



# Camping

Årsrapport for utvikling, trender og muligheter i campingnæringen

# Klyngen skal styrke seg mot det europeiske markedet

Reisen i den nasjonale klyngen fra 2012 har vært en fantastisk reise som preges av samhold og en delingskultur som er imponerende. Det siste året har Covid-19 gitt reiselivsnæringen en formidabel utfordring.

Når man står i denne krisen er det viktig å evne å tenke; Hva gjør vi når krisen er over? Et slikt utsagn kan naturligvis føles provoserende for de bedrifter som er hardest rammet og hvor konkurs kan være neste stoppested.

Norsk campingnæring har håndtert Covid-19 godt. Mange av klyngens bedrifter har lagt en meget god sommersesong bak seg, selv om utviklingen i bransjen samlet er mere nyansert. For mange steder i Norge er campingnæringen en viktig motor for sommerturismen.

Koronasituasjonen vil vare en stund til. Nå er det lurt å innhente læring og eventuelt justere kursen videre framover. Hvordan skal vi komme oss styrket ut av krisen? Hvilken strategi skal vi velge? Hvilke kundegrupper skal vi rette oss i mot? Hvordan skal vi pakke våre produkter? Hvordan kan vi fortsette samarbeidet i klyngen for å styrke næringens posisjon ytterligere?

Nye undersøkelser viser at korona-pandemien endrer verdiorienteringen blant turister, og det skaper nye trender i internasjonal turisme. Her må klyngen være «våken» og gjøre de gode valgene.

Ifølge det internasjonale konsultentselskapet for turisme, IPK International, er reisevilligheten 61 prosent i det tyske markedet. Dette er størst blant europeerne. Korona-risikoen vurderes som spesielt lav ved bilreiser, feriering i naturen og individuelle ferieformer.

Campingnæringen i Norge er ut fra sin beliggenhet en viktig aktør for å øke trafikken fra Europa når koronaen etter hvert slipper taket. Næringen kan utvikle mange gode produktpakker hvor natur og kultur er sentrale ingredienser og hvor bærekraft blir ivaretatt. Videre kan næringen også ta en enda større markedsandel av de yrkesreisende. Det vil være viktig for sesongforlengelse.

Vår vurdering er at Norge som reiselivsnasjon vil styrke seg mot det europeiske markedet når pandemien er over. I nettverket vil vi derfor rigge oss for de muligheter som kommer og iverksette målrettede tiltak.

Utviklingen av produktet i bedriftene som deltar i den nasjonale klyngen har vært utrolig bra i de siste årene og med en kraftig forlengelse av sesongen. Vi skal fortsette med satsing på differensiering av produktet og økt satsing på standard og kvalitet i næringen.

Pandemien har styrket hygienefaktorene, som også vil være viktig når produktet skal selges i tiden framover. Næringens forankring til distriktene vil også være svært viktig for opprettholdelse av arbeidsplasser og service.

I en kartlegging utført i august 2020 svarte 100 prosent av bedriftene ja på at de vil fortsette i klyngen i 2021. Det gleder vi oss over!

Ut fra den meget positive tilbakemeldingen, så vil klyngens bedrifter, campingavdelingen i NHO Reiseliv og Norsk Turistutvikling meisle ut en strategi med tiltak som skal forsterke den positive utviklingen for klyngens deltagere. Erfaringene skal deles med resten av næringen. Det å by på oss selv og ta samfunnsansvar skal i fortsettelsen også være et viktig kjennetegn ved vår måte å arbeide på.

Vi vil nok en gang takke alle myndighetsområder som støtter utviklingsarbeidet. Gode råd og vilje til medfinansiering er viktig når nye vegvalg og tiltak skal iverksettes.

Vi gleder oss til en fortsatt utvikling av samarbeidet hvor vi er opptatt av at alle skal lykkes, og det å ta samfunnsansvar også er en viktig del av vårt samarbeid.

**KJELL OVE SOLBAKKEN,**  
- daglig leder  
Norsk Turist-  
utvikling AS  
og prosjektleder  
for Nasjonal  
klynge for  
campingnæringen



FOTO: CECILIE OWREN

## Innhold

Leder.....	2
NHO Reiseliv .....	3
Statistikk vintersesongen 2020 .....	4
Statistikk - juli 2020 .....	5
Furustrand .....	6-7
Nasjonal klynge for campingnæringen.....	8
Trygg camping - NHO Reiseliv .....	9
Statistikk - antall campingplasser	10
Statistikk - gjestedøgn 2019.....	11
Statistikk - overnattingsmetode....	12
Statistikk - nasjonalitet.....	13
Trivsel på Aurdal Fjordcamping ...	15
Universell utforming for campingnæringen .....	16-17
Nøkkeltall.....	18-19
Bogstad Camping .....	20-21
Norsjø Ferieland.....	22-23
Granmo Camping.....	24-25
Et krevende campingår .....	26
Bedriftsnettverk for camping- næringen i Troms og Finnmark ....	27
Ny i campingbransjen .....	27
Camping i Europa .....	29
Smånytt fra bransjen.....	30-31

### Camping

Årsrapport for utvikling og trender  
i campingnæringen

Årgang 7-2020

Redaksjon

Norsk Turistutvikling  
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  
Jarle Buseth





HALLINGDAL FERIEPARK

Foto: NHO Reiseliv/Per Sollerman

## Campingåret 2020 – et år vi kan lære av

Norske gjester snudde krisestemningen til jubelsommer for mange campingbedrifter. Hvordan kan vi bygge på det inn i 2021?

Etter nedstengingen av samfunnet 12. mars, så 2020 ut til å kunne bli et brutalt år for mange campingbedrifter. Da påsken ble avlyst fra nasjonalt hold forsvant nemlig sesongåpningen for de aller fleste, og vi var usikre på hvor lenge man måtte leve med smittevernrestriksjoner og stengte grenser.

Allerede innen pinsen hadde pilene snudd for campingbedrifter, og overnattingstallene økte utover våren og sommeren, sammenlignet med året før. En økning på 40 prosent flere norske overnattinger i juli i år mot juli i fjor sikret sesongen for mange, og gjorde opp for at de utenlandske gjestene i stor grad ikke kom til Norge.

At nordmenn trykket camping til sine bryst førte for mange campingplasser til at de måtte gå fra lav bemanning og lav etterspørsel, til nærmest over natten å måtte håndtere et voldsomt trykk fra gjester uten at de ansatte var hentet tilbake. Likevel brettet campingfolket opp

ermene og kastet seg rundt for å tilby gjestene trygge opphold på norske campingplasser.

Det er viktig å understreke at store deler av bransjen fikk ta del i denne oppturen, men langt fra alle. Viken og Nordland ble sommerens vinnere, mens nedgangen i overnattinger var størst i Vestland fylke. I NHO Reiseliv har vi heiet på de som har gjort det bra, men også jobbet for å sikre kompensasjon for bedrifter som opplevde at gjestene uteble som følge av smittevernrestriksjoner og grensestenging.

Mange campingplasser har nesten utelukkende hatt nordmenn på besøk i år. På den ene siden er det veldig bra for bransjen at enda flere norske gjester får øynene opp for camping i eget hjemland. På den andre siden vil det stille nye krav til campingplassene i tiden fremover. Neste sommer vil nemlig mange nordmenn igjen sette seg i bilen, leie seg ei hytte eller hekte på campingvognen.

Nordmenn har ofte høyere krav til sanitæranlegg og renslighet, og spesielt barnefamilier ønsker et bredere aktivitetstilbud i nærhet til campingplassen. De er dessuten vant til digitale verktøy når de skal planlegge ferien.

Med årets sommer i mente vet jeg at mange i bransjen allerede er i gang med å omstille seg for å enda bedre kunne møte disse behovene. Nå ser vi fremover mot 2021, bygger på erfaringene fra et år vi kan lære av, og begynner å glede oss til vinter- og vårsesongen.

**JAN-HENRIK LARSEN,**  
NHO Reiseliv,  
avdelingsleder  
camping



Foto: PER SOLLERMANN

# Campingovernattinger i vintersesongen 2020

Fin start på vintersesongen, men nedgang totalt sett pga. koronanedstenging.

I vintersesongen januar – april 2020 var det 414 000 overnattinger ved de ca. 300 vinteråpne campingplassene i Norge. I mars kom koronapandemien, og campingplasser ble stengt. Mye av vintertrafikken og hele påsketrafikken uteble. Det er derfor en betydelig nedgang i antall overnattinger vinter 2020 sammenlignet med tidligere år. Nedgangen for vintersesongen 2020 fra 2019 er på 37,9 prosent.

I et normalår er nordmenn det viktigste markedet om vinteren. Så også i år. Nordmenn utgjorde 87,1 prosent av markedet i perioden januar–april.

For norske gjestedøgn var det en nedgang på 38,5 prosent for hele vintersesongen samlet sett (januar–april 2020) sammenlignet med året før, mens de utenlandske gjestedøgnene hadde en nedgang på 33,8 prosent i samme periode.

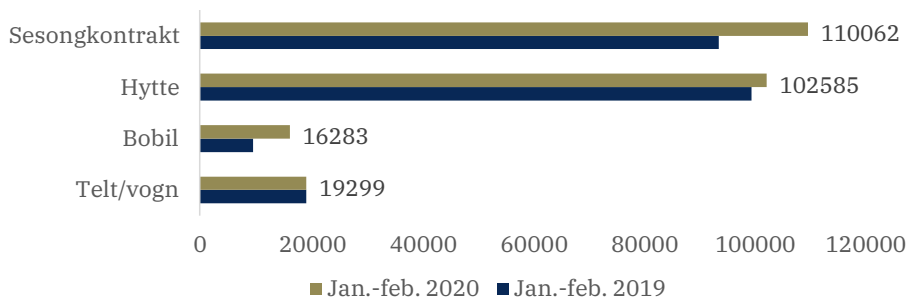
## Antall overnattinger fordelt på overnattingsmåte

Januar–februar, år 2019 og 2020

I perioden før koronapandemien førte til nedstenging, hadde campingplassene en økning i vintertrafikken. I januar og februar 2020 var det en økning i antall gjestedøgn på 11,5 prosent sammenlignet med samme periode året før.

I årets to første vintermåneder utgjør overnattinger med sesongkontrakt 44,3 prosent av alle overnattinger på campingplassene, mens 41,3 prosent er hytteovernattinger. Overnattinger i campingvogn og bobil har en andel på henholdsvis 7,8 prosent og 6,6 prosent av overnattningene.

Alle overnattingsformene har



hatt en økning sammenlignet med overnattingstallene for samme periode i 2019. Bobilovernattingene har hatt størst prosentvis vekst med hele 68,9 prosent økning sammenlignet med samme periode året før. Målt

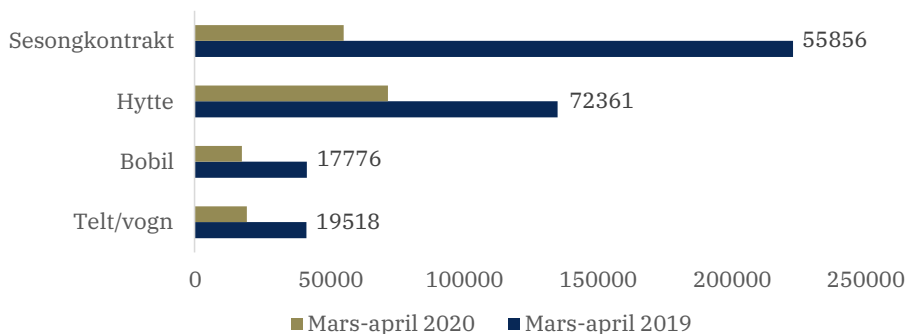
i antall overnattinger, har overnattinger med sesongkontrakt derimot hatt størst vekst, med 16 100 flere overnattinger i perioden.

## Antall overnattinger fordelt på overnattingsmåte

Mars–april, år 2019 og 2020

Det var til sammen 166 000 gjestedøgn i perioden mars–april 2020. Dette er en nedgang på 62,7 prosent sammenlignet med samme periode året før. I perioden medio mars–20. april måtte de fleste campingplassene holde stengt pga. koronasituasjonen, og folk fikk ikke krysse kommune-/regiongrenser. Dette førte til en enorm nedgang i trafikken i denne perioden. Noen campingplasser var åpne i hele perioden pga. beredskap, yrkestrafikk og langtidsopphold.

Størst nedgang var det med sesongkontrakt, der nedgangen var



på hele 168 100 overnattingsdøgn (75,1 prosent). Nedgangen i antall hytteovernattinger var på 63 500 overnattingsdøgn (46,8 prosent).

Bobilovernattingene gikk ned med 57,6 prosent og overnattinger i vogn med 53,4 prosent.

## Gjestedøgn fordelt på fylker

Innlandet (tidligere Oppland og Hedmark) er det største vintercampingfylket med 91 000 gjestedøgn i

perioden januar–april 2020. Deretter følger Viken (tidligere Buskerud, Østfold og Akershus) med 80 000

gjestedøgn, og Vestland (tidligere Sogn og Fjordane og Hordaland) med 48 000 gjestedøgn.



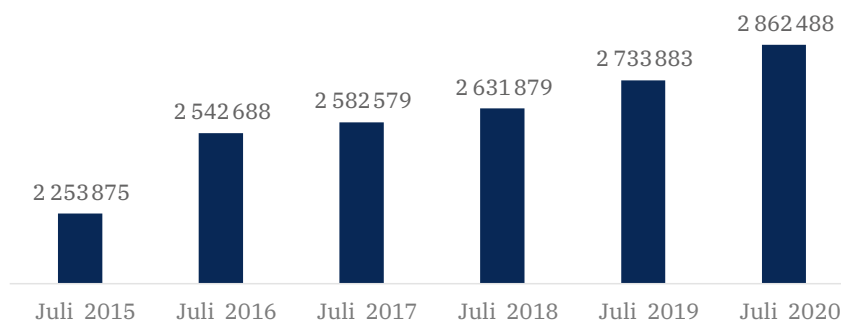
# Nye rekordtall i juli til tross for korona

Svært mange nordmenn ferierte på campingplasser i sommer. Dette førte til rekordhøye gjestedøgn på norske campingplasser i juli.

## Antall campingovernattinger i juli måned 2015-2020 for hele landet

Antall overnattingsdøgn på campingplasser i juli 2020 økte med 129 000 fra juli året før, til tross for koronasituasjonen.

Det var til sammen ca. 2,9 millioner overnattingsdøgn i juli i år. Antall overnattingsdøgn har økt med 600 000 fra juli 2015, dvs. en økning på 27 prosent.



På grunn av koronaepidemien både i Norge og internasjonalt, var det få utenlandske gjestedøgn i sommer. Frem til 15. juli var Norges grenser stengt for utenlandske turister. Det betyr at det ble en stor nedgang i utenlandske gjestedøgn.

Det var en nedgang på 630 000 i utenlandske gjestedøgn (76,1 prosent) sammenlignet med juli måned i 2019. Det var imidlertid en større økning fra nordmenn på 759 000 gjestedøgn (39,8 prosent). Samlet ble det dermed en økning på 129 000 gjestedøgn (4,7 prosent) fra samme periode året før.

Av de ulike overnattingsmåtene, ble det foretatt flest overnattinger i telt og campingvogn (døgnjester) i juli med 850 000 gjestedøgn, dvs. en andel på 29,7 prosent av totale overnattingsdøgn. Denne overnattingsmåten hadde en økning på 14,9 prosent fra juli året før.

Gjester med sesongkontrakt stod for 28,3 prosent av alle overnattingsdøgnene i juli. Antall overnattinger med sesongkontrakt økte med 4,9 prosent fra juli 2019.

Overnattinger i hytter utgjorde 21,4 prosent av alle campingovernattingene i juli 2020. Hytteovernattingene økte med 3,7 prosent i juli 2020 fra juli 2019.

Bobiltrafikken har økt hvert år, men i juli i år var det nedgang på 41 000 gjestedøgn (6,5 prosent) fra juli 2019. Det var 590 000 bilgjestedøgn i juli 2020. Det utgjør 20,6 prosent av alle campingovernattingene.



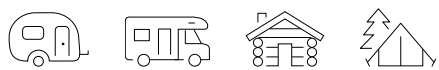
KRISTIANSAND FERIESENTER

Foto: Siv Kristin Sællmann, NRK

Vestfold og Telemark var fylket med flest overnattinger i juli 2020, med 553 000 campinggjestedøgn. Dette er en økning på 44 000 gjestedøgn (8,6 prosent) fra samme måned i 2019. Innlandet er det nest største campingfylket i juli, med 414 000 gjestedøgn. Dette fylket hadde en nedgang på 1,3 prosent fra juli 2019.

Størst vekst i antall gjestedøgn fra juli 2019 hadde Nordland, med 50 000 nye gjestedøgn, dvs. en vekst på 30,6 prosent. Vestland hadde størst nedgang med 49 000 færre gjestedøgn (13,2 prosent) i juli 2020 sammenlignet med juli 2019.

For hele sommeren (juni-august) var det totalt 5,3 millioner gjestedøgn. Dette er en nedgang på 14,9 prosent fra sommermånedene i 2019. Det var nedgang i både bil- og hytteovernattinger, mens overnattinger med telt, vogn og sesongkontrakt økte i samme periode. Det var en enorm nedgang på utenlandske gjestedøgn på ca. 1,4 millioner overnattinger (-318 prosent), mens det var en stor økning av nordmenn på ca. 1,2 millioner overnattinger (147 prosent).



Alle foto: Eivind Stensnes

## Camping for sansene

Furustrand ligger på Ringshaug i Tønsberg i idylliske omgivelser ved stranda.

Søstrene Ina og Maria Wollert-Nielsen eier og driver Furustrand i dag. Og det ligger i genene. Foreldrene deres, Bente og Svein, har nemlig eid og drevet campingen i mange år før søskenparet overtok. Foreldrene leide campingplassen fra midten av 80-tallet, og fikk kjøpe den i 1999.

### SÆREGNE HYTTER

Foreldrene til Ina og Maria startet utvikling av særegne arkitekttegnede hytter i 2006, og etter at eiendommen ble overdratt til døtrene så har de videreført den utviklingen. Pappa Svein er arkitekten bak Sigurd Rings Borg som ble bygget i 2006, Hansa Sjøbodene fra 2012 og Vendelhyttene fra 2019. Ønsker du en overnatting utenom det vanlige bør du ta turen til Furustrand. Her kan man bo i et tårn, en fyrlykt, i en borg, en sjøbod eller en god gammeldags (men oppgradert) hytte. Ina og Maria ønsker samtidig at Furustrand skal være en opplevelse for sansene å bevege seg i.

### MILJØFOKUS

Furustrand er miljøsertifisert som en Green Key bedrift. Green Key er en internasjonalt anerkjent miljø-

**«Furustrand skal være en fryd for sinn og øye!»**

*Maria og Ina,  
Furustrand*

jørdning for reiselivet, og har egne krav til campingnæringen.

- Vi oppfatter dette som viktig i forhold til å vise at vi er seriøse aktører som tar miljø på alvor, forteller Ina og Maria.

### POSITIV UTVIKLING

Sommerdriften har vært veldig god på Furustrand og det har vært en høy beleggsprosent i ferieukene. Det er turistene som besøker campingen på sommeren og næringslivet på vinteren. Vintersesongen er mer avhengig av næringsaktivitet i vårt nærrområde, forteller Ina og Maria, derfor varierer resultatene våre avhengig av vinteraktivitet. Når det gjelder koronasituasjonen i våres, hadde vi reduserte inntekter pga. avlyste arrangementer, men dette tok vi igjen i løpet av sommeren, forteller søstrene. På Furustrand har de hatt fokus på vedlikehold av bygnin-

ger og utvikling av strandsonen med hyttebygging i henhold til reguleringsplanen. De beveger seg også i retning av en parkmessig beplantning av eiendommen, og planlegger videreutvikling av strandarealet og hjemmehavnen.

- Gjestene bør oppleve nye tilbud hvert år, synes Maria og Ina. I 2019 ble det bygd 5 nye hytter og i 2020 har Furustrand fått ny badebrygge, ny badeplåte samt oppgradert blomsterbed. Koronasituasjonen har gjort at de har vært litt forsiktige med investeringer i år.

### FRAMTIDSPERSPEKTIV

- Vi ser veldig positivt på fremtiden for Furustrand. Ina og Maria forteller at de jobber med å justere reguleringsplanen for å få tillatelse til lengre mobil- og campingsesong, i tillegg til videre hyttebygging i to ubebygde soner.

- Vi ser at camping som ferieform stadig blir mer populært. På grunn av Covid19 har også mange nordmenn fått øynene opp for Norge som ferieland, og det er mange barnefamilier som har fått sansen for camping som ferieform, avslutter Ina og Maria.



TURID B. JAKOBSEN OG LASSE THORKILDSEN PÅ FURUSTRAND.

Foto: Privat

#### FURUSTRAND CAMPING

Type virksomhet: Hytteutleie, bobil/camping.

Lokalisering: Tønsberg.

Etableringsår: 1980.

Organisering: Aksjeselskap.

Produkter/fasiliteter: Særegne hytter, bobil/campingvogn oppstillingsplasser.

Kapasitet: 206 sengeplasser fordelt på ca. 50 hytter.

Ansatte/årsverk: 15 personer, 5 årsverk på helår + sommerhjelper.

Hjemmeside: [www.furustrand.no](http://www.furustrand.no)

Facebookside: [www.facebook.com/Furustrand/](https://www.facebook.com/Furustrand/)

Instagram: [www.instagram.com/furustrand/](https://www.instagram.com/furustrand/)

## Bitt av campingbasillen

Turid B. Jakobsen var opprinnelig svært negativ til camping. Hun så for seg grilldresser, mye alkohol og harry folk. Likevel bestemte hun og mannen Lasse Thorkildsen seg for å prøve, og kjøpte bobil i juni. Etter 3 måneder på veien er kona bitt av basillen.

- Campinglivet er aldeles ikke slik media fremstiller det, mener Turid. De synes at serier på TV som «Montebello» og «Ja, vi elsker camping» gir

et helt galt bilde av campinglivet.

I utgangspunktet hadde de tenkt til å tilbringe mye tid i Spania i en leilighet de eier der da Lasse ble pensjonist på slutten av 2019. Så kom Covid-19 og planene måtte legges om.

Ekteparet fra Horten har allerede vært flere ganger på Furustrand. Det er kort avstand hjemmefra og lett å ha med seg barnebarn.

På Furustrand er det rent og pent og koselig betjening. Samtidig liker

Campinglivet er aldeles ikke slik media fremstiller det!>

*Turid, campinggjest Furustrand*

de veldig godt beliggenheten ved Oslofjorden og synes det er fint å gå tur langs vannet. Turid og Lasse trives godt med campinglivet og ser for seg flere sesonger på veien.



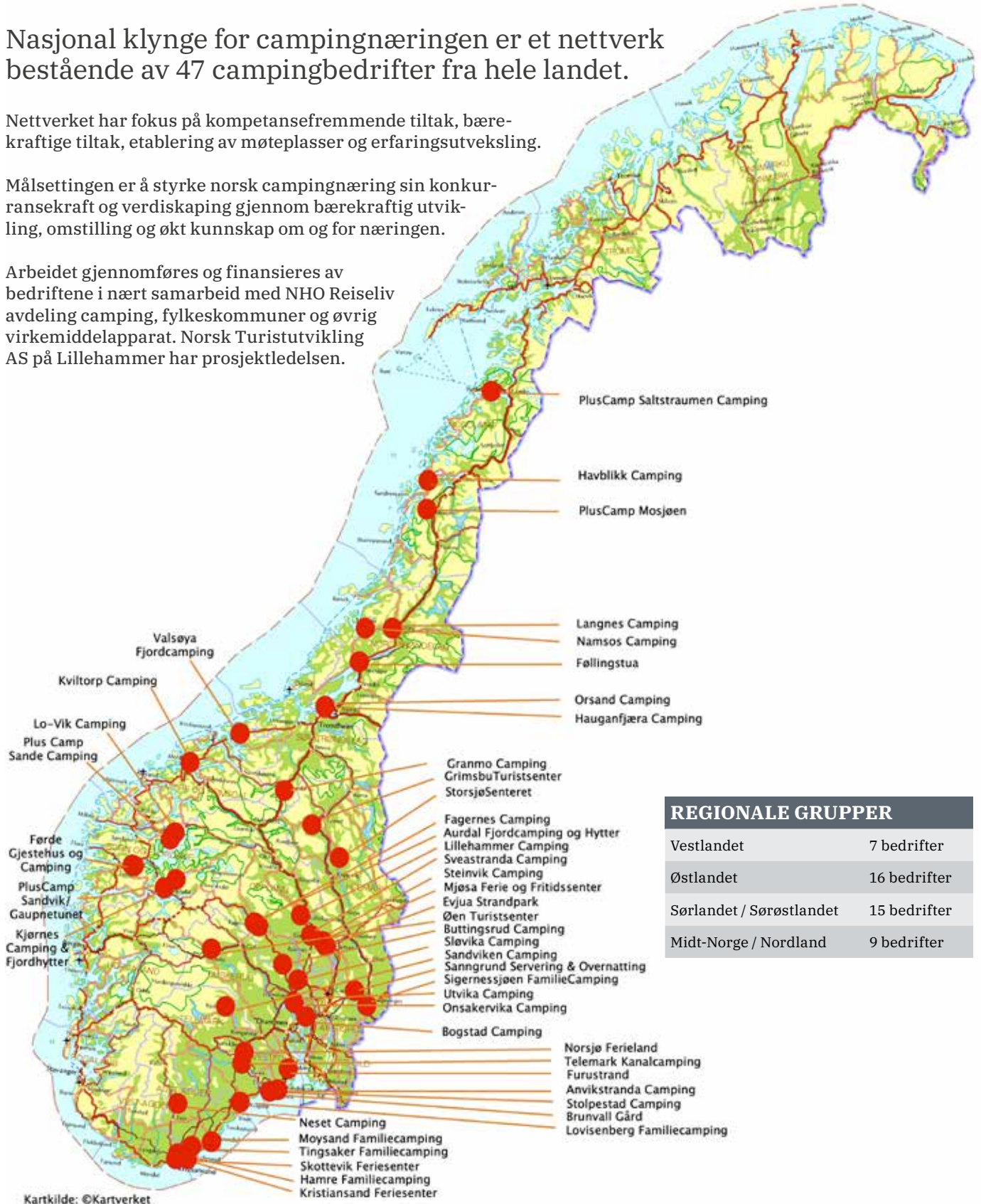
# NASJONAL KLYNGE FOR CAMPINGNÆRINGEN

Nasjonal klynge for campingnæringen er et nettverk bestående av 47 campingbedrifter fra hele landet.

Nettverket har fokus på kompetansefremmende tiltak, bærekraftige tiltak, etablering av møteplasser og erfaringsutveksling.

Målsettingen er å styrke norsk campingnæring sin konkurransekraft og verdiskaping gjennom bærekraftig utvikling, omstilling og økt kunnskap om og for næringen.

Arbeidet gjennomføres og finansieres av bedriftene i nært samarbeid med NHO Reiseliv avdeling camping, fylkeskommuner og øvrig virkemiddelapparat. Norsk Turistutvikling AS på Lillehammer har prosjektledelsen.



REGIONALE GRUPPER	
Vestlandet	7 bedrifter
Østlandet	16 bedrifter
Sørlandet / Sørøstlandet	15 bedrifter
Midt-Norge / Nordland	9 bedrifter

Kartkilde: ©Kartverket





# Trygg camping

Da koronakrisen inntraff, var NHO Reiseliv raskt ute med å utarbeide en bransjeveileder for håndtering av smitteverntiltak for campingplasser.



Etter at retningslinjene og veilederen kom på plass, har campingbransjen lojalt fulgt disse, og gjestene har oppfattet campingplassene som trygge overnattingsanlegg.

Bransjenormen er utviklet av NHO Reiselivs advokater og tar utgangspunkt i de bærende pilarene for smittevern som Helsedirektoratet har basert sine veiledere på.

Ved å følge smitteverntiltakene i veilederen, sikres det at bedriften følger alle lovpålagte retningslinjer, og gjør driften av campingplassene så trygge som mulig for ansatte og gjester.

Mange av campingplassene opplyser om at de vil videreføre flere av tiltakene i fremtiden, også etter at koronaepidemien er over. Dette er tiltak som f.eks. tilgang på håndsprit, desinfeksjonsrutiner, plexiglass i resepsjon, obligatorisk sluttrensjøring og leie av sengetøy i hytter.

Som en av campingplassdriverne uttaler:  
- Renhold og desinfeksjonsrutinene er trygge alltid!

## Smitteverntiltak for campingplasser

- Hyppig renhold av servicebygg, sanitæranlegg og lignende.
- Hvis tilfredsstillende renhold ikke er mulig, bør virksomheten vurdere andre tiltak som redusert bruk, eller stenging av servicebygg og sanitæranlegg.
- Redusere kontaktflater på kafé/servering.
- Servering av alkohol skal i følge forskrift serveres ved bordene.
- God hygiene gjennom hyppig vask av utstyr og bordplater på cafe.
- Sørg for at det ikke oppstår trengsel og at gjester kan holde 1 meter avstand når de står i kø, for eksempel i kafeen, ved innsjekk/utsjekk etc.
- Sørg for tilstrekkelig avstand mellom gjesteenhetene.
- Regelmessig renhold av aktivitetsutstyr til utleie.
- Obligatoriske vask av hyttene mellom gjester.
- Organiser ansatte i faste crew så langt det lar seg gjøre. Sørg for gode, skriftlige rutiner og god opplæring av alle ansatte.
- Oppslag rettet mot gjester hvor de oppfordres til håndvask og at de må holde avstand til hverandre.

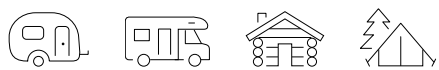
## Trygg camping

Vi følger bransjerådene for smittevern

- Hyppig og grundig renhold
- Service med god avstand
- God plass mellom gjestene
- Oppdatert kunnskap om gjeldende regler

Vi følger NHO Reiselivs bransjenorm for håndtering av smitteverntiltak ved norske campingplasser.  
[nhoreiseliv.no/bransjenormer](http://nhoreiseliv.no/bransjenormer)





EVJUA STRANDPARK

# Antall campingplasser i Norge

Det er 932 statistikkpliktige campingplasser i Norge pr. juli 2020.

## ANTALL STATISTIKKPLIKTIGE CAMPINGPlassER FORDELT PÅ LANDSDELER

Landsdel	Juli 2020
Østlandet	336
Sørlandet	55
Vestlandet	265
Trøndelag	109
Nord-Norge	167
Hele landet	932

33 prosent av plassene er helårs-åpne. Det vil si at det er 306 vinter-åpne campingplasser (pr. januar 2020).

Campingplassene har en kapasitet på ca. 11 300 hytter/rom. Nær 43 000 senger er tilgjengelig. I tillegg

er det en kapasitet på ca. 72 200 uteplasser (oppstillingsplasser) i høysesong. Alle tall er fra juli 2020.

Antall statistikkpliktige campingplasser over hele landet har økt fra årene før. Det skyldes at SSB sine systemer nå er direkte koblet opp mot Brønnøysundregisteret. Utvalget har økt, da mange mindre campingbedrifter nå er fanget opp.

Østlandet har flest campingplasser i landet. På fylkesnivå har de nye fylkene Innlandet og Vestland flest campingplasser, med 137 sommeråpne campingbedrifter hver. Trøndelag har 109 sommeråpne campingbedrifter. Deretter følger Vestfold og Telemark, Viken og Nordland med henholdsvis 99, 97 og 92 campingplasser.

Innlandet har flest helårsåpne campingplasser med 66 campingbedrifter, etterfulgt av Vestland med

### Definisjon på landsdelene

**Østlandet:** Viken, Oslo, Innlandet, Vestfold og Telemark.

**Sørlandet:** Agder.

**Vestlandet:** Rogaland, Vestland og Møre og Romsdal.

**Trøndelag:** Trøndelag.

**Nord-Norge:** Nordland, Troms og Finnmark.

45 campingplasser, Trøndelag med 38 og Viken med 35 vinteråpne 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.



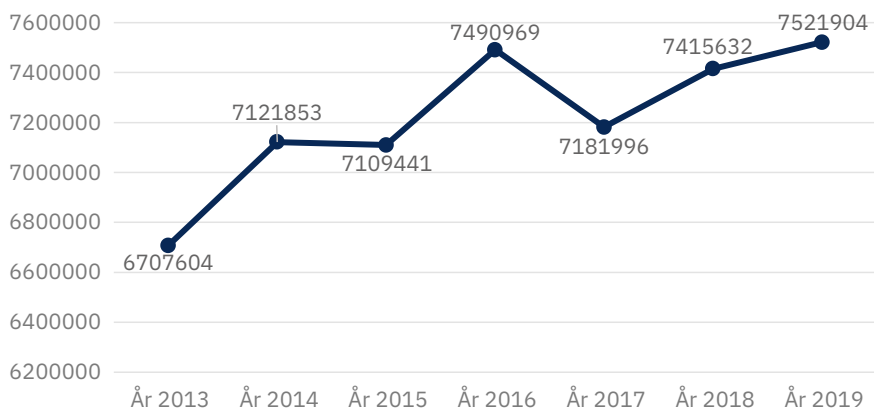
# 2019 – et toppår!

Camping er populært som aldri før! Antall gjestedøgn på norske campingplasser i 2019 var 7,5 millioner.

## Campinggjestedøgn, år 2013–2019

Det har vært en positiv utvikling for norsk campingnæring de siste 7 år. Med 7,5 millioner overnattinger i 2019 ga det en vekst på 1,4 prosent fra året før.

Det var flere campinggjestedøgn i 2019 enn det tidligere toppåret 2016. Sammenlignet med 2013 var det ca. 800 000 flere gjestedøgn i år 2019 enn i år 2013.

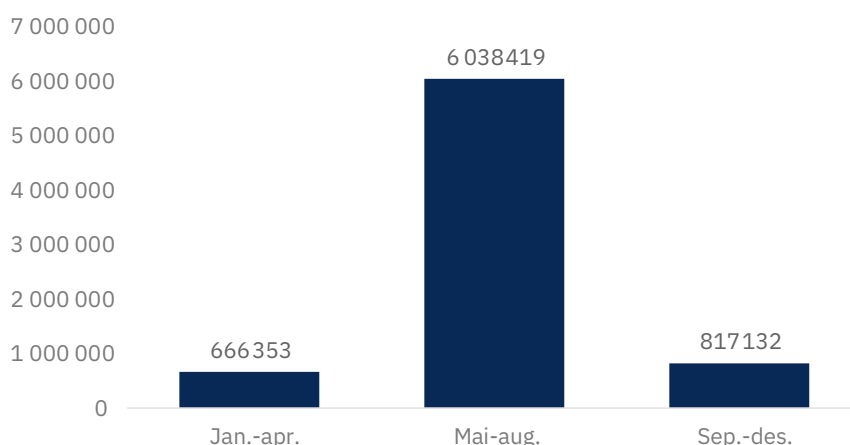


## Antall gjestedøgn i 2019 fordelt på sesong

Norsk campingnæring preges av store sesongvariasjoner. En av tre campingplasser er vinteråpne, og gjestedøgnene i vintermånedene januar–april står for kun 8,9 prosent av alle campinggjestedøgn i løpet av året.

Sommersesongen er høysesong for campingbransjen. 80,3 prosent av all campingtrafikk er i sommermånedene mai–august. Juli er måneden med flest overnattinger, med 2,7 millioner gjestedøgn.

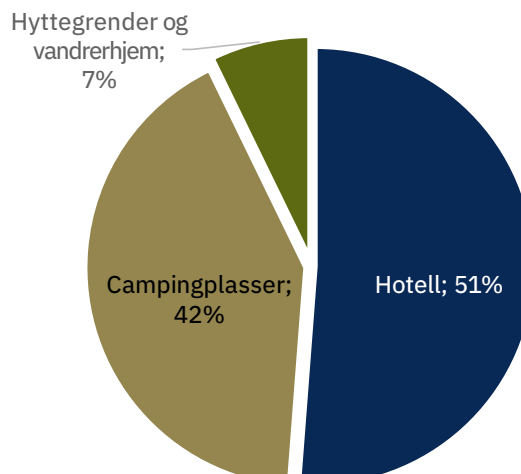
Høstsesongen september–desember står for 10,9 prosent av alle campinggjestedøgnene.



## Kommersielle overnattingsdøgn i juli 2019

I sommermånedene juli utgjør antall overnattinger på campingplasser 41,6 prosent av alle kommersielle overnattinger.

Campingbransjens markedsandel av det totale overnattingstilbudet for hele året er 21,4 prosent. Dette er omtrent på samme nivå som i de foregående år.

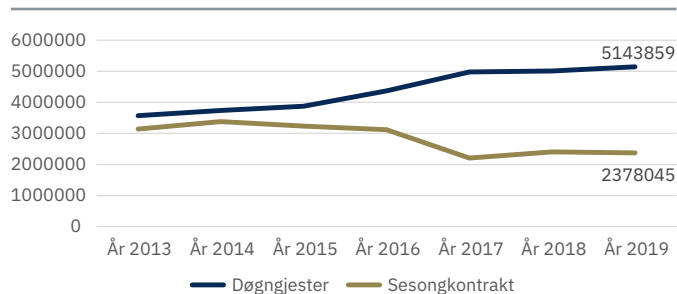




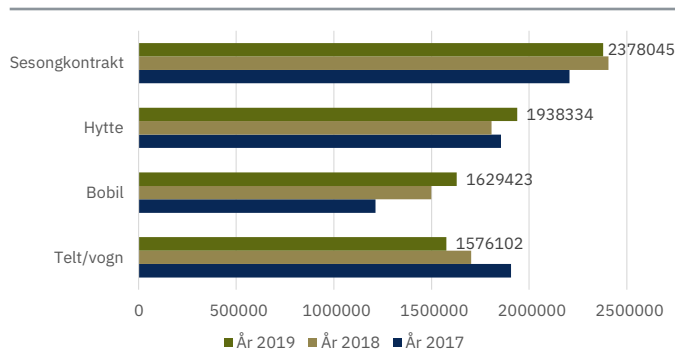
# Hvordan overnatter gjestene?

Det var 5,1 millioner overnattinger blant døgngjester og 2,4 millioner gjestedøgn blant sesonggjester i 2019.

## Antall overnattinger fordelt på døgngjester og sesonggjester. År 2013–2019



## Gjestedøgn etter overnattingsmåte. År 2017–2019



Utviklingstrenden de siste 7 år viser en vekst for døgngjester og nedgang blant sesonggjester. De siste tre årene derimot viser en vekst for begge grupperinger, med en vekst på 7,8 prosent for sesonggjester, og 3,4 prosent for døgngjester fra år 2017 til 2019.

To av tre campinggjestedøgn er fra døgngjester. Dette innbefatter overnattingsdøgn i hytte/rom, bobil, campingvogn og telt.

Bobilmarkedet har økt jevnt de siste år. Veksten fra 2018 til 2019 var på 8,7 prosent. Det var totalt 1,6 millioner overnattingsdøgn fra bobilgjester på norske campingplasser i 2019. Det er omtrent like mange som overnatter i telt/vogn (uten sesongkontrakt). Andelen døgngjester som overnattet i telt/vogn gikk ned med 7,4 prosent i 2019 fra 2018.

Blant døgngjestene ble det foretatt flest overnattingsdøgn i hytter med 1,9 millioner gjestedøgn. Hytteovernattingene økte med 7,2 prosent fra året før.

## ANTALL OVERNATTINGER ETTER LANDSDEL OG OVERNATTINGSMÅTE 2019

Tallene i parentes er endring fra år 2018

	Østlandet	Sørlandet	Vestlandet	Trøndelag	Nord-Norge	I alt
Overnattinger i alt	3 565 500 (-2,2 %)	691 100 (-9,0 %)	1 919 200 (13,3 %)	554 600 (-3,2 %)	971 500 (6,4 %)	7 521 900 (1,4 %)
Telt/vogn	710 600 (-14,4 %)	161 100 (-21,6 %)	430 300 (8,0 %)	103 600 (-10,3 %)	170 500 (11,6 %)	1 576 100 (-7,4 %)
Bobil	589 700 (2,8 %)	141 200 (-10,1 %)	552 400 (16,5 %)	117 000 (15,0 %)	229 100 (19,2 %)	1 629 400 (8,7 %)
Hytte	712 200 (5,5 %)	169 700 (13,1 %)	604 000 (13,0 %)	142 500 (4,6 %)	309 900 (-0,6 %)	1 938 300 (7,2 %)
Sesongkontrakt	1 553 100 (-0,9 %)	219 000 (-11,4 %)	332,500 (16,2 %)	191 500 (-12,8 %)	81 900 (-5,7 %)	2 378 000 (-1,2 %)

Landsdelen Vestlandet hadde en vekst i de totale overnattingstallene med hele 13,3 prosent fra 2018 til 2019, og hadde også vekst i alle overnattingsformene. Nord-Norge hadde en vekst i de totale overnattingstallene på 6,4 prosent i samme periode, mens Sørlandet, Østlandet og Trøndelag hadde en nedgang.

Med unntak av Sørlandet har alle landsdeler hatt vekst i antall bobilovernattinger fra 2018 til 2019.

Nord-Norge har hatt en liten nedgang i antall overnattinger i hytter, mens resten av landsdelene har hatt forholdsvis stor vekst i hytteovernattingene.

Overnattinger i telt/vogn (uten sesongkontrakt) har hatt en nedgang på Sørlandet, Østlandet og Trøndelag, men vekst på Vestlandet og i Nord-Norge i 2019 sammenlignet med 2018.

Østlandet dominerer i antall overnattinger med sesongkontrakt. Omtrent 2 av 3 overnattinger med sesongkontrakt skjer i denne landsdelen. Vestlandet hadde en økning i dette markedet fra 2018 til 2019, mens de andre landsdelene hadde en nedgang i samme periode.

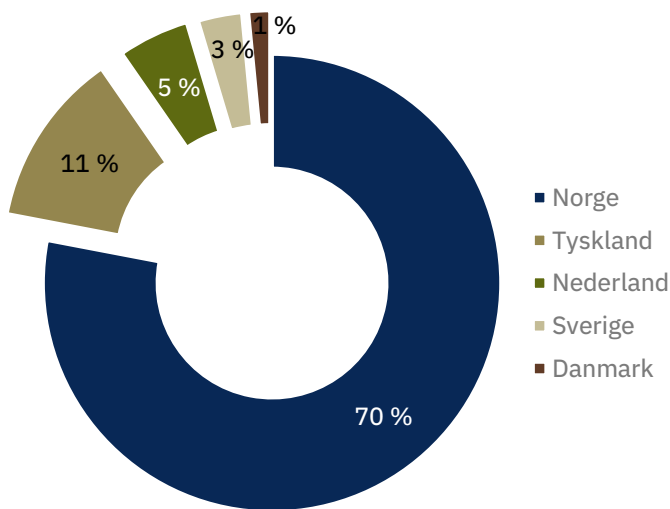


# Kortreist ferieform

Nærmarkedene er størst. Nordmenn er det største markedet for campingplassene i Norge, og deretter følger land i Nord-Europa.

Nordmenn tilbrakte 5,3 millioner gjestedøgn ved norske campingplasser i 2019. Dette utgjør 70,4 prosent av alle gjestedøgnene. Antall norske gjestedøgn hadde en mindre nedgang på 0,9 prosent fra året før.

Utenlandske gjestedøgn derimot hadde en økning på 7,5 prosent fra året før. Det var 2,2 millioner gjestedøgn fra utenlandske gjester i 2019.



Det har vært en enorm vekst i det utenlandske markedet ved norske campingplasser de siste årene. Fra 2013 til 2019 har veksten vært på vel 870 000 gjestedøgn, dvs. hele 64,5 prosent.

De fem største markedslandene, Norge iberegnet, står for 90 prosent av alle gjestedøgnene.

Tyskland er det største utenlandske markedet med nær 840 000 gjestedøgn. Tyske gjestedøgn har en markedsandel på 11,1 prosent av alle overnattingsdøgnene. Antall tyske gjestedøgn økte med 11,7 prosent fra året før, og med hele 93,3 prosent fra år 2013.



Nederland er det nest største utenlandske markedet med 340 000 gjestedøgn, dvs. en markedsandel på 4,5 prosent av totalt antall overnattingsdøgn. Antall gjestedøgn økte med 2,0 prosent fra året før.



Sverige og Danmark hadde henholdsvis 210 000 og 103 000 gjestedøgn. Det var en økning i antall gjestedøgn også for disse landene sammenlignet med året før, med 3,5 prosent fra Sverige og 4,8 prosent fra Danmark.



Antall gjestedøgn i 2019  
fordelt på ulike nasjonale markeder

	JAN.-APR.	MAI-AUG.	SEPT.-DES.	SUM 2019
Norge	585 500	4 040 700	666 100	5 292 300
Utlandet i alt	80 900	1 997 700	151 000	2 229 600
Tyskland	11 200	779 00	48 300	838 500
Nederland	3 500	325 500	11 300	340 300
Sverige	10 200	184 600	15 600	210 400
Danmark	10 000	86 400	7 100	103 300
Frankrike	3 000	81 400	3 400	87 900
Sveits	1 800	70 500	4 900	77 100
Finland	2 200	66 400	3 400	72 000
Polen	7 500	43 000	10 100	60 500
Belgia	500	44 700	2 600	47 800

Nordmenn er det største markedet for norske campingplasser hele året. I vintermånedene er Tyskland, Sverige og Danmark de største utenlandske markedene. Tyskland og Sverige er også største utenlandske marke-

der om høsten, i tillegg til Nederland. Om sommeren er Tyskland, Nederland og Sverige de største utenlandske markeder.

# 25 solgte husvogner så langt i år!

*Som landets eneste norske produsent av husvogner  
opplever vi en enorm etterspørsel.*



Det har blitt meget populært å bytte ut campingvogn med husvogn. Det ser ut til at folk vil ha litt bedre boforhold og er mer interessert i å ha muligheten til å kunne bruke feriestedet sitt hele året, og ikke bare i sommerhalvåret.

Ønsker du å tilby dine kunder helnorsk kvalitet? Vi har gode ordninger for videresalg av våre husvogner til din campingplass!

Vi skreddersyr også husvogner for annen bruk, som resepsjon, sanitæranlegg, utleiehytter, eller det du måtte ønske.

**Ta kontakt for et godt tilbud og et trygt samarbeid!**



*Bilde tatt på Orsand Camping på Frosta.*



**Kontakt Stein Ola - 977 21 756 - [Stein@stebo.no](mailto:Stein@stebo.no)**



# Trivsel på Aurdal Fjordcamping og Hytter

«Et vertskap uten sidestykke»

## AURDAL FJORDCAMPING

Foto: Erik Eggum

Kjetil Tærud fra Lillehammer har vært fast gjest ved Aurdal Fjordcamping og Hytter i flere år.

- Etter et besøk for 8 år siden falt jeg pladask for denne plassen. Jeg ble møtt av et vertskap uten sidestykke. Så her var det bare å få seg fast plass, og siden har jeg vært her, forteller Tærud.

- Det er nært vann, fint å fiske, hyggelige naboer og området oppgraderes jevnlig. Vertskapet er nok det jeg vil trekke frem på Aurdal. De stiller alltid uansett hva det skulle være, fortsetter han.

### FOLKETS FAVORITTCAMP

Aurdal Fjordcamping og Hytter ligger i dalføret Valdres. Campingplassen har en skjermet og rolig beliggenhet helt inntil vannkanten ved idylliske Aurdalsfjorden. Campingplassen har vunnet den landsdekkende prisen Folkets Favorittcamp

gjennom Campingportalen.no 5 år på rad i årene 2015-2019, og fikk en 2. plass i år. Så det er tydelig at det er flere enn Kjetil Tærud som trives her.

Campingplassen har gjort store oppgraderinger de siste år, med blant annet nytt sanitæranlegg, nye leiligheter, nye bobilplasser og ny brygge.

### EN VANLIG DAG PÅ CAMPINGPLASSEN

I fjor tilbrakte Kjetil Tærud omtrent 60 dager på campingplassen i Aurdal. Det har blitt mange dager i år også. På spørsmål om han kan beskrive en vanlig dag på campingplassen, så forteller han at den starter med en god kaffe i solveggen til



**KJETIL TÆRUD.**  
Foto: Privat

frokost. Så en tur i kiosken for å kjøpe litt is, dra ut på fjorden eller nyte nærområdet, før man eventuelt møter naboer på kvelden, eller bare nyter kvelden ved vogna eller på kroa.

I tillegg til at det er mye å finne på i nærheten av campingplassen, er det mange tilbud i Valdres forøvrig.

- Valdres har så masse å by på, så man klarer nesten ikke å henge

med på tilbudene. Jeg benytter meg av mye av det Aurdal, Fagernes og resten av Valdres byr på. Regionen byr på fiske, bading, langrenn, alpint, turer, historie, shopping. Alt i grunn, sier Tærud.

### DET BESTE MED CAMPINGLIVET

Det beste med Aurdal Fjordcamping og Hytter er tilstedeværelsen av vertskapet, mener Kjetil Tærud. Ellers skryter han av kroa og det nye sanitæranlegget. Det er alltid ryddig og god orden på campingplassen, kan han fortelle. Og sist, men ikke minst er det hyggelige gjester på plassen.

- Det beste med campinglivet er nok det at man kan være sosial om man ønsker, eller være for seg selv om man ønsker, og samtidig ha fasilitetene rundt seg. Det er campinglivet, avslutter Tærud.



Foto: Erik Eggum

AURDAL FJORDCAMPING



Illustrasjonsfoto: istock.com

## Gode opplevelser for alle – nye muligheter for campingnæringen

Det ligger i DNA'et til et godt vertskap at de ønsker at alle gjester skal ha et godt opphold på campingplassen. Og de fleste gjestene vil få det, men så er det noen som har ulike behov for bedre tilgjengelighet og tilrettelegging. Disse utgjør 20–30 prosent av markedet. **Universell utforming er nødvendig for 15 prosent av befolkningen, viktig for 40 prosent og komfortabelt for alle.**

### ET MANGFOLDIG MARKED

De fleste av oss vil gjennom livet oppleve at vi har nedsatt bevegelighet, syn og hørsel eller astma/allergi, og spesielt når vi blir eldre. Men vi vil gjerne fortsette å reise så lenge vi kan for å oppleve nye steder, oppleve rekreasjon og ferie, oppleve det sosiale på campingplasser mv. Hvor lenge vi kan reise og bo på campingplasser, avhenger ikke bare av oss, men hvordan campingplassene er tilgjengelig og tilrettelagt for alle når funksjonsevnen er nedsatt i større

eller mindre grad.

Gjennom livet endrer vi oss fysisk og mentalt. Foruten alder, kan skade eller sykdom påvirke funksjonsevnen. Men ønsket om å bo godt, møte kjente og venner, reise på tur og være i aktivitet, endrer seg sjelden. Mer enn 65 millioner mennesker i Europa har en eller annen nedsatt funksjonsevne.

I reiselivet har vi lett for å tenke at mennesker med nedsatt funksjonsevne er multihandikappede, rullestolbrukere, blinde, døve mv. – det vil si de med størst behov. Men bildet er langt mer nyansert og mangfoldig. Det er mange med mindre funksjonsnedsettelse som har barrierer for å reise og som møter hindringer og utfordringer, som gjør at oppholdet ikke blir bra for hverken den det gjelder eller reisefølget.

### NEDSATT FUNKSJONSEVNE – FUNKSJONSHEMMING

Det er omgivelsene som skaper

funksjonshemmingen. Ved å tilrettelegge for at så mange som mulig kan bruke campingplassen, unngår man å skape funksjonshemming.

Selv om en gjest har større eller mindre grad av nedsatt funksjonsevne, trenger man ikke være funksjonshemmet på campingplassen

### MYTE I REISELIVET

*“Tilgjengelighet og tilrettelegging for alle koster mye”*

- Mange tiltak koster lite eller ingenting.
- Det er viktig med en tanke- og handlemåte i tiltak, innredning, drift, informasjon mv. som gjør bedriften bedre for langt flere.





hvis det tilrettelegges bedre. Det er her campingplassene kan ta sin del av samfunnsansvaret. Et samfunnsansvar som til og med kan øke gjestegrunnlaget og omsetningen. Og samtidig gi vertskap og ansatte den gode følelsen av at alle kan få gode opplevelser og et godt opphold på campingplassen.

#### MYTE I REISELIVET

*“Vi opplever at få gjester har nedsatt funksjonsevne, og det er få forespørslers”*

- Men hvem er de? Det vises kun på 30 % av de som har nedsatt funksjonsevne og det er ofte funksjonsnedsettelse av mindre grad som kan være en barriere for å reise.
- De fleste informerer ikke om det.
- Hvis det ikke informeres/ markedsføres, blir det heller ikke forespørslers.

#### 60 +

Dette er en økende gruppe reisende som er vant til å reise og vil fortsette å reise så lenge de kan. De kan reise hele året, midt i uka og utenom ferietider. I Norge vil andelen innbyggere over 67 år mer enn dobles fram mot 2060. Den samme utviklingen kan sees i mange andre land i Europa.

Mange eldre er spreke, men samtidig vil det hos mange være en reduksjon i syn, hørsel og bevegelighet, og det blir noen «vondter».

Da er det viktig at utfordringen ikke ligger i det å bo og gjøre de daglige gjøremål, men at energien kan benyttes på aktiviteter, opplevelser og sosial omgang med andre mennesker. Gjennomsnittsalder på campinggjester er 48 år og en andel på 23 prosent er over 60 år, viser en undersøkelse fra 2017. 70 prosent av norske bobileiere er 60 år eller mer.

## Prosjekt – kompetanse om universell utforming for campingnæringen

Det er satt i gang et prosjekt som er delfinansiert av Barne-, ungdoms- og familiedirektoratet. Norsk Turistutvikling gjennomfører prosjektet i samarbeid med campingnettverket.

Målsetningen med tiltaket er at campingnæringen skal få mer kunnskap om hvordan de bedre kan legge til rette med universell utforming – og dermed gi gode opplevelser for alle gjester, uavhengig av alder og funksjonsnivå.

I prosjektet skal det blant annet gjennomføres:

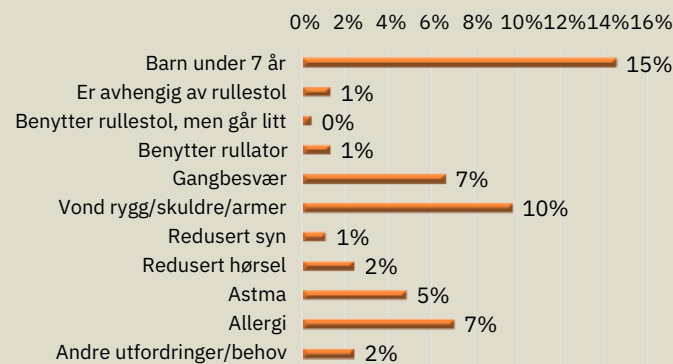
- En markedsundersøkelse
- En kartlegging blant campingplasser
- Utvikle en veileder for hvordan campingplassene bør være slik at de fleste campinggjester kan få gode opplevelser, som bygger på Norsk Standard og veiledere fra nasjonale organisasjoner for mennesker med nedsatt funksjonsevne
- Utvikle en mal for registrering av hvordan campingplassen er for alle

Veilederen og registreringsverktøyet kan campingplassene benytte for å registrere hvordan campingplassen er. Dette som et grunnlag for å kunne gi faktainformasjon på nettsider om hvordan de er tilgjengelige og tilrettelagt for alle.

#### PÅGÅENDE MARKEDSUNDERSØKELSE

Norsk Turistutvikling gjennomfører nå en markedsundersøkelse blant befolkningen i Norge. Undersøkelsen er ikke avsluttet når rapporten går i trykken, men her er noen foreløpige resultater:

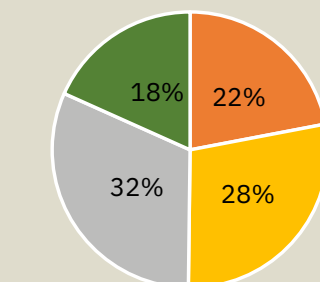
#### I hvilken kategori vil du si at du er i, som gjør at du kunne ønske bedre tilrettelegging på en campingplass?



Dette er et tverrsnitt av befolkningen. 36 prosent har svart at de har en eller annen utfordring eller behov som gjør at de ønsker bedre tilrettelegging på en campingplass for å få bedre

opphold. 65 prosent svarer at de har ingen spesielle behov/trenger ingen tilrettelegging. Av de som har svart er 3 prosent i alderen 18–39 år, 61 prosent 40–59 år og 36 prosent 60 år eller eldre.

#### Kunne du tenke deg å bo på campingplasser i Norge dersom de er bedre tilrettelagt for alle?



■ Ja ■ Kanskje ■ Nei ■ Vet ikke

22 prosent har svart ja på at de kunne tenke seg å bo på campingplasser i Norge dersom de er bedre tilrettelagt for alle, i tillegg til at 28 prosent har svart kanskje. Dette er et stort markedspotensial.

62 prosent har svart at de ikke har overnattet på campingplasser i Norge.



# Nøkkeltall for campingnæringen

LANDSDEL	OMSETNING i hele 1000 kr	VARE- FORBRUK	LØNNINGER	SUM DRIFTS- KOSTNADER	RESULTAT FØR SKATT i hele 1000 kr
<b>HELE LANDET</b>					
2010	2 853	9,5 %	23,5 %	93,4 %	171
2017	3 298	11,4 %	29,0 %	88,5 %	281
2018	3 629	11,4 %	28,2 %	88,0 %	303
<b>2019</b>	<b>3 728</b>	<b>10,9 %</b>	<b>29,4 %</b>	<b>89,1 %</b>	<b>316</b>
<b>NORD-NORGE</b>					
2010	2 100	8,9 %	22,2 %	95,7 %	92
2017	2 688	12,2 %	29,0 %	89,2 %	189
2018	2 685	10,7 %	28,5 %	89,3 %	218
<b>2019</b>	<b>2 708</b>	<b>10,2 %</b>	<b>29,2 %</b>	<b>90,8 %</b>	<b>238</b>
<b>TRØNDELAG (MIDT-NORGE)</b>					
2010	1 280	5,1 %	27,2 %	97,0 %	38
2017	2 174	13,9 %	31,4 %	90,8 %	79
2018	2 393	14,2 %	32,8 %	95,7 %	12
<b>2019</b>	<b>2 864</b>	<b>12,8 %</b>	<b>31,8 %</b>	<b>94,5 %</b>	<b>40</b>
<b>VESTLANDET</b>					
2010	2 516	9,3 %	24,6 %	89,6 %	105
2017	3 127	10,0 %	28,9 %	81,9 %	443
2018	3 226	11,1 %	29,5 %	87,8 %	254
<b>2019</b>	<b>3 183</b>	<b>8,3 %</b>	<b>30,3 %</b>	<b>85,6 %</b>	<b>378</b>
<b>AGDER (SØRLANDET)</b>					
2010	5 260	13,3 %	22,6 %	93,4 %	349
2017	5 223	11,3 %	28,9 %	93,5 %	287
2018	6 142	12,7 %	27,6 %	91,2 %	398
<b>2019</b>	<b>5 324</b>	<b>14,5 %</b>	<b>30,7 %</b>	<b>91,7 %</b>	<b>347</b>
<b>ØSTLANDET</b>					
2010	3 110	11,0 %	21,1 %	91,2 %	272
2017	3 727	11,5 %	28,9 %	90,9 %	264
2018	4 223	11,3 %	27,0 %	85,6 %	445
<b>2019</b>	<b>4 601</b>	<b>11,5 %</b>	<b>28,4 %</b>	<b>89,0 %</b>	<b>369</b>

Tallene for 2010 baserer seg på 259 campingplasser fra hele landet som har AS som selskapsform. Tallene for 2017 baserer seg på 411 campingbedrifter, for 2018 med 402 bedrifter og for 2019 med 391 campingbedrifter. Tallene viser gjennomsnittstall for en campingbedrift.

Gjennomsnittlig omsetning for campingplassene i utvalget for 2019 er på 3,7 millioner kroner. Dette er en økning på 2,7 prosent fra året før. Det var også en vekst i antall campinggjestedøgn fra 2018, noe som kan ha bidratt til vekst i omsetningstallene.

Gjennomsnittlig driftskostnader for alle bedriftene i utvalget er 3,3 millioner kroner. Dette utgjør 88 prosent av den totale omsetning for regnskapsåret 2019. Dette er en økning på 4 prosent fra år 2018.

Resultat før skatt for utvalget vi-

ser en økning på 4,4 prosent i forhold til 2018, og er for 2019 gjennomsnittlig 316 000 kroner pr. bedrift.

Fordelt på landsdeler, har Sørlandet høyest gjennomsnittlig omsetning med 5,3 millioner kroner pr. bedrift i 2019. Østlandet har nest høyest gjennomsnittlig omsetning pr. bedrift på 4,6 millioner kroner. Utviklingen i de forskjellige landsdeler fra 2018 til 2019, viser at Østlandet og Trøndelag har hatt en økning i omsetningen, mens de tre andre landsdelene hadde en nedgang.

Kun Trøndelag hadde i 2019 en nedgang i andelen driftskostnader av omsetningen sammenlignet med 2018. I de andre landsdelene økte andelen driftskostnader.

Vestlandet har best resultat før skatt av landsdelene med gjennomsnittlig 378 000 kroner, ganske tett etterfulgt av Østlandet med 369 000 kroner og Sørlandet med 347 000 kroner. Bedriftene i utvalget fra Trøndelag sitter i snitt igjen med 40 000 kroner i resultat før skatt. Dette er en bedring fra året før.



NØKKELTALL 2010-2019	EGENKAP.ANDEL (Egenkapital/ eiendeler)	GJELDSGRAD (Total gjeld/ egenkapital)	LIKVIDITET (Omløpsmidler /kortsiktig gjeld)	RESULTATGRAD (Resultat/ omsetning)	ANTALL ANSATTE
<b>HELE LANDET</b>					
2010	21,4 %	2,88	2,83	5,3 %	1
2017	31,2 %	2,20	1,31	8,5 %	9,3
2018	31,4 %	2,18	1,35	8,3 %	8,1
<b>2019</b>	<b>31,9 %</b>	<b>2,14</b>	<b>1,26</b>	<b>8,5 %</b>	<b>8,8</b>
<b>NORD-NORGE</b>					
2010	17,5 %	4,30	4,4	4,3 %	-
2017	25,0 %	3,00	1,33	7,0 %	7,5
2018	27,8 %	2,59	1,47	7,6 %	6,6
<b>2019</b>	<b>26,6 %</b>	<b>2,76</b>	<b>1,35</b>	<b>8,8 %</b>	<b>6,4</b>
<b>TRØNDELAG (MIDT-NORGE)</b>					
2010	28,1%	3,50	2,47	3,0 %	-
2017	23,5 %	3,25	0,78	3,6 %	8,3
2018	30,7 %	2,26	0,90	0,5 %	8,0
<b>2019</b>	<b>31,7 %</b>	<b>2,16</b>	<b>0,18</b>	<b>1,4 %</b>	<b>8,3</b>
<b>VESTLANDET</b>					
2010	18,8 %	3,61	2,02	4,1 %	-
2017	32,3 %	2,10	1,55	14,2 %	8,1
2018	30,7 %	2,26	1,52	7,9 %	6,7
<b>2019</b>	<b>37,5 %</b>	<b>1,66</b>	<b>1,60</b>	<b>11,9 %</b>	<b>6,8</b>
<b>AGDER (SØRLANDET)</b>					
2010	19,3 %	1,04	2,47	6,6 %	-
2017	37,9 %	1,64	1,01	5,5 %	17,1
2018	33,4 %	1,99	1,39	6,5 %	14,8
<b>2019</b>	<b>33,3 %</b>	<b>2,00</b>	<b>1,29</b>	<b>6,5 %</b>	<b>18,9</b>
<b>ØSTLANDET</b>					
2010	23,4 %	1,95	2,80	8,7 %	-
2017	33,8 %	1,96	1,30	7,1 %	10,3
2018	32,6 %	2,05	1,22	10,5 %	8,9
<b>2019</b>	<b>30,9 %</b>	<b>2,24</b>	<b>1,12</b>	<b>8,0 %</b>	<b>9,8</b>

Tallene for 2010 baserer seg på 259 campingplasser fra hele landet som har AS som selskapsform. Tallene for 2017 baserer seg på 411 campingbedrifter, for 2018 med 402 bedrifter og for 2019 med 391 campingbedrifter. Tallene viser gjennomsnittstall for en campingbedrift. Merk at antall ansatte ikke er det samme som antall årsverk. Antall ansatte inkluderer sesongansatte.

**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 omsetning.

#### EGENKAPITALANDEL

Egenkapitalandelen for utvalget er på 31,9 prosent, som er en liten økning fra 2019. Fordelt på landsdeler har Vestlandet høyest gjennomsnittlig egenkapitalandel på 37,5. Dette er en forholdsvis stor forbedring fra år 2018. Nord-Norge har lavest gjennomsnittlig egenkapitalandel på 26,6 prosent.

#### GJELDSGRADEN

Gjeldsgraden har gått litt ned og ligger nå på 2,14. Dette betyr at bedriftene i utvalget har fått ytterligere lavere gjeld i forhold til egenkapitalen. Ser en på landsdelene, er det Vestlandet som har den laveste gjeldsgraden med 1,66.

#### 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 2017 på 1,26, noe som er en svak nedgang fra 2017. Bedriftene på Vestlandet har høyest likviditet med gjennomsnittlig 1,60, og Trøndelag har lavest med et snitt på 0,18.

#### RESULTATGRAD

Nøkkeltallet defineres som resultat i forhold til omsetning. Denne viser for utvalget for hele landet 8,5 prosent. Det betyr at bedriftene sitter igjen med 8,5 øre av hver omsatt krone. Vestlandet viser best resultatgrad med 11,9 prosent. De øvrige landsdeler ligger under gjennomsnittet for hele landet. Svakest resultatgrad har Trøndelag med kun 1,4 prosent. Dette er likevel en forbedring fra året før.



SVEASTRANDA CAMPING  
Foto: Hans Haug

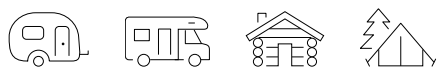


Foto: Fredrik Torsvik

## En av Norges største campingplasser

Bogstad Camping er et godt valg for den som vil oppleve Oslo, men som samtidig ønsker å bo i rolige omgivelser midt i marka.

15 minutters kjøretur fra sentrum av Oslo, finner du Bogstad Camping, grensende til Nordmarka. Her ønsker man å skape gode opplevelser for tilreisende gjester, men campingplassen er også opptatt av å bidra til møteplasser og fasiliteter som har verdi for lokalsamfunnet.

### HISTORISK SUS

Bogstad Gård var Peder Ankers gods fra 1772, den gang Norges desidert rikeste mann. Tomtene til Bogstad Camping og golfbanen var en del av jordene til det fornemme godset. Portnerboligene kan fortsatt sees i veikrysset på hjørnet av Bogstad Camping og Sørkedalsveien. Under okkupasjonen i 1940–45 hadde tyskerne en leir med 34 bygninger på Himstadjordet, inkludert området der Bogstad Camping ligger i dag. En

fredet rest av muren mot Ankerveien er eneste synlige rest av dette på dagens campingplass.

### EN DEL AV TOPCAMP

Oslo kommune kjøpte deler av eieendommen i 1955 og leide ut grunnen til NAF som startet Bogstad Camping i 1958. I 1986 begynte Kjell Veddegjerde å jobbe på Bogstad og er gladlig leder den dag i dag. Topcamp overtok driften av Bogstad Camping i 2016. Topcamp investerer i og utvikler campingplasser og vil lede forvandlingen av campingbransjen til et moderne og lønnsomt reiselivsegment. På Bogstad har det allerede skjedd store forandringer – og flere er på gang: Nytt, lekkert sanitæranlegg med 2+2 avdelinger og en rekke familierom kom i 2019, mens nyhetene i 2020 var helt ny innkjøring,

parkeringsplass og to bygg med 12 nye leiligheter av høy kvalitet.

### STORBYLIV

- Som storbycamping er Oslo vårt primære aktivitets- og opplevelses-senter, forteller Kjell Veddegjerde. De fleste gjestene på Bogstad reiser til byen på dagtid. På ettermiddag/kveld vil de voksne som regel slappe av. Barna har selvfølgelig fortsatt energi, så vi har lekeplass med stor hoppepute, minigolf og volleyballbane. Det er kun 5 minutter å gå til en hyggelig badeplass ved Bogstadvannet.

- Oslo som reisemål er en større perle enn mange er klar over, en kompakt storby av håndterbar størrelse, med oversiktlig infrastruktur og et enormt utvalg av severdigheter, aktiviteter, kultur, shopping



«Vår misjon er å gi gode opplevelser og spre glaskap hver dag.»

*Kjell Veddegjerde,  
Bogstad camping*

### BOGSTAD CAMPING

(snart Topcamp Bogstad Camping)

Type virksomhet: Helårsdrevet miljøsertifisert campingplass med mange boenheter.

Lokalisering: Bogstad i Oslo, i marka, men kun 15 minutters kjøring fra sentrum.

Etableringsår: 1958.

Organisering: Drevet av NAF Camping fra 1958 til 2016. Topcamp overtok driften i 2016. Ekeberg Camping er en avdeling av Bogstad Camping.

Produkter/fasiliteter:

Hytteutleie, oppstillingsplasser for bobiler, campingvogner og telt, 2 store sanitæranlegg, det ene totalrenovert i 2019. Stort felles gjestekjøkken, minigolf, barneleikeland med minihus, hoppepute og lekeplass, stort vaskeri, tømestasjon for bobiler, resepsjon, KIWI-butikk med utvidede åpningstider og bensinstasjon.

Kapasitet: 3-400 plasser campingvogner og bobiler, 100-150 telt, 69 hytter og leiligheter.

Ansatte/årsverk: 7 heltidsansatte, rundt 40 sommervikarer.

Årsresultat for Bogstad Camping

År	Driftsresultat
2017	1 040 000
2018	3 437 000
2019	1 425 000

Hjemmeside: [bogstadcamping.no](http://bogstadcamping.no)

Facebook: [facebook.com/bogstadcamp](https://www.facebook.com/bogstadcamp)

Instagram: [instagram.com/bogstadcamping/](https://www.instagram.com/bogstadcamping/)

og et uendelig utvalg av spise- og drikkesteder. Med gode kollektivforbindelser til sentrum er Bogstad en god base for å komme seg rundt til alle byens opplevelser – og så er vår landlige idyll en nydelig avveksling å komme tilbake til for å slappe av etter hektiske Oslo-opplevelser, forteller Veddegjerde.

### ET ANNERLEDES ÅR

Bogstad har hatt gode år og vekst siden 2016, men i 2020 har koronasituasjonen påvirket bedriften kraftig. Trafikk og gjestedøgn stoppet brått i mars. I sommer, da store deler av camping-Norge hadde rekordbesøk, virket det dessverre som at det norske folk hadde en overdreven, urealistisk frykt for å reise til Oslo.

- Vi ønsker likevel å være med på dugnaden, både for smittebegrensning i den forhåpentlig begrensede perioden som korona er en trussel,

men også i det langsiktige arbeidet mot full bærekraftighet, forteller Veddegjerde.

- Vi tror flere nordmenn vil fortsette med kortreist ferie også etter at koronatrusselfen dempes – og at de aktørene i bransjen som kan gå i første rekke i utviklingen teknisk, digitalt, forretningsmessig og bærekraftig, vil være i en varig gunstig posisjon. Der mener vi at Topcamp plasserer seg, avslutter Bogstad-sjefen.



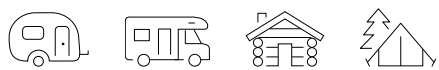
Foto: Therese Grønlund



Foto over: Bogstad Camping

Foto under: Therese Grønlund





Alle foto: Norsjø Ferieland

# Campingplass med flotte vannsportmuligheter i Telemark

Er du interessert i vannsport, er Norsjø Ferieland virkelig verdt et besøk.

Norsjø Ferieland består av campingplass, restaurant, marina og hotell. Her er det åpent fra 1. mai til 1. oktober. På Akkerhaugen i Midt-Telemark kommune ligger Norsjø Ferieland godt plassert ved innsjøen Norsjø, en beliggenhet som tilbyr massevis av aktiviteter.

## VERTSKAP MED CAMPING-ERFARING

Campingplassen ble åpnet i 1988 av Ingebret Storakaas og Torjus Haukvik. Marita Knutshaug Veum og Vebjørn Hagen tok over i 2016. To forretningskompanjonger som ser store muligheter for camping og reiselivet på Akkerhaugen. Dagens drivere har begge lang erfaring som campinggjester fordi somrene i oppveksten gikk med til tråling av ulike land og campingplasser i Europa

«Vår motto er:  
Litt lørdag hver dag!»

*Vebjørn og Marita,  
Norsjø Ferieland*

sammen med sine familier. Begge har klare oppfatninger om suksessfaktorene til en god campingplass, og vil gjennom engasjementet på Norsjø Ferieland stadig utvikle plassen for å øke trivselen til gjestene. Og gjestene er fornøyde.

- De synes det er rent, pent og ryddig her, forteller Vebjørn og Marita.

**AKTIVITETER FOR STORE OG SMÅ**  
Norsjø Ferieland er både en cam-

pingplass og et regionalt aktivitets-senter for lokalbefolkning og tilreisende med bil og båt. Norsjø kabelpark er et vannski- og wakeboardanlegg som er det eneste av sitt slag i Norge.

- Vår beliggenhet ved vannet er en styrke vi utnytter og vil jobbe videre med, forteller Vebjørn og Marita. Vi kommer til å fokusere enda mer på vannet i fremtiden. Besøker du Norsjø Ferieland, er du også en kort tur unna Bø Sommarland, Telemarkskanalen og Gaustatoppen. Visit Bø, Visit Telemark og Fruktbygda er viktige samarbeidspartnere.

## EN BEDRIFT I ENDRING

- De siste årene har vi fokusert på hvordan hotellet og camping skal fungere sammen og vi har jobbet med en stor og kostbar omstilling av



hotellvirksomheten. Samtidig har vi gradvis jobbet med opparbeiding av en stor del av campingarealet, forteller Marita og Vebjørn. Nå skal både landskaps- og bygningsarkitekter i sving for å hjelpe oss med detaljplanlegging av fremtiden.

## 2020 OG FRAMOVER

- Sesongen 2020 går inn i historiebøkene som et helt spesielt år, forteller Vebjørn og Marita. Vi permitterte stort sett alle hele forsommeren og mistet mye normal oppladning både med tanke på vedlikehold og planlegging. Læringskurven for tilrettelegging i forhold til smittevern ble veldig bratt da vi måtte finne løsninger for alle våre avdelinger på

## NORSJØ FERIELAND

Type virksomhet: Campingplass, restaurant, marina og hotell i sommersesongen 1. mai til 1. oktober.

Lokalisering: Akkerhaugen, Midt-Telemark kommune.

Etableringsår: 1987.

Organisering: Aksjeselskap.

Produkter/fasiliteter: Utleie av hytter, plasser til campingvogn/bobil/telt, gjestebrygge på Telemarkskanalen, Norsjø Hotell, Norsjø Kabelpark, Restaurant Svilla og M/S Telemarken som er en av tre rutebåter på Telemarkskanalen.

Kapasitet: 29 hytter, 52 hotellrom, 130 sesongcampere og 200 drop-in-plasser.

Ansatte/årsverk: 5 helårs ansatte og til sammen 65 ansatte på sommeren.

Økonomiske tall for hele virksomheten:

År	Omsetning	Driftsresultat
2017	23 165 747	1 167 108
2018	21 957 201	552 928
2019	25 067 404	104 419

Camping, marina, kabelpark og restaurant:

År	Omsetning
2017	2 523 063
2018	1 073 467
2019	1 325 573

Hjemmeside: [norsjo-ferieland.no](http://norsjo-ferieland.no)

Facebookside: [facebook.com/Norsjo-Ferieland-Norges-flottes-te-feriested-166725274989](https://www.facebook.com/Norsjo-Ferieland-Norges-flottes-te-feriested-166725274989)

Instagram: [www.instagram.com/norsjoferieland/](https://www.instagram.com/norsjoferieland/)

rekordtid. Det var et skummelt ansvar å ta på seg i starten. Likevel sitter vi i ettertid og ser tilbake på en helt ekstraordinær sesong og er så takknemlig for alt gikk så bra. Vi har tro på stor vekst for aktiviteten på campingen i årene som kommer,

fortsetter de. Nå som vi har sluttet med vinterdrift på hotellet, får vi tid til å fokusere på kjerneproduktet. Og med et utgangspunkt der 95 prosent av gjestene er fra Norge, bør det love godt for camping på Norsjø også i fremtiden.



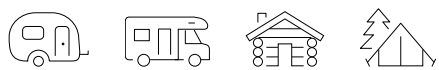


Foto: Granmo Camping

## Aktivitetscamping i Oppdal

På Granmo camping er det ingen fare for å kjede seg. Her kan du nemlig prøve deg på rafting, ski og zipline, og er du heldig kan du kanskje få et glimt av en moskus i nasjonalparken like ved.

Lars Hevle og Randi Siri Fjærli kjøpte Granmo Camping i 2006 og har gjort mye på campingplassen siden den gang. Fra å være et område på ca. 10 dekar, er campingplassen på rundt 80 dekar i dag.

### ØKT STANDARD

- Siden vi kjøpte plassen har fokuset ligget på å heve standarden og bygge opp en livskraftig bedrift etter hvert som markedet har økt, forteller Lars og Randi Siri. Motivasjonen deres for å drive ligger hovedsakelig i det å

**«Hyttebygging og hytteutleie er hovedfokuset da det er dette markedet etterspør og betaler best for»**

*Lars og Randi Siri,  
Granmo camping*

skape en robust og økonomisk lønnsom bedrift på sikt. Hyttebygging og hytteutleie er hovedfokuset da det er dette markedet etterspør og betaler best for. Vintersesongen på Granmo har hatt god utvikling de siste årene. Dette krever hytter med gode fasiliteter. Siden 2006 har hele campingplassen blitt totalrenovert. I år har det også kommet et nytt wifi-system til stor glede for store og små. Og det stopper ikke her. Lekeområder og alle fellesareal utvikles og renoveres jevnlig. I tillegg ønsker ekteparet





å heve kvaliteten ytterligere med flere fasiliteter, kanskje også noen fasiliteter som ikke er så vanlige på campingplasser. Videre utbygging med hytter er også naturlig i forhold til økt etterspørsel, forteller Lars.

#### ATTRAKTIV BELIGGENHET

Granmo camping ligger mellom elva Driva og E6, ca. 6 km sør for Oppdal sentrum. Dovrefjell nasjonalpark ligger ca. 20 minutter med bil fra Granmo, og er kjent for sin store bestanddel av villrein og moskus. Fjellene rundt Oppdal passer ypperlig for ski og vandreturer. Lars og Randi er glade for at de er i nærheten av aktiviteter som bare har blitt mer og mer populære med årene.

#### ET MANGFOLD AV AKTIVITETER

I tillegg til ski og fjellturer, har Oppdal mye å by på. På Granmo er det lekeområder for både små og store barn, og det er gode fiskemuligheter. Campingplassen er også utgangspunkt for raftingturer i en av Norges mest populære raftingelver, Driva. Rafting driftes av aktivitetsarrangøren «Opplev Oppdal» som har tilhold på campingplassen, og som også tilbyr juving, zipline og teambuilding. Opplevelsesbedrifter i nærområdet er Granmos viktigste samarbeidspartnere.

#### DET NORSKE MARKEDET

Det er det norske markedet som er viktigst for Granmo, både sommer og vinter. I tillegg er også Tyskland og Nederland viktige markeder.

- Det har vært en svært god utvik-



Foto: Oppdal Safari

ling de siste årene med stor etterspørsel på hytteutleie og en markant økning i campingeneheter i år.

Koronasituasjonen medførte store tap i perioden mars-juni med permitteringer og nedstenging.

Etter å ha innført smitteverntiltak i henhold til NHO sin smittevernveileder åpnet Granmo igjen i mai.



#### GRANMO CAMPING

Type virksomhet: Helårsåpen campingplass, hytteutleie.

Lokalisering: Oppdal i Trøndelag.

Etableringsår: 1968.

Organisering: Aksjeselskap.

Produkter/fasiliteter: Helårsåpent med hytter, sesongtomter og døgnplasser.

Kapasitet: 38 hytter, 100 sesongplasser, 60 døgnplasser herav ca. 30 med strøm.

Ansatte/årsverk: 12 ansatte/ca. 4 årsverk.

Økonomiske tall for virksomheten:

År	Omsetning	Driftsresultat
2017	3 760 000	1 050 000
2018	4 270 000	960 000
2019	3 870 000	225 000

Kommentarer til årsregnskapet:

Tallene bærer preg av interne disposisjoner som drar resultatet vesentlig ned.

Hjemmeside: [granmocamping.no](http://granmocamping.no)

Facebookside: [facebook.com/granmocamping](https://facebook.com/granmocamping)

- Juli ble tidenes beste måned og medførte at vi tok igjen tapet fra mars-juni, avslutter Randi Siri.

Det ser positivt ut fremover med økt interesse for naturopplevelser, og da kanskje spesielt aktivitetsbaserte tilbud fra opplevelsesaktører.



Foto: Norsk Turistutvikling

## Et krevende campingår

Kort oppsummert så kan vi si at campingåret 2020 er krevende for aktørene i bransjen.

Da Norge i mer eller mindre grad ble stengt ned i mars på grunn av covid-19, så gikk det kaldt nedover ryggene våre. Oppfordringen fra regjeringen om å legge årets ferie til Norge ble fulgt av de aller, aller fleste – noe SSBs statistikk tydelig viser. Samtidig så vi også at utlendingene i stor grad holdt seg hjemme, med unntak av dansker og tyskere, i noen få uker før grensene ble stengt igjen.

Sommeren ble heldigvis bedre enn forventet, men det medieskaptet bildet av at den har vært «all-time high» stemmer ikke. Det til tross for at mange campingbedrifter melder om gode trafikk- og omsetningstall i juli.

Mange har uttalt at situasjonen vi er i nå er «den nye normalen». Det er et uttrykk jeg ikke er så glad i. Det kan fort bli forslitt, det er litt negativt ladet og upresist. Likevel er det ikke tvil om at vi vil se permanente konsekvenser av pandemien. Vi er avhengige av å se fremover og legge strategier for en tid etter pandemien.

Nordmenn har et annet reise-

mønster enn utlendinger. Spesielt i vinter og i høst vil vi merke konsekvensen av at det utenlandske markedet i stor grad er fraværende. Nordmenn kan reise på noen turer i langhelger og i høstferien, men idet fellesferien var over, opplevde vi et kraftig dropp i besøk og overnattinger.

Dette må campingnæringen ta inn over seg, noe jeg opplever at de til dels gjør. Campingnæringen vil i fremtiden endre seg og bli mer differensiert, det vil si at enten investeres det for fremtiden med nye fasiliteter som høyklassehytter og aktivitetstilbud - eller så legger man opp til en mer nøktern, men god standard.

Satt på spissen så kan vi si at sommeren 2020 var den største visningsturen noensinne i eget land for nordmenn. 2021 blir derfor et spennende år for campingnæringen om man klarer å utvikle tilbud tilpasset de målgruppene man henvender seg mot. Dette krever en solid porsjon utholdenhet og langsiktighet

i utviklingsarbeidet i campingnæringen.

Innovasjon Norge ønsker å være campingnæringens foretrukne markeds-, kompetanse- og utviklingspartner. Våre tjenester skal bidra til videreutvikling av norsk campingnæring og profilering av Norge som reisemål, for gjennom dette å gjøre campingnæringen mer konkurransedyktig. Vi tilbyr i dag finansiering, profilering, kompetanse og nettverk til campingnæringen. Les mer om våre tjenester på [innovasjonnorge.no](http://innovasjonnorge.no) eller kontakt en av våre lokale rådgivere som kjenner reiselivet og hjelper deg med å lykkes.

**AUDUN  
PETTERSEN,**  
Leder reiselivs-  
utvikling,  
Innovasjon  
Norge



FOTO:  
TOMMY ANDRESEN



**ALTA STRAND CAMPING.**  
Alle foto: Norsk Turistutvikling



**FOLKE STRAND** på Alta Strand Camping & Apartment.



**KARASJOK CAMPING** med Ronny Antonsen (f.v.), May Hilde Nilsen og Silje Halonen.

## Bedriftsnettverk for campingnæringen i Troms og Finnmark

Det er i dag ingen naturlige møteplasser for campingnæringen i Troms og Finnmark. Med dette som bakgrunn har den nasjonale klyngen for campingnæringen, Campingavdelingen i NHO Reiseliv og Norsk Turistutvikling iverksatt et forstudie for et bedriftsnettverk for campingnæringen i Troms og Finnmark, støttet av Innovasjon Norge.

Målsetting med bedriftsnettverket er å heve kompetansen blant aktørene i campingnæringen, samt tilpasse produkttilbud og kvalitet etter markedets behov. Dette for å øke attraktiviteten og omdømmet til næringen utad og skape gode campingopplevelser for gjestene.

- Med økt attraktivitet forventes økt antall gjestedøgn og økt omsetning, sier Kjell Ove Solbakken i Norsk

Turistutvikling på Lillehammer, som er prosjektleder for forstudiet. Han tror at et videre utviklingsarbeid vil bidra til å bevare og styrke arbeidsplassene i campingbedriftene.

I gjennomføringen av tiltak vil man gjøre bruk av erfaringene fra et vellykket bedriftsnettverk for campingbedrifter i Sør-Norge, hvor Innovasjon Norge var samarbeidspartner i perioden 2012–2016.

Sommeren 2020 ble flere aktuelle bedrifter for nettverket besøkt. Kjell Ove Solbakken sier at det er betydelig interesse for å delta i nettverket. Det er også et godt utviklingspotensial i bedriftene, og sannsynligvis er det mye å hente for den enkelte bedrift i å dele kunnskap og erfaring.

## Ny i campingbransjen

Diana Adampur og Shah Sharifi overtok Birkelund Camping i Hol i Hallingdal i mai i år. Med lite camping erfaring, var det tilfeldig at de ble campingdrivere. Ekteparet var egentlig på jakt etter bolig da campingplassen dukket opp, og de tenkte «hvorfors ikke?»

Diana og Shah bodde på Tøyen i Oslo med deres 3 år gamle sønn der de drev en kiosk i Maridalen. Endringen er stor for den lille familien, og sønnen elsker å løpe ute i det fri.

- Vi har blitt tatt veldig godt imot her oppe. Diana forteller at hun fikk god opplæring fra NHO Reiseliv med besøk på plassen og innføring i BookVisit. Samtidig har de fått god info fra Visit Geilo, da det er et stort område å bli kjent med.

- Det var myeå gjøre her i juli, forteller Diana, ellers har det vært ganske stille. Hun synes det var fint med en rolig start for da fikk de tid til en innføring og fikk gjort litt på området. Heldigvis har de naboer som



**BIRKELUND CAMPING**  
Foto: Birkelund Camping

også driver overnatting så det går an å sende over gjester dit når det er fullt på Birkelund camping.

- Jeg synes det er litt vanskelig

med sosiale medier, så jeg har ikke helt kommet i gang ennå, fortsetter Diana, men det kommer nok etter hvert.

Diana har ikke møtt noen store utfordringer nå i startfasen ved å drive egen camping. Hun anbefaler det gjerne hvis man er fleksibel.

- Hvis man har mulighet, så hvorfor ikke?

**«Det beste med å drive egen campingplass er friheten og å bo på plassen i det fri.»**

*Diana, Birkelund Camping*



ENDELIG  
I NORGE

# Tømming skal være enkelt.

Helautomatisk tømme  
og rengjøringsstasjon  
for toalettsetter.

Les mer om maskinen  
og andre produkter på  
vår hjemmeside.





# Camping i Europa



## CAMPING I SVERIGE

Det var 16,7 millioner gjestedøgn ved svenske campingplasser i 2019.

Dette er en økning på 4,3 prosent fra året før.

Campingbransjens markedsandel av all kommersiell overnatting i Sverige i perioden juni–august er 42 prosent.

Overnattinger fra svenskene selv utgjorde 74,5 prosent av alle gjestedøgnene i 2019. Det var 4,3 millioner gjestedøgn fra utenlandske gjester. Dette er en økning på 7,5 prosent fra året før.

Norge utgjør det største utenlandske markedet med en andel på 12,5 prosent av alle gjestedøgnene. Deretter følger Tyskland med 7,0 prosent, Nederland med 2,0 prosent og Danmark med 1,1 prosent av totalt antall gjestedøgn.

To av tre overnattinger er med campingvogn. Videre overnatter 15 prosent i hytter, 13 prosent i bobil og 5 prosent i telt.



## CAMPING I DANMARK

I 2019 var det 11 millioner gjestedøgn ved danske campingplasser.

Dette er en liten nedgang på 0,8 prosent fra året før.

71 prosent av alle overnattingene ble foretatt av danske gjester. De danske gjestedøgnene gikk ned med 2,6 prosent i 2019 fra 2018. De utenlandske gjestedøgnene økte derimot med 4,1 prosent. Tyskland er det desidert største utenlandske markedet med 1,4 millioner gjestedøgn. Det tyske markedet utgjør 16,4 prosent av de totale overnattingdøgnene. Deretter følger Nederland med 3,3 prosent av totalt antall overnattingdøgn, og Norge med 3,0 prosent.

Sesonggjester står for 39,0 prosent av alle overnattingene. To av tre campingovernattinger foretas i sommermånedene juni, juli og august.

## CAMPING I EUROPA

I EU-landene er det til sammen ca. 28 500 campingplasser.

De største campinglandene \*) målt i antall gjestedøgn.

DE STØRSTE CAMPINGLANDENE* MÅLT I ANTALL GJESTEDØGN (2018- TALL)			
	Land	Gjestedøgn år 2019	Endring 2018/198
1.	Frankrike	128,6 mill.	2,9 %
2.	Italia	54,6 mill.	0,0 %
3.	Spania	40,7 mill.	4,0 %
4.	Tyskland	35,8 mill.	3,5 %
5.	Nederland	21,9 mill.	5,4 %
6.	Kroatia	19,2 mill.	-0,5 %
7.	Sverige	16,7 mill.	4,3 %
8.	Danmark	11,0 mill.	-0,8 %
9.	Norge	7,5 mill.	1,4 %
10.	Østerrike	7,1 mill.	2,8 %

\*) Tall for Storbritannia er ikke tilgjengelig.

Omtrent 11 prosent av de kommersielle overnattingene i EU-landene i 2019 ble foretatt på en campingplass.

Foto: Norsk Turistutvikling



Foto: Sande Camping



### Utleie av elbiler på Sande Camping

Sande Camping i Loen har kjøpt en liten elektrisk bil som skal leies ut til campinggjester og andre turister. Dette på bakgrunn av at kommunen jobber med å gjøre Lodalen mer «grønn» og miljøvennlig. Veien oppover dalen er smal, og en liten elbil kan bidra til å løse noen av de trafikale utfordringer med den økte trafikken som har vært de siste årene. Om det blir stor nok etterspørsel etter disse bilene, vil det kjøpes inn flere.



Foto: Cato Ravatsbakkk

MOSJØEN CAMPING.

### Mosjøen Camping satser på barna

Mosjøen Camping har satset på barna i år. Campingplassen fikk på plass to store hoppeputer og ny minigolf før sommersesongen. Dette ble en stor suksess. Ellers jobber Mosjøen Camping med stadig å utvide strømplasser til bobil og caravan. I år ble det 8 nye strømplasser på campingplassen, samt bobilcamping i sentrum med 25 nye strømplasser.

### Tap for norsk reiseliv

Norsk reiseliv tapte over 30 milliarder kroner første halvår i 2020. Det viser en analyse fra NHO Reiseliv. Samlet turistkonsum har falt med 40 prosent første halvdel av 2020 (fra januar til og med juni) sammenlignet med samme periode i fjor (fra 81 milliarder til 49 milliarder kroner). Nedgangen i turistkonsum har vært størst blant utenlandske turister med 60 prosent nedgang fra 24 milliarder til 9 milliarder kroner. Nedgangen i nordmenns turistkonsum, som også inkluderer forretningsreisende, er på 30 prosent som tilsvarer et tap på 18 milliarder kroner.



### Sanngrund

Sanngrund ved Skarnes har asfaltert hele campingplassen i år.

Foto: Sanngrund

«Vi vil reise nærmere, være borte i kortere tid, og være mer spontane ved å booke reiser nærmere innpå avreise. Den fleksibiliteten er en fordel for campingalternativet.»

Erika Charbonnel, Kairos Furure

Kilde: Svea, 1/2020

### Nye hytter på Bortelid Camping

Bortelid Camping i Åseral i Agder bygger nye hytter for salg. I første fase bygges 5 hytter.

Foto: Kviltorp Camping



### Større kjøretøy i sommer

Kviltorp Camping i Molde har, som andre campingplasser i Norge, opplevd en sommer med mange norske gjester. Kviltorp Camping sine betraktninger etter sommersesongen er at med de norske gjestene har mye vært større enn tidligere. Alle bobiler er større, vogner er større, telt/ lavvo er store og familier kommer i innredde busser.



## Forbruk fra campingturister

Turistundersøkelsen 2018-2020, utarbeidet av Epinion på oppdrag fra Innovasjon Norge, viser følgende forbrukstall fra turister med overnatting på campingplass:

	Årlig døgnforbruk (2018-2020)	Sommer-sesongen 2019
Norske turister	800 kr	740 kr
Utenlandske turister	655 kr	655 kr



### Campio

Sommeren 2020 ble det lansert en ny norskutviklet app, Campio, som gir oversikt over campingplasser i Norge.

Campio jobber nå med å utvikle en løsning for booking og betaling i appen til sommeren 2021, og skal samtidig tilby et fullverdig bookingsystem for campingplasser. Campio er tilgjengelig både på App Store og Google Play.

### Nye bobilplasser på Fagernes Camping

Fagernes Camping har utvidet bobilparkeringen i vår – og plassene har vært fullbooket hele sommeren og høsten.



### Bobilsalg

Ved inngangen til 2020 var det registrert 51 739 bobiler i Norge. Dette er en økning på 4,2 prosent fra året før. Det har vært en økning i nyregistrerte bobiler hvert år over flere år. Salget av nye bobiler gikk imidlertid ned første halvår i 2020 sammenlignet med året før. Ved utgangen av mai hadde nybilsalget av bobiler sunket med over 23 prosent. I juni og juli forbedret dette seg gradvis til en nedgang på 5,2 prosent i forhold til 2019.

Når det gjelder campingvogner, var det registrert 122 022 vogner pr. 31.12.2019. Dette er en økning på 2,2 prosent fra året før.



Foto: Orsand Camping

### Villavogner på Orsand Camping

Orsand Camping på Frosta satser nå i hovedsak på faste plasser hvor det selges husvogner ferdig montert på plass. På ett år er det solgt 15 husvogner av 17 ledige plasser. I vinter skal de siste 8 plassene som er planlagt i dette feltet istandsettes. Det jobbes med en ny reguleringsplan som er sendt inn til kommunen. Dersom alt går etter planen kan utbyggingen fortsette neste vinter.

### Nye drivere av Sjøsandens i Mandal

Topcamp har overtatt driften av Sjøsandens Feriepark i Mandal. Topcamp har nå 6 campingplasser i Norge.



Foto: Havblikk

### Nye aktiviteter på Havblikk Helgeland

Havblikk Helgeland har utviklet flere nye aktiviteter for familier med barn og ungdom. I tillegg til den populære vannsklia: «Lille Syden», er det investert i en hoppepute, Stand Up Paddleboards, våtdrakter og glamping, og lagt til rette for at barn og unge skal få være i stor aktivitet. I tillegg ble menyen på Aurora restaurant utvidet, og lagt om, med fokus på barn, ungdom og familien. Alt dette ble en suksess, både for gjester og lokalbefolkningen.

Havblikk skal fortsette å være «Granca-Helgeland»! Familiens førstevalg for å være trygge sammen.

### Destinasjonen Valsøya

Valsøya Fjordcamping i Heim kommune i Trøndelag, på grensen til Møre og Romsdal, har gjort mange investeringer de siste år. I 2018 åpnet klatreparken Høyt og Lavt Valsøya, og har vært mye besøkt. I samme tidsrom ble overnattingskapasiteten utvidet med 8 rom. Disse grepene sammen med oppgradering av sanitærbygg har vært en suksess. Bedriften har også en restaurant, og det tilbys utleie av kajakk, båt og lavvo på Engholmen. Marinaen er utvidet med 60 meter med betongbølgedemper. Som følge av investeringene har omsetningen doblet seg fra år 2015 til 2019.



Foto: Oddgeir Visnes

VALSØYA.

---

# DU MALER DET FINESTE MEL

VÅRE KUNDER BAKER  
DET DAGLIGE BRØD

---

Gården din har drevet med jordbruk i over 150 år. Du samarbeider med dedikerte bønder som dyrker økologisk med omtanke for mennesker og miljø. For å ta vare på det uforedledede urkornet, og bevare råvarenes opprinnelige egenskaper, maler du det skånsomt på steinkverner som tilfører lite varme. Du viser omtanke. For hver eneste sekk. Det er derfor vi kan levere det fineste mel.

Takk for tilliten!

**ASIKO**  
SERVERING

Trygve Nesje,  
lokal møllemester hos Holli Mølle

