



Fire styrker for attraktive destinasjoner

Gjennom fire strategiske styrker skal **NHO Reiseliv** sikre økt medlemsverdi og politisk gjennomslag fram mot 2030. Ved å forene rollene som lagbygger og premissgiver, rigger vi næringens omdømme og fremtidige lønnsomhet.

Foto: Per Sollermann



Foto: Per Thrana



Alt henger sammen for å sikre medlemsverdi og fremtidig vekst



Foto: Simen Prestaaen, TRY



Foto: Christin Oldebråten

En framsynt tjenesteleverandør

Mens vi fortsetter å levere kjernetjenester, skal vi jobbe systematisk for å ligge i forkant av utviklingen. Å være proaktiv betyr at vi skal fange opp de store skiftene innen teknologi, bærekraft og marked, og fremskaffe felles verktøy og løsninger. I en bransje som endres raskere enn noen gang, må tilbudet til medlemmene tilpasses markedsutviklingen.

FORUPLISETTET STRATEGISKE

-  Hjelp medlemmene til å navigere i komplekse regelverk
-  Støtte medlemmene til å drive lønnsomt og effektivt
-  Veilede medlemmene om verktøy som gir bedre drift og beslutninger

En kunnskapsrik premissgiver

Ved å jobbe proaktivt og strategisk, kan vi posisjonere oss som en partner politikerne lytter til for å forstå fremtidige behov og løsninger. Målet er å forme en politisk dagsorden som ikke bare løser dagens utfordringer, men som bygger en robust og fremtidsrettet bransje, rustet for det verste og rigget for det beste.

FORUPLISETTET STRATEGISKE

-  Fremme løsninger for medlemmenes nåværende og fremtidige behov
-  Styrke den lokale og regionale politiske slagkraften
-  Alliere oss tett med NHO-fellesskapet



En raus lagbygger

Vi må både sikre en vekst i antall nye medlemmer, og en lojal og stabil medlemsbase. Vi ser og anerkjenner utfordringene til bedriftene vi ønsker å nå, og bygger et robust fellesskap å invitere dem inn i. Vi leter etter segmenter som kan gjøre oss mer representative for hele næringen, og verve målrettet derfra.

FORUPLISETTET STRATEGISKE

-  Bruke innsikt til å bygge et sterkere fellesskap
-  Skape en tydelig og engasjerende medlemsopplevelse
-  Bygge en skalerbar og vekstklar organisasjon

En engasjerende historieforteller

Vi skal eie fortellingen om norsk reiseliv for å bygge stolthet innad og respekt utad, og posisjonere næringen som samarbeidspartner, sysselsetter og investeringsobjekt. Gjennom målrettet omdømmearbeid gir vi en samlet fortelling om næringen som en motor for arbeidslivet, og kritisk i beredskap. Vi løfter frem hvordan næringen skaper attraktive destinasjoner med glede og meningsfulle opplevelser rundt det beste av norsk kultur.

FORUPLISETTET STRATEGISKE

-  Styrke troverdighet og argumentasjon gjennom innsikt og faktakunnskap
-  Arbeide for et ansvarlig reiseliv
-  Bygge allianser i og utenfor reiselivsnæringen

Innhold

Innholdsfortegnelse.....	3
Fremgangsmåte.....	4
Innledning.....	5
NHO Reiseliv mot 2030.....	6
Reiselivsnæringen i dag og i morgen.....	7
NHO Reiseliv i fremtiden.....	9
NHO Reiseliv sine overordnede mål.....	10
Strategiplakat.....	11

Fremgangsmåte

Strategien for 2027-2030 er resultatet av en omfattende innsikts- og designprosess. Metodikken har vært lagt opp for å sikre at den strategiske retningen er basert på reelle behov hos medlemmene, samtidig som den er tett koblet til NHO-fellesskapets overordnede mål.

Grunnlaget for strategien ble lagt gjennom en kvalitativ innsiktsfase. For å sikre eierskap og relevans har strategiarbeidet vært preget av bred involvering på tvers av organisasjonen:

- Det er gjennomført målrettede arbeidsmøter/verksteder med både NHO Reiselivs styre og administrasjon for å definere ambisjonsnivå og prioriteringer.
- Gjennom et eget fremsynsverksted har man utforsket fremtidige scenarioer og drivere. Dette arbeidet har vært avgjørende for å identifisere hvordan NHO Reiseliv kan innta en mer proaktiv rolle i møte med globale endringer.

- Det er gjennomført semistrukturerte dybdeintervjuer med et representativt utvalg av medlemsbedrifter, samt sentrale ansatte i NHO Reiseliv.

Dette har gitt en dypere forståelse av både de operasjonelle utfordringene i næringen og de strategiske behovene for fremtiden. Datamaterialet fra intervjuene er bearbeidet gjennom tematisk analyse for å trekke ut de viktigste satsingsområdene for den kommende perioden. Bruken av tjenstedesign som metode har sørget for at strategien tar utgangspunkt i brukeropplevelsen, altså hvordan medlemmene faktisk opplever og bruker NHO Reiseliv i hverdagen.

Innledning

Dette dokumentet presenterer NHO Reiselivs strategi for perioden 2027-2030. Strategien fungerer som organisasjonens øverste styringsdokument og setter rammene for våre prioriteringer, ressursbruk og det politiske arbeidet i de kommende fire årene.

Strategiens formål er å gi NHO Reiseliv en tydelig operativ retning. Dokumentet skal sikre at administrasjonen og styret har et felles verktøy for å fatte beslutninger som styrker medlemsbedriftenes rammevilkår og konkurransekraft. Strategien skal bidra til å realisere NHOs kjerneoppdrag om å samle, støtte og styrke næringslivet i tråd med fellesskapets målbilder for 2030.

Dokumentet gir en helhetlig oversikt over organisasjonens fundament og vei videre gjennom:

- En beskrivelse av hvordan strategien er forankret i NHO-fellesskapet og nasjonale styringsdokumenter.
- En gjennomgang av reiselivsnæringens nåværende status og de globale megatrendene som påvirker næringen frem mot 2030.
- En beskrivelse av NHO Reiselivs fremtidsvisjon og hva organisasjonen ønsker å oppnå.
- Strategiplakaten med overordnede mål og strategiske fokusområder for denne perioden.

Strategien ble vedtatt av styret i NHO Reiseliv i mars 2026 og er gjeldende for fireårsperioden 2027-2030. Hovedmålgruppene for dokumentet er NHO Reiselivs administrasjon, ansatte og tillitsvalgte og omfatter organisasjonens samlede virksomhet på sentralt og regionalt nivå. Strategien er også et viktig verktøy i vår dialog med medlemsbedrifter, politiske beslutningstakere og samarbeidspartnere.

Dokumentet avgrenses til overordnede strategiske mål og fokusområder, mens detaljerte operasjonelle tiltak håndteres i årlige handlingsplaner.

For å sikre at strategien blir et aktivt arbeidsverktøy, skal dokumentet brukes som:

- Et styringsverktøy som legges til grunn for alle overordnede prioriteringer i organisasjonen.
- Et budsjettgrunnlag som legges til grunn for budsjettarbeidet som starter høsten 2026, samt for alle påfølgende budsjettår i perioden.
- Grunnlag til operasjonalisering i form av årlige handlingsplaner for 2027-2030 for å realisere strategiens mål.

NHO Reiseliv mot 2030

NHO Reiselivs visjon, ambisjon og hovedmål ligger som våre overordnede prinsipper. Disse er ikke knyttet til én bestemt tidsperiode, men gir retning for alt vi gjør. For å fortsette å oppfylle vår hensikt og skape verdi for våre medlemmer er det avgjørende at vi er proaktive og ser fremover. I en verden som endrer seg stadig raskere, kan vi ikke bare reagere på hendelser etter at de har skjedd. Vi må forutse utviklingen slik at vi kan rigge både organisasjonen og medlemsbedriftene for fremtidens muligheter og utfordringer. Strategien for 2027-2030 er vårt verktøy for å realisere disse tidløse målene i den kommende fireårsperioden.

Som en integrert del av NHO-fellesskapet er vår strategi forankret i den sentrale strategien NHO 2030. Vi skal bidra til å realisere NHOs kjerneoppdrag om å samle, støtte og styrke norsk næringsliv ved å jobbe målrettet mot målbildene for 2030, der vi skal sikre bærekraftig vekst og politisk gjennomslag gjennom offensiv politikk, styrke det norske partssamarbeidet og tilliten til næringslivet, samt skape økt verdi for hvert medlem gjennom en moderne og slagkraftig organisasjon.

Vår strategiske retning harmonerer også med nasjonale styringsdokumenter som setter retning for reiselivet mot 2030. Gjennom den nasjonale reiselivsstrategien, «Sterke inntrykk med små avtrykk», bidrar vi til målet om at Norge skal være i front på bærekraftig verdiskaping. Videre er vårt arbeid en viktig brikke i regjeringens eksportsatsing, «Hele Norge eksporterer», som har ambisjoner om betydelig vekst i reiselivets eksportinntekter frem mot 2030. Denne strategien er også i tråd med den økte oppmerksomheten reiselivet får i de ulike partiprogrammene.

Denne strategien er en naturlig videreutvikling av arbeidet fra den forrige strategiperioden, «Skape, bygge og begeistre (2023-2026)». Vi tar med oss viktige lærdommer videre, og posisjonen som «Kommunens beste venn» forblir en sentral del av vår identitet i arbeidet med å sikre reiselivets betydning i hele landet. Samtidig representerer dette dokumentet et tydelig skifte. Der forrige periode bar preg av gjenoppbygging etter pandemien, retter vi nå blikket mot proaktiv vekst og utvikling i en reiselivsnæring som håndterer fremtidens beredskapskriser. Et hovedmål er å bygge attraktive destinasjoner over hele landet, og «doble» reiselivet gjennom å fylle ledige senger og skape et helårlig reiseliv.



Reiselivsnæringen i dag og i morgen

Reiselivsnæringen i Norge har i stor grad hentet seg inn igjen etter pandemien og er i dag på nivå med eller over nivået fra før 2020. Utviklingen drives av høy innenlands reiselyst, økt utenlandsk turisme og en svak kronekurs som har styrket Norges konkurranseevne som reisemål, ifølge Statistisk sentralbyrå og Innovasjon Norge.

Samtidig er lønnsomheten fortsatt utfordrende for deler av næringen. Høyt kostnadsnivå, store sesongvariasjoner og ujevn kapasitetsutnyttelse gjør at økt aktivitet ikke fullt ut gir tilsvarende forbedring i resultatene. Næringen er dermed i en overgang fra gjeninnhenting til en fase der videre utvikling i større grad avhenger av bedre helårsaktivitet fra utenlandske gjester, høyere verdiskaping per gjest og en mer bærekraftig håndtering av turiststrømmer.

For å lykkes med denne omstillingen, må vi forstå det globale landskapet vi opererer i. Reiselivsnæringen står overfor en rekke globale megatrender som vil definere premissene for drift, investeringer og vekst frem mot 2030. I arbeidet med denne strategien har vi analysert disse trendene og sett på hvordan de påvirker norsk reiseliv spesielt. Vi har identifisert de viktigste driverne som former både de strategiske utfordringene og mulighetsrommet for NHO Reiseliv i årene som kommer.

Demografisk utvikling

Mangel på arbeidskraft og endrede verdier hos unge utfordrer næringen. En stadig eldre befolkning stiller høyere krav til tilgjengelighet, noe som setter press på bransjen. Det er en utfordring med fraflyttingstrender i distriktene, og næringen må i økende grad tilpasse seg nye krav til fleksible liv- og arbeidsrytmer for å vinne kampen om arbeidskraften. Migrasjon og økt arbeidsinnvandring kan endre karakteren på Norge som destinasjon, og bransjen

må tilpasse seg nye krav til inkludering og språkkompetanse. Samtidig blir det viktig at eldre arbeidstakere står lenger i jobb. Tilstrekkelig tilgang til boliger i sentrum av distriktene er avgjørende for å tiltrekke og beholde kvalifisert arbeidskraft.

Teknologi og digitalisering

En raskere teknologisk utvikling, forsterket av gjennombruddet innen kunstig intelligens, revolusjonerer næringslivet. Siden enkle oppgaver automatiseres, får ansatte nye og mer utfordrende oppgaver. Gjester forventer sømløse, digitale tjenester tilpasset personlige behov som gjør reiselivshverdagen enkel. Denne utviklingen reduserer behovet for manuell arbeidskraft, men stiller høyere krav til digital kompetanse og tilgang til verktøy for å effektivisere driften. Næringen blir i større grad datadrevet, og digitale tvillinger, prediktiv analyse og sanntidsdata blir en viktig del av både utvikling og drift. Det er også stor oppmerksomhet på å integrere teknologi, spesielt KI, for å skape nye løsninger og forbedre kundeopplevelsen.



Foto: Christin Oldebraten

Klimaomstilling og bærekraft

Klimaendringene nødvendiggjør omstilling for næringslivet. Nye forventninger til bærekraftsdokumentasjon og strengere myndighetskrav vil i stor grad påvirke bransjen. Det blir økt konflikt om hvordan naturen skal brukes og av hvem. Enhver destinasjon må ha et bevisst forhold til sin tåleevne, og allemannsretten må balanseres med allemannspliktene. Håndtering av besøkstrykk gjennom tak på antall cruisegjester er i dag en aktuell problemstilling for mange destinasjoner. Reiselivsnæringen må tilpasse seg nye forbrukerpreferanser og krav til energibruk og utslipp. Ettersom varmere klima i Sør-Europa kan gi flere langtidsopphold og «coolcations» i Norge, kan det endre besøksflyten og sesongprofilen.

Geopolittikk og sikkerhet

Den globale reiselivsnæringen utfordres av økt internasjonal uro, krig i Europa, og stormaktsrivalisering. Dette svekker en regelstyrt orden og internasjonal handel, og plasserer næringslivets rolle i sikkerhet og beredskap i et nytt lys. Norges reiseliv blir i økende grad brukt for å styrke landets omdømme i en urolig verden. Hoteller, lokale bedrifter og reisemål får en ny rolle i krisehåndtering og beredskap, som infrastruktur for evakuering, matlogistikk og nødhjelp. Dette gir større krav til beredskapsplaner og opplæring av ansatte, og stiller nye krav til robusthet og forsikringer. Samtidig fører internasjonal uro til at flere velger Norge som en destinasjon med mer ro.

NHO Reiseliv i fremtiden

I fremtiden er NHO Reiseliv en anerkjent og uunnværlig kraft som sikrer en robust og bærekraftig reiselivsnæring i Norge. Vi har realisert vårt hovedmål om å samle og styrke norsk reiseliv, og vi er i dag talerør for hele reiselivet.

Vi er anerkjent for vår kritiske rolle i Norges økonomiske vekst, sosiale liv og beredskap, heller enn å primært assosieres med ferie. Medlemmer, politikere og samfunnet for øvrig har høy tillit til oss som en proaktiv og fremtidsrettet aktør.

Reiselivsnæringens bidrag til lokal stedsutvikling, levekår og arbeidsplasser i hele Norge er synliggjort på en ny måte. Vi er til stede der næringslivet og lokalsamfunn trenger det, og er en pådriver og lobbyist for å endre lovverk. Målet er å flytte turister fra uorganisert villcamping og Airbnb til betalte og organiserte plasser som drives av bedrifter og gir stabil sysselsetting.

Vi posisjonerer oss som «Kommunens beste venn» og bygger sterke allianser med myndigheter på alle nivåer for å sikre et rammeverk som favoriserer organiserte og betalte tilbud. Våre medlemmer opplever at det er enklere og mer attraktivt å være en del av næringen fordi vi sikrer gode og forutsigbare rammevilkår.

Gjennom trepartssamarbeidet arbeider vi med å forbedre status og omdømme for yrkesfagene for å vinne konkurransen om arbeidskraften. Vi arbeider for å styrke det organiserte arbeidsliv.

NHO Reiseliv er i fremtiden landets fremste kunnskaps- og kompetansepartner for reiselivsnæringen. Våre analyser og data er en sentral del av vår politiske påvirkningskraft, og vi er best på tall og analyse. Vi er en kunnskapsformidler som sprer informasjon om mulig bruk av KI og andre digitale løsninger for å skape nye løsninger og forbedre kundeopplevelsen. Våre medlemmer er utstyrt med den kunnskapen som kreves for å møte en fremtid med nye krav til rapportering, lønnsomhet og bærekraft.

I en stadig mer omskiftelig verden er NHO Reiseliv anerkjent som en sentral aktør i samfunnets totalberedskap. Vår strategi er robust og kan navigere i en verden preget av uforutsigbarhet, geopolitisk uro og klimahendelser. Vår organisasjon har bidratt til formaliserte avtaler som sikrer at næringen kan bidra med matforsyning, innlosjering og annen kritisk infrastruktur i en kriesituasjon.

Vårt fokus på medlemslojalitet har resultert i at vi har de mest fornøyde medlemmene i NHO-fellesskapet. NHO Reiseliv spiller også en sentral rolle i Norges internasjonale profilering, der vi i samarbeid med offentlige myndigheter og andre aktører markedsfører Norge som en høykvalitetsdestinasjon basert på opplevelser, godt vertskap, hoteller, gastronomi og vakker natur.

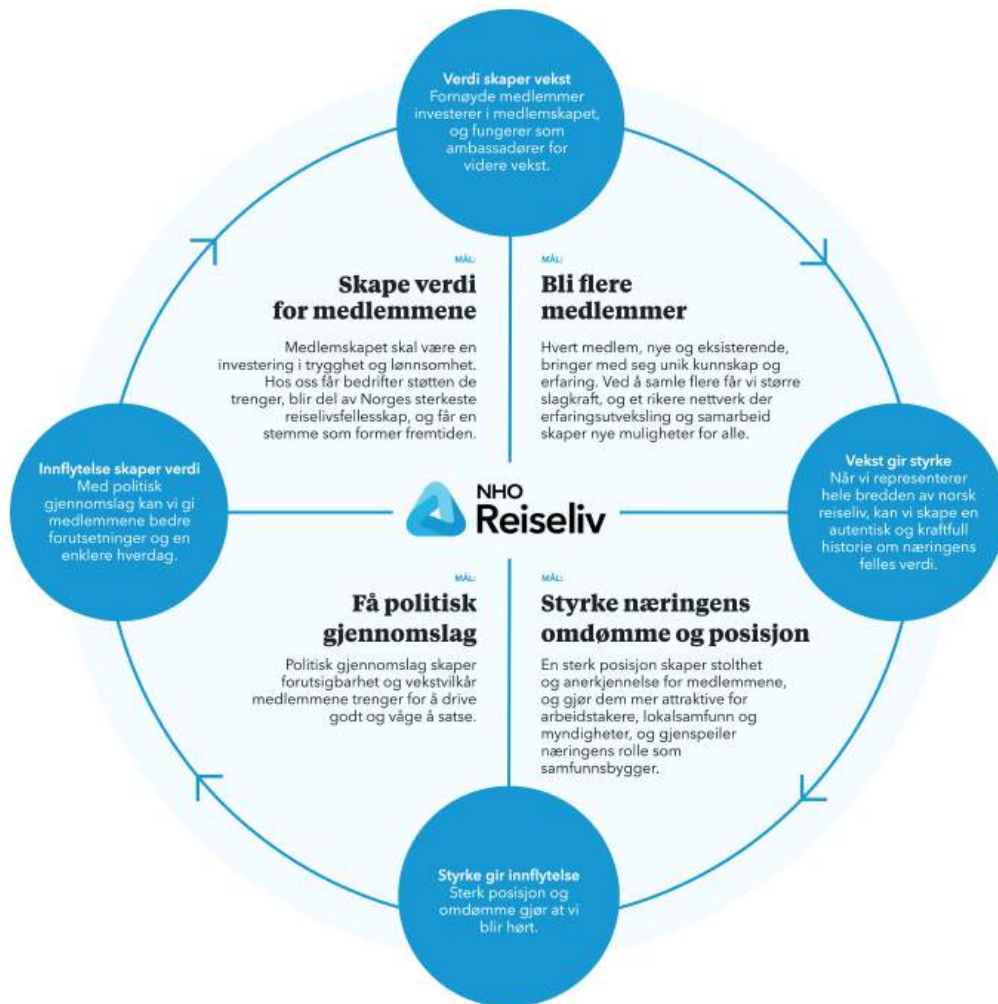
NHO Reiseliv sine overordnede mål

For å sikre at NHO Reiseliv forblir en relevant og slagkraftig organisasjon, har vi definert fire overordnede mål som står uavhengig av strategiperiode. Disse målene utgjør vårt oppdrag og beskriver rollene vi skal fylle for medlemmene og samfunnet. Vi skal:

- Skape verdi for medlemmene
- Få flere medlemmer
- Styrke næringens omdømme og posisjon
- Få politisk gjennomslag

Hovedmålene er presentert i sirkel fordi de henger uløselig sammen og forsterker hverandre: Verdi skaper vekst, vekst skaper styrke, styrke gir innflytelse og innflytelse skaper verdi.

Strategiperioden 2027–2030 handler om å forsterke disse målene og tette identifiserte gap i vår nåværende drift. For hvert av de fire hovedmålene har vi definert konkrete fokusområder som skal guide vår innsats de neste fire årene. Disse er videre detaljert i de neste sidene.



En framsynt tjenesteleverandør

Mens vi fortsetter å levere kjernetjenester, skal vi jobbe systematisk for å ligge i forkant av utviklingen. Å være proaktiv betyr at vi skal fange opp de store skiftene innen teknologi, bærekraft og marked, og fremskaffe felles verktøy og løsninger. I en bransje som endres raskere enn noen gang, må tilbudet til medlemmene tilpasses markedsutviklingen.

FOKUS I NESTE STRATEGIPERIODEN

-  Hjelp medlemmene til å navigere i komplekse regelverk
-  Støtte medlemmene til å drive lønnsomt og effektivt
-  Veilede medlemmene om verktøy som gir bedre drift og beslutninger

En kunnskapsrik premissgiver

Ved å jobbe proaktivt og strategisk, skal vi posisjonere oss som en partner politikerne lytter til for å forstå fremtidige behov og løsninger. Målet er å forme en politisk dagsorden som ikke bare løser dagens utfordringer, men som bygger en robust og fremtidsrettet bransje, rustet for det verste og rigget for det beste.

FOKUS I NESTE STRATEGIPERIODEN

-  Fremme løsninger for medlemmenes nåværende og fremtidige behov
-  Styrke den lokale og regionale politiske slagkraften
-  Alliere oss tett med NHO-fellesskapet



En raus lagbygger

Vi må både sikre en vekst i antall nye medlemmer, og en lojal og stabil medlemsbase. Vi ser og anerkjenner utfordringene til bedriftene vi ønsker å nå, og bygger et robust fellesskap å invitere dem inn i. Vi leter etter segmenter som kan gjøre oss mer representative for hele næringen, og verve målrettet derfra.

FOKUS I NESTE STRATEGIPERIODEN

-  Bruke innsikt til å bygge et sterkere fellesskap
-  Skape en tydelig og engasjerende medlemsopplevelse
-  Bygge en skalerbar og vekstklar organisasjon

En engasjerende historieforteller

Vi skal eie fortellingen om norsk reiseliv for å bygge stolthet innad og respekt utad, og posisjonere næringen som samarbeidspartner, sysselsetter og investeringsobjekt. Gjennom målrettet omdømmearbeid gir vi en samlet fortelling om næringen som en motor for arbeidslivet, og kritisk i beredskap. Vi løfter frem hvordan næringen skaper attraktive destinasjoner med glede og meningsfulle opplevelser rundt det beste av norsk kultur.

FOKUS I NESTE STRATEGIPERIODEN

-  Styrke troverdighet og argumentasjon gjennom innsikt og faktakunnskap
-  Arbeide for et ansvarlig reiseliv
-  Bygge allianser i og utenfor reiselivsnæringen

En framsynt tjenesteleverandør

Mens vi fortsetter å levere kjernetjenester, skal vi jobbe systematisk for å ligge i forkant av utviklingen. Å være proaktiv betyr at vi skal fange opp de store skiftene innen teknologi, bærekraft og marked, og fremskaffe felles verktøy og løsninger. I en bransje som endres raskere enn noen gang, må tilbudet til medlemmene tilpasses markedutviklingen.

FOKUS I NESTE STRATEGIPERIODE:



Hjelpe medlemmene til å navigere i komplekse regelverk



Støtte medlemmene til å drive lønnsomt og effektivt



Veilede medlemmene om verktøy som gir bedre drift og beslutninger



Foto: Per Sollerman

MÅL:

Skape verdi for medlemmene

Medlemskapet skal være en investering i trygghet og lønnsomhet. Hos oss får bedrifter støtten de trenger, blir del av Norges sterkeste reiselivsfellesskap, og får en stemme som former fremtiden.

En framsynt tjenesteleverandør



Hjelp medlemmene til å navigere i komplekse regelverk

NHO Reiseliv skal jobbe aktivt politisk for å adressere utfordrende lover, direktiver og unødvendig byråkrati. Vi skal være en tydelig stemme for forenkling og deregulering, slik at rammevilkårene styrker bedriftenes konkurranseevne. Gjennom våre juridiske tjenester sikrer vi medlemmene direkte rådgivning, forhandlingskraft og et velfungerende partssamarbeid i hverdagen. Vi skal også gjøre det enklere for store og små medlemmer å navigere et komplekst regelverk. Dette betyr å bidra til medlemmenes datagrunnlag og løsninger som forenkler innsamling av tall til rapportering. Videre skal vi veilede dem i å ta strategiske valg som er gode både for miljø og bunnlinje.



Støtte medlemmene til å drive lønnsomt og effektivt

NHO Reiseliv skal bygge og forvalte reiselivsnæringens viktigste kunnskapsbank. Vi vil samle, analysere og formidle markedsinnsikt og trenddata som gir medlemmene et bedre grunnlag for å ta beslutninger og som kilde til politikere og media. Samtidig skal vi styrke medlemmenes evne til å forstå og bruke egne data. Målet er å hjelpe bedriftene til å ta smartere, datadrevne beslutninger, enten det gjelder å dokumentere verdiskaping for lokalsamfunn og investorer, målrettet markedsføring mer presist eller drive en mer lønnsom og effektiv drift.



Veilede medlemmene om verktøy som gir bedre drift og beslutninger

NHO Reiseliv skal være en kunnskapsformidler innen digitalisering og ny teknologi. Vi skal bygge bro mellom de store og små ved å hente lærdom fra teknologiske foregangsbedrifter og gjøre innsikten tilgjengelig for alle. Ved å utnytte og utvikle Innkjøpskjeden, NHO Reiseliv Akademiet og Arbin skal vi veilede medlemmene våre til å velge riktig teknologi for å øke lønnsomheten. I tillegg skal vi identifisere og innhente kunnskap om nye, relevante verktøy som er tilgjengelig for bransjen. En viktig del av dette arbeidet er også å styrke medlemmenes rolle og evne i krise- og beredskapsarbeid.



MÅL:

Bli flere medlemmer

Hvert medlem, nye og eksisterende, bringer med seg unik kunnskap og erfaring. Ved å samle flere får vi større slagkraft, og et rikere nettverk der erfaringsutveksling og samarbeid skaper nye muligheter for alle.

Foto: Per Thirana

En raus lagbygger

Vi må både sikre en vekst i antall nye medlemmer, og en lojal og stabil medlemsbase. Vi ser og anerkjenner utfordringene til bedriftene vi ønsker å nå, og bygger et robust fellesskap å invitere dem inn i. Vi leter etter segmenter som kan gjøre oss mer representative for hele næringen, og verve målrettet derfra.

FOKUS I NESTE STRATEGIPERIODE:



Bruke innsikt til å bygge et sterkere fellesskap



Skape en tydelig og engasjerende medlemsopplevelse



Bygge en skalerbar og vekstklar organisasjon

En raus lagbygger



Bruke innsikt til å bygge et sterkere fellesskap

NHO Reiseliv skal jobbe medlemsorientert og innsiktsdrevet for å forstå behovene til reiselivsnæringen. For verving betyr dette at vi blant annet bruker data til å kartlegge markedet, identifisere potensielle medlemmer og forstå barrierer for medlemskap. For eksisterende medlemmer innebærer dette at vi anerkjenner at ulike segmenter har ulike kritiske behov. Vår oppgave er å identifisere de reelle utfordringene som påvirker lønnsomheten og overlevelsessevne. Denne innsikten skal vi bruke til å revidere våre tjenester for å levere målrettet og relevant hjelp der det trengs mest for å sikre vekst og lønnsomhet i næringen.



Skape en tydelig og engasjerende medlemsopplevelse

Vi skal gjøre verdien av et medlemskap overbevisende og synlig gjennom hele medlemsreisen. Det starter lenge før innmelding, med målrettet synlighet i kanalene der potensielle medlemmer er. For nye medlemmer skal vi sammen med NHO sikre en profesjonell onboarding som gjør at de raskt forstår og tar i bruk alle fordeler. Vi skal aktivt og jevnlig formidle hvilke verktøy og tilbud de har tilgang til. Ved vår kommunikasjon sikrer vi at alle medlemmer kjenner til og benytter seg av tilbudene, og jevnlig blir minnet på verdien av et fellesskap som sikrer lønnsomhet og forutsigbarhet.



Bygge en skalerbar og vekstklar organisasjon

Vekst skal styrke, ikke svekke, verdien for våre eksisterende medlemmer. Samtidig som vi vokser sentralt, skal det bransjerettede arbeidet styrkes med målrettet innsats for de særskilte bransjene. Derfor skal NHO Reiseliv videreutvikle interne prosesser, systemer og kompetanser for å håndtere en større medlemsmasse på en effektiv og bærekraftig måte. Vi skal systematisk identifisere forbedringsområder i organisasjonen for å sikre maksimalt samarbeid og styrke vår evne til å levere den verdien vi lover. Fundamentet for dette er en samkjørt organisasjon der alle forstår og jobber mot de samme målene.

MÅL:

Styrke næringens omdømme og posisjon

En sterk posisjon skaper stolthet og anerkjennelse for medlemmene, og gjør dem mer attraktive for arbeidstakere, lokalsamfunn og myndigheter, og gjenspeiler næringens rolle som samfunnsbygger.



Foto: Christin Oldebraten

En engasjerende historieforteller

Vi skal eie fortellingen om norsk reiseliv for å bygge stolthet innad og respekt utad, og posisjonere næringen som samarbeidspartner, sysselsetter og investeringsobjekt. Gjennom målrettet omdømmearbeid gir vi en samlande fortelling om næringen som en motor for bolyst, arena for mangfold, inngang til arbeidslivet, og kritisk i beredskap. Vi løfter frem hvordan næringen skaper attraktive destinasjoner med glede og meningsfulle opplevelser rundt det beste av norsk kultur.

FOKUS I NESTE STRATEGIPERIODE:



Styrke troverdighet og argumentasjon gjennom innsikt og faktakunnskap



Arbeide for et ansvarlig reiseliv



Bygge allianser i og utenfor reiselivsnæringen

En engasjerende historieforteller



Bygge allianser i og utenfor reiselivsnæringen

For å styrke vår relevans og posisjon, skal vi bygge strategiske partnerskap med sentrale aktører i norsk samfunn. Nettopp fordi vår bransje favner om alle, fra unge og eldre til de med utenlandsk bakgrunn, med arbeidsplasser fra ufaglærte til stillinger som krever høyere utdanning, er vi en unik og nødvendig partner. Vi skal derfor samarbeide tettere med aktører i andre næringer, kultursektoren, academia og NAV for å identifisere felles agendaer og løsninger. Slike partnerskap forsterker en samkjørt stemme, gir tyngde til fortellingen om vår verdiskaping, og øker muligheten for at reiselivets perspektiv blir en integrert del av de store samfunnsdebattene.



Arbeide for et ansvarlig reiseliv

Vi skal ta en ledende rolle i debatten om besøksforvaltning og fremme en tilnærming som skaper et besøkstrykk innenfor tålegrensene og beskytter innbyggere og naturen. I dette ligger også et ansvar for at reiselivet er en involvert og aktiv del av landets totalforsvar og beredskap. Samtidig skal vi vise at næringen er et attraktivt og seriøst karrierevalg, og bidra til å styrke det organiserte arbeidsliv. Dette gjør vi både ved å jobbe for bedre vilkår for utdanning i yrkesfagene, og ved å kjempe for å øke kompetansen hos de som allerede er ansatt. Dette vil samlet sett bidra til et bærekraftig reiseliv hvor vi bygger vi tillit og et omdømme basert på ansvar for både lokalsamfunn, egne ansatte, og natur.



Styrke troverdighet og argumentasjon gjennom innsikt og faktakunnskap

Ved å systematisk bruke innsikt og data, skal vi underbygge våre budskap med fakta om verdiskaping, ringvirkninger og sysselsetting. Denne innsikten skal vi også aktivt dele og tilgjengeliggjøre for medlemmene, slik at de kan bruke den i sin egen kommunikasjon. Vi skal derfor samarbeide med medlemmene med å jobbe proaktivt med redaksjonene for å gi dem kunnskap om næringen. Målet er å bygge en troverdighet som gjør at vi setter premissene for dagsordenen om reiselivet i media.

En kunnskapsrik premissgiver

Ved å jobbe proaktivt og strategisk, skal vi posisjonere oss som en partner politikerne lytter til for å forstå fremtidige behov og løsninger. Målet er å forme en politisk dagsorden som ikke bare løser dagens utfordringer, men som bygger en robust og fremtidsrettet bransje, rustet for det verste og rigget for det beste.

FOKUS I NESTE STRATEGIPERIODE:



Fremme løsninger for medlemmenes nåværende og fremtidige behov



Styrke den lokale og regionale politiske slagkraften



Alliere oss tett med NHO-fellesskapet



MÅL:

Få politisk gjennomslag

Politisk gjennomslag skaper forutsigbarhet og vekstvilkår medlemmene trenger for å drive godt og våge å satse.

Foto: Simen Prestaasen, TRY

En kunnskapsrik premissgiver



Fremme løsninger for medlemmenes nåværende og fremtidige behov

Vi skal ikke bare peke på problemer, men arbeide for konkrete og kunnskapsbaserte nasjonale løsningsforslag. Dette gjelder både løsninger på dagens utfordringer og forslag til hvordan rammevilkår kan forbedres for å øke lønnsomheten og eksportandelen, og stimulere til innovasjon, digitalisering og bærekraftige investeringer. NHO Reiseliv skal tydelig vise politikerne hvor de største problemområdene og hindringene for næringen ligger, spesielt knyttet til skatt, avgifter, lover og regler. Vi skal hjelpe medlemmene med å få tilgang til rett kompetanse og relevant arbeidskraft, både nasjonal og internasjonal.



Styrke den lokale og regionale politiske slagkraften

Vi skal fortsette å jobbe aktivt politisk på nasjonalt nivå, men mange viktige rammevilkårene for medlemmene bestemmes lokalt og regionalt. Vår strategi er derfor todelt: Vi skal bygge opp under engasjementet hos våre lokale medlemmer, og samtidig styrke den politiske kompetansen ved NHOs regionkontorer. En samlet medlemsmasse gir regionkontorene den unike tyngden og legitimiteten de trenger for å bli maktfaktorer i sine områder. Dette bygger vi videre på ved å forsterke rollen som «kommunens beste venn». Slik sikrer vi at medlemmenes interesser blir ivaretatt i saker som arealplanlegging, skjenkepolitikk, avgiftsnivå, lokal besøksforvaltning og at reiselivsnæringen blir en selvsagt del av kommunens beredskapsplaner.



Alliere oss tett med NHO-fellesskapet

Vi skal øke vår politiske tyngde ved å utnytte bredden i hele NHO-systemet mer strategisk. Mange av reiselivets politiske utfordringer, som skatt, reguleringer og byråkrati, deles av andre i NHO-familien. Vi skal derfor jobbe tett med NHO sentralt og andre landsforeninger for å identifisere og fronte felles politiske saker. Dette gjelder særlig de med stor lokal tilstedeværelse. Ved å koordinere våre innspill og stå samlet, øker vi kraften bak kravene våre og sikrer større politisk gjennomslag.