mellom Sandvika og Hønefoss

Etableringsår: 1990

Organisering: AS (fra 2016)

Produkter/fasiliteter: Lekeplass, sandstrand, båtutleie, restaurant og butikk

Kapasitet: 14 hytter, 11 rom, 70 faste plasser og 40 drop in-plasser, i tillegg til forsamlingslokaler og restaurantfasiliteter i låven

Ansatte/årsverk: 5

Hjemmeside: www.utvika.no

Facebookside: facebook.com/utvika

Instagram: [utvika_camping](https://instagram.com/utvika_camping)

campingplassen. Det er hovedsakelig europeere på ferie som er det største markedet på Utvika, etterfulgt av arbeidsfolk i området og private arrangementer.

– Det har vært utfordrende med alle krisene vi ikke får gjort noe med, som korona, strøm og nå flom, synes Anita. Flommen har ikke rammet bygninger eller campingvogner her, men med dårlig vær og stengte veier reiser turistene andre veier og avbestiller, fortsetter hun. På grunn av stadige kriser som rammer bransjen har hovedfokuset vært å drive så

nøysomt at man overlever, og mulighetene for mer modernisering og utvikling har begrenset seg, forteller Anita. Samtidig har vi jobbet med å bli mer kjent blant lokalbefolkningen og nærmarkedene slik at vi etter hvert oppnår den jevne driften gjennom året, avslutter hun. Og det er ingen tvil om at de er gode på nettopp det. Utvika Gård & Camping er en campingplass som har eksistert i mange år og det er mange gjester som kjenner plassen godt og som kommer igjen år etter år.

Faste gjester i 25 år

Ekteparet Grethe (68) og Tore Pettersen (71) har hatt fast plass på Utvika Camping i mange år. – Vi trives veldig godt her. Her har vi vært i 25 år, det sier vel sitt, forteller Grethe. – Her føler vi oss godt ivaretatt, fortsetter Tore. – Det er kort vei fra gjest til vertskap, og man kan ta ting som dukker opp fortløpende.

– Kontakten med andre gjester her er veldig viktig, forteller de. – Vi er blitt en liten gjeng som holder sammen. Vi er også godt kjent med de andre gjestene, og det er lett å komme i kontakt med andre. Det beste ellers med campingplassen er beliggenheten ved Tyrifjorden, båt plass og restaurant.

– Vi starter campingsesongen

ved påsketider, er her gjerne 3-4 dager i uka og pakker sammen i oktober, forteller Tore. – Vi har ikke helt telling, men vi pleier å være her mellom 60 og 70 dager i året. Men det kommer an på været.

Grunnen til at de valgte Utvika Camping som fast plass, var nærheten til hjemme og beliggenheten ved Tyrifjorden. – Andre vi kjente anbefalte plassen, forteller Grethe.

Det beste med campinglivet er at man kan slappe av. Grethe og Tore synes det er godt å slippe vedlikehold og annet styr med egen hytte.

En vanlig dag på campingplassen består i å stå opp tidlig, drikke kaffe, sette seg ut i sola, ta en tur ut med båten, være sosial og ha det hyggelig. Eller så drar de på dagsutflukter til for eksempel Hadeland Glassverk,

Hønefoss, Blaafarveværket, Åsa landhandleri eller Ringkollen. Her er det mye å finne på!



Nøkkeltall

Gjennomsnittstall pr. campingbedrift

LANDSDEL	SUM DRIFTS- INNTEKTER	VARE- FORBRUK	LØNNS- KOSTNADER	SUM DRIFTS- KOSTNADER	RESULTAT FØR SKATT
HELE LANDET					
2019	3 728 000	500 000	1 203 000	3 331 000	316 000
2021	3 859 000	518 000	1 216 000	3 210 000	628 000
2022	4 055 000	520 000	1 290 000	3 607 000	425 000
NORD-NORGE					
2019	2 708 000	275 000	791 000	2 460 000	238 000
2021	2 640 000	274 000	804 000	2 330 000	201 000
2022	3 384 000	380 000	1 012 000	2 977 000	316 000
TRØNDELAG					
2019	2 864 000	367 000	911 000	2 708 000	40 000
2021	3 051 000	586 000	1 147 000	2 605 000	292 000
2022	2 771 000	500 000	1 077 000	2 555 000	127 000
VESTLANDET					
2019	3 183 000	265 000	965 000	2 725 000	378 000
2021	3 262 000	426 000	1 040 000	2 687 000	398 000
2022	3 764 000	454 000	1 187 000	3 203 000	460 000
AGDER					
2019	5 324 000	770 000	1 632 000	4 881 000	347 000
2021	7 090 000	1 081 000	2 386 000	5 627 000	948 000
2022	6 950 000	870 000	2 465 000	6 091 000	666 000
ØSTLANDET					
2019	4 601 000	527 000	1 305 000	4 094 000	369 000
2021	4 558 000	587 000	1 377 000	3 731 000	1 074 000
2022	4 427 000	586 000	1 369 000	4 073 000	499 000

Tallene for 2019 baserer seg på 391 campingplasser fra hele landet som har AS som selskapsform. Tallene for 2021 baseres på 498 campingbedrifter, og for 2022 med 474 bedrifter. Tallene viser gjennomsnittstall for en campingbedrift.

Gjennomsnittlige driftsinntekter for norske campingplasser i 2022 er på 4,1 millioner kroner. Dette er en vekst på 5,1 prosent fra året før. Det var også en vekst i antall campinggjestedøgn i 2022 sammenlignet med 2021, noe som kan ha bidratt til økte omsetningstall.

Gjennomsnittlig driftskostnader for alle bedriftene i utvalget er 3,6 millioner kroner. Dette utgjør 89,0 prosent av driftsinntektene. Kostnadene steg med 12,4 prosent fra året før.

Ordinært resultat før skatt for utvalget var gjennomsnittlig 425 000 kroner pr. bedrift. Dette er en nedgang på 32,2 prosent fra 2021.

Fordelt på landsdeler, har Sørlandet høyest gjennomsnittlig omsetning med 7,0 millioner kroner pr. bedrift i 2022. Østlandet har nest høyest gjennomsnittlig omsetning pr. bedrift med 4,4 millioner kroner.

Utviklingen i de forskjellige landsdeler fra 2019 til 2022, viser at alle landsdelene har hatt økning av driftsinntektene. Fra 2021 til 2022 har Nord-Norge og Vestlandet hatt en

vekst på henholdsvis 28,2 prosent og 15,4 prosent, mens de andre landsdelene har hatt nedgang i driftsinntektene.



Kjørnes Camping



Nøkkeltall

Gjennomsnittstall pr. campingbedrift

NØKKELTALL Nøkkeltall 2019-2022	EGENKAP.ANDEL (Egenkapital/ eiendeler)	GJELDSGRAD (Total gjeld/ egenkapital)	LIKVIDITET (Omløpsmidler /kortsiktig gjeld)	RESULTATGRAD (Resultat/ omsetning)	ANTALL ANSATTE
HELE LANDET					
2019	31,9 %	2,14	1,26	8,5 %	8,8
2021	35,6 %	1,81	1,62	16,3 %	9,8
2022	38,6 %	1,59	1,39	10,5 %	8,7
NORD-NORGE					
2019	26,6 %	2,76	1,35	8,8 %	6,4
2021	29,7 %	2,37	1,55	7,6 %	7,3
2022	33,4 %	2,00	1,40	9,3 %	7,9
TRØNDELAG					
2019	31,7 %	2,16	0,18	1,4 %	8,3
2021	31,7 %	2,16	1,33	9,6 %	9,8
2022	28,4 %	2,53	1,23	4,6 %	8,1
VESTLANDET					
2019	37,5 %	1,66	1,60	11,9 %	6,8
2021	38,3 %	1,61	2,05	12,2 %	8,2
2022	38,1 %	1,63	2,17	12,2 %	8,5
AGDER					
2019	33,3 %	2,00	1,29	6,5 %	18,9
2021	37,3 %	1,68	1,57	13,4 %	16,6
2022	42,7 %	1,34	1,43	9,6 %	19,5
ØSTLANDET					
2019	30,9 %	2,24	1,12	8,0 %	9,8
2021	36,6 %	1,73	1,52	23,6 %	11,1
2022	41,9 %	1,39	1,11	11,3 %	11,7

Tallene for 2019 baserer seg på 391 campingplasser fra hele landet som har AS som selskapsform. Tallene for 2021 baseres på 498 campingbedrifter, og for 2022 med 474 bedrifter. Tallene viser gjennomsnittstall for en campingbedrift. Merk at antall ansatte ikke er det samme som antall årsverk. Antall ansatte inkluderer sesongansatte.

Nord-Norge og Vestlandet har hatt vekst i ordinært resultat før skatt i perioden 2021-2022. De andre landsdelene har hatt nedgang i samme periode. Bedriftene på Østlandet sitter igjen med 666 000 kroner i snitt i resultat før skatt i 2022, mens bedriftene i Agder sitter igjen med 499 000 kroner i snitt.

EGENKAPITALANDEL

Egenkapitalandelen for utvalget er på 38,6 prosent, som er en forbedring fra både 2019 og 2021. Fordelt på landsdeler har Agder høyest gjennomsnittlig egenkapitalandel på 42,7 prosent, tett etterfulgt av Østlandet med 41,9 prosent. Trøndelag har lavest gjennomsnittlig egenkapitalandel på 28,4 prosent.

GJELDSGRADEN

Gjeldsgraden har gått ned fra både 2019 og 2021 og ligger nå på 1,59. Det betyr at bedriftene i utvalget har fått ytterligere lavere gjeld i forhold til egenkapitalen. Ser en på lands-

delene er det Agder og Østlandet som har den laveste gjeldsgraden med henholdsvis 1,34 og 1,39. Trøndelag har høyest gjeldsgrad med 2,53.

LIKVIDITETSGRAD

Likviditet er målt gjennom forholdstallet «omløpsmidler i forhold til kortsiktig gjeld», og viser bedriftens evne til å innfri kortsiktig gjeld. Dette nøkkeltallet ligger for utvalget i 2022 på 1,62. Alle landsdeler har økt likviditeten fra 2019. Bedriftene på Vestlandet har høyest likviditet med gjennomsnittlig 2,05, og Trøndelag har lavest med et snitt på 1,33.

RESULTATGRAD

Nøkkeltallet defineres som resultat i forhold til omsetning. Gjennomsnittlig for hele landet er denne på 10,5 prosent. Det betyr at bedriftene sitter igjen med 10 øre av hver omsatt krone. Det er en nedgang fra 2021, hvor resultatgraden den gang var på 16,3 prosent. Vestlandet har best resultatgrad med 12,2 prosent.

Deretter følger Østlandet med 11,3 prosent. De øvrige landsdeler ligger under gjennomsnittet for hele landet. Svakest resultatgrad har Trøndelag med 4,6 prosent.

Nord-Norge økte resultatgraden fra 2021, mens Vestlandet var uendret. De andre landsdelene har hatt nedgang i perioden.

ANTALL ANSATTE

Campingbedriftene i utvalget har i gjennomsnitt 8,7 ansatte. Campingbedriftene i Agder har flest ansatte med gjennomsnittlig 19,5 ansatte pr. bedrift.

Egenkapitalandel:

Egenkapital i forhold til eiendeler.

Gjeldsgrad:

Total gjeld i forhold til egenkapital.

Likviditetsgrad:

Omløpsmidler i forhold til kortsiktig gjeld.

Resultatgrad:

Resultat i forhold til salgsinntekter.



Populær campingplass i Tromsø

På Tromsø Lodge & Camping har du det beste fra to verdener: du kommer tett på den spektakulære naturen samtidig som du kan oppleve yrende byliv.



Foto: Yngve Olsen

«Vi tror det er mange små campingplasser som føler seg litt alene og som kunne hatt godt av å være med i campingnettverket for å dele erfaringer med kolleger, og kunne lære litt av hva andre gjør.»

Maria, Tromsø Lodge & Camping

STORT UTVALG I AKTIVITETER

Det er mye å velge mellom når du overnatter på Tromsø Lodge & Camping. Du kan prøve deg på nordlysjakt, hvalsafari, huskysafari, båtturer og skiturer. Aktivitetstilbydere henter gjestene på campingplassen og leverer de tilbake etter endt tur. I tillegg kan Tromsdalen skilte med flotte turløyper som er tilgjengelig fra campingområdet. Her kan

man både gå en rolig tur til campen «Gutta på skauen» eller en tøffere tur til Tromsdalstinden som ligger 1238 meter over havet. Sherpatrappa er også et yndet turmål, med sine 1203 steintrapper og 420 høydemeter opp til fjellet. Her får du panoramautsikt over Tromsø. Campingplassens motto er: «Nærhet til vakker natur og et yrende byliv».

PÅ LAG MED IDRETTE

Allerede på 70-tallet var det en campingplass her som het Elvestrand Camping. Da var det Tromsø kommune som eide plassen, som da kun var sommeråpent. Det lokale idrettslaget, TUIL, ble spurt om å drifte campingplassen, og fra 1983 inngikk de en leieavtale med kommunen om å drifte stedet. To år etter bygget TUIL et nytt resepsjonsbygg med café, samt de første helårsåpne hyttene. Alt ble bygget på dugnad. I perioden 2001-2004 var man i en prosess som endte opp med at TUIL overtok eierskapet og man byttet navn til Tromsø Camping, for å kunne nå ut til det internasjonale markedet. I perioden 2007-2014 ble flere helårsåpne hytter bygget, samt nytt resepsjons- og servicebygg og ny bil- og caravanslette. Vinterturismen var på vei oppover, og man byttet navn til Tromsø Lodge & Camping, igjen for å spisse seg mot det internasjonale markedet. De

siste hyttene i porteføljen ble importert fra utlandet, og var montert og klare til bruk i februar 2020. I dag er det Maria Kristiansen som er daglig leder på campingplassen.

GJESTER FRA HELE VERDEN

- På en campingplass er ingen dag lik, og vi møter mennesker fra hele verden! Vi har en fantastisk flott by, og jeg elsker å vise frem byen vår med dens flotte natur og herlige naturfenomener året rundt, forteller Maria. Hun utdyper: - På sommeren har vi lyse netter med sola hele døgnet. På vinteren har vi snø og masse vær, kalde kvelder og nordlys som danser på himmelen. Ferierende fra hele verden kommer til Tromsø og vår region for å se nordlyset og for å oppleve den arktiske og eksotiske vinteren. På sommeren har vi mange gjester fra Norge og de nordiske landene, men også tilreisende fra hele Europa. Maria forteller om en jevn økende trend de siste årene, hvis man ser bort fra årene med pandemi. Vintermarkedet har økt hvert år, og vi tror at vinteren 2023-2024 blir bedre enn noensinne, fortsetter hun.

SAMFUNNSENGASJEMENT

- Som Miljøfyrtårnbedrift er det viktig å ha fokus på miljø og bærekraft, ikke bare for vårt omdømme, men også for å sende signaler til våre gjester og samarbeidspartnere at



vi tar ansvar for klimaet, forteller Maria.

– Det er også viktig for oss å være en trygg arbeidsplass som jobber for å fremme helsefremmende og psykososiale forhold for våre medarbeidere, fortsetter hun. Bedriften samarbeider med lokale aktører for å fremme og praktisere et inkluderende arbeidsliv, ved å jobbe med reiselivslinjen på VGS med reiselivslærlinger og ved å gi sommerjobb til ungdom. Tromsø Lodge & Camping samarbeider også aktivt med NAV/ Ressurs der kandidater blir invitert inn på arbeidspraksis. - På denne måten hjelper vi mennesker som har stått utenfor arbeidslivet til å teste sin arbeidskapasitet, og i mange tilfeller ender det opp med ansettelse etter endt praksis. Så det er en vinnvinn situasjon, forteller Maria stolt.

BEDRE RAMMEVILKÅR I BRANSJEN

– Reiselivet har vært en undervurdert bransje, og vi føler at kommunene og landets ledelse ikke har tatt vår bransje seriøst nok. Vi må ha stabile rammebetingelser slik at vi har en forutsigbar drift, og at man kan

TROMSØ LODGE & CAMPING

Bedriftens navn:

Tromsø Lodge & Camping

Type virksomhet: Campingplass

Lokalisering: Tromsdalen, Tromsø

Etableringsår: 1980

Organisering: AS

Produkter/fasiliteter: Hytteutleie, frokostservering, lunsjservering, bobil- og caravanplasser, tømme-stasjon, servicebygg med felleskjøkken og dusj/toalettanlegg, sauna, vaskerom, grillstue, møterom, fotballbane, fotballhall, turnhall og treningssenter.

Kapasitet: 58 hytter, 54 helårs caravanplasser med strøm, 40 ekstraplasser uten strøm på sommeren.

Årsverk: 10

Årsresultat

2020: -653.000, 2021: 832.000 og 2022: 2 819.000

Hjemmeside:

www.tromsolodgeandcamping.no

Facebookside: www.facebook.com/tromsolodgeandcamping

Instagram:

[tromsolodgeandcamping](https://www.instagram.com/tromsolodgeandcamping)



Foto: Gøran Mikkelsen



planlegge tiden fremover, sier Maria. For eksempel har det vært foreslått å øke MVA på overnatting fra 12 til 25 prosent. Dette vil være drastisk for vår næring, og svekke vår konkurransevne mot det utenlandske markedet. Det å innføre besøksbidrag er mye omtalt for tiden, og her mener vi at besøksbidraget må treffe problemet og at det ikke er hotellene og

overnattingsstedene som skal kreve inn dette. På mange steder i landet er reiselivstilbudet helt avgjørende for at det finnes levende og attraktive lokalsamfunn. Derfor er det viktig at politikerne lokalt og nasjonalt gjør det de kan for å gi næringen best mulige rammebetingelser, avslutter hun.



Familievennlig camping i nydelige Hardanger

Kinsarvik Camping ligger i Ullensvang kommune, rett ved Kinsarvik sentrum og med vakker utsikt over Hardangerfjorden.



ATTRAKTIV BELIGGENHET

Kinsarvik Camping ligger midt mellom Bergen og Haugesund, og er absolutt verdt et stopp om du reiser med familien på biltur på Vestlandet. Og det er et stort aktivitetstilbud i området rundt campingplassen.

Mikkelparken er en populær park for barn som ligger kun 500 meter fra Kinsarvik Camping. I tillegg er det Go-kart bane for de litt eldre barna i nærheten. Det er stort sett barnefamilier og fjellfolk som er på besøk på camping.

Når man overnatter på camping, er man tett på naturen og det finnes mange muligheter for vandre- turer i nærområdet. Her kan man velge mellom Dronningstien, Huse-

dalen, Trolltunga, Vøringsfossen, Hardangerfjorden og Hardangervidda. Folgefonna Sommerskisenter og sidervandring er også to spennende aktiviteter i nærheten av camping. I tillegg kan de aller tøffeste prøve seg på helikoptertur!

OVER 70 ÅR MED CAMPING

Camping ble etablert i 1952 av Torbjørn Sandvik, som først begynte med kun teltplasser. I 1964 kom de første 20 hyttene opp. Hyttene var på 10 m². I 1965 var det totalt 46 moderne hytter med innlagt strøm, lys i taket og varmeovn. Deretter kjøpte Gunnvor Sandvik og Reidar Hatten campingplassen av Gunnvors bror i 1983. I 1997 kom Gunnvor og

Reidars sønn, Evald Hatten, hjem etter 17 måneder i Florida der Evald hadde jobbet på den norske paviljongen i Disneyworld. Da bestemte han seg for å overta drifta av Kinsarvik Camping.

STORE INVESTERINGER

Evald begynte med utbygging året etter at han tok over driften med 2 hytter på 65 m² og oppussing av 8 hytter. I 2006 var det nok et nytt prosjekt med 6 nye hytter på 52 m² og nytt sanitæranlegg. Deretter ble campingplassen utvidet med 5 hytter på 54 m² i 2011. I 2014 fikk de 10 000 m³ med masser, det var ca. 1 000 lastebillaster for å utvide plassen med 3 mål. – Vi har totalt fått inn



ca. 16 000 m³ for å utnytte arealet vi disponerer, forteller Evald. Siden 1998 er det investert ca. 40 millioner i campingen.

BARNEVENNLIG CAMPING

Det er mye å finne på for liten og stor når man bor på Kinsarvik Camping. Her er det lekeplass, hoppepute, trampoliner, sykkelutleie og båtutleie. I tillegg har campingplassen i sommer tilbudt digital detektivløype i samarbeid med Voice of Norway og Jørn Lier Horst der barn skal løse ulike mysterier sammen med Tiril og Oliver fra Detektivbyrå nr. 2.



KINSARVIK CAMPING

Type virksomhet: Camping med kun døgnplasser, 24 hytter fra 3 til 5 stjerner, matservering med skjenkerettigheter

Lokalisering: Kinsarvik (Ullensvang kommune)

Etableringsår: 1952

Organisering: A/S

Produkter/fasiliteter: 84 døgnplasser, bobil, vogn, telt, 24 hytter. 3 sanitæranlegg, tømning og fylling m/CamperClean, kjøkken, vaskemaskiner, tørketromler, TV-stue, lekeplass, Wi-Fi, båtutleie, sykkelutleie, matservering og skjenkerettigheter

Kapasitet: 24 hytter, 132 senger og 84 døgnplasser (i fellesferien er det 130 døgnplasser)

Ansatte/årsverk: 17 ansatte sommer, 3 faste ansatte

Årsresultat 2020: 997 000, 2021: 1 414 000, 2022: 1 556 000

Hjemmeside:

www.kinsarvikcamping.no

Facebookside: kinsarvik camping

Instagram: kinsarvik camping



STORE FRAMTIDSPLANER

Kinsarvik Camping har hatt en jevn økning i antall gjester hvert år. – Vi ønsker å fortsette å investere og prøver å bli litt bedre for hvert år, forteller Evald. Han mener campingplassens største styrke handler om høy kvalitet på hyttene, fin utsikt over Hardangerfjorden, gangavstand til Mikkelparken og fantastiske dags-turer i nærområdet. – Vi ønsker å bli mer miljøvennlig og vi er allerede i gang med å miljøsertifisere oss gjennom Green Key. Vi regner med å bli sertifisert i løpet av året, fortsetter han.

«Vi møter mange hyggelige mennesker og det handler om å gjøre vårt beste for gjestene.»

Evald Hatten, Kinsarvik Camping

– I august 2024 begynner vi på et stort prosjekt som vi har jobbet med siden 2019, forteller Evald. Da skal vi sette opp et hus på 800 m², der vi får 5 leiligheter på 80 m², den ene leiligheten er tilrettelagt for HC. Han fortsetter, – vi får 10 rom med hotellstandard og totalt 50 senger. Det blir eget lager til vaskepersonell, garderobes, dusjer og toaletter til ansatte, og et lager til campingen på ca. 230 m², forteller han stolt. – Vi ser positivt på fremtiden til campingen!





NASJONAL KLYNGE FOR CAMPINGNÆRINGEN.

Nasjonal klynge for campingnæringen er et nettverk bestående av ca. 50 campingbedrifter fra store deler av landet. Nettverket har eksistert siden 2013.

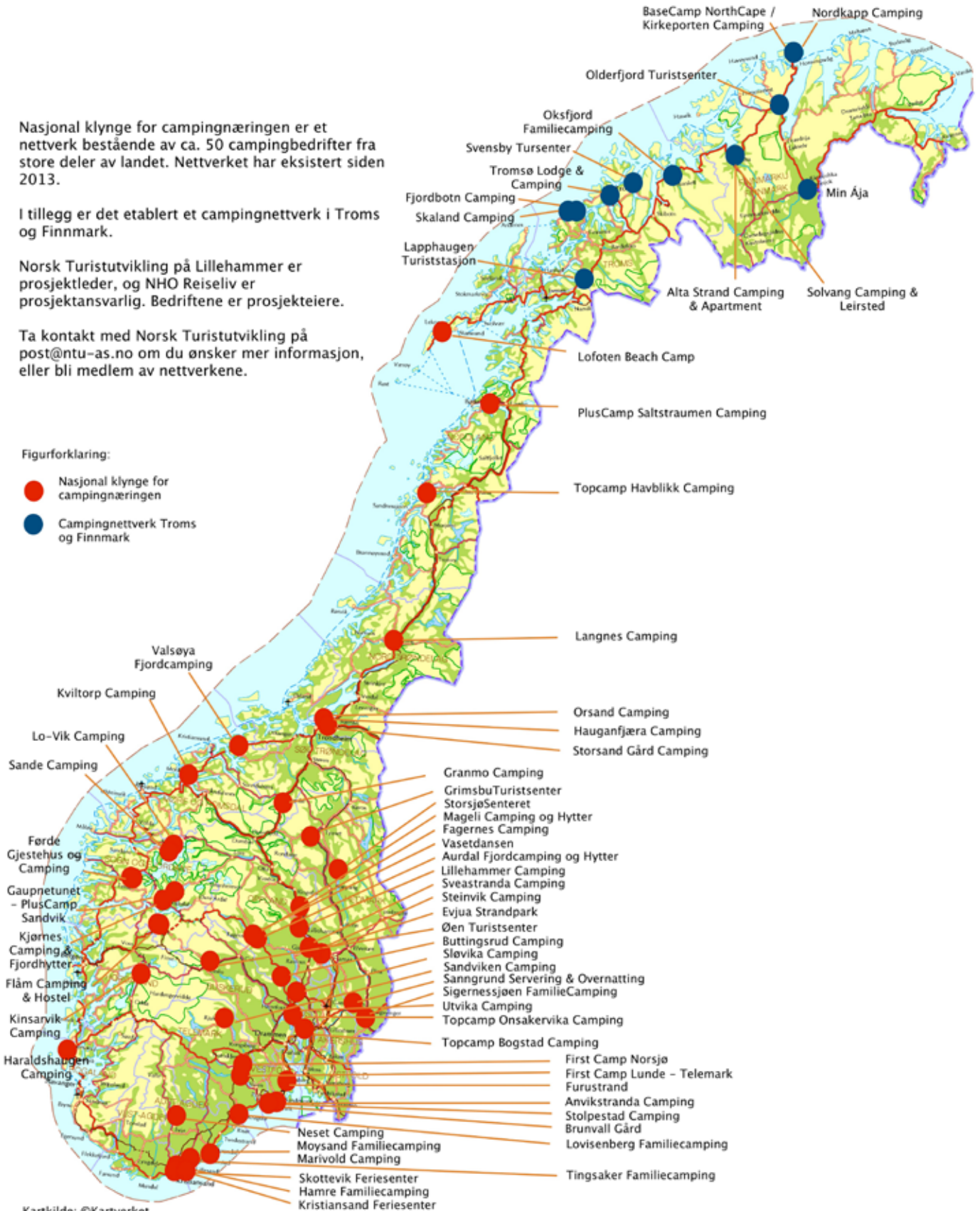
I tillegg er det etablert et campingnettverk i Troms og Finnmark.

Norsk Turistutvikling på Lillehammer er prosjektleder, og NHO Reiseliv er prosjektansvarlig. Bedriftene er prosjekteiere.

Ta kontakt med Norsk Turistutvikling på post@ntu-as.no om du ønsker mer informasjon, eller bli medlem av nettverkene.

Figurforklaring:

- Nasjonal klynge for campingnæringen
- Campingnettverk Troms og Finnmark



Kartkilde: ©Kartverket



Gi et godt sisteinntrykk ved gjestens avreise

Et godt første- og sisteinntrykk har mye å si for hvordan gjesten husker campingplassen i ettertid. Evalueringer viser at bransjen kanskje kan bli litt bedre på avreisesituasjonen.

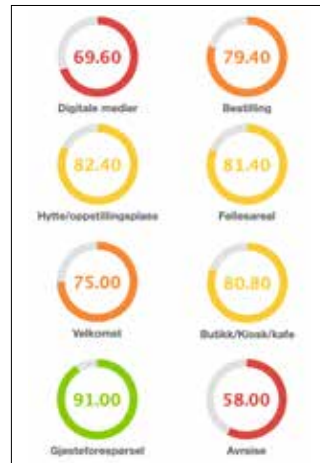
Fem campingplasser har i sommer hatt besøk av en Mystery Guest. Fagpersoner har reist på uanmeldt besøk og evaluert gjesteopplevelsen.

Samlet evaluering viser at campingplassene jevnt over er meget gode på gjesteforespørsler, lokal-kunnskap, renhold og har en god profesjonalitet. Bransjen kan derimot bli bedre på avreisesituasjonen, mersalg, bruk av digitale medier og bærekraft.

AVREISE

En hyggelig hilsen når gjesten sjekker ut er enkelt, men også svært virkningsfullt og viktig.

Jevnt over er campingplassene svært flinke i



vertskapsrollen. Evalueringen viser at campingplassene er flinke på å hilse og kommunisere hyggelig og høflig. De ansatte smiler, har øyekontakt og virker imøtekommende. Antrekket er

rent og passende.

Forbedringspunkter er å bli bedre på å spørre ved utsjekk om hvordan oppholdet har vært, takke for besøket og ønske velkommen tilbake. Man kan også oppfordre gjesten til å legge inn en anmeldelse av campingplassen på sosiale medier.

HVA ER EN MYSTERY GUEST?

Gjennom Mystery Guest-besøk får man en forståelse for hvordan gjestene opplever å overnatte og bruke tilbud på campingplassen. Campingplassen vet ikke hvem den hemmelige gjesten er og vet heller ikke når vedkommende kommer.

Den hemmelige gjesten oppfører seg som en helt vanlig gjest. Formålet med besøket er å få en tilbakemelding på hva som fungerer bra og hvilke forbedringsmuligheter som finnes. Nasjonal klynge for campingnæringen samarbeider med Quality Improvement om opplegget.

Huskeliste ved avreise:

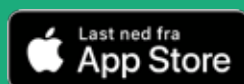
- ✓ Smil
- ✓ Ha øyekontakt
- ✓ Spør om hvordan oppholdet har vært
- ✓ Takk for besøket og ønsk gjesten velkommen tilbake

Ladeløsning med Laddel

Det å tilby elbillading er nå blitt like naturlig som å tilby WIFI. Med vår brukervennlige ladeløsning kan vi sammen imøtekomme dine gjesters behov.

- ♦ Betalingssystem, drift, administrasjon og 24/7 support
- ♦ Ingen faste kostnader eller gebyrer for bedriften
- ♦ Rask nedbetaling av investeringen
- ♦ Økt kundetilfredshet, flere bookinger og økte inntekter

Ta kontakt med oss på kontakt@laddel.no eller besøk oss på www.laddel.no





Store skader fra ekstremværet «Hans»

Ekstremværet «Hans» traff Sør-Norge 7.-9. august 2023, og førte til flom, jordskred og oversvømmelser i lang tid etter uværet. Flere campingplasser i særlig Innlandet og Viken ble svært hardt rammet.



First Camp Gol



Buttingsrud Camping



Aurdal Fjordcamping og hytter

Vannføringen var svært høy i mange vassdrag. Vannstanden steg raskt, som ved First Camp Gol der vassdraget steg med 70-80 cm i løpet av to timer. Eller som hos Aurdal Fjordcamping og Hytter der vannstanden ble 3 meter høyere enn normalt. I noen innsjøer, som ved Mjøsa og Sperillen, tok det flere uker før vannet gikk tilbake til normalt nivå. Alt dette resulterte i store materielle ødeleggelser i tillegg til tapt inntjening i lengre perioder. Nå gjenstår mye arbeid med gjenoppbygging av campingplassene.

Alle foto: Jarle Buseth, NHO Reiseliv.



First Camp Gol





TIPS TIL FOREBYGGENDE TILTAK:

- Lag en beredskapsplan (før en krise inntreffer)! Beredskapsplanen bør inneholde bl.a. høydekvoter på de faste plassene og telefonnummer til gjester, slik at disse kan ringes ved en evakuering av vogner og andre eiendeler.
- Sjekk forsikringsavtalen årlig. Er nye investeringer tatt med i forsikringsavtalen?
- Oppfordre sesonggjester til å ha forsikring på personlige eiendeler som campingvogn og løsøre.
- Kjøp inn flytetau og bøyer. Dette kan hindre at vogner og løsøre forsvinner ut i vassdrag, og forhindrer også at søppel flyter inn på campingplassen.
- Ha gode tilkomstveier til hytter og campingvogner, slik at man raskt kan flytte disse ved behov.
- Legg skinner på bakken, og plasser hjulene på vogna oppå disse skinnene. I en akutt situasjon vil vogna være raskere å fjerne ved at den da dras sidevegs og vekk fra spikerteltet.
- Spikertelt bør gjerne bli bygd på tilhenger med hjul, slik at de kan flyttes ved behov.



First Camp Gol

Campingpriser i Europa

Våren 2022 ble det gjennomført en prisundersøkelse på alle campingplasser som er på pincamp.de, ADACs campingportal.

I gjennomsnitt betalte en familie på tre personer €52 (600 norske kroner) for en natt i høysesong på en europeisk campingplass i 2022.

Sverige er det billigste landet, med en gjennomsnittspris på €37 (430 kroner). Det nest billigste landet en campingfamilie kan overnatte i er Tyskland med gjennomsnittspriser på €38 (440 kroner).

I Sveits må man betale mest. Her må man betale i gjennomsnitt €64 (740 kroner). Kroatia og Italia er de nest dyreste landene med en gjennomsnittspris på €60 (700 norske kroner).

Priser i Norge ble ikke sjekket i denne undersøkelsen.

Resultatene viser gjennomsnittspris pr. land for et opphold i sommersesong for en campingfamilie på to voksne og ett barn på 10 år. Inkludert i prisen er leie av oppstillingsplass for bobil/campingvogn, strøm (5kWh), dusj og evt. besøksskatt. Kun campingplasser med 3 stjerner eller mer og med mer enn 50 campingenheter ble tatt med i prisundersøkelsen.

Kilde: [Pincamp.de](https://pincamp.de)

Campingstatistikk fra Sverige og Danmark



CAMPING I SVERIGE

Campingplassene i Sverige hadde 16,6 millioner overnattinger i 2022. Dette er en økning på 7,3 prosent fra året før, men en nedgang på 1,0 prosent fra 2019.

Det var en økning på 1,6 prosent i overnattinger fra svenske gjester i 2022 sammenlignet med 2019, men nedgang fra utenlandske gjester på 8,5 prosent. Nordmenn er det største markedet for svenske campingplasser med 1,9 millioner overnattinger i 2022. Deretter følger Tyskland med 1,2 millioner overnattinger. Til sammenligning var det 1,0 millioner tyske overnattinger på norske campingplasser.

I juni-august 2022 overnattet 73 prosent av alle norske turister i Sverige på en campingplass. Nordmenn ønsker høy standard, og femstjerners campingplasser er populære.

Oppholdstiden på en campingplass i Sverige er i gjennomsnitt 2,7 døgn.

De samlede losjiinntektene var på 2,6 mrd. svenske kroner i 2022.



CAMPING I DANMARK

Det var 12,8 millioner overnattinger på campingplasser i Danmark i 2022. Dette er en økning på 15,5 prosent fra 2019.

Både danske og utenlandske gjestedøgn har økt i perioden 2019-2022. Mens det i 2019 var 7,8 millioner danske gjestedøgn, steg de danske gjestedøgnene til 8,7 millioner i 2022. De utenlandske gjestedøgnene økte fra 3,2 millioner gjestedøgn i 2019 til 4,1 millioner gjestedøgn i 2022. Tyskland er det desidert største utenlandske markedet med 2,6 millioner overnattinger. Deretter følger Nederland med 500 000 overnattinger og Norge med 300 000 overnattinger.

Sesonggjestene stod for 36,7 prosent av alle overnattingene i 2022.

To av tre campingovernattinger (66,5 prosent i 2022) ble foretatt om sommeren, i perioden juni-august. Dette er omtrent samme andel som i 2019 (67,9 prosent).



Nytt på Marivold Camping

Marivold Camping i Grimstad har oppgradert mye på campingplassen det siste året. Alle jorder er drenert og sådd, og det er lagt ned flere hundre meter med rør og et utall kummer. Ca. 3000 kvm er asfaltert. Luftlinjer er lagt i bakken, og området fremstår mer åpent.

Det er bygd 7 nye bad i servicebygget, to av dem for handikappede. Det er også bygd nytt stellerom, nytt felleskjøkken og ny oppvaskavdeling. Badene i 7 utleiehytter er fornyet, og det er kjøpt inn nye møbler til to av hyttene. Tre av hyttene er pyntet med nye sprosser for å få en likhet i design på utleieenhetene.

Av energibesparende tiltak er det kjøpt inn Power Pay strømsøyler som skal gi bedre styring på energiuttaket. All gatebelysning og alle lamper i samtlige bygninger er skiftet ut til LED. Det er også gjort tiltak for å få bedre plass til elbil ladestasjonene.

Ellers er flere av lekeapparatene fornyet. Det samme er avfallsplassen iht. nye forskrifter med sortering. Masser som er gravd opp er lagret og skal benyttes på nytt teltområde. Planen er 40 nye teltplasser i 2024.

Marivold Camping tilbyr flere aktiviteter og arrangement for sine gjester. I år har det bl.a. vært arrangert egen markeds- og utstillingsdag med lokale tilbydere og kunstnere. Det har også vært detektivjakt med Tiril og Oliver, samt skattejakt med Hummer og Kanari.



Foto: Marivold Camping

Brannøvelse og servering på Flåm Camping & Vandrarheim

Flåm Camping & Vandrarheim har et godt samarbeid med en lokal aktør, Little Red Wagon, som selger hjemmelaget pizza med gode lokale ingredienser i en liten salgsvogn på campingplassen. Det har vært svært populært. Campingplassen leier ut plass til serveringsvognen, og har lagt til rette med plass for lagring og litt innsats når det gjelder tilgang på vann og strøm, mens Little Red Wagon har styrt alt av servering.

I juni var det brannøvelse med de ansatte. Da var det øving i bruk av brannslukningsutstyr, blant annet pulverapparat. De ansatte ga tilbakemelding på at dette var noe de satte stor pris på å få prøve ut i praksis.

Klassifiserte campingplasser i Norge

Nordiske stjernekrav er et felles klassifiserings-system for campingplasser og utleiehytter i Norden. Det er 242 klassifiserte campingplasser i Norge i dag. NHO Reiseliv Camping gjennomfører kvalitetsvurderingen. Den årlige gjennomgangen er et kvalitetstegn, og klassifiseringen gir et godt grunnlag for kvalitets-sikring, internkontroll og markedsføring.

ANTALL KLASSIFISERTE CAMPINGPLASSER FORDELT PÅ STJERNER:



I tillegg er det flere campingplasser som nå skal i gang med klassifisering, så antall klassifiserte plasser vil antakelig mer enn doble seg de neste årene.

Generasjonsskifte

Flere campingplasser står overfor generasjonsskifte i løpet av de kommende 10 år. Nasjonal klynge for campingnæringen vil arrangere en egen samling i vinter med dette som tema. Ta kontakt med Norsk Turistutvikling på post@ntu-as.no om du ønsker mer informasjon om samlingen.



Foto: Kristiansand Feriesenter

Nye hytter ved Kristiansand Feriesenter

Kristiansand Feriesenter har bygd to nye hytter med sjøutsikt i år. Hver av hyttene er på 25 kvm og har to soverom. Arkitekt er Spiss Arkitektur Kristiansand, og hyttene er bygget av Håndverkerne i Sør. Miljøtiltak er blant annet varmestyringssystem, varmepumpe, led belysning og smart varmtvannsbereder.

I sommer har Kristiansand Feriesenter arrangert daglige aktiviteter, som bl.a. Mesternes Mester, teater, bingo, familiequiz, flaskepostjakt, krabbefiske, gudstjenester, konserter m.m. Det var også en basar til inntekt for Blå Kors, og det kom inn kr 120 000 til arbeidet.



Foto: Brunvall Gård



Solceller og solfangere på Brunvall Gård

Brunvall Gård utenfor Stavern har investert vel 900 000 kroner i solceller og solfangere i sommer, og har fått tilskudd fra energitilskuddsordningen til dette formålet.

Det er montert til sammen 86 stk. 460W solcellepaneler som dekker ca. 190 kvm fordelt på tre tak. Forventet årsproduksjon er ca. 39 000 kWh.

I tillegg er det montert 36 kvm solfangere på det ene servicebygget og 9,6 kvm på det andre servicebygget. Campingsesongen her strekker seg fra slutten av april og fram til midten av september, og i løpet av denne perioden er det stort behov for oppvarming av vann. Forventet årsproduksjon er 3000 kWh på det ene bygget og 315 kWh på det andre bygget.

Gratis kurs i universell utforming høsten 2023

Det tilbys gratis kurs i universell utforming for camping- og reiselivsbedrifter. Kursene gjennomføres digitalt via Zoom. Velg mellom kursdatoene 14. og 28. november 2023.

Reiselivet i Norge er ikke alltid så godt tilrettelagt for personer med nedsatt funksjonsevne, og campingplassene har et stort potensial for å tilby bedre opphold for flere målgrupper. Norsk Turistutvikling som gjennomfører kursene har fått midler til formålet fra Barne-, ungdoms- og familiedirektoratet. For mer informasjon og påmelding, ta kontakt med Hanne i Norsk Turistutvikling på hanne@ntu-as.no

Foto: Øen Turistsenter



Oppussing på Øen Turistsenter

Øen Turistsenter på Geilo har renoverert og pusset opp mye det siste året. Sanitæranlegget er totalrenoverert, en del møbler i leilighetene er skiftet ut og alle hytter uten innlagt vann er blitt fornyet.

Investeringer på Mageli Camping og Hytter

Mageli Camping og Hytter på Tretten i Gudbrandsdalen har investert i solcelleanlegg. Et anlegg sitter på hovedbygget som huser resepsjon og kiosk, det andre er i bassengområdet. Det var en investering på ca. 900 000 kroner.

Lekeplassen har også blitt oppgradert med nytt stort lekeapparat med blant annet sklier og en ny «fugleredehuske».



Foto: Adrian William Mageli Kronborg, Mageli Camping

Topcamp har gjort en rekke investeringer i 2023

Totalt er det investert rundt 30 millioner kroner i oppgraderinger i løpet av 2023.

BOGSTAD:

Helt ny resepsjon i heltre med skandinavisk design.

EKEBERG:

Bistroen er oppgradert, og resepsjonen er bygget helt om på for å bli integrert med butikk.

ONSAKERVIKA:

Det er etablert 20 asfalterte bobilplasser og 25 premiumplasser for campingvogner med beliggenhet rett ved Tyrifjorden.

SJØSANDEN:

Et nytt servicehus har blitt bygget, og destinasjonen har blitt oppgradert til 4 stjerner.

Nyheter på Kviltorp Camping

Kviltorp Camping i Molde har i år bygd og satt i drift 4 nye leiligheter. Hver av disse har to bad og to soverom med til sammen 4 sengeplasser. Det er fullt utstyrt kjøkken og det er vaskemaskin i hver enhet. Hver boenhet har også egen balkong samt carport.



Foto: Kviltorp Camping

VI GIR DEG GODE RÅD

DU GIR OSS ENDA
BEDRE RÅD TILBAKE

Det er ditt fokus, dine
prioriteringer, dine valg
og dine tilbakemeldinger
som gjør oss i stand til
å utvikle oss videre.

Takk for tilliten!

ASKO
SERVERING

Rune,
markedskonsulent

