


# List of Signatures

Page 1/1

 **25. Styrets årsberetning 25 (2).pdf**

Name	Method	Signed at
Prestegård, Asle	BANKID	2026-03-26 11:25 GMT+01
Schreiner, André	BANKID	2026-03-26 11:13 GMT+01
Langklopp, Torild	BANKID	2026-03-26 11:40 GMT+01
Saab, Mona Jacobsen	BANKID	2026-04-08 12:05 GMT+02
Haugland, Gard	BANKID	2026-04-07 09:56 GMT+02
Devold, Kristin Margrethe Krohn	BANKID	2026-03-26 11:17 GMT+01
Thorvaldsen, Morten	BANKID	2026-03-26 11:44 GMT+01
Sæther, Gjørn Kvernes	BANKID	2026-03-26 15:10 GMT+01



This file is sealed with a digital signature. The seal is a guarantee for the authenticity of the document.

External reference: FA3F83CE41DB49289858613BA060569B

## STYRETS ÅRSBERETNING 2025

### **Virksomhetens art og hvor den drives**

NHO Reiseliv er den største arbeidsgiver- og næringsorganisasjonen for reiselivet i Norge og er tilknyttet Næringslivets Hovedorganisasjon (NHO). NHO er den største interesseorganisasjonen for bedrifter i Norge.

NHO Reiselivs adresse er Næringslivets Hus, Middelthuns gate 27 på Majorstuen i Oslo og holder til i samme bygg som de fleste landsforeningene i NHO-fellesskapet. NHO Reiseliv arbeider målrettet for å fremme reiselivets interesser overfor det politiske miljø, både lokalt og sentralt. NHO Reiseliv jobber med kommunikasjon som et virkemiddel for å sette reiselivets saker på dagsordenen i media. Innkjøpskjeden fremforhandler best mulige rammebetingelser for medlemmene på en rekke varer og tjenester. NHO Reiselivs juridiske avdeling består av advokater som har særlig kunnskap og erfaring i arbeidsrett. Sammen med NHO sentralt, er juristene engasjert i enten forbundsvise eller sentrale tarifforhandlinger hvert år. Videre har NHO Reiseliv et eget fagområde for medlemservice.

NHO Reiseliv hadde, per 31.12.2025, 3681 medlemmer i medlemsbedrifter innenfor ulike bransjer knyttet til reiselivet i Norge. I 2024 var antallet medlemsbedrifter 3675. Hovedvekten av medlemmer er i bransjene servering, overnatting, opplevelse, bilutleie og destinasjon. Et flertall av medlemsbedriftene er mindre og mellomstore, opptil ti årsverk, men også store konserner er blant medlemmene.

NHO Reiseliv er medlem i Nordisk Besøksnæring, den europeiske hotell- og restaurantorganisasjonen HOTREC, Nordisk Campingråd og den europeiske campingorganisasjonen EFCO & HPA.

### **Styrets arbeid i 2025**

Styret har hatt 5 ordinære styremøter i 2025, i tillegg har styret hatt 2 styremøter i tilknytning til NHO Reiselivs årskonferanse. I møtene har både styre- og varamedlemmer deltatt.

I desember 2025 besluttet styrene i NHO Reiseliv og NHO Service og Handel å igangsette en sonderingsprosess for å vurdere en mulig sammenslåing av de to landsforeningene. Formålet med sonderingene er å styrke medlemstilbudet og øke den politiske gjennomslagskraften for tjenestenæringene, som samlet representerer en stor andel av norsk verdiskaping, sysselsetting og lokal samfunnsutvikling. En eventuell sammenslåing vil, målt i antall bedrifter, gjøre organisasjonen til den største landsforeningen i NHO-fellesskapet.

Sonderingsprosessen skal pågå gjennom 2026 og vil involvere medlemmer, tillitsvalgte og ansatte i begge organisasjoner. Eventuelt forslag om sammenslåing skal behandles og besluttes av medlemsbedriftene på de respektive generalforsamlingene høsten 2026, med mulig etablering av en ny landsforening tidligst fra 1. januar 2027.

### **Strategi: «Skape, bygge og begeistre»**

I 2023 gikk NHO Reiseliv inn en ny strategiperiode som varer til og med 2026. Strategien har definert fem strategiske mål for perioden:

1. Omsetningen i næringen skal vokse markert mot 2030.
2. Bygge attraktive lokalsamfunn med bolyst, med gode lokale rammevilkår for reiseliv.
3. Løse rekrutteringsutfordringene, og styrke kompetansen.
4. Flere medlemmer, med bedre møteplasser og medlemsfordeler.



This file is sealed with a digital signature.  
The seal is a guarantee for the authenticity  
of the document.

Document ID:  
FA3F83CE41DB49289858613BA060569B

5. Reiseliv skal være anerkjent som en viktig næring og som et attraktivt sted å jobbe.

**Sammendrag av 2025-arbeidet opp mot strategiske mål:** I 2025 har NHO Reiseliv fulgt opp strategien «Skape, bygge og begeistre» gjennom arbeid på tvers av avdelinger og fagområder. Året har vært preget av høy aktivitet innen rammevilkår, besøksbidrag, korttidsutleie, arbeidsliv og rekruttering. Arbeidet har omfattet politisk påvirkning og mediarbeid, tett medlemsoppfølging, styrking av medlemsfordeler, samt juridisk bistand og Innkjøpskjeden, som sentrale virkemidler for stabile rammevilkår og konkurransekraft i næringen. Analyser, statistikk og undersøkelser har vært brukt aktivt i politisk påvirkning og mediarbeid, og som et felles faktagrunnlag i dialogen med medlemmene.

Arbeidet med omsetning og verdiskaping har i 2025 hatt hovedvekt på rammevilkår og lønnsomhet for medlemsbedriftene. NHO Reiseliv har prioritert politisk påvirkning knyttet til statsbudsjettet, skatte- og avgiftsspørsmål, eksportsatsing og sentrale reguleringer som berører reiselivsnæringen. Innkjøpskjeden har bidratt direkte til økt lønnsomhet gjennom store innkjøpsvolumer, utbetalinger til medlemmene og utvikling av verktøy som gir bedre kostnadskontroll og mer effektiv drift. Juridisk avdeling har støttet medlemsbedriftene gjennom høy aktivitet innen arbeidsrett, tariff og løpende rådgivning, som er avgjørende for stabil drift i en arbeidsintensiv næring.

Målet om å bygge attraktive lokalsamfunn med bolyst og gode lokale rammevilkår har stått sentralt i 2025. NHO Reiseliv har jobbet tett på kommuner og nasjonale myndigheter i saker som berører lokale rammer for reiseliv. Arbeidet har omfattet politisk påvirkning og mediarbeid knyttet til besøksbidrag, korttidsutleie og andre forhold som påvirker balansen mellom lokalsamfunn, næringsliv og kommunenes behov for styring. Destinasjonsanalyser og løpende bruk av statistikk i kommunikasjonen har bidratt til å dokumentere reiselivets betydning for lokale arbeidsplasser og verdiskaping, og til å gjøre faktagrunnlaget tydeligere i saker som handler om lokale rammevilkår.

Rekruttering og kompetanse har vært prioritert i 2025, i tråd med næringens største utfordringer. Arbeidet har omfattet politisk påvirkning, nasjonale rekrutteringskampanjer og konkrete kompetansetiltak. Kampanjen *Smak deg frem*, er videreført som et sentralt verktøy for rekruttering til restaurant- og matfag. Kampanjen *En erfaring rikere*, er lansert for å bidra til økt seniorrekruttering og lengre yrkeskarrierer i næringen. Kompetanseutviklingen er videreført gjennom NHO Reiseliv Akademiet, med kurs blant annet innen arbeidsrett, økonomi og kunstig intelligens. Dialogen med NAV og øvrige myndigheter har vært viktig for arbeidet med inkludering og bruk av arbeidsmarkedstiltak.

Arbeidet med medlemsverdi har vært styrket i 2025. Økt bruk av digitale bransjeforum, flere 1:1-møter og tettere direkte oppfølging har bidratt til bedre dialog med medlemmene. Nasjonale konferanser og møteplasser har samlet bred deltakelse og fungert som viktige arenaer for faglig påfyll, nettverk og erfaringsdeling. Juridisk avdeling har levert omfattende bistand innen arbeidsrett, tilsynssaker og HMS, mens Innkjøpskjeden har videreutviklet medlemsfordelene gjennom nye avtaler, partnerskap og innsiktsverktøy som gir konkret verdi i medlemmenes hverdag.

Arbeidet med å styrke reiselivets anerkjennelse har i 2025 vært fulgt opp gjennom politisk påvirkning, mediarbeid og rekrutteringsinnsats. NHO Reiseliv har hatt høy mediesynlighet



This file is sealed with a digital signature.  
The seal is a guarantee for the authenticity  
of the document.

Document ID:  
FA3F83CE41DB49289858613BA060569B

og vært en tydelig premissleverandør i saker om rammevilkår, besøksbidrag, arbeidsliv, korttidsutleie, servering og andre tema som har preget reiselivsdebatten. Mediearbeidet har vært tett koblet til statistikk og undersøkelser, og har bidratt til å synliggjøre reiselivets verdiskaping, sysselsetting og betydning for lokalsamfunn i hele landet. Rekrutteringskampanjer og synliggjøring av karrieremuligheter har samtidig bidratt til å styrke reiselivets omdømme som arbeidsplass.

### **Allianseavdelingen:**

Dekker seksjonene for næringspolitikk, kompetanse- og rekrutteringspolitikk, analyse, kommunikasjon, medlemservice og bransjeutvikling.

### **Næringspolitisk arbeid**

#### **Forberedelser til valget 2025**

I valgåret 2025 gjennomførte NHO Reiseliv en rekke møter med politikere, lokalt og nasjonalt, for å sikre politisk gjennomslag for næringens prioriteringer. Parallelt bidro vi til flere medieoppslag der vi løftet frem både politiske forslag og konkrete utfordringer hos våre medlemmer.

Det ble arrangert tre valgkampdebatter i Oslo, Stavanger og Bergen, der temaer som bærekraftig turiststyring, arbeidslivspolitik, skatter og avgifter ble satt på agendaen.

Et viktig mål har vært å få stortingspartiene til å inkludere tiltak fra *Reiselivets drømmekapittel* i sine partiprogrammer. Kapittelet bygger på innspill fra hele landet og inneholder konkrete forslag for å styrke norsk reiselivs vekst og konkurransekraft, blant annet kompetanseutvikling, skatte- og avgiftsforhold, bærekraft, forenkling og arbeidslivspolitik. Arbeidet har gitt gjennomslag på tvers av partiene og gir et viktig utgangspunkt for videre politisk påvirkning.

#### **Registreringsplikt for Airbnb**

Regjeringen Støre varslet i perioden 2021-25 tiltak for å få bedre kontroll på korttidsutleie, som Airbnb. Dette omfatter tydeligere regler for utleie i bolig, styrket kommunalt handlingsrom, krav til registrering og bedre rapportering for å sikre etterlevelse av skatte- og avgiftsregler. Målet har vært å ivareta hensynet til boligutvikling, lokalsamfunn og næringsliv, samtidig som man motvirker useriøs virksomhet og negative konsekvenser for boligmarkedet.

Korttidsutleie og plattformøkonomi har vært et prioritert tema. Sammen med samarbeidspartnere har vi løftet problemstillingene i møter med regjeringen, Stortinget og lokalpolitikere, og gitt innspill til hvordan regelverket kan bli mer treffsikkert og rettferdig for profesjonelle aktører. Temaet har fått bred oppmerksomhet gjennom nasjonale og lokale medieoppslag, der NHO Reiseliv har satt søkelys på konkurransevilkår, skatte- og avgiftsmessig likebehandling og konsekvenser for hotell- og serveringsnæringen.

#### **Arendalsuka 2025**

NHO Reiseliv deltok på Arendalsuka 2025 og satte reiselivets viktigste spørsmål på agendaen gjennom fire dager. Administrasjonen og styremedlemmer fra NHO Reiseliv deltok



This file is sealed with a digital signature.  
The seal is a guarantee for the authenticity  
of the document.

Document ID:  
FA3F83CE41DB49289858613BA060569B

aktivt i en rekke debatter, både som ordstyrere og paneldeltakere. Arendalsuka ble brukt til nettverksbygging i bransjen og dialog med politikere. Gjennomgående temaer i debattene var bærekraftig turiststyring, alkoholreklame, internasjonal markedsføring og rollen til digitale bestillingsplattformer (OTA-er).

### **Statsbudsjettet 2026**

I budsjettforliket for 2026 ble det presisert at et kutt på 100 millioner kroner i Innovasjon Norge ikke var rette spesifikt mot reiseliv, men fordelt på en bredere budsjettpost. Dette reduserte risikoen for direkte kutt i reiselivssatsingen. NHO Reiseliv reagerte på det opprinnelige forslaget, fulgte saken tett og tok initiativ til dialog med regjeringen for å sikre at reiseliv fortsatt prioriteres som eksportnæring.

Den foreslåtte satsingen på 10 millioner til rekruttering til restaurant- og matfag ble strøket. Regjeringen foreslår å øke bevilgningen til filminsentivordningen til 55 millioner kroner i 2026, noe som kan bidra til økt reiselyst og bedre geografisk spredning av besøkende.

Overnattings- og transportmomsen forble uendret på 12 prosent, og serveringsmomsen videreføres på 25 prosent. NHO Reiseliv mener dette er en uheldig forskjellsbehandling av serverte måltider. På den positive siden foreslås NAVs budsjett for arbeidsmarkedstiltak styrket, blant annet gjennom økt satsing på lønnstilskudd, noe som gir bedre muligheter for inkludering i arbeidslivet.

### **Turistskatt**

3.juni 2025 ble det gjennom Arbeiderpartiet, Senterpartiet og SV etablert flertall for overnattingskatt (lov om besøksbidrag). Forslaget som ble vedtatt ligger i midlertidig langt fra regjeringens opprinnelige utgangspunkt. NHO Reiseliv har gjort et betydelig arbeid for å begrense omfanget av ordningen, og resultatet er at skatten kun skal kunne innføres i kommuner med «særlig stor belastning fra reiselivet».

For å kunne innføre avgiften må kommunen dokumentere at berørt næringsliv har fått reell mulighet til å gi innspill. Planen skal blant annet redegjøre for hvordan inntektene skal brukes, beskrive reiselivsnæringen i kommunen og utfordringer knyttet til høyt besøk, vurdere samarbeid med andre kommuner om bruk av midlene til reisemålsutvikling, og begrunne hvordan avgiften og disponeringen av inntektene er i tråd med formålet i lovens § 1–1. Planen skal godkjennes av departementet, som også kan avslå søknader fra kommuner uten «særlig stor belastning».

Ambisjonen er at loven trer i kraft 1. juli 2026, og at kommunene kan starte innkreving av besøksbidrag i løpet av første halvår 2027.

### **Inndragning av kjøretøy ved vannvidskjøring**

I midten av mars la Samferdselsdepartementet og Justisdepartementet frem en rapport med forslag til regelverksendringer for å bedre trafikksikkerheten. I høringsforslaget er det vist til Danmark, der kjøretøy kan inndras ved blant annet råkjøring, uavhengig om sjåførene eier, låner, eller leier biler. NHO Reiseliv og medlemsbedriftene innen leiebil reagerte sterkt på forslaget, som vil få dramatiske konsekvenser for bransjen. NHO Reiseliv samarbeider med NBF og FinFo om høringssvar og myndighetskontakt, og arbeidet med saken videreføres i 2026.



This file is sealed with a digital signature.  
The seal is a guarantee for the authenticity  
of the document.

Document ID:  
FA3F83CE41DB49289858613BA060569B

Regjeringens forslag fra slutten av 2023 om å tilbakeføre fradragsført merverdiavgift for leiebiler møtte sterk motstand fra NHO Reiseliv og bransjen. Forslaget ble videreført i revidert nasjonalbudsjett i 2024. I statsbudsjettet for 2025 ble det foreslått å gjeninnføre regler for drosje, og NHO Reiseliv løftet at dette også burde gjelde leiebilbransjen. Ved fremleggelsen av statsbudsjettet for 2026 ble det klart at regjeringen la bort forslaget om endrede regler for drosje.

### **Innleie fra bemanningsselskaper/innleie til kortvarig arrangement**

Regjeringen bekreftet i valgkampen at NHO Reiselivs gjennomslag for at hele verdikjeden, inkludert mat og drikke, fortsatt skal omfattes av unntaket fra innstrammingene i innleieregelverket. Samtidig er det varslet en gjennomgang av unntaket, og arbeidet med å finne en permanent løsning pågår. NHO Reiseliv vil fortsette dialogen med Arbeidsdepartementet for å synliggjøre betydningen av unntaket for medlemsbedriftene.

### **Internasjonale plattformsselskaper (OTA-er)**

I en årrekke har Booking.com benyttet prisparitetsklausuler i avtalene med hoteller, som har hindret hotellene i å tilby lavere priser i egne kanaler. EU-domstolen har slått fast at denne praksisen er ulovlig og bryter med konkurransereglene. I 2025 gikk hotellorganisasjoner i hele Europa sammen om et søksmål mot Booking.com for å kreve tilbakebetalt kommisjon. Søksmålet støttes av HOTREC og over 30 europeiske hotell- og reiselivsorganisasjoner, inkludert NHO Reiseliv. Fra Norge har 160 hoteller og overnattingssteder meldt seg som deltakere. Dersom søksmålet fører frem, kan bedriftene få tilbakebetalt betydelige beløp.

### **Eksportsatsningen – Mer og grønnere reiselivseksport**

Eksportsatsningen for reiselivet ble lansert 8. november 2024, med en bevilgning på 14 millioner kroner over to år. I løpet av 2025 ble det etablert en styringsgruppe under ledelse av Innovasjon Norge, der flere medlemmer av NHO Reiseliv deltar. I forbindelse med Statsbudsjettet for 2026 ble det klart at satsingen overføres fra Nasjonalt Eksportråd til Innovasjon Norge og inngår i INs internasjonale satsinger.

### **Forslag om markedsføringsforbud av visse næringsmidler rettet mot barn**

Helse- og omsorgsdepartementet foreslo høsten 2024 et markedsføringsforbud for visse næringsmidler rettet mot barn. NHO Reiseliv mener at dagens ordning med Matbransjens faglige utvalg (MFU) har fungert godt, og at denne burde styrkes fremfor å innføre nye reguleringer.

Forskriften ble vedtatt 25. april 2025, og trådte i kraft 25. oktober 2025. Helsedirektoratet publiserte 1. juli 2025 rundskrivet som skal veilede bedrifter i regelverket. NHO Reiseliv har, i samarbeid med medlemsbedriftene og søsterorganisasjoner i NHO, gjennomgått veilederen grundig og gitt tilbakemelding om behov for ytterligere presiseringer. Forskriften fremstår fortsatt som utydelig og vanskelig å praktisere, med stort tolkningsrom og risiko for betydelige bøter og omdømmeskade. Samtidig er det usikkerhet knyttet til om forskriften er i tråd med EØS-avtalen. ESA vil avklare dette i løpet av 2026.

### **Rekruttering**

Ifølge NHOs Kompetansebarometer 2024 har 6 av 10 medlemsbedrifter et udekket kompetansebehov. Rekrutteringsarbeidet har derfor hatt høy prioritet også i 2025.



This file is sealed with a digital signature.  
The seal is a guarantee for the authenticity  
of the document.

Document ID:  
FA3F83CE41DB49289858613BA060569B

## Politikk

I forkant av stortingsvalget var rekruttering og kompetanse sentrale temaer i politiske debatter. NHO Reiseliv har arbeidet målrettet for å få relevante tiltak fra NHO Reiselivs *Drømmekapittel* innarbeidet i partienes valgprogrammer.

NHO Reiseliv deltok i høringer om statsbudsjettet for 2026 i Arbeids- og sosialkomiteen og Utdannings- og forskningskomiteen, og hadde møter med ny politisk ledelse i Arbeids- og inkluderingsdepartementet. NHO Reiseliv var også på høring i Arbeids- og sosialkomiteen om Stortingsmeldingen *En forsterket arbeidslinje – flere i jobb og færre på trygd*.

## Nasjonalt rekrutteringsprosjekt

NHO Reiseliv videreførte arbeidet med det nasjonale rekrutteringsprosjektet i 2025. Sentrale leveranser i 2025 var profileringskampanjen *Smak deg frem* og verktøykassen på [smakdegfrem.no](http://smakdegfrem.no), som tilbyr gratis profilerings- og undervisningsmaterieell til alle som jobber med rekruttering. Prosjektet har tidligere mottatt økonomisk støtte fra Landbruks- og matdepartementet, og før sommeren presenterte NHO Reiseliv prosjektet for landbruks- og matministeren.

I forkant av søknadsfristen til videregående skole 1. mars ble det gjennomført et større kronikkløp i flere region- og lokalaviser.

I 2025 ble holdningskampanjen *En erfaring rikere* lansert. Kampanjen har som mål å rekruttere og beholde flere seniorer i reiselivsnæringen.

## Stiftelsen for rekruttering til Restaurant- og matfag

NHO Reiseliv deltar aktivt i stiftelsens arbeid. I 2025 ble det gitt økonomisk støtte til 22 rekrutteringsprosjekter med god geografisk spredning. Tiltakene er rettet mot å styrke tilgangen på faglært arbeidskraft i næringen.

## Kompetanse

NHO Reiseliv-Akademiet var i full drift gjennom hele 2025 og er et sentralt tilbud for kompetanseutvikling i medlemsmassen. Aktiviteten var konsentrert rundt åtte prioriterte emner, med kurs blant annet innen arbeidsrett, revenue management og kunstig intelligens (KI). KI-kurset ble utviklet i samarbeid med Digital Norway og Microsoft, og var tilpasset reiselivsnæringen. I løpet av året ble det gjennomført 46 kurs med 252 deltakere.

NHO Reiseliv har også hatt flere møter med Arbeids- og velferdsdirektoratet og NAV, både for å gi oppdatering om næringen, men også spille inn sentrale tilbakemeldinger fra medlemmer knyttet til oppfølging av sykefravær og inkludering.

## Faglig råd

Høsten 2025 ble nye faglige råd oppnevnt for perioden 2025 – 2029. NHO Reiseliv er representert i Faglig råd for restaurant- og matfag, og innehar ledervervet i Faglig råd for salg, service og reiseliv for 2025 – 2027. Faglig råd er et rådgivende organ for utdanningsmyndighetene og bidrar til utvikling av utdanningsprogrammer, identifisering av trender i arbeidslivet, endringer i læreplaner og et solid kunnskapsgrunnlag for utdanningene.

## Andre møteplasser

NHO Reiseliv har deltatt med innlegg på flere eksterne møteplasser, blant annet Serviceforum ved Universitetet i Stavanger (Hotellhøgskolen), jubileumsfeiringen for



This file is sealed with a digital signature.  
The seal is a guarantee for the authenticity  
of the document.

Document ID:  
FA3F83CE41DB49289858613BA060569B

reiselivsutdanningen ved Høgskulen på Vestlandet og FORM (Foreningen for Opplæringskontor i Restaurant- og matfag) sine halvårlige nettverkssamlinger.

### **Konkurranser**

NHO Reiseliv har vært delaktig i Nordisk mesterskap for kokk- og servitørlærlinger, der Norge tok gull i kokkeklassen og bronse i servitørklassen under mesterskapet i Silkeborg.

Under EuroSkills i Herning i september imponerte norske deltakere i kokke-, servitør-, og reiselivsfaget med gode prestasjoner. Norge mottok blant annet utmerkelsen "Medal of Excellence" i servitørfaget.

### **Kommunikasjon**

Kommunikasjonsavdelingen har i 2025 jobbet målrettet og strategisk for å styrke organisasjonens posisjon som ekspert og premissleverandør for norsk reiseliv. Ambisjonen er å være den mest synlige og relevante stemmen for reiselivsnæringen i offentligheten. I 2025 er NHO Reiseliv fortsatt landsforeningen i NHO-fellesskapet med høyest mediesynlighet. Kommunikasjonsstrategien tar utgangspunkt i NHO Reiselivs strategi *Skape, bygge og begeistre*. Høsten 2025 ble kommunikasjonsstrategien revidert for å bedre gjenspeile utviklingstrekkene i reiselivet og et mer krevende politisk og samfunnsmessig landskap.

Debatten om overturisme og turistskatt har vært definerende for kommunikasjonsarbeidet i 2025. Et viktig mål har vært å synliggjøre reiselivets verdiskaping og samfunnsbidrag, samtidig som vi har vært opptatt av å adressere de utfordringene vi ser enkelte steder, blant annet knyttet til korttidsutleie, trafikk- og parkeringsutfordringer og for mange folk på et sted samtidig.

### **Medieomtale og gjennomslag**

NHO Reiseliv er omtalt i 1753 redaksjonelle oppslag i 2025. Nedgang på 190 oppslag fra året før skyldes i hovedsak færre saker om lønnsforhandlinger i et år med mellomoppgjør. Det var 283 saker om lønnsforhandlinger i 2024, og 10 i 2025.

Ifølge Medieanalysebyrået Retriever var 69 % av omtalen positiv, en økning på ti prosentpoeng fra 2024. I tillegg var 75 % av omtalen initiert og håndtert av organisasjonen selv, noe som viser sterk proaktivitet, effektiv bruk av talspersoner og godt gjennomslag for kronikker og debattinnlegg. Reisetrender og feriestatistikk var, som tidligere år, viktige volumdrivere i mediedekningen og bidro til bred synlighet og godt gjennomslag for egne budskap.

### **Viktige saker**

Turistskatt var den viktigste enkeltsaken i 2025. Kommunikasjonsarbeidet har vært omfattende, med kronikker og presseinnsalg som forklarte hvorfor regjeringens opprinnelige forslag ville slå uheldig ut. NHO Reiseliv var omtalt i over 300 saker om turistskatt. Medlemsengasjementet har vært høyt, og det endelige utfallet kan beskrives som en betydelig justering i næringens favør.

Med ny bransjesjef for serveringsbransjen på plass, har det vært en styrket satsing på rammene for denne bransjen, med flere saker både i egne kanaler og i media. Det har vært



This file is sealed with a digital signature.  
The seal is a guarantee for the authenticity  
of the document.

Document ID:  
FA3F83CE41DB49289858613BA060569B

flere kronikker om blant annet alkoholreklame, byliv og uteserveringsregler. Antall saker om restaurantnæringen nær tredoblet seg sammenlignet med året før, til nær 200 oppslag.

NHO Reiseliv har videreutviklet rollen som ekspert på norsk reiseliv og brukt denne aktivt til å peke på utfordringer og løsninger. Regulering av korttidsutleie og plattformer som Airbnb har fått stor medieoppmerksomhet, gjennom kronikker, deltakelse i Dagsnytt 18 og utspill i samarbeid med Fellesforbundet.

Rekrutteringskampanjen *En erfaring rikere* involverte hele kommunikasjonsavdelingen og resulterte i egne nettsaker, pressemeldinger og innslag. Kampanjen ga totalt 16 redaksjonelle oppslag i fagpresse og riksdekkende medier, og bidro til å løfte seniorrekruttering inn i en bredere offentlig samtale.

### Data og analyse

Et tett samarbeid med leverandører av statistikk/analysedata har styrket kunnskapsgrunnlaget og gitt anledninger til å være synlige i mediene. I 2025 ble det rapportert: Serveringsbransjen i Norge- verdien av norsk måltidsturisme, utarbeidet. Det ble også utarbeidet fire nye destinasjonsanalyser som dokumenterer reiselivets økonomiske betydning, ringvirkninger og prognoser frem mot 2030. Totalt foreligger nå 13 destinasjonsanalyser som dekker store deler av landet, og som ofte brukes i mediasaker og debattinnlegg.

Det ble gjennomført fire befolkningsundersøkelser i samarbeid med Kantar (påskeferie, sommerferie, høstferie og julebord/vinterreiser). Vi har styrket samarbeidet med Wiederstrøm Hotel Consulting om utspill knyttet til Benchmarking Alliance-tallene. Pressetelefonen har vært bemannet gjennom hele året, også i helger og ferier, og avdelingen har prioritert rask og tilgjengelig respons til mediene.

### Digital kommunikasjon

Digital kommunikasjon er sentralt for å holde medlemmene løpende informert og synliggjøre næringen. NHO Reiselivs nettsider, nyhetsbrev og sosiale medier utfyller hverandre i dette arbeidet. Nettsidene er et oppdatert oppslagsverk for analyser, rapporter og medlemsrettet informasjon, mens sosiale medier gir rask spredning, økt synlighet og trafikk videre til innhold.

I 2025 ga målrettet innholdsarbeid, økt kampanjeaktivitet og sterkere bruk av visuelt innhold og video tydelig gjennomslag i kanalene. Strategisk viktige temasider ble løftet, og kampanjene *Smak deg frem* og *En erfaring rikere* bidro til høy rekkevidde og relevant trafikk inn til sentralt innhold.

Utviklingen må ses i sammenheng med styrking av avdelingen for digital kommunikasjon høsten 2025, da en digital innholdsprodusent ble ansatt i oktober. Dette har løftet kvalitet, aktualitet og distribusjon.

### Nettsiden

I 2025 hadde [www.nhoreiseliv.no](http://www.nhoreiseliv.no) 511 150 sidevisninger, en økning på 18,8 % fra året før. Antall unike besøkende økte med 57,9 %, fra 153 350 i 2024 til 242 128 i 2025. Veksten kan i stor grad knyttes til kampanjeaktivitet, særlig *En erfaring rikere*. Samtidig økte trafikken til strategisk viktige temasider, blant annet Tall og fakta (+4,8 %) og HMS-sidene (+131,9 %),



This file is sealed with a digital signature.  
The seal is a guarantee for the authenticity  
of the document.

Document ID:  
FA3F83CE41DB49289858613BA060569B

sistnevnte som følge av en målrettet satsing på mer tilgjengelig HMS-innhold, blant annet gjennom styrket fagressurs i 2025.

Antall returnerende besøkende gikk ned med 701 i 2025, til totalt 2 555, og gjennomsnittlig besøksvarighet gikk fra 1:37 i 2024 til 1:09 i 2025. Dette er forventet i et år der mye av trafikkveksten var kampanjedrevet og rettet mot nye brukere, som i større grad orienterer seg raskt og besøker flere sider i korte økter. Tallene for unike og returnerende besøkende i Siteimprove er cookie-baserte, og bør derfor primært tolkes som utvikling over tid.

Tall og fakta-sidene var blant de mest brukte innholdssidene på nhoreiseliv.no i 2025. Landings siden *Tall og fakta om norsk reiseliv* var den mest viste enkelt-siden med 10 414 sidevisninger og 7 896 besøk (2,0 % av alle sidevisninger). Flere undersider hadde også høy trafikk, blant annet *Destinasjonsanalyser*, *Situasjonsanalyse/medlemsundersøkelse*, *Klimaregnskap* samt flere rapport- og prognosesider.

Samlet sett indikerer tallene at nettsidens innhold oppleves som relevant og verdifullt for brukerne. Optimalisering av nøkkelsider og nøkkelord har vært høyt prioritert og har bidratt til denne utviklingen.

### Sosiale medier

NHO Reiseliv opplevde solid vekst i sosiale medier i 2025. Økt satsning på videoinnhold ga resultater, med en samlet visningstid på Facebook på 6 dager og 21 timer – en økning på 370 % fra 2024. Både 3-sekunders- og 1-minutts-visninger økte betydelig, noe som indikerer høyere oppmerksomhet og engasjement rundt innholdet.

**Facebook:** NHO Reiselivs Facebook-side hadde 5 954 795 visninger i 2025, hvor 5 126 430 kom fra annonser og 828 365 organisk. Innholdet skapte om lag 16 000 interaksjoner (+23,3 %) og 47 600 lenkeklikk (+48,6 %). Videokonsumet økte samlet med 22 dager og 7 timer seertid (+182,5 %). Tallene viser høy rekkevidde, hovedsakelig drevet av betalt distribusjon, kombinert med økt engasjement og trafikk videre til eget innhold.

**Instagram:** Instagram-innholdet hadde 632 558 visninger, hvor 426 700 kom fra annonser og 205 858 organisk. Rekkevidden var 264 200 (+95,9 %) og innholdet skapte 2 400 interaksjoner (+100 %). Instagram bidro også til 1 500 lenkeklikk (+79 %), 4 300 profilbesøk (+10,4 %) og 591 nye følgere.

**LinkedIn:** LinkedIn er en strategisk viktig kanal i 2025. Siden fikk 796 nye følgere (om lag 66 nye per måned), og innholdet ga 327 039 visninger. Totalt ble 94 794 personer nådd organisk, og det ble registrert 15 434 klikk videre til innhold, hvor 15 133 var organiske. Innleggene skapte 3 414 reaksjoner, 248 kommentarer og 94 delinger. Engasjementsraten for organisk innhold var 10,8 %, opp fra 8,8 % i 2024, og ligger betydelig over vanlige LinkedIn-benchmarks. Tallene viser økt synlighet, høy respons i målgruppen og mer trafikk videre.

### Kampanjer i sosiale kanaler

NHO Reiseliv videreførte i 2025 kampanjene *Smak deg frem*, *Sterkere med NHO Reiseliv i ryggen*, og kampanjen for NHO Reiseliv Akademiet. Samtidig ble den nye satsingen *En erfaring rikere* lansert. Hoveddelen av markedsføringsbudsjettet ble brukt på Meta-



This file is sealed with a digital signature.  
The seal is a guarantee for the authenticity  
of the document.

Document ID:  
FA3F83CE41DB49289858613BA060569B

plattformen Facebook og Instagram, samt innholdsmarkedsføring i nettaviser. En mindre andel ble benyttet til markedsføring på LinkedIn og TikTok.

**Rekrutteringskampanjen til restaurant og matfag, Smak deg frem,** er den mest suksessfulle kampanjen i NHO Reiselivs historie. I 2025 leverte kampanjen over 6 millioner eksponeringer, nådde over 860 000 personer med 23 631 lenkeklikk og 378 419 «signifikante» videovisninger (3/6 sek) på Facebook, Instagram og TikTok. Siden oppstarten i 2020 har kampanjen blitt eksponert over 31,5 millioner ganger, og mottok i 2025 gull i den prestisjetunge internasjonale PR prisutdelingen SABRE Awards og sølv i ANFO Magnet Awards.

Kampanjen for **NHO Reiseliv Akademiet** var en videreføring fra 2024 med mål om økt synlighet og å drive trafikk til kurs- og landingssider gjennom Meta-annonser. Kampanjen ga 645 490 visninger (+135 %) og 131 549 i rekkevidde (+86 %), 9 040 klikk og 4 756 landingssidevisninger (+240 %). Evalueringen viser økt kvaliteten på trafikken med en høyere andel klikk som resulterte i lastet landingsside.

**Kampanjen Medlemsfordeler** ble i 2025 promotert gjennom to LinkedIn-kampanjer med mål om å bygge synlighet og drive trafikk til landingssiden. Kampanjene leverte 152 046 eksponeringer og 301 klikk. Karusellannonser som løftet frem konkrete medlemsfordeler, ga best effekt og bidro til både økt synlighet og målbar trafikk.

**Kampanjen En erfaring rikere** ble lansert i 2025 for å løfte frem verdien av erfaring, og bidra til økt seniorrekruttering og lengre yrkeskarriere i reiselivsnæringen. Kampanjen ga tydelig effekt gjennom PR, betalt distribusjon og egne flater. Betalt passering i nettaviser ga 2 079 956 visninger, mens Meta-annonsering ga 1 592 346 visninger og 23 630 klikk, til en gjennomsnittlig kostnad på 1,72 kroner per klikk.

Trafikken holdt høy kvalitet, med en gjennomsnittlig tidsbruk på 5 minutter og 02 sekunder på nettsiden. Bruk av scrollytelling bidro til å gjøre historiene mer engasjerende og tilgjengelige. Samlet viser tallene at kampanjen både bygget bred synlighet og drev relevant trafikk til innholdet.

### **Bransjeforum 2025**

I 2025 er det gjennomført flere bransjeforum digitalt på Teams enn fysiske møter for opplevelser, kulturell og kreativ næring, og destinasjonsselskap. Antallet 1:1-møter, direkte telefonoppfølging og konkret bistand til medlemmene har økt markant. Oppfølging via e-post direkte til medlemmer og bransjer har også vært prioritert.

**Gjennomførte bransjeforum i 2025:** Havfisketurisme (Teams, januar), fornøylesparker (Teams og fysisk møte, inkl. SJT), kulturell og kreativ næring (Trondheim), destinasjonsselskaper (Oslo) og cruiseforum (Oslo).

### **Nasjonale konferanser**

Opplevelse konferansen ble arrangert for siste gang i Svolvær 27.–29. Oktober. Vinterkonferansen på Kvittfjell, i samarbeid med World Cup Kvittfjell, ble gjennomført i mars 2025. NHO Reiseliv deltok aktivt i programkomiteen og i arbeidet med kommunikasjon og PR.



This file is sealed with a digital signature.  
The seal is a guarantee for the authenticity  
of the document.

Document ID:  
FA3F83CE41DB49289858613BA060569B

**NHO Reiselivs Årskonferanse ble arrangert i Sandefjord i mai.** Totalt deltok 415 deltakere på Get together for medlemmer og leverandører, 574 deltakere på Årskonferansen og 467 deltakere på Innkjøpsmessen. 83 prosent av deltakerne oppga at de var veldig eller svært fornøyd med Årskonferansen, og 96 prosent svarte at de sannsynligvis vil delta i 2026.

**Camping og reiselivskonferansen i Kristiansand** samlet totalt 120 deltakere. Av disse deltok 91 på konferansen tirsdag 4. november, 67 på fagdagen onsdag 5. november og 24 leverandører fra 13 utstillerebedrifter.

**Campingkonferansen 2025**, avholdt på Color Line, samlet 109 deltakere og 36 leverandører. Leverandørene, inkludert deltakere fra NHO Reiseliv og Blå Kors, utgjorde totalt 66 personer. Samlet deltok 175 personer på konferansen fra tirsdag til torsdag.

### Juridisk avdeling

Avdelingen består av syv advokater og én HMS-rådgiver, sistnevnte ble ansatt i 2025. Advokatene gir løpende juridisk bistand til medlemsbedriftene, hovedsakelig innen arbeidsrett, både kollektiv og individuell, samt bistand knyttet til alkoholloven, serveringsloven og øvrige juridiske ved kapasitet. Sakene følges fra første henvendelse til avslutning, ved behov helt frem til rettskraftig dom. All arbeidsrettslig bistand er inkludert i medlemskontingenten.

I 2025 håndterte avdelingen et betydelig antall arbeidsrettslige saker, inkludert prosessoppdrag i forliksråd og ordinære domstoler. Sammenlignet med tidligere år var det en økning i saksmengden, både innen kollektiv og individuell arbeidsrett. Avdelingen hadde ingen saker for Arbeidsretten i 2025.

### Tilsynssaker og kompetanseheving

Arbeidstilsynet har fortsatt med hyppige kontroller i reiselivsnæring, noe som har medført mange tilsynssaker for juridisk avdeling. Sakene gjelder ofte brudd på arbeidstidsbestemmelsene i arbeidsmiljøloven, herunder manglende overtidsbetaling, ulovlig søndagsarbeid og utilstrekkelige arbeidskontrakter.

For å støtte medlemsbedriftene har avdelingen gjennomført flere kurs og opplæringstiltak, blant annet om arbeidstid, arbeidsrett, bedrifters ansvar for gjester og alkoholovens reklameregler. Det årlige heldagskurset i arbeidsrett i februar 2025 hadde som tidligere år god deltakelse.

### Politisk samarbeid og påvirkningsarbeid

Juridisk avdelingen samarbeider tett med NHO Reiselivs Alliansseavdeling og med NHO sentralt i høringssaker og politisk påvirkningsarbeid. Advokatene representerer også NHO Reiseliv i ulike trepartsfora, og sitter i styret i RVO-ordningen (Regionale verneombud for bransjene hotell, restaurant og renhold).

### Allmenngjøring

Deler av Riksavtalen har vært allmenngjort siden 1. januar 2018, til tross for at NHO Reiseliv gikk imot vedtaket. Dette innebærer at alle overnattings-, serverings- og cateringbedrifter i Norge må følge fastsatte minstelønnssetninger, uavhengig av tariffavtale. De allmenngjorte



This file is sealed with a digital signature.  
The seal is a guarantee for the authenticity  
of the document.

Document ID:  
FA3F83CE41DB49289858613BA060569B

lønnsattsene ble justert i tråd med lønnsoppgjøret 2025. Etter en lovendring gjelder allmenngjøringsloven fra 1. juli 2025 også for Svalbard.

### **Overtid for merarbeid**

EU-domstolen avsa i 2025 to dommer som fastslår at deltidsansatte som arbeider utover avtalt stilling, har krav på overtidbetaling for merarbeidet. Dommene bygger på at manglende overtidsgodtgjørelse kan utgjøre diskriminering av deltidsansatte sammenlignet med heltidsansatte. I Norge gjelder det fortsatt at deltidsansatte først har rett til overtidbetaling når grensene for alminnelig arbeidstid overskrides. Dommene gjelder saker fra Tyskland, som har et annet regelverk enn Norge. Arbeidstakersiden har hevet at dommene også må få betydning i Norge, og at dagens regler er i strid med EUs diskrimineringsdirektiv, som Norge er bundet av gjennom EØS-avtalen.

Saken har vært fulgt tett gjennom året i samarbeid med NHO. Regjeringen har nedsatt en arbeidsgruppe med partene i arbeidslivet, som skal legge frem en rapport våren 2026. NHO Reiseliv er representert i NHOs interne arbeid med saken og har gitt innspill som inngår i det videre arbeidet.

### **Tariffoppgjøret 2025**

2025 var et mellomoppgjørår med sentrale forhandlinger mellom NHO og LO/YS, der NHO Reiseliv var representert i NHOs forhandlingsdelegasjon. Det ble kun forhandlet om lønn. Oppgjøret endte med en ramme på 4,4 %.

Det ble gitt et individuelt lønnstillegg på 5 kroner per time (37,5-timers uke), samt særskilt lavlønnstillegg på 2 kroner per time for avtaleområder med gjennomsnittslønn under 90 % av en industriarbeiderlønn. For NHO Reiselivs tariffavtaler innebar dette et samlet tillegg på 7 kroner per time. For normallønnsavtaler uten lokal forhandlingsrett ble det gitt ytterligere 2 kroner per time, til sammen 9 kroner per time.

### **NHO Reiseliv Innkjøpskjeden**

Per 31.12.25 var det 3.898 medlemmer av NHO Reiseliv Innkjøpskjeden. Disse hadde totalt 4,6 milliarder i varekjøp innenfor mat, drikke, non-food og tjenester i 2025. Dette resulterte i en utbetaling til medlemmene på 310 millioner kroner. Gjennom eksisterende og nye samarbeidsavtaler har vi sikret kostnadsbesparelser for våre medlemmer. Med omtrent 190 leverandører tilbyr vi medlemmene et bredt utvalg og jobber for at balansen i markedet skal være sunn. I 2025 deltok representanter fra NHO Reiseliv Innkjøpskjeden på 54 messer og arrangement for medlemmer og med leverandører.

### **Ny medlemsfordel: Innsiktsverktøyet**

I 2025 fikk medlemmene en ny fordel i innsiktsverktøyet, som er et verktøy for dataanalyse av eget innkjøpsmønster. Verktøyet viser hvilke kjøp som gir bonus, at medlemsrabatter brukes og oversikt over kjøp helt ned på vare- og varegruppe. Verktøyet jobber i bakgrunnen og gir medlemmene detaljkontroll over egne innkjøp som gir grunnlag for å optimalisere driften. Per 30.01.2026 har rundt 50 % av medlemsmassen tatt i bruk innsiktsverktøyet.

### **Nytt partnerskap med Matprisen**

I 2025 ble NHO Reiseliv Innkjøpskjeden hovedpartner til Matprisen. Matprisen løfter fram aktører som investerer i bærekraftige løsninger og som er med på å forme fremtidens



This file is sealed with a digital signature.  
The seal is a guarantee for the authenticity  
of the document.

Document ID:  
FA3F83CE41DB49289858613BA060569B

matvarebransje. Sammen med Matprisen og øvrige partnere ønsker vi å bidra til en utvikling der kvalitet, økologi og ansvarlig ressursbruk står i sentrum. Dette er avgjørende for reiselivsnæringens langsiktige konkurranseevne. Matprisen eies av Debio og ble i 2025 utdelt for 12. gang. I 2025 gikk prisen for årets kjøkken til Mortens Kro AS, som er medlem.

### **Nettverkspartnerskap med Stiftelsen Norsk Gastronomi**

NHO Reiseliv Innkjøpskjeden inngikk i 2025 nettverkspartnerskap med Stiftelsen Norsk Gastronomi – Bocuse d'Or Norway. Formålet med partnerskapet er å bidra til utvikling av norsk gastronomi og serveringsnæring gjennom kompetanse, omdømme og rekruttering.

### **Ansvarlig reiselivsbransje**

NHO Reiseliv Innkjøpskjeden har i 2025 videreført arbeidet for en mer ansvarlig reiselivsbransje gjennom flere målrettede initiativer. NHO Reiseliv er medlem av Etisk Handel Norge og forplikter seg til aktsomhetsvurderinger og årlig rapportering. I 2024 signerte NHO Reiseliv også tilslutningserklæringen for Partnerskap om forbruksreduksjon av engangsprodukter av plast, med mål om redusert bruk av plast i drikke- og takeaway-emballasje.

Gjennom samarbeidet med Matvett og Kutt Matsvinn Servering arbeides det for å halvere matsvinnet innen 2030. I 2025 sluttet 19 medlemmer i Innkjøpskjeden seg til avtalen. Alle leverandører gjennomførte årlig egenrapportering via Factlines, med 100 prosent svarprosent. Videre mottok 19 medlemsbedrifter støtte fra Bærekraftsfondet til tiltak for mer ansvarlig drift.

## **Økonomi**

### **Arbeidsmiljø og personale**

Styret anser arbeidsmiljøet som godt. Det har ikke vært arbeidsrelaterte skader eller ulykker i løpet av regnskapsåret. NHO Reiseliv er IA-bedrift, og samlet sykefravær i 2025 var 0,78 %, mot 1,27 % i 2024. I 2025 fordeler korttids- og langtidssykefraværet seg på henholdsvis 0,3 % og 0,5 %. Tilsvarende tall for 2024 var 0,4 % og 0,8 %. Gjennomsnittlig sykefravær siste fem år er 1,76 %.

NHO Reiseliv er ikke tilknyttet en bedriftshelsetjeneste, men dekker utgiftene til en årlig legeundersøkelse for de ansatte.

Det er tegnet forsikring for styrets medlemmer, for deres mulige ansvar overfor foretaket og tredjepersoner, med en forsikringsdekning på TNOK 10.000.

### **Likestilling**

NHO Reiseliv praktiserer likestilling mellom kvinner og menn. Per 31.12.2025 er det ansatt 60 % kvinner og 40 % menn i administrasjonen. Det er en jevn fordeling av kvinner og menn i ledende stillinger. Administrerende Direktør og Avdelingsdirektørene er fordelt 50/50 på kvinner og menn.

I styret er det 29 % kvinner og 71 % menn. Inkludert fast møtende varamedlemmer er fordelingen 44 % kvinner mot 56 % menn.



This file is sealed with a digital signature.  
The seal is a guarantee for the authenticity  
of the document.

Document ID:  
FA3F83CE41DB49289858613BA060569B

NHO Reiseliv jobber aktivt, målrettet og planmessig for å fremme likestilling og hindre diskriminering på arbeidsplassen. Dette er konkretisert gjennom å blant annet oppfordre personer fra underrepresenterte grupper til å søke stillinger og ved å innkalle kvalifiserte søkere fra de aktuelle gruppene til intervju.

### **Miljørapportering**

Ut fra vår vurdering, forurenses ikke organisasjonen det ytre miljø. NHO Reiseliv har gjennom Innkjøpskjeden en pådriverrolle for å bidra til en mer bærekraftig reiselivsnæring. Et eget initiert program gjennomgår hvordan Innkjøpskjedens leverandører til overnattings- og serveringsbedriftene ivaretar etiske, miljømessige og moralsk forsvarlige prinsipper i sin drift og produksjon. NHO Reiseliv er deleier i Matvett AS, der matbransjen står samlet for å redusere matsvinnet i Norge med 30% innen 2025. Medlemmene utgjør i hovedsak overnattingsbedrifter, serveringsbedrifter, destinasjonsselskaper og opplevelsesbedrifter som nærmer seg nullutslipp for bransjen som helhet (jfr Stakeholder-rapport 2019).

Vår redegjørelse etter Åpenhetsloven ble publisert på våre nettsider 30.06.2025.

### **Regnskap og økonomi**

I henhold til regnskapsloven § 3-3a bekrefter styret at grunnlaget for fortsatt drift er til stede. Årsregnskapet er avlagt under forutsetning om fortsatt drift. Til grunn for antagelsen ligger resultatprognoser for 2026 og de langsiktige prognoser for årene fremover. Foreningen er i en sunn økonomisk og finansiell stilling.

Regnskapet for NHO Reiseliv presenteres sammen med regnskapet for Servicekontoret, Opplysnings- og Utviklingsfondet, Konfliktfondet og Regionforeninger, og lokallagene. Regnskapene for disse enhetene føres separat, og midlene er satt inn på egne bankkonti, men er i henhold til vedtektene en del av NHO Reiseliv.

### **Hele NHO Reiseliv**

Regnskapet viser et overskudd på TNOK 2.656. Samlede driftsinntekter utgjorde TNOK 110.614, driftskostnader TNOK 118.339 og resultat av finansposter TNOK 11.262. Årets skattekostnad er TNOK 881.

### **Avdeling NHO Reiseliv Forening**

Regnskapet viser et underskudd på TNOK 2.927. Samlede driftsinntekter utgjorde TNOK 36.101, driftskostnader TNOK 40.177 og resultat av finansposter TNOK 1.149.

### **Avdeling NHO Reiseliv Servicekontor**

Regnskapet viser et overskudd på TNOK 3.479. Samlede driftsinntekter utgjorde TNOK 80.298, driftskostnader TNOK 81.833 og resultat av finansposter TNOK 5.894. Årets skattekostnad var TNOK 881. Tallene inkluderer Innkjøpskjeden.

### **Innkjøpskjeden**

NHO Reiseliv Innkjøpskjeden er et uavhengig interessefelleskap med formål å fremforhandle konkurransedyktige innkjøpsbetingelser på varer og tjenester. På vegne av medlemmene mottar Innkjøpskjeden bonus fra alle grossister og leverandører som tilbakebetales til medlemmene.



This file is sealed with a digital signature.  
The seal is a guarantee for the authenticity  
of the document.

Document ID:  
FA3F83CE41DB49289858613BA060569B

Ved årets slutt var det 3841 medlemmer av Innkjøpskjeden, inklusive medlemmer fra andre NHO-organisasjoner. Totalt er 2333 medlemmer i NHO Reiseliv også medlemmer i Innkjøpskjeden.

### **NHO Reiselivs Opplysnings- og Utviklingsfond**

Regnskapet viser et underskudd på TNOK 1.215, og er vist i egen note. Samlede overføringer fra NHO utgjorde TNOK 3.521. Drifts- og aktivitetskostnader beløper seg til TNOK 4.803, og renteinntekter TNOK 67. Tilsvarende resultat i fjor var et underskudd på TNOK 337.

### **NHO Reiselivs Konfliktfond**

Regnskapet for fondets 23. driftsår viser et overskudd på TNOK 3.543, og er vist i egen note. Tilsvarende resultat i fjor var et overskudd på TNOK 3.500. Konfliktfondets midler er ved utgangen av 2025 på TNOK 47.946.

Det fremkommer av vedtektene i Konfliktfondet, at det skal bygges opp til TNOK 30.000, gjennom fakturering av medlemmene, for 0,3 promille av siste års lønnsutbetalinger. Som følge av god avkastning på midlene, ble grensen på 30 millioner passert allerede i 2021. Dette er grunnen til at det ikke er tatt inn noe kontingent til Konfliktfondet i 2022-2025.

### **NHO Reiselivs regionforeninger**

Regnskapene for regionforeningene er underlagt hver regionforenings styre. Regnskapenes hovedtall vises i egen note. For nærmere opplysninger kan det tas kontakt med regionforeningene direkte. Det fremkommer av regionforeningens navn hvor regionforeningen har sitt geografiske virke.

Samlet viser regnskapene for regionforeningene et underskudd på TNOK 228. Samlede inntekter utgjorde TNOK 3.496, driftskostnader TNOK 4.321 og resultat av finansposter TNOK 595. Inntektene til regionforeningene består i hovedsak av overføringer fra NHO Reiseliv, til dekning av de årlige kostnadene. Videre er det finansavkastning i Region Midt-Norge, knyttet til investeringer i fond.

### **Finansforvaltning og likviditet**

#### **Markedsrisiko**

For de fleste foretak utenom kredittinstitusjoner, er markedsrisikoen den mest betydningsfulle komponenten i finansiell risiko. NHO Reiseliv har en stabil medlemsmasse, hvor kontingentgrunnlaget (medlemmenes omsetning) er i vekst. Konkurstallene innen hotell- og restaurantbransjen er stabile.

#### **Finansiell risiko generelt**

NHO Reiselivs styre har besluttet å investere noe av overskuddslikviditet i NHOs Landsforeningsfond, som er underlagt de årlige finansplaner og retningslinjer som NHOs styre fastsetter. Både NHO Reiseliv og NHO Reiselivs konfliktfond har plassert midler i NHOs Landsforeningsfond, slik det fremkommer av note 11. Fondet omfatter plasseringer fra det store flertall av NHO sine Landsforeninger og Konfliktfond. Fondet forvaltes av NHO sin Finansavdeling.



This file is sealed with a digital signature.  
The seal is a guarantee for the authenticity  
of the document.

Document ID:  
FA3F83CE41DB49289858613BA060569B

## Finansiell risiko knyttet til investering i NHO Landsforeningsfond

### Finansiell risiko

Finansiell risiko er knyttet til investeringer i aksjer, aksjefond og rentebærende verdipapirer. De aktuelle investeringsalternativene for finansforvaltningen er aksjer, obligasjoner, alternative investeringer, bankinnskudd og eiendom. Styret i NHO fastsetter retningslinjene for kapitalforvaltningen og hvilken risikobegrensning som gjelder. Den finansielle risikoen omfatter markeds-, rente-, kreditt-, valuta- og likviditetsrisiko.

### Markedsrisiko

Fondet er eksponert for tap som skyldes endringer i observerbare markedsvariabler som renter og verdipapirkurser. Den samlede markedsrisikoen på foreningens investeringsplasseringer vurderes som akseptabel.

### Renterisiko

Fondet er eksponert mot endringer i rentenivået for midler plassert i penge- og obligasjonsmarkedet. Den samlede renterisiko vurderes som moderat.

### Kredittrisiko

Kredittrisiko er risiko for finansielle tap dersom en motpart til et finansielt instrument ikke klarer å oppfylle sine forpliktelser eller kredittkvaliteten svekkes. Kredittrisikoen knyttet til investeringer betraktes som begrenset da det i hovedsak investeres i verdipapirer med god kredittverdighet.

### Valutarisiko

Valutarisiko består av risikoen for tap når valutakursene endres. Investeringer i utenlandske verdipapirer medfører i utgangspunktet valutarisiko. For investeringer i utenlandske obligasjoner valutasikres hovedstolen. Investeringer i utenlandske aksjer og renteavkastning valutasikres normalt ikke.

### Likviditetsrisiko

Når det er uro i markedene, er det stort sett i de mest risikable delene av verdipapirmarkedene likviditeten svekkes. Dette gjelder særlig høyrenteobligasjoner og aksjer i mindre selskaper. Foreningen har lite investeringer i slike verdipapirer. Generelt vurderes likviditetsrisikoen som lav. Plasseringene ansees å være tilstrekkelig likvide.

### Finansielt resultat

Finansielle plasseringer fremkommer av note 11. Samlet gevinst for investeringene i NHOs Landsforeningsfond i 2025 ble TNOK 5.050, hvorav TNOK 1.706 er bokført i NHO Reiseliv og TNOK 3.344 er bokført i NHO Reiselivs Konfliktfond. Verdien av investeringene pr 31.12.2025 er TNOK 62.659, mot TNOK 57.609 i fjor. Endringen skyldes årets avkastning.

Utover plassering av likvider i NHOs Landsforeningsfond, har NHO Reiseliv Innkjøpskjeden en betydelig kontantbeholdning (hvert år) rundt årsskiftet. Dette er i påvente av hovedforfall for utbetaling av bonus til medlemmene. Hovedforfall er i månedsskiftet februar/mars. Gjennom 2022-2025 har bankrentene blitt stadig høyere, hvorpå Innkjøpskjeden i 2025 har hatt betydelige renteinntekter. Netto finansresultat i Innkjøpskjeden er i 2025 på TNOK 4.011.



This file is sealed with a digital signature.  
The seal is a guarantee for the authenticity  
of the document.

Document ID:  
FA3F83CE41DB49289858613BA060569B

Finansinntekter fra midler som opprinnelig stammer fra tidligere overskudd fra driften (NHO Reiseliv og NHO Reiseliv Servicekontor), benyttes til spesifikke prosjekter og andre kostnader til medlemmenes beste, etter styrets beslutning. Dette gjelder så vel renter fra bankinnskudd og overskudd fra investeringer.

Kontantstrømmen fra operasjonelle aktiviteter viser TNOK 48.276, hvorav resultat før skatt er på TNOK 3.537. Endringen skyldes hovedsakelig endring i kortsiktig gjeld og fordringer, knyttet til opptjening og utbetaling av leverandørbonus. Innkjøpskjeden utbetalte en ekstraordinær utbetaling av bonus i 2024, på om lag 57 millioner kroner.

Kontantstrøm fra investeringsaktiviteter viser TNOK -1.761. Dette er utbetalinger for bygging av Innkjøpskjedens nye IT-system.

Likviditetsbeholdningen pr 31.12.2025 er TNOK 208.563, en økning på TNOK 46.494 gjennom året.

Av sum eiendeler TNOK 460.156 er TNOK 447.668 omløpsmidler. Egenkapitalen utgjør TNOK 100.812 og gjeld TNOK 359.345, som i hovedsak gjelder kortsiktig gjeld til medlemmenes opptjente bonus i innkjøpsordningen. Egenkapitalandelen er 22%, samt at foreningens omløpsmidler er likvide og vesentlig større enn kortsiktig gjeld. Styret anser NHO Reiselivs finansielle stilling som god.

### **NHO Reiseliv – resultatutvikling**

Samlet resultat for 2025 utgjør TNOK 2.656, mot fjorårets resultat på TNOK 7.993.

### **NHO Reiseliv – resultatutvikling**

Samlet resultat for 2024 utgjør TNOK 7.993, mot fjorårets resultat på TNOK 7.736.

#### **NHO Reiseliv – årsresultat og disponering**

Styret foreslår følgende disponering av årets resultat:

Overført til egenkapital NHO Reiseliv Konfliktfondet	TNOK		3.543
Overført til egenkapital NHO Reiseliv	TNOK	-2.922	
Overført til egenkapital NHO Reiseliv Servicekontor	TNOK	3.479	
Overført til egenkapital NHO Reiseliv Opp/Ut-fond	TNOK	-1.215	
Overført til egenkapital NHO Reiseliv Reg. foreninger	TNOK	<u>-228</u>	
	TNOK	-887	-887
<u>Sum disponert i NHO Reiseliv</u>	TNOK		<u>2.656</u>



This file is sealed with a digital signature.  
The seal is a guarantee for the authenticity  
of the document.

Document ID:  
FA3F83CE41DB49289858613BA060569B

**Oslo, 31. desember 2025**

**09. Mars 2026**

Styret i NHO Reiseliv

Mona Jacobsen Saab  
Prestegard President  
Visepresident

Asle

André Schreiner  
Sæther Styremedlem  
Styremedlem

Gjøran

Torild Langklopp  
Thorvaldsen  
Styremedlem  
Styremedlem

Morten

Gard Haugland  
Krohn Devold Styremedlem  
Adm. direktør

Kristin



This file is sealed with a digital signature.  
The seal is a guarantee for the authenticity  
of the document.

Document ID:  
FA3F83CE41DB49289858613BA060569B