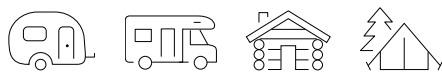




# Camping

Årsrapport for utvikling, trender og muligheter i campingnæringen



# Leder

Reisen med den nasjonale klyngen for campingnæringen er en fantastisk reise. For noen år siden var jeg på reise i Sør-Afrika sammen med Einar Lunde, som for mange kjent som nyhetsanker i Dagsrevyen gjennom flere ti-år. På reisen i Cape Town snakket han mye om den afrikanske storfamilien hvor samhold, det å dele kunnskap og ikke minst ta ansvar for hverandre var viktige kjennetegn. Og det er nettopp slik den nasjonale klyngen for campingnæringen fungerer. Campingfamilien som deler kunnskap med hverandre, og som løfter hverandre opp.

Det å ta et ansvar for hverandre og for en hel bransje er noe som kjenner seg campingklyngen. Under koronaepidemien har både bedriftene i klyngen, men også resten av campingnæringen lagt seg i selene for å holde et tilbud tilgjengelig for publikum. Til tross for pandemien har mange gjester kunnet nyte noen gode og velfortjente feriedager med godt smittevern. Den 25. september 2021 ble en gledens dag. Norge fjernet alle restriksjoner og vi skal etter 565 dager med restriksjoner etterhvert tilbake til normal drift.

Det norske markedet har under pandemien vist seg å være et svært viktig marked for store deler av campingnæringen. Dagens reiselivstrender, som interesse for naturaktiviteter, bil- eller bobilferie mv. gir gode muligheter for campingbransjen også fra det europeiske markedet når det ikke lenger er internasjonale reiserestriksjoner.

Det er gledelig at Innovasjon Norge har besluttet å bidra økonomisk til klyngens prosjektaktiviteter innenfor bærekraft/grønn omstilling, kvalitetsheving og digitalisering. Dette vil bidra til nye markedsmuligheter og økt vekst for campingnæringen. Det skal i kommende år iverksettes ulike markedsundersøkelser, kompetansetiltak mv. Dette for å forsterke arbeidet med en bærekraftig utvikling av campingnæringen. Samtidig skal den gode og personlige vertskapsrollen som er et særpreg ved næringen videreutvikles. Ingen teknologi kan heldigvis erstatte kontakten med ekte mennesker som byr på seg selv.

Vi vil også se på mulighetene for et mere målrettet samarbeid med landbruket for å se på hvordan vi bedre kan utnytte kulturlandskap og lokal mat i utvikling av campingnæringen. Det vil bidra til å forsterke campingnæringen som en viktig næring for å opprettholde og videreutvikle næringslivet i distriktene.

Et annet tiltak som blir realisert av klyngen er arbeidet for å løfte campingnæringen i Troms og Finnmark. Klyngen har tatt initiativ til å etablere et bedriftsnettverk for campingnæringen i landsdelen som skal bidra til å øke forståelsen og kunnskapen om markedsbehovene og mulige produkt- og konsepttiltak for næringen i denne viktige landsdelen for norsk reiseliv. Vi håper det vil være et godt bidrag for å løfte næringen både produkt- og kvalitetsmessig.

Derfor har vi valgt å legge den årlige campingkonferansen til Alta i oktober 2021. Her skal bedrifter i den nordligste landsdelen møte bedrifter som har drevet klyngesamarbeid over mange år. Vi håper og tror det vil bygge et godt nasjonalt nettverk som vil være til glede for den enkelte bedrift, campingnæringen, den øvrige reiselivsnæringen og ikke minst for samfunnet i form av omsetning, servicetilbud og verdifulle arbeidsplasser.

*Campingfamilien arbeider målrettet videre!*

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



# Innhold

|                                                |       |
|------------------------------------------------|-------|
| Leder.....                                     | 2     |
| NHO Reiseliv.....                              | 3     |
| Statistikk vintersesongen 2021.....            | 4     |
| Statistikk - juli 2021 .....                   | 5     |
| Hilsen fra Sandvika camping .....              | 7     |
| Campinggjest på Steinvik camping ..            | 7     |
| MC som målgruppe for camping.....              | 8     |
| Camping for ungdommen .....                    | 9     |
| Statistikk - antall campingplasser .           | 10    |
| Statistikk - gjestedøgn 2020 .....             | 11    |
| Statistikk - overnattingsmåte .....            | 12    |
| Statistikk - nasjonalitet .....                | 13    |
| Topcamp utvider .....                          | 15    |
| Campingplassene er viktige<br>for Valdres..... | 16-17 |
| Karasjok Camping.....                          | 18-19 |
| Nøkkeltall.....                                | 20-21 |
| Valsøya Fjordcamping .....                     | 22-23 |
| Kristiansand Feriesenter .....                 | 24-25 |
| Det året de fleste ferierte i Norge ....       | 27    |
| Nye brannkrav for<br>campingplasser .....      | 28    |
| Nasjonal klynge<br>for campingnæringen .....   | 29    |
| Smånytt fra bransjen .....                     | 30-31 |

## Camping

*Årsrapport for utvikling og trender  
i campingnæringen*

Årgang 8-2021

### 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

Topcamp Havblikk - Helgeland  
Foto: Travitude/Ingvild Bergaplass



HALLINGDAL FERIEPARK

Foto: NHO Reiseliv/Per Sollermann

# Campingåret 2021 – rekordåret

2020 var et kriseår for de fleste bransjer i reiselivet, med unntak av campingnæringen som hadde et solid oppsving.

I år har trenden fortsatt i samme retning, og sommeren 2021 ble enda en jubelsesong for norske campingplasser. Ifølge SSBs overnattingsstatistikk, ble det i juli for første gang noensinne gjennomført 3 millioner overnattinger på campingplasser i én og samme måned. Det er en imponerende rekord som vitner om at campingnæringen i år stilte godt forberedt på en ny normal.

Mange campingplasser har, også i år, nærmest utelukkende hatt besøk av nordmenn, selv om utenlandske gjester begynte å komme tilbake mot slutten av sommeren. For mange i næringen har nordmenn overrasket positivt i koronatiden. En campingeier på Vestlandet beskrev nylig nordmenn som drømmegjester fordi de legger igjen mer penger enn utenlandske gjester, som ofte har med veldig mye proviant selv: «Vi har aldri solgt så mye mat og drikke til gjestene, og i tillegg melder bønder og butikker i området om et veldig godt år som følge av turismen», sa han. Reiselivet skaper aktivitet, bolyst, puls og skattekroner både i bygd og by, og fremover blir det viktig å illustrere de positive ringvirkningene for lokalsamfunnet til både nasjonale og lokale politikere.

Nettopp fordi campingnæringen

er kommunens beste venn er det lite hensiktsmessig for den samme kommunen å konkurrere med næringen. Kommunale bobilplasser popper likevel opp flere steder i landet. Disse bør legges ut på anbud og drives av campingbedriftene, men hvis dette ikke skjer, må de i det minste følge de samme kravene til sikkerhet og rapportering som næringen ellers. Hvis ikke drives konkurransen mellom kommunen og næringslivet på ulike vilkår.

2021 har vært et år der nye regler for brannsikkerhet har opptatt næringen. 1. januar 2022 trer nemlig nye regler for camping og brannsikkerhet i kraft. Da blir det blant annet innført én mer helhetlig kategori for hva som omfatter en campingenhet, som vil rydde opp i en del forvirring rundt om i kommune-Norge. I tillegg kommer det ett felles avstandskrav for alle enheter, og en parsellinndeling og etablering av branngater for å kunne bedre hindre brannspredning og sikre tilgang for brannvesenet og andre nødetater. Målet med regelendringene har vært å forenkle og sikre lik oppfølging. På et overordnet nivå er NHO Reiseliv fornøyd med denne tilnærmingen, men vi ønsker enkelte presiseringer i regelverket, blant annet rundt døgngjester, for å sikre at det fungerer optimalt. I tillegg har det vært spesielt viktig for NHO Reiseliv at regelverket ikke har tilbakevirkende kraft og at man får på plass et enklere regelverk å praktisere, som sikrer størst mulig grad av likebehandling av aktørene i bransjen.

Det er fantastisk flott for næringen at vi i 2021 har så mange gjester på norske campingplasser. Det gir mange nyttige erfaringer som vi kan bygge videre på i tiden som kommer. Å fortsette digitaliseringen av næringen er et viktig steg for å ivareta spesielt de norske gjestene, som forventer digitale løsninger når de skal på ferie. Vi ser frem til nok et spennende år for norske campingplasser og håper på enda flere gjester fremover.

JAN-HENRIK LARSEN,  
avdelingsleder  
camping  
NHO Reiseliv

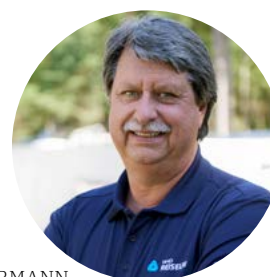
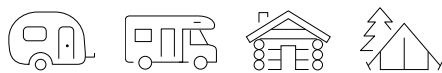


Foto: PER SOLLERMANN



# Campingovernattinger i vintersesongen 2021

Nedgang for hytte og vogn, men økning for sesongcamping og bobil.

Overnattingstallene for perioden januar-april 2021 er noe preget av koronapandemien. Med tilnærmet stengte grenser, var det svært få utenlandske overnatningsdøgn vinteren 2021. Det var også i store deler av perioden oppfordring om å begrense unødvendige fritidsreiser innenlands. Men overnattingstallene ble likevel bedre enn fryktet. Det var 635 000 overnattinger ved norske campingplasser i månedene januar-april 2021.

Overnattingstallene for perioden januar-april 2021

økte med 53,4 prosent sammenlignet med samme periode i 2020. Men sammenlignet med samme periode i 2019 var det en nedgang på 4,8 prosent.

Nordmenn er det største markedet om vinteren, også i et normalår. I 2019 utgjorde overnattinger fra utenlandske markeder 12,1 prosent. I 2021 var andelen kun 3,8 prosent. Det betyr at nær «alle» overnattingene på campingplasser vinteren 2021 var fra det norske markedet.

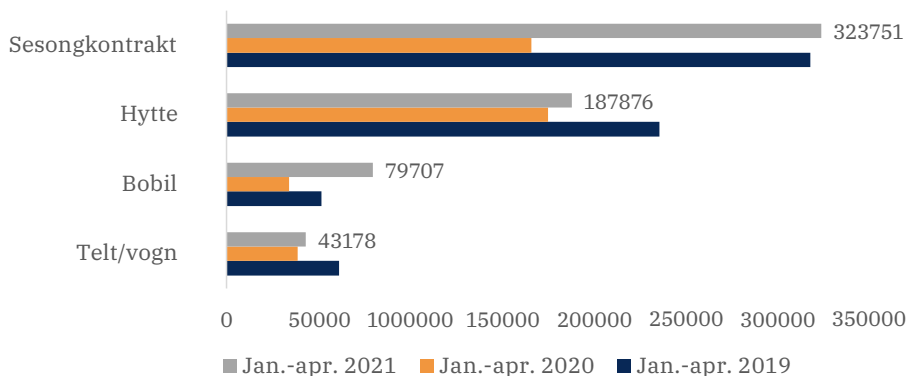
## Antall overnattinger fordelt på overnatningsmåte

Januar–april, år 2019–2021

Vel halvparten (51 prosent) av alle overnattingene vinteren 2021 var fra gjester med sesongkontrakt. Overnattinger fra dette markedet økte med 1,8 prosent fra vintersesongen 2019.

I perioden januar–april 2021 var det ca. 80 000 overnattinger med bobil. Det er en vekst på hele 54,5 prosent sammenlignet med samme periode i «normalåret» 2019.

Overnattinger i hytter er den nest største overnatningsformen for vintercamping, med 188 000 overnattinger vintersesongen 2021. Overnattinger i hytte hadde en nedgang på 20,3 prosent vinteren 2021



sammenlignet med vinteren 2019.

Det er færrest overnattinger i telt/vogn (uten sesongkontrakt) om vinteren. Med 43 000 overnattinger for

denne overnatningsformen var det en nedgang på 29,4 prosent sammenlignet med vinteren 2019.

## Gjestedøgn fordelt på fylker

| Fylke                | Antall overnattinger perioden jan.-apr. 2021 | Endring fra samme periode 2019 (antall og prosent) |
|----------------------|----------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| Viken                | 98 436                                       | - 10 428 (-9,6 %)                                  |
| Oslo                 | 6 046                                        | -22 265 (-78,6 %)                                  |
| Innlandet            | 159 214                                      | -11 618 (-6,8 %)                                   |
| Vestfold og Telemark | 47 633                                       | 1 906 (4,2 %)                                      |
| Agder                | 57 691                                       | 18 955 (48,9 %)                                    |
| Rogaland             | 44 203                                       | 13 429 (43,6 %)                                    |
| Vestland             | 75 402                                       | 3 338 (4,6 %)                                      |
| Møre og Romsdal      | 26 818                                       | -1 064 (-3,8 %)                                    |
| Trøndelag            | 49 010                                       | -22 517 (-31,5 %)                                  |
| Nordland             | 33 928                                       | -3 757 (-10,0 %)                                   |
| Troms og Finnmark    | 36 131                                       | 882 (2,5 %)                                        |

Innlandet (tidligere Oppland og Hedmark) er det største vintercampingfylket med 159 000 gjestedøgn i perioden januar–april 2021. Deretter følger Viken (tidligere Buskerud, Østfold og Akershus) med 98 000 gjestedøgn, og Vestland (tidligere

Sogn og Fjordane og Hordaland) med 75 000 gjestedøgn.

Agder med 58 000 overnattinger og Rogaland med 44 000 overnattinger har hatt stor økning vinteren 2021 (44-49 prosent) sammenlignet med vinteren 2019. I tillegg har

Vestland, Vestfold og Telemark samt Troms og Finnmark hatt noe økning i samme periode.

Størst nedgang i perioden hadde Trøndelag og Oslo.

Tallene er hentet fra (ssb.no).



# Svært gode juli-tall for camping-Norge

Aldri før har så mange nordmenn overnattet på campingplasser i Norge i juli måned. Overnattingstallene for juli 2021 slo tidligere års rekordtall for juli.

## VEKST FRA NORDMENN

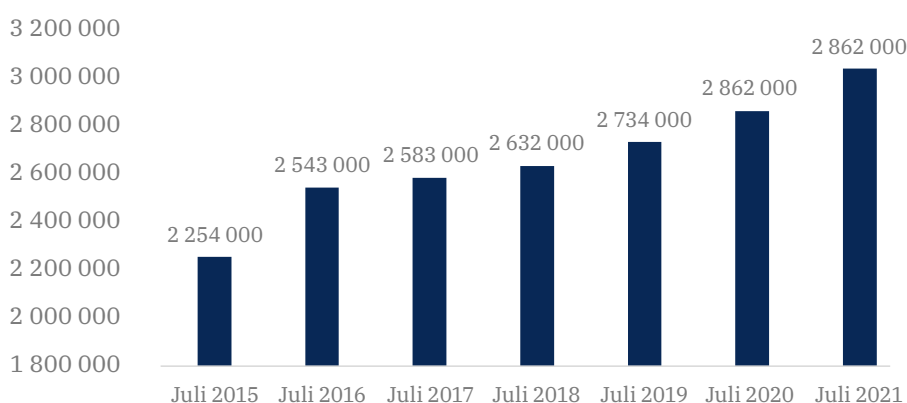
Det ble registrert vel 3 millioner overnattinger ved norske campingplasser i juli 2021. Dette er en økning på 6,1 prosent fra samme måned i 2020, og en økning på 11,1 prosent fra 2019. Det har vært en jevn vekst i campingovernattinger for juli måned siden 2015.

Både i 2021 og 2020 var det nordmenn som sørget for veksten. Nordmenn stod for 92,3 prosent av alle overnattingene i juli, det vil si 2,8 millioner overnattinger.

## UTENLANDSKE GJESTEDØGN

De utenlandske gjestedøgnene økte med 18,6 prosent i juli 2021 sammenlignet med samme måned året før. Det er likevel en stor nedgang fra juli 2019 (71,7 prosent). Tyskland var det største utenlandske markedet i juli

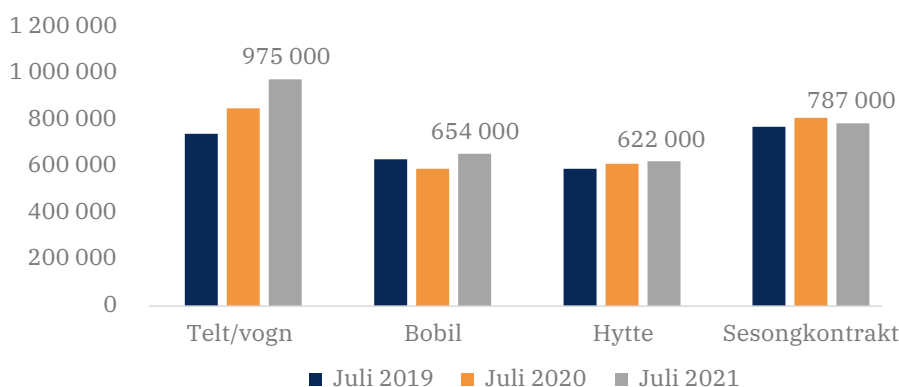
Antall campingovernattinger i juli måned  
2015-2021 for hele landet



med 105 000 overnattinger. Dette er en økning på 111,7 prosent fra samme måned i 2020, men en nedgang på 65,6 prosent fra juli 2019. Nederland med 22 200 gjestedøgn og Sverige

med 21 900 gjestedøgn var de nest største markedene. Deretter fulgte Danmark med 17 800 gjestedøgn og Finland med 17 700 gjestedøgn.

## Overnattingsmåte for juli 2019–2021



## OVERNATTINGSMÅTE

Det ble foretatt flest overnattinger i telt og vogn, med 975 000 gjestedøgn. Dette utgjør 32,1 prosent av totale overnattingdøgn på campingplasser i juli 2021. Nest flest overnattinger var det fra de som har sesongkontrakt. Denne gruppen stod for 25,9 prosent av campingovernattingene. Det ble registrert 655 000 overnattinger i bobil og 622 000 overnattinger i campinghytter.

Det er økning i alle overnattingformene for døgntrafikk i juli 2021 sammenlignet med samme måned i 2020. Telt/vogn hadde en økning på 14,6 prosent og bobil med 10,9 prosent i perioden. Det er en nedgang

på 2,8 prosent for overnatting med sesongkontrakt.

Hvis en sammenligner juli 2021 med juli 2019 er det økning for alle overnattingstyper. Telt/vogn hadde en vekst på hele 31,7 prosent, mens campinghytter hadde en vekst på 5,4 prosent. Bobil økte med 3,7 prosent og sesongkontrakt med 1,9 prosent.

## FYLKESVISE OVERNATTINGER

Vestfold og Telemark var fylket med flest overnattinger i juli 2021 (som i juli 2020), med 544 000 overnattinger. Dette er en nedgang på 1,6 prosent fra juli 2020.

Innlandet er det nest største campingfylket i juli med 488 000

overnattinger. Dette er en økning på 17,8 prosent mot samme periode året før. Agder, som er det tredje største campingfylket i juli med 412 000 gjestedøgn, hadde en økning på 14,9 prosent mot juli året før.

Alle fylker, med unntak av Viken og Nordland, har hatt vekst i antall gjestedøgn i juli 2021 sammenlignet med juli 2020. Alle fylker, med unntak av Nordland, har hatt økning i telt og vogn. Og alle fylker, med unntak av Viken, har hatt vekst i bobilovernattinger.

Tall for Oslo og Troms og Finnmark publiseres ikke for juli, så utviklingen i disse fylkene er ukjent.

## STATISTIKK FOR HELE SOMMEREN

Med 4,2 millioner overnattinger i de to sommermånedene juni og juli, er det en vekst på 6,1 prosent sammenlignet med juni og juli 2020. Størst var veksten for telt/vogn og bobil med henholdsvis 14,6 prosent og 10,9 prosent.

For månedene mai-juli var veksten på 11,1 prosent i 2021 sammenlignet med samme periode året før.

Statistikk for august var ikke klar da denne årsrapporten ble publisert.

Tallgrunnlaget er hentet fra ssb.no.



# WIFI FOR CAMPING

Forventninger og krav til nettverket øker stadig, også for campinggjestene dine. Har du kanskje hatt gjester som var misfornøyde med ditt WiFi i sommer? **Dette kan du endre på!**

Vi tilbyr profesjonelle og stabile løsninger, basert på dine behov. Og, vi har en egen avdeling med teknikere som tar seg av både installasjon, service og support.



Helhetlig  
nettløsning



Skybasert



Pålitelig  
og sikker



I henhold til  
PCI & GDPR



# Hilsen fra Sandviken Camping

Noen ord om sommeren som har vært, fra driverne på Sandviken Camping.



## PUSSET OPP HYTTTER

Denne vinteren har vi pusset opp alle hyttene innvendig. Vi har kastet ut køyesengene og erstattet de med dobbeltseng.

For hvem er våre gjester? Det er gjerne familier, gode venner og kjærestepar. I år har vi også redd opp sengene på alle overnattingsenheter vi leier ut, ikke bare på glamping. Det gjør renholdsarbeidet tyngre, men det er det verdt. Hyttene blir så mye mer delikate og vi kan ta en bedre pris.

Vi har også innredet hyttene med lyslenke, spill, radio, nytt servise (som er likt på alle hytter), pynteputer, led lys m.m. (Hyttene ser like fine ut nå i høst som før sommeren. Ingenting er stjålet, vel bortsett fra

noen NorgesGlass.)

Vi har også oppgradert gjestekjøkkenet med flere skap, mer servise, nye gardiner og nye møbler. Vi har også fått på plass et enda bedre kildesorteringssystem på kjøkkenet hvor vi har beholdere for plastikk, papp/papir, glass og metall, samt restavfall.

## ANDRE NYHETER

I fjor fikk vi også installert ladestasjon for type 2, som har vært veldig mye i bruk i sommer. Saunatønna vår er også veldig populær, og det samme er minigolfbanen. Vi har fått hjelp av en lokal minigolfentusiast som smeller i gang mesterskap i minigolf i høst. Det blir moro.

Nytt i vår kafé, som også er nyinnredet, er at vi i år skaffet oss tappe-

tårn. Vi har aldri solgt så mye øl noen gang! Så moro!

## INNSAMLINGSAKSJON

Vi må også fortelle om en innsamlingsaksjon som skjedde nå i sommer. En dame kunne tenke seg vanntrampoline, for på Norsjø Ferieland der de hadde campingvogna stående før, var det en sånn. Til stor glede for hele familien. Vi ble enige om at dersom hun skaffet pengene, skulle vi kjøpe en inn.

På under en måned hadde 132 bidragsytere gitt over 50 000 kroner! Dette er kjærlighet! En stor takk til lokalbefolkningen som trives med å være her. Vi er helt beæret!

Ellers har sommeren gått bra. Noen færre gjester enn i 2020, da vi har fjernet noen plasser. I år har vi hatt nok varmt vann også på sene julkvelder, og vi er kjempefornøyde med det. Sparedusj, trykkdusj og noen færre gjester er nok grunnen til det.

Vi gleder oss til campingkonferansen i Alta og vi håper å møte mange av dere der!

*Hilsen driverne  
Christiane og Annette*

# Campinggjest på Steinvik Camping

På Steinvik Camping i Moelv møter vi Grethe Øverli. Hun og ektemannen Vidar trives godt på denne idylliske plassen helt inntil Mjøsa.

Grethe har selv vokst opp i Moelv, og det er derfor hun kommer tilbake hit, år etter år. – Nå har vi hatt fast plass her i 5 år, forteller Grethe. Hun forteller at de i sommer har vært hele 80 døgn på campingplassen. Selv om de også er her noe på vinteren, blir Steinvik Camping mest besøkt på sommeren.

Grethe og ektemannen bor i Alvdal, og de forteller at de også har brukt Steinvik til hjemmekontor under pandemien. Selv om ekteparet reiser mindre utenlands enn før, kan ikke koronapandemien ta all skylden for det. De forteller at de også tidligere var like mye på camping gjennom året som nå.



Grethe og Vidar med hunden Ailo.

Det har vært spesielt viktig for folk gjennom den siste tida å føle seg trygg på ferie. Grethe er godt fornøyd med rutinene på sanitæranlegget på Steinvik, og synes ting fungerer bra. De føler seg godt mottatt av vertskapet og de andre gjestene på Steinvik. – Det beste med denne campingen, er at den ligger veldig sentralt og at den er tilrettelagt for unger. Det er godt når barnebarna kommer på besøk. Mjøsa glitrer mot oss, forteller Grethe. Det er mye kos og avslapping på camping, og en vanlig dag her består av mye utetid og fine turområder.

– Området har masse å by på. Det er masse kultur med museer og nærhet til Mjøshyene. Vi har vært på besøk på Prøysenhuset, Maihaugen, Lekeland og Sjusjøen, avslutter hun.



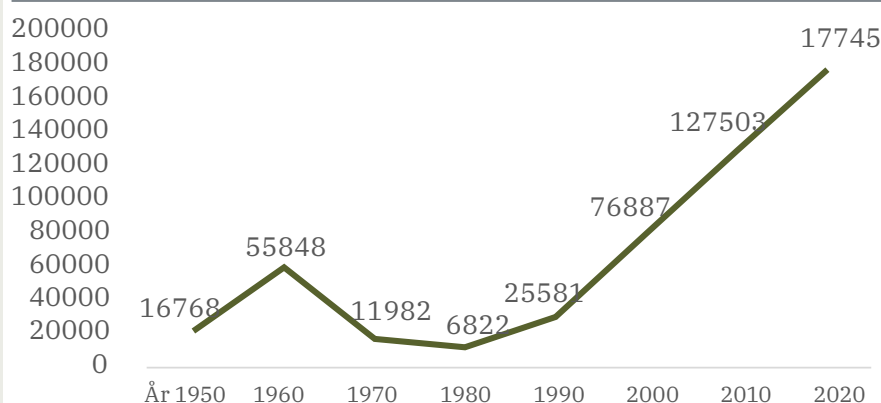
# MC som målgruppe for camping

Det er registrert 177 000 tunge motorsykler i Norge i dag. Dette er et marked i vekst, og det kan være et stort potensial for campingbransjen å satse på motorsyklister.

Foto: Bjørn-Magne Broen, Adventure MC Tours of Norway



Antall registrerte tunge motorsykler i Norge, år 1950–2020



## TURER SOM SELGER

Motorsyklister på tur ønsker gjerne svingete veier og flott natur som vi har mye av i Norge. Derfor er Norge et populært land for MC-turer, både i det norske og internasjonale markedet.

De fleste motorsyklister velger kjente destinasjoner og nasjonale turistveier, men det er flere og flere som interesserer seg mer for selve kjøreopplevelsen og det å komme seg vekk fra masseturismen. Denne målgruppen kan være spesielt interessant for campingplassene.

Den typiske MC-sesongen starter i april og går frem til oktober.

Det er marked både for den såkalte baseturisten og for rundreiseturisten.

– Det er helt ok å bo 2-3 netter på samme sted, så lenge man kan kjøre ulike ruter hver dag, forteller Bjørn-

Magne Broen i Adventure MC Tours of Norway. Fordelen med dette er at man slipper å frakte bagasje, og man vet hvor man skal sove. Da slipper man også å organisere flere bestillinger og maset om å rekke frem innen en viss tid.

– Våre «Ride Light-turer» har base på vår egen gård med ulike dagsturer 5 dager i strekk. Dette kunne like gjerne vært fra en campingplass dersom det er mulig å kjøre ulike ruter hver dag. Ingen liker jo å kjøre eksakt samme steder flere dager på rad, forteller Broen.

Når man kjører fra sted til sted er de fleste opptatt av å ha et bestemt mål for dagen. Derfor kan tilbud om bestemte dagsruter med en fastlagt destinasjon ha noe for seg, mener Broen. Fordelen med dette er at man får se

mer av Norge og kan glede seg til nye destinasjoner hver dag.

Adventure MC Tours of Norway har siden 2014 tilbudt MC-turer rundt om i Norge, både guidede turer og turopplegg for kjøring på egenhånd. Bjørn-Magne Broen er eier og daglig leder i selskapet. Bedriften arrangerer helgetreff og turer med varighet fra 1-9 dager. Selskapet selger også ferdiglagde ruter etter ønske fra kunder som vil kjøre på egenhånd. I tillegg tilbys kjøreopplæringskurs for de som vil kjøre mer på grusveier.

## MÅLGRUPPEN

– Etterspørselen etter motorsykkelturer i årene fremover tror jeg vil holde seg stabilt høy, sier Broen. Norge er et fantastisk MC-land, både for nordmenn og utlendinger.

De fleste kundene til Adventure MC Tours of Norway er menn i alderen 40-60 år. – Jeg tror en del eldre har tatt opp igjen MC-interessen nå under koronaen, mener Broen.

I år og i fjor er det et økende antall nordmenn som har feriert på motorsykkel i eget land. Under koronatiden har de fleste kjørt på egenhånd, da organiserte turer hvor fremmede skal samles ikke har vært lov.

## HVORDAN KAN CAMPINGPLASSENE TILRETTELEGGE FOR MC-FØRERE

– Mange av mine kunder er litt eldre, og er opptatt av en god seng, og de fleste av disse ønsker enkeltrom. De eldre setter også pris på et godt måltid og en øl etter endt kjøredag. De yngre er mer opptatt av pris, og tar gjerne en hytte med andre så lenge det er billigst, sier Broen.

Når det gjelder sengene, synes de fleste at det er greit at sengetøyet er på plass, slik at man slipper å frakte dette med seg.

De fleste motorsyklistene har ikke plass til mye utstyr i bagasjen, så det å kunne kjøpe ferdig mat er alltid kjærkomment. De setter også pris på for eksempel en bar eller en butikk i nærheten. De som kjører i gruppe liker å sitte sammen om kvelden, så fellesrom innendørs og gapahuk, benker og



bålplass utendørs er alltid populært.

Videre er mange av motorsyklistene opptatt av å kunne skylle av/vaske motorsykkelen sin.

Markedsføring kan blant annet skje på motorsykkelmesser i inn- og utland, i MC-blader eller sosiale medier.

– Jeg tror det er viktig at vi som kjører føler at vi er spesielt velkomne. Det er en del campingplasser som utnytter akkurat dette i egen markedsføring, kan Broen fortelle. – Hvis jeg hadde eid en campingplass, ville jeg blant annet arrangert et treff slik som for eksempel Straand-treffet som samler flere hundre motorsyklistene en gang i året.

Adventure MC Tours of Norway kan lage ruter og nye opplegg for campingplasser. Ellers finnes også apper og programmer som gjør det enkelt for en motorsyklist å kjøre etter ruter som andre har laget.

– Det er et stort potensial blant motorsyklistene. Husk at de fleste er privatpersoner som ønsker gode kjøreopplevelser med lettvinne alternativ imellom kjøringen, avslutter Bjørn-Magne Broen.

Som grafen på forrige side viser har det vært en enorm vekst av antall registrerte motorsykler i Norge, og lite tyder på at veksten vil avta den nærmeste tiden. I 1980 var det kun 7 000 tunge motorsykler i Norge, mens det i 2020 var registrert hele 177 000 tunge motorsykler.

| Fylke                        | Antall registrerte tunge motorsykler år 2020 |
|------------------------------|----------------------------------------------|
| Viken                        | 44 787                                       |
| Oslo                         | 14 104                                       |
| Innlandet                    | 17 323                                       |
| Vestfold og Telemark         | 14 560                                       |
| Agder                        | 9 882                                        |
| Rogaland                     | 16 025                                       |
| Vestland                     | 20 259                                       |
| Møre og Romsdal              | 8 533                                        |
| Trøndelag                    | 16 649                                       |
| Nordland                     | 7 440                                        |
| Troms og Finnmark + Svalbard | 8 013                                        |

## Camping for ungdommen

Camping har muligens vært litt kjedelig for ungdommen. Det blir det kanskje en slutt på nå? Flere campingplasser velger nemlig å fokusere på tilbud til de større barna og til ungdommen. Lillehammer Camping og Aurdal Fjordcamping og Hytter har gjort nettopp dette.



Foto: Lillehammer Camping

### EN SUKSESS PÅ LILLEHAMMER

På Lillehammer Camping har det blitt investert i rundt 1 million kroner til et nytt anlegg i år. Halvparten er brukt på Lekolar. Anlegget består av to fotballbinger der en av de har interaktiv fotballvegg. I tillegg har de oppgradert badeplassen og et stupetårn. Og det er ungdommen de har hatt i tankene. – Vi har valgt å investere i denne aktiviteten for å kunne aktivisere barn og ungdom som har blitt for «gamle» til den tradisjonelle lekeplassen, forteller Stian Lunn ved Lillehammer Camping. De har bevisst gjort oppgraderinger for å være mer familievennlig for de som ønsker å være på campingplassen over lengre tid.

**«Er barna fornøyde, så er foreldrene fornøyde»**

*Stian Lunn,  
Lillehammer Camping*

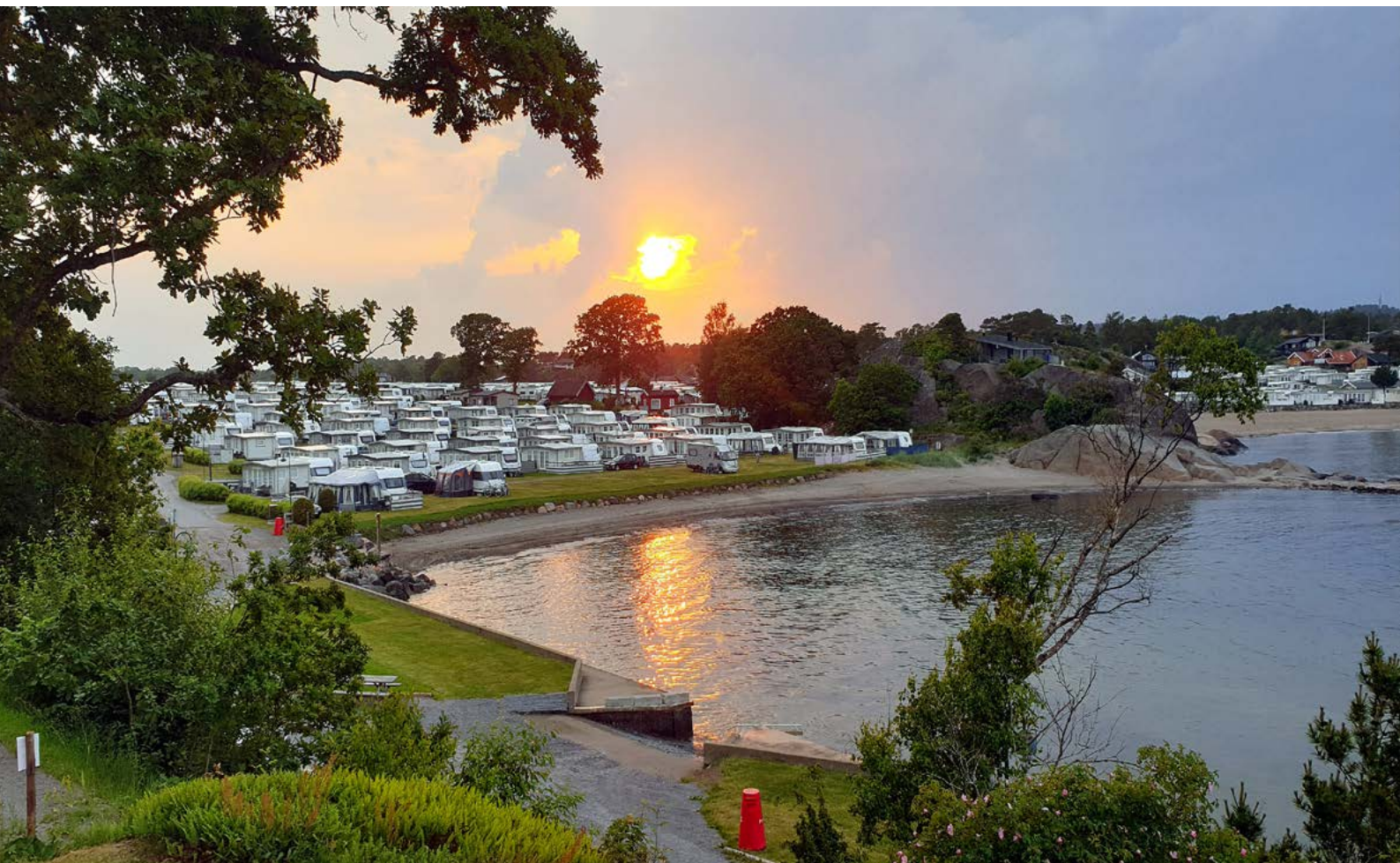
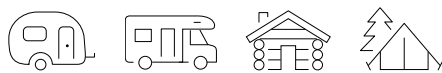
Ballbingen har blitt en suksess. I perioden 1. mai til 15. august var den interaktive ballveggen på Lillehammer Camping mest brukt i Norge. Og nr. 18 av rundt 200 i verden. – Det er rått, synes Stian. Nå i sommer har den stort sett vært i bruk hele dagen. Stupetårnet og badeplassen har også vært populært både blant turister og blant lokal ungdom. Det kan godt tenkes at det er noe enklere å få med seg de større barna på camping hit framover. – Vi har fått tilbakemelding på at det er lettere å få med seg 13-14-åringen på helgeturer, avslutter Stian.

### POPULÆRT I AURDAL

Hos Aurdal Fjordcamping og Hytter har de i likhet med Lillehammer Camping, investert rundt 1 million kroner i en moderne interaktiv lekeplass fra Lekolar. Her har de en interaktiv vegg med innebygde sensorer som passer bra til blant annet fotball. – Vi hadde litt lite aktiviteter her for de eldre ungdommene, forteller Jan Opheim ved Aurdal Fjordcamping og Hytter. Og det viste seg å være et smart trekk, for ungdommen har tatt veldig godt imot den nye lekeplassen. – Det virker som det er flere familier med større barn som har booket seg inn hos oss nå i sommer, forteller Jan.



Foto: Aurdal Fjordcamping og Hytter



STOLPESTAD CAMPING, STAVERN

# Antall campingplasser i Norge

Det er 916 statistikkpliktige campingplasser i Norge pr. juli 2021.

Omtrent halvparten av plassene er helårsåpne. Det er 450 vinteråpne campingplasser (pr. januar 2021). I januar 2020 var det 306 vinteråpne plasser, så det har vært betydelig flere vinteråpne plasser i 2021 enn i 2020.

Campingplassene har en kapasitet på ca. 11 000 hytter/rom i sommersesongen. Nær 43 000 senger er tilgjengelig. I tillegg er det en kapasitet på ca. 71 400 uteplasser (oppstillingsplasser) i høysesong.

På fylkesnivå har Innlandet og Vestland flest campingplasser, med 137 sommeråpne campingbedrifter hver. Trøndelag har 104 sommeråpne campingbedrifter. Deretter følger Viken, Nordland og Vestfold og Telemark, med henholdsvis 96, 95 og 89 campingplasser.

Innlandet har flest vinteråpne campingplasser med 85 campingbedrifter, etterfulgt av Vestland med

| ANTALL STATISTIKKPLIKTIGE CAMPINGPASSER FORDELT PÅ FYLKER |             |           |
|-----------------------------------------------------------|-------------|-----------|
| Fylke                                                     | Januar 2021 | Juli 2021 |
| Viken                                                     | 48          | 96        |
| Oslo                                                      | :           | :         |
| Innlandet                                                 | 85          | 137       |
| Vestfold og Telemark                                      | 36          | 89        |
| Agder                                                     | 23          | 58        |
| Rogaland                                                  | 27          | 40        |
| Vestland                                                  | 69          | 137       |
| Møre og Romsdal                                           | :           | 81        |
| Trøndelag                                                 | 47          | 104       |
| Nordland                                                  | 46          | 95        |
| Troms og Finnmark                                         | 40          | :         |

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

69 campingplasser. Deretter følger Viken med 48, Trøndelag med 47 og Nordland med 46 vinteråpne campingplasser.

Larvik er den største campingkommunen i landet, med 20 statistikkpliktige campingplasser. Disse har til sammen nær 4 000 uteplasser/oppstillingsplasser, og 561 senger i 115 hytter/leiligheter.

Stryn og Ullensvang er de nest største campingkommunene med henholdsvis 17 og 16 statistikkpliktige campingplasser.

## SAMMENLIGNINGSGRUNNLAG

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

*Tallene er hentet fra SSB.no.*



# Nordmenn valgte camping som ferieform i 2020

Aldri før har så mange nordmenn overnattet på norske campingplasser.

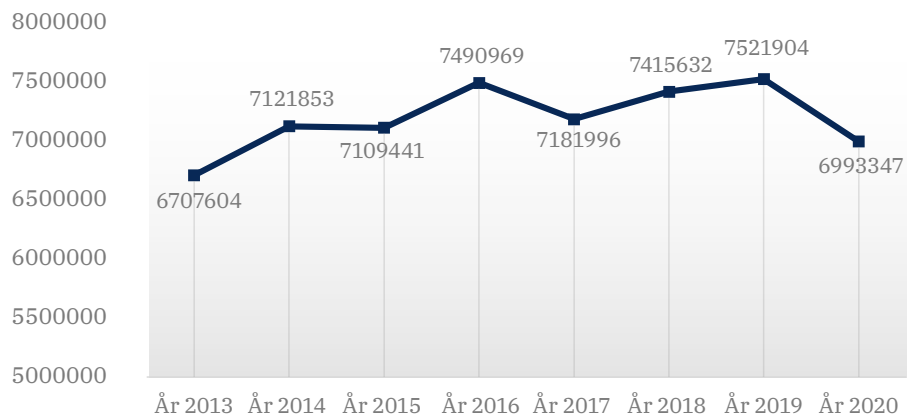
I nyere historie har det ikke vært flere overnattinger fra nordmenn på campingplasser i Norge.

Det var 7,0 millioner overnattingsdøgn på norske campingplasser i 2020.

Reiserestriksjoner og delvis stengte grenser på grunn av koronapandemien gjorde sitt til at det ble en nedgang totalt i antall overnattinger. Nedgangen utgjorde ca. 530 000 gjestedøgn, noe som tilsvarer 7,0 prosent fra året før. Men sammenlignet med året 2013 var det faktisk en økning på 4,3 prosent.

Nordmenn som ferierte i eget land sommeren 2020 reddet den norske campingbransjen.

Campinggjestedøgn hele landet, år 2013–2020

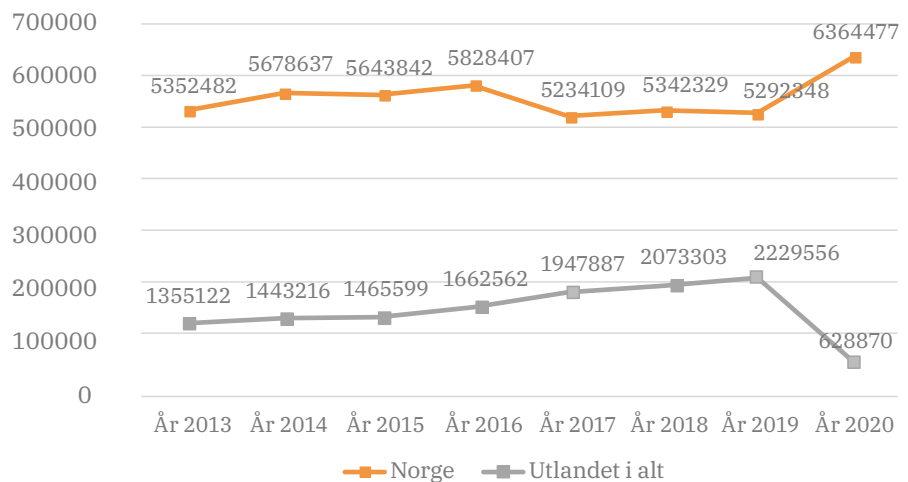


Antall campinggjestedøgn fordelt på nordmenn og utenlandske markeder. År 2013–2020

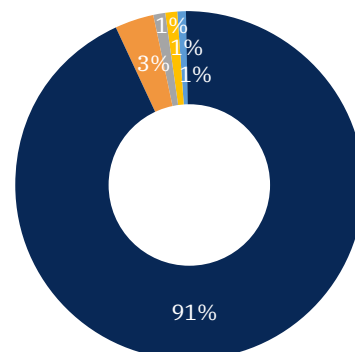
Det var 6,4 millioner overnattinger fra nordmenn i 2020. Dette er en økning på 1,1 millioner overnattingsdøgn (20,3 prosent) fra året før.

På grunn av stengte grenser deler av året og strenge karantenereregler var det naturlig nok betydelig nedgang fra utenlandske reisende. Utenlandske gjestedøgn gikk ned med 1,6 millioner (71,8 prosent) fra året før.

Det var nedgang i absolutt alle utenlandske land, med unntak av Island som til gjengjeld hadde en enorm prosentvis økning. Ettersom det i normalår er relativt få islandske overnattingsdøgn (3 000 gjestedøgn i 2019 mot 12 500 i 2020), ble den prosentvise økningen på hele 316 prosent!



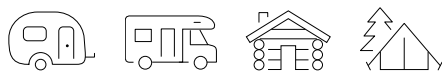
Markedsandeler av campingovernattinger. År 2020



De største utenlandske markedene i 2020 ble Tyskland med 240 000 gjestedøgn. Deretter fulgte Danmark med 91 000 overnattinger, og Finland og Nederland med henholdsvis 68 000 og 60 000 overnattinger. Sverige er det 5. største utenlandske markedet med 33 000 overnattinger.

Tallene er hentet fra SSB.no

■ Norge 91% ■ Tyskland 3,4% ■ Danmark 1,3% ■ Finland 1,% ■ Nederland 0,9%



# Hvordan overnatter gjestene?

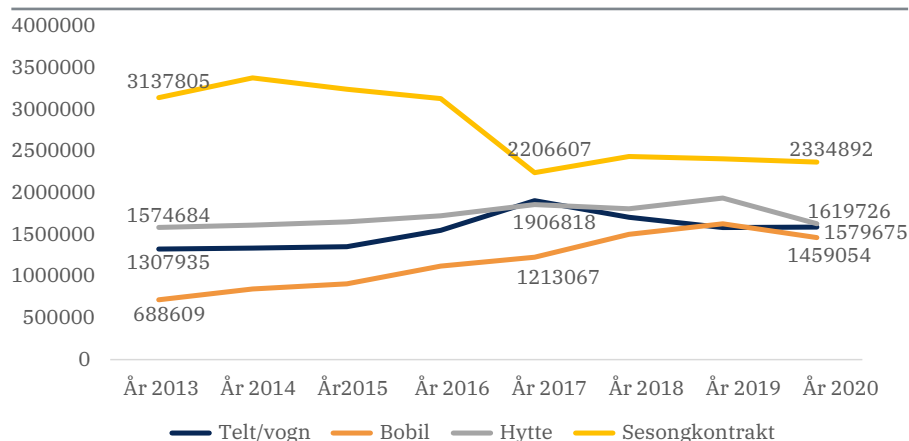
Overnatting i telt og vogn var som året før, mens de andre overnattingsformene gikk ned.

Fordelt på overnattingsmåte, var det flest overnattinger fra gjester som har sesongkontrakt, med 2,3 millioner overnattinger i 2020. Dette er en liten nedgang på 1,8 prosent fra året før.

Det var til sammen 4,6 millioner overnattinger fra døgngjester. Dette er overnattinger i bobil, hytte og telt/vogn (som ikke har sesongkontrakt). Overnattinger fra døgngjester i 2020 gikk ned med 9,4 prosent fra 2019.

De tre overnattingstypene er forholdsvis jevnstore. Det var nær 1,6 millioner overnattinger fra telt/vogn i 2020. Dette er omtrent på samme nivå som året før. Overnattinger i hytter utgjorde vel 1,6 millioner gjestedøgn i 2020. Det er en nedgang på hele 16,4 prosent fra året før. Også overnattinger i bobil hadde en nedgang fra året

Antall overnattinger fordelt på overnattingsmetode.  
Hele landet. År 2013–2020



før med 10,5 prosent. Det var nær 1,5 millioner overnattinger i bobil.

## ANTALL OVERNATTINGER FORDELT PÅ FYLKER OG OVERNATTINGSMÅTE 2020

Tallene i parentes er endring fra år 2019

|                      | Telt/vogn          | Bobil                | Hytte                | Sesongkontrakt      | Overnattinger i alt  |
|----------------------|--------------------|----------------------|----------------------|---------------------|----------------------|
| Hele landet          | 1 579 700<br>0,2 % | 1 459 100<br>-10,5 % | 1 619 700<br>-16,4 % | 2 334 900<br>-1,8 % | 6 993 300<br>-7,0 %  |
| Viken                | 165 300<br>-6,7 %  | 116 500<br>6,7 %     | 137 200<br>-16,7 %   | 544 100<br>2,4 %    | 963 100<br>-2,0 %    |
| Oslo                 | 21 200<br>3,7 %    | 33 600<br>-54,1 %    | 14 400<br>-42,2 %    | 0<br>-              | 69 200<br>-66,5 %    |
| Innlandet            | 230 800<br>3,7 %   | 219 740<br>-7,4 %    | 271 400<br>-22,2 %   | 397 400<br>-11,5 %  | 1 119 400<br>-11,0 % |
| Vestfold og Telemark | 228 00<br>11,1 %   | 10 900<br>10,3 %     | 163 800<br>-7,8 %    | 588 800<br>2,2 %    | 1 171 400<br>3,5 %   |
| Agder                | 225 000<br>39,6 %  | 142 100<br>0,7 %     | 157 600<br>-7,1 %    | 208 000<br>-5,1 %   | 732 700<br>6,0 %     |
| Rogaland             | 57 900<br>-23,2 %  | 74 500<br>-31,0 %    | 64 600<br>16,6 %     | 114 200<br>12,7 %   | 311 200<br>-8,5 %    |
| Vestland             | 231 500<br>-10,8 % | 222 400<br>-26,0 %   | 287 800<br>-23,7 %   | 112 000<br>-6,9 %   | 853 600<br>-19,3 %   |
| Møre og Romsdal      | 97 400<br>3,5 %    | 111 100<br>-21,5 %   | 142 100<br>-15,8 %   | 114 700<br>4,5 %    | 465 300<br>-9,5 %    |
| Trøndelag            | 152 200<br>27,2 %  | 126 500<br>8,1 %     | 136 100<br>-4,5 %    | 166 200<br>-13,2 %  | 553 900<br>-0,1 %    |
| Nordland             | 125 900<br>27,2 %  | 141 700<br>5,0 %     | 117 100<br>-29,0 %   | 47 300<br>10,4 %    | 431 900<br>-2,2 %    |
| Troms og Finnmark    | 71 000<br>0,0 %    | 80 100<br>-15,0 %    | 127 700<br>-11,9 %   | 42 200<br>7,9 %     | 321 600<br>-8,1 %    |

Vestfold og Telemark og Innlandet var de to største campingfylkene i landet målt i antall gjestedøgn i 2020, med henholdsvis 1,2 og 1,1 millioner overnattinger. Deretter fulgte Viken

med ca. 1 million overnattinger og Vestland med 850 000 overnattinger. Agder og Vestfold og Telemark var de eneste fylkene med vekst i antall gjestedøgn i 2020 sammenlignet

med året før. Størst nedgang hadde Vestland, Oslo og Innlandet med henholdsvis 204 000, 137 000 og 126 000 overnattinger.

Tallene er hentet fra (ssb.no).



# Koronapandemien har gått hardt utover overnattingsbransjen

Det var langt færre hotellovernattinger i 2020 pga. koronarestriksjoner, men flere nordmenn valgte campingplasser.

## Samlede overnattingstall for overnattingsbransjen.

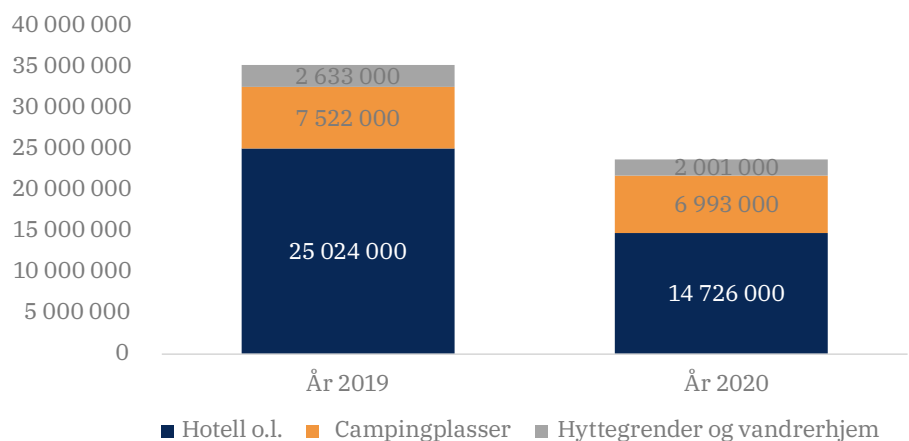
År 2019–2020

Nordmenn dro på 14,6 millioner feriereiser i Norge i 2020. Det er 3,6 millioner flere reiser enn i 2019. Dette viser tall fra Reiseundersøkelsen for 2020 fra Statistisk Sentralbyrå. Selv om flere nordmenn ferierte i eget land i 2020, førte koronapandemien til færre gjestedøgn for overnattingsbedrifter.

Nedgangen i norske overnattinger på hoteller var 29 prosent, mens campingplassene hadde en økning på 20 prosent fra nordmenn.

Samlet hadde overnattingsbedriftene (hoteller, campingplasser, vandrerhjem, hyttegrender osv.) en nedgang på 33 prosent på overnattinger i 2020 sammenlignet med året før.

Størst nedgang hadde hotellbransjen med 10,3 millioner færre overnattinger (41,2 prosent). Hyttegrender og vandrerhjem hadde en samlet ned-



gang for hele året på 630 000 overnattinger (24,0 prosent). Campingplasser hadde en nedgang på 530 000 overnattinger (7,0 prosent).

Campingbransjens markedsandel av det totale overnattingstilbudet var

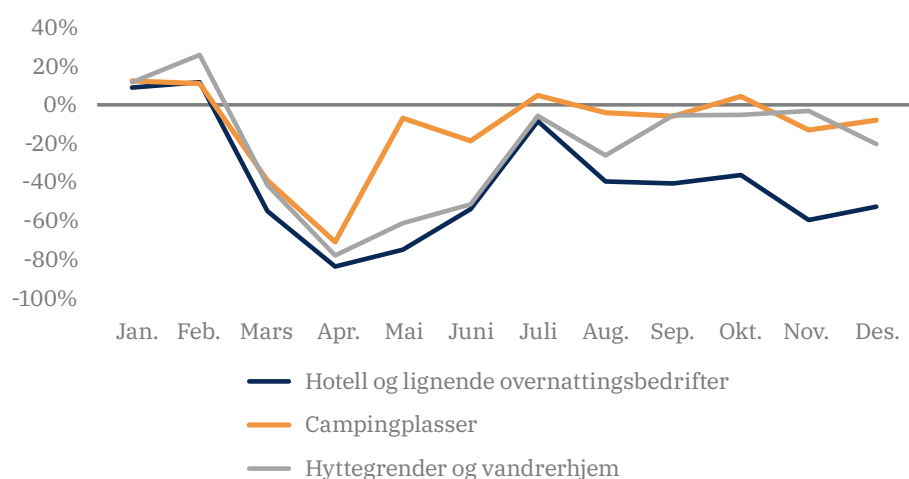
29,5 prosent i 2020, mot 21,4 prosent året før.

Det var en vekst i antall overnattinger for alle overnattingsbransjer i perioden januar–februar 2020, men da hele Norge – og resten av verden – ble stengt ned i mars, ble det stort fall i antall overnattinger for hele næringen.

Camping ble raskt en foretrukket ferieform for mange nordmenn. Camping ble nok oppfattet som en trygg ferieform, med god plass og egne boenheter. Selv med begrenset antall utenlandske besøkende, var trafikken på campingplassene i juli faktisk 5 prosent høyere enn juli året før, til tross for at juli 2019 den gang slo tidligere rekorder.

Hotellnæringen har hatt et tøffere år, spesielt for kurs- og konferansehotellene. Ferietrafikken i juli var lavere enn normalår (-9 prosent). Resten av året var nedgangen for hotellene betydelig større. Nedgangen i august og september var på vel 40 prosent, mens den i november og desember var på henholdsvis 62 og 55 prosent.

## Endring i prosent av antall overnattinger pr innkvarteringstype fordelt på måned. År 2020 sammenlignet med år 2019



Tallene i statistikken er hentet fra SSB.no

# Camping skal være enkelt.

Med CamperCleans automatiske tømmestasjon gir du gjesten en ny, positiv opplevelse selv når drittjobben skal gjøres. La oss gjøre det ingen vill!

CamperClean spesialiserer seg på tekniske løsninger til campingbransjen og er Skandinavias eneste helhetsleverandør.

Vi har en mengde produkter og tilbyr f.eks. tømmestasjoner, brønner, elstolper, access system, booking system, servicehus og mye mer.

Kontakt oss så hjelper vi deg med planleggingen av framtidens campingplass.





HAVBLIKK CAMPING på Nesna.

Foto: Kathrine Sørgård

## Topcamp utvider

Topcamp overtar Havblikk Camping og Rustberg Camping og øker dermed fra syv til ni destinasjoner.

Topcamp-konsernet fortsetter å vokse. Senest i mars i år ble Mosjøen Camping til Topcamp Mosjøen. Nå ønskes Havblikk Camping på Nesna og Rustberg Camping ved Hafjell velkommen som Topcamps åttende og niende destinasjoner i Norge.

### HAVBLIKK CAMPING OG RUSTBERG CAMPING

I Nesna kommune, helt nede i fjæra på Helgelandskysten, ligger Havblikk Camping. Campingplassen har 360 graders panorama til landskap preget av kystskjærgård; grønne sletter, steile fjell, fjære, strender og knallblått hav.

Rustberg Camping ligger i Øyer kommune, cirka 2 mil nord for Lillehammer. Området er attraktivt, med kort vei til blant annet Hafjell Alpinanlegg, Hunderfossen Familiepark, fiske, vandringssturer og golfbaner.

– Det er med stor glede vi overtar Havblikk Camping og Rustberg Camping. Vi har ambisjoner om å investere og videreutvikle anleggene slik at de blir enda mer attraktive. Med kvalitetsstempel og synlighet under topcamp.no, vil vi lokke enda flere gjester til disse destinasjonene, sier styreleder Thorstein Berg. – Vi har høyt turtall og kan avsløre at Topcamp er i flere dialoger og vil vokse med enda flere plasser i relativt nær fremtid.



Thorstein Berg og Torbjørn Slåtto, Topcamp

– Topcamp har fortalt om veldig spennende og gode planer for campingen, så dette tror jeg blir bra, fortsetter Odd Helge Danielsen, tidligere eier hos Rustberg Camping.

### SLIK STARTET DET

Topcamp startet med anerkjente Halvingdal Feriepark og har siden blant annet tatt over og gjort betydelige investeringer på Bogstad (Camping) i Oslo og Sjøsandene i Mandal. Topcamp legger stor vekt på kvalitet, bærekraft og opplevelser. I tillegg satser kjeden på markedsføring og har felles bestillingssystem på topcamp.no.

– Gjennom vårt sentrale konsept og kommersielle arbeid skal vi få enda flere gjester til å komme til disse to fantastiske destinasjonene, sier

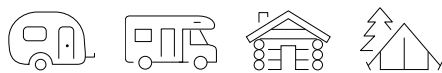
Torbjørn Slåtto, kommersiell sjef hos Topcamp.

Overtakelsen ble formelt fullbyrdet i slutten av juni. Transaksjonen gjøres av Topcamp AS, som er konsernets moderselskap. Campingplassene vil skifte navn og komme inn i Topcamps bestillingssystem.

### NYE LEKEPLASSER TIL FLERE AV TOPCAMPS CAMPINGPLASSER

Den norske kjeden Topcamp har inngått et samarbeid med en svensk leverandør av lekeapparater, Woodworks.

– Vi skal tilby et meget godt tilbud, både i form av aktiviteter og lekeplasser, til våre yngre gjester på alle våre plasser. Fokus på fysisk aktivitet og bærekraft var utslagsgivende for vårt valg av type lekeplasser. I tillegg til varierte lekeplasser har vi stort fokus på aktiviteter, og har på alle våre plasser et felles aktivitetsprogram tilpasset de yngre. På enkelte plasser, hvor potensialet er stort nok, kjører vi også en egenutviklet «Tråll-forestilling» med profesjonelle skuespillere og leverandører av lyd og lys. Våre gjesteundersøkelser gir oss meget gode tilbakemeldinger på disse satsingsområdene og vi planlegger å utvide dette ytterligere i tiden fremover, sier Slåtto.



AURDAL FJORDCAMPING OG HYTTER

Foto: Erik Eggum

## Campingplassene er viktig for Valdres

Dette bekrefter både ordfører i Nord-Aurdal kommune, Knut Arne Fjelltun og reiselivssjef i Visit Valdres, Merete Hovi.

### EN VIKTIG NÆRING

Campingnæringen er viktig for mange distrikter, og bidrar til omsetning, trafikk og sysselsetting for annet lokalt næringsliv. Dette er noe ordfører i Nord-Aurdal kommune, Knut Arne Fjelltun er klar på.

– Reiseliv, landbruk og handel er de tre store næringene i Nord-Aurdal kommune. Og campingnæringen er en stor og viktig del av reiselivsnæringen. Vi har flere store og godt anerkjente campingplasser i vår kommune. Disse bidrar i stor grad til økt handel og sysselsetting i kommunen. Nord-Aurdal kommune er nummer 3 i Norge målt i handel pr. innbygger. Her er helt klart campingnæringen en viktig bidragsyter, sier ordfører Knut Arne Fjelltun.

Camping og reiseliv skaper masse aktivitet, ikke minst innen kultur, opplevelser og festivaler. Valdres er store på festivaler, og her er campingnæringen viktig med tanke

på overnattingskapasitet, og som publikum og tilhørere. – Aktivitet genererer mer aktivitet som igjen genererer arbeidsplasser som igjen genererer enda flere arbeidsplasser. Det blir som et maskineri med masse tannhjul, der det ene tannhjulet drar det andre tannhjulet, og alle er avhengige av hverandre, fortsetter Fjelltun.

### KOMMUNENS ROLLE

Kommunen ønsker å ta vare på og tilrettelegge for campingnæringen, gjennom å være imøtekommende og legge til rette med et godt planverk. Ordføreren er også opptatt av at det skal være en gjensidig og god dialog mellom aktørene.

Kommunen legger til rette for dagparker for turister og tilreisende, slik at de som er på gjennomreise kan stoppe og oppleve noe av det kommunen kan tilby. Men han er helt klar på at Nord-Aurdal kommu-

ne ikke ønsker å drive noen form for bobiloppstillingsplass som skal konkurrere mot campingplassene.

– Campingplassene er av høy kvalitet og dette er med på å løfte og gi Nord-Aurdal og Valdres et godt renommé som reiselivsdestinasjon. Mitt inntrykk er også at campingplassene i Nord-Aurdal har vertskap som virkelig er hardtarbeidende, dyktige, profesjonelle og serviceinnstilte. De er meget gode ambasadører for vår kommune, avslutter Fjelltun.

### CAMPINGPLASSENES BETYDNING FOR VALDRES SOM BESØKSMÅL

Valdres er et dalføre hvor reiselivsnæringen står sterkt. Her er et mangfold av aktiviteter gjennom alle fire årstider, og Valdres har gjennom svært mange år vært attraktivt å feriere i, også for campingturister.

– Campingplassene er utrolig viktige for Valdres som reisemål



**1** Fagernes Camping. **2** Merete Hovi, reiselivssjef i Visit Valdres. **3** Knut Arne Fjelltn, ordfører i Nord-Aurdal kommune

og i vår største campingkommune, Nord-Aurdal, utgjør camping og hyttegrender godt over 70 prosent av gjestedøgnene i sommermånedene. Selv om det er sommeren som er mest aktiv for campingturisme i Valdres, er de aller fleste campingplassene i Valdres åpne for besøk gjennom hele året, forteller Merete Hovi, reiselivssjef i Visit Valdres.

– Med en så stor andel campinggjester til Valdres hvert år, er det ingen tvil om at dette skaper positive ringvirkninger for næringslivet. Mange trives godt her, blir over flere dager og vender stadig tilbake, fortsetter Hovi. – I Valdres har vi også

mange trofaste campinggjester som har hatt Valdres som fast base gjennom mange år. Disse, som tilbringer mye av fritiden sin her, er gode ambassadører for Valdres. De støtter lokalt næringsliv, tar del i aktiviteter og opplevelser samt festivaler og arrangement. Dette er positivt og viktig for verdiskapingen i Valdres.

#### TAR VERTSKAPSROLLEN PÅ ALVOR

I Valdres er campinggjestene tett på regionens flotte og autentiske natur- og kulturopplevelser samt aktiviteter, arrangementer og andre tilbud. Alle campingplassene i Valdres ligger na-

turskjønt til ved vann eller på fjellet. Campingplassene har gode tilgjengelige servicetilbud og trivelig vertskap som sørger for at gjestene blir godt ivarettatt, kan Hovi fortelle.

– Jeg er veldig stolt av å representere en region som har en campingnæring med så høy kvalitet og med drivere som er både fremoverlente og innovative. De tar vertskapsrollen på alvor og gir alltid det lille ekstra. Flere av våre campingplasser er stadig på pallen eller har vunnet priser som folkets favorittcampingplass. Det sier mye om den innsatsen som legges ned, sier Hovi.

#### DESTINASJONSSKAPET JOBBER FOR CAMPINGNÆRINGEN

Visit Valdres er destinasjonsselskap for næringslivet og kommunene i Valdres. Selskapet bidrar med ekstern markedsføring av campingplassene og promoteringen av deres tilbud, aktiviteter og arrangementer, både gjennom digitale kanaler og på turistkontorene.

– Fremover skal vi jobbe enda mer med å samle våre campingaktører i et felles nettverk og der vi kan fasilitere møteplasser. Samarbeid er noe vi er gode på i Valdres og det er mange felles interesser innen både kompetanseheving, tilrettelegging og forbedring av rammevilkår som vi kan løse i fellesskap, avslutter Hovi.

Campingnæringen er stor i Valdres med 14 statistikkpliktige campingplasser, noe som utgjør ca. en tredjedel av de kommersielle overnattingsbedriftene i Valdres. Campingplassene har til sammen 640 senger og nær 1800 oppstillingsplasser. Halvparten av campingplassene i Valdres ligger i Nord-Aurdal kommune.

To campingplasser i Valdres, Fagernes Camping og Aurdal Fjordcamping og Hytter er med i bedriftsnettverket Nasjonal klynge for campingnæringen.



Foto: Karasjok Camping

## Mer enn bare en campingplass

På Karasjok Camping hører de på hva gjestene etterspør og utvikler campingen deretter.

Karasjok Camping ligger landlig og naturskjønt til, men samtidig sentrumsnært, med utsikt over elven Karasjokka. E6 fører både til Kirkenes og til Alta, og RV 92 fører til Finland og Kautokeino. Det er «bare» 240 km til Nordkapp. I Karasjok er du tett på samisk kultur.

### EN FAMILIEBEDRIFT

- Karasjok Camping ble etablert i 1963 av min morfar, John Guttorm (Biret Jovnna), forteller dagens driver Silje Halonen. Fra oppstart til 1990 var campingplassen kun åpen om sommeren. Svigersønn til Guttorm og faren til dagens driver, Magnus Halonen, overtok i 1989 og startet med helårsåpen camping. Silje Halonen tok over som daglig leder i 2011, og med mannen Ronny Peltopera og de to barna deres, er Karasjok Camping en skikkelig familiebedrift der barna vokser opp på plassen og engasjerer seg i driften.

«Vi har mange stamgjester, og mange av dem blir man godt kjent med. Det å ikke kunne ta imot dem med en god klem har vært veldig rart»

*Silje Halonen,  
daglig leder Karasjok Camping*



### ET VARIERT ÅRSJUL

Silje forteller om et variert årsjul der de satser mot forskjellige markeder til forskjellige årstider. På vinteren er det Europa og nordlysturisten de retter seg mot. Vår og høst, og delvis også sommer er det nordmenn som ønsker å bo godt og ta dagsutflukter på egenhånd. Midt på sommeren er det campingturistene som står i fokus. Beliggenheten til campingen med innlandsklima er fantastisk for helgeutflukter fra kyststrøkene i Troms og Finnmark.

### MOTIVASJONEN ER PÅ TOPP

– Den største motivasjonen er at dagene sjelden er like, og både jobbmengde og gjestetype varierer fra årstid til årstid, forteller Silje. Hun forteller at de siste to årene har fokuset vært å overleve covid, og å tillate nytenking for å nå nye markeder. Spesielt nå når landegrensen har vært stengt. – Vi hadde en periode helt i starten der vi, som så mange



andre, satt på gjerdet og lurte på hva som kom til å skje både med verden generelt, og veien videre for oss selv, fortsetter Silje. Etter noen måneder med permittering i 2020, så de i juni at trafikken økte. Det ble lange dager den sommeren, i likhet med årets, men i år var de litt mer forberedt.

Og Silje er motivert. – Jeg liker godt å vise frem vår vakre bygd til gjestene, og det gir meg stor glede

#### KARASJOK CAMPING AS

Bedriftens navn: Karasjok Camping AS, bytter navn til Min Åja i 2022.

Type virksomhet: Helårs campingplass med hytter, leiligheter og snøskuterutleie

Lokalisering: 1 km utenfor Karasjok sentrum

Etableringsår: 1963

Organisering: AS

Produkter/fasiliteter: Snøskuterutleie, snøskuttersafari, lekeplass, spillrom, wc-tømming, stort felleskjøkken, vaskerom, snart nyrenovert sanitæranlegg, grillstuer og bålplasser.

Kapasitet: 45 strømplasser og 10 plasser uten strøm. Åtte høystandardhytter og -leiligheter, samt 13 mindre hytter som oppgraderes fortløpende.

Ansatte/årsverk: 3

Årsresultat år 2018: -445000, 2019: 145000 og 2020: 54000

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

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

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

å se at gjestene setter pris på campingplassen og bygda. Det gir meg en boost! Jo mer fornøyd gjestene er, dess mer ønsker jeg å gi, forteller hun entusiastisk. Silje forteller om gode samtaler med NHO Reiseliv om utformingen av sanitæranlegget som totalrenoveres i år, i tillegg til bedriftsbesøk på Sanngrund og Fagernes Camping for inspirasjon.

#### LYTTER TIL GJESTENE

Bobilturismen øker, og det er ikke bare de med lengst livserfaring som kjører bobil. Vi ser også at hyttegjestene i stadig økende grad ønsker luksus i form av eget bad og separate soverom. Silje forteller at de hører

på gjestene sine og lar de få det de ønsker.

De er ennå ikke miljøsertifisert, men de ser nå på mulighetene for dette i forhold til videre utvikling av bedriften. – Jeg ser at det er viktig å miljøsertifisere seg, ikke bare for å ikke gå glipp av den stadig økende andelen miljøbevisste gjester, men for i prosessen å lære hvordan ta enda bedre vare på miljøet, forteller hun.

Silje ønsker også å bli lyttet til. – Jeg håper at kommunene tilrettelegger bedre for at bobiler og campingvogner finner veien til lokale campingplasser i stedet for å stå på kommunale parkeringsplasser. Hun husker spesielt godt et skilt som Tana kommune satt opp på en populær rasteplass for noen år tilbake: «Dere er velkomne til å raste her på dagtid. For natten henviser vi dere til en av kommunens campingplasser!»

#### NYTT NAVN

På Karasjok Camping har de kommet frem til hva de ønsker å være fremover. – Vi vil være mer enn «bare en campingplass» for vinterturistene, og tilby koselige hytter for enhver lommebok, sier Silje. Dermed har de bestemt å skifte navn fra Karasjok Camping til «Min Åja». Det betyr «vår kilde» og representerer både familien, ferskvannskilden nedenfor plassen og basen vi ønsker å være for våre gjester, avslutter hun.

## Bobilgjest på Karasjok Camping

Lisbeth Pedersen fra Salangen (bilde) begynte campingkarrieren med telt. Hun oppgraderte til campingvogn i 1988, og i 2014 kjøpte de bobil.

Lisbeth og mannen var på Karasjok Camping med bobilen for første gang i 2020. De var så fornøyd med plassen at de kom tilbake sommeren 2021, og hadde da også med seg et vennepar. Ifølge Lisbeth ligger Karasjok i akkurat passe kjøreavstand fra Nordkapp, der de hadde vært natten før. Valget ble også gjort da Karasjok Camping er en NBCC-plass, noe Lisbeth og mannen har vært fornøyd medlemmer av siden 1988. En av hovedårsakene var dog at de hadde vært på Karasjok Camping tidligere, og at de likte seg veldig godt der.

Lisbeth trekker fram de nummererte tomtene på det slette oppstillingsområdet som noe veldig positivt. Hun sier videre at det er en fin campingplass med et hyggelig vertskap. – Det er god service og vi setter pris på at vertskapet er ute og snakker med folk, forteller Lisbeth. – Du skal ikke se bort fra at vi kommer tilbake neste år, for å se på hva som har skjedd og for å dusje uten å måtte bruke mynter, avslutter hun lattermildt.



# Gjennomsnittstall pr. campingbedrift

| LANDSDEL           | OMSETNING<br>i hele 1000 kr | VARE-<br>FORBRUK | LØNNINGER     | SUM DRIFTS-<br>KOSTNADER | RESULTAT FØR<br>SKATT<br>i hele 1000 kr |
|--------------------|-----------------------------|------------------|---------------|--------------------------|-----------------------------------------|
| <b>HELE LANDET</b> |                             |                  |               |                          |                                         |
| 2010               | 2 853                       | 9,5 %            | 23,5 %        | 93,4 %                   | 171                                     |
| 2019               | 3 728                       | 13,4 %           | 32,3 %        | 89,4 %                   | 316                                     |
| <b>2020</b>        | <b>3460</b>                 | <b>12,6 %</b>    | <b>29,4 %</b> | <b>83,2 %</b>            | <b>515</b>                              |
| <b>NORD-NORGE</b>  |                             |                  |               |                          |                                         |
| 2010               | 2 100                       | 8,9 %            | 22,2 %        | 95,7 %                   | 92                                      |
| 2019               | 2 708                       | 12,7 %           | 31,0 %        | 91,9 %                   | 238                                     |
| <b>2020</b>        | <b>2 540</b>                | <b>10,0 %</b>    | <b>28,1 %</b> | <b>87,2 %</b>            | <b>221</b>                              |
| <b>TRØNDELAG</b>   |                             |                  |               |                          |                                         |
| 2010               | 1 280                       | 5,1 %            | 27,2 %        | 97,0 %                   | 38                                      |
| 2019               | 2 864                       | 17,5 %           | 38,1 %        | 94,5 %                   | 40                                      |
| <b>2020</b>        | <b>2 128</b>                | <b>10,8 %</b>    | <b>28,5 %</b> | <b>79,7 %</b>            | <b>349</b>                              |
| <b>VESTLANDET</b>  |                             |                  |               |                          |                                         |
| 2010               | 2 516                       | 9,3 %            | 24,6 %        | 89,6 %                   | 105                                     |
| 2019               | 3 183                       | 10,4 %           | 33,9 %        | 85,6 %                   | 378                                     |
| <b>2020</b>        | <b>2 749</b>                | <b>9,3 %</b>     | <b>29,9 %</b> | <b>81,1 %</b>            | <b>412</b>                              |
| <b>AGDER</b>       |                             |                  |               |                          |                                         |
| 2010               | 5 260                       | 13,3 %           | 22,6 %        | 93,4 %                   | 349                                     |
| 2019               | 5 324                       | 15,5 %           | 37,0 %        | 91,7 %                   | 347                                     |
| <b>2020</b>        | <b>6 883</b>                | <b>14,1 %</b>    | <b>34,1 %</b> | <b>82,7 %</b>            | <b>1 061</b>                            |
| <b>ØSTLANDET</b>   |                             |                  |               |                          |                                         |
| 2010               | 3 110                       | 11,0 %           | 21,1 %        | 91,2 %                   | 272                                     |
| 2019               | 4 601                       | 13,8 %           | 30,3 %        | 89,0 %                   | 369                                     |
| <b>2020</b>        | <b>4 124</b>                | <b>14,3 %</b>    | <b>28,4 %</b> | <b>83,2 %</b>            | <b>688</b>                              |

Tallene for 2010 baserer seg på 259 campingplasser fra hele landet som har AS som selskapsform. Tallene for 2019 baserer seg på 391 campingbedrifter og for 2020 med 370 campingbedrifter. Tallene viser gjennomsnittstall for en campingbedrift.

Gjennomsnittlig omsetning (driftsinntekt) for campingplassene i utvalget for 2020 er på 3,5 millioner kroner. Dette er en nedgang på 7,2 prosent fra året før.

Til tross for omsetningsnedgang, har gjennomsnittlig resultat før skatt økt med hele 62,9 prosent fra året før. Regnskapstallene for 2020 viser at gjennomsnittlig resultat før skatt er på 515 000 kroner pr. bedrift.

Driftskostnadene har gått ned med 13,4 prosent i 2020 sammenlignet med året før. Gjennomsnittlig driftskostnad for alle bedriftene i utvalget var 2,9 millioner kroner. Dette utgjør 83,2 prosent av den totale omsetning for regnskapsåret 2020.

Gjennomsnittlig lønnskostnad pr. bedrift var på 1,0 million kroner i 2020. Dette er en nedgang på 15,4 prosent fra 2019. Lønnskostnadene utgjør 29,4 prosent av driftsinntektene.

Gjennomsnittlig vareforbruk pr. bedrift var på 435 kroner i 2020. Dette er en nedgang på 12,9 prosent fra året før. Vareforbruket utgjør 12,6 prosent av sum driftsinntekter i 2020.

Fordelt på landsdeler, har Sørlandet (Agder) høyest gjennomsnittlige driftsinntekter med 6,9 millioner kroner pr. bedrift i 2020. Østlandet har nest høyest gjennomsnittlige inntekter pr. bedrift på 4,1 millioner kroner. Utviklingen i de forskjellige landsdeler fra 2019 til 2020, viser at Sørlandet har hatt en økning i omsetningen, mens de andre landsdelene har hatt en nedgang.

Men ser man på driftskostnadene, har alle landsdeler redusert sine kostnader i prosent av driftsinntektene. Dette gjelder både for vareforbruk, lønninger og sum driftskostnader.

Sørlandet (Agder) har best resultat før skatt av landsdelene med gjen-

nomsnittlig 1,1 millioner kroner pr. bedrift. Dette er en økning på hele 700 000 kroner fra året før. Også Østlandet, Trøndelag og Vestlandet har økt resultatet før skatt fra 2019 til 2020.

Foto: Evjua Strandpark





# Gjennomsnittstall pr. campingbedrift

| NØKKELTALL         | EGENKAP.ANDEL<br>(Egenkapital/<br>eiendeler) | GJELDSGRAD<br>(Total gjeld/<br>egenkapital) | LIKVIDITET<br>(Omløpsmidler<br>/kortsiktig gjeld) | RESULTATGRAD<br>(Resultat/<br>omsetning) | ANTALL<br>ANSATTE |
|--------------------|----------------------------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------|
| <b>HELE LANDET</b> |                                              |                                             |                                                   |                                          |                   |
| 2010               | 21,4 %                                       | 2,88                                        | 2,83                                              | 5,3 %                                    | -                 |
| 2019               | 31,9 %                                       | 2,14                                        | 1,26                                              | 8,5 %                                    | 8,8               |
| <b>2020</b>        | <b>37,3 %</b>                                | <b>1,64</b>                                 | <b>1,63</b>                                       | <b>14,9 %</b>                            | <b>9,5</b>        |
| <b>NORD-NORGE</b>  |                                              |                                             |                                                   |                                          |                   |
| 2010               | 17,5 %                                       | 4,30                                        | 4,4                                               | 4,3 %                                    | -                 |
| 2019               | 26,6 %                                       | 2,76                                        | 1,35                                              | 8,8 %                                    | 6,4               |
| <b>2020</b>        | <b>27,4 %</b>                                | <b>2,65</b>                                 | <b>1,90</b>                                       | <b>8,7 %</b>                             | <b>8,1</b>        |
| <b>TRØNDELAG</b>   |                                              |                                             |                                                   |                                          |                   |
| 2010               | 28,1 %                                       | 3,50                                        | 2,47                                              | 3,0 %                                    | -                 |
| 2019               | 31,7 %                                       | 2,16                                        | 0,18                                              | 1,4 %                                    | 8,3               |
| <b>2020</b>        | <b>40,3 %</b>                                | <b>1,48</b>                                 | <b>1,14</b>                                       | <b>16,4 %</b>                            | <b>7,2</b>        |
| <b>VESTLANDET</b>  |                                              |                                             |                                                   |                                          |                   |
| 2010               | 18,8 %                                       | 3,61                                        | 2,02                                              | 4,1 %                                    | -                 |
| 2019               | 37,5 %                                       | 1,66                                        | 1,60                                              | 11,9 %                                   | 6,8               |
| <b>2020</b>        | <b>37,5 %</b>                                | <b>1,67</b>                                 | <b>1,86</b>                                       | <b>15,0 %</b>                            | <b>7,3</b>        |
| <b>AGDER</b>       |                                              |                                             |                                                   |                                          |                   |
| 2010               | 19,3 %                                       | 1,04                                        | 2,47                                              | 6,6 %                                    | -                 |
| 2019               | 33,3 %                                       | 2,00                                        | 1,29                                              | 65, %                                    | 18,9              |
| <b>2020</b>        | <b>36,2 %</b>                                | <b>1,76</b>                                 | <b>1,38</b>                                       | <b>15,4 %</b>                            | <b>22,3</b>       |
| <b>ØSTLANDET</b>   |                                              |                                             |                                                   |                                          |                   |
| 2010               | 23,4 %                                       | 1,95                                        | 2,80                                              | 8,7 %                                    | -                 |
| 2019               | 30,9 %                                       | 2,24                                        | 1,12                                              | 8,0 %                                    | 9,8               |
| <b>2020</b>        | <b>41,4 %</b>                                | <b>1,42</b>                                 | <b>1,55</b>                                       | <b>16,7 %</b>                            | <b>9,8</b>        |

Tallene for 2010 baserer seg på 259 campingplasser fra hele landet som har AS som selskapsform. Tallene for 2019 baserer seg på 391 campingbedrifter og for 2020 med 370 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 37,3 prosent, som er en økning på ca. 5 prosent fra 2019.

Fordelt på landsdeler har Østlandet og Trøndelag høyest gjennomsnittlig egenkapitalandel på henholdsvis 41,4 prosent og 40,3 prosent. Vestlandet ligger på samme nivå som i 2019, mens de andre landsdelene har hatt forbedring. Nord-Norge har lavest gjennomsnittlig egenkapitalandel på 27,4 prosent.

## GJELDSGRADEN

Gjeldsgraden har gått ned fra 2019 og ligger i 2020 på 1,64. Det betyr at bedriftene i utvalget har fått ytterligere lavere gjeld i forhold til egenkapitalen.

Ser en på landsdelene, er det Østlandet og Trøndelag som har den laveste gjeldsgraden med henholdsvis 1,42 og 1,48.

## 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 2020 på 1,63, noe som er en økning (forbedring) fra året før.

Bedriftene i Nord-Norge og på Vestlandet har høyest likviditet med 1,9 i gjennomsnitt, og Trøndelag har lavest med et snitt på 1,1. Alle landsdelene har økt likviditetsgraden fra 2019 til 2020.

## RESULTATGRAD

Nøkkeltallet defineres som resultat i forhold til omsetning. Denne viser for utvalget for hele landet 14,9 prosent. Det betyr at bedriftene sitter igjen med ca. 15 øre av hver omsatt krone.

Gjennomsnittlig resultatgrad for campingbedrifter fra Nord-Norge er på 8,7 prosent. Dette er omtrent på samme nivå som året før. De øvrige landsdeler har en forbedring i resultatgraden fra året før, og ligger i 2020 på ca. 15-17 prosent.

## ANTALL ANSATTE

Campingbedriftene i utvalget har i gjennomsnitt 9,5 ansatte.

Flest ansatte er det i Agder, med ca. 22 ansatte pr. bedrift i gjennomsnitt. I de andre landsdelene er det i gjennomsnitt ca. 7-10 ansatte pr. bedrift.



KLATREPARKEN Høyt og Lavt Valsøya

Alle foto: Valsøya / Ingunn Strand

## Skaper aktivitet i bygda

På Valsøya i Trøndelag startet de med bærekraft før det ble et moteord.

Valsøya Fjordcamping åpnet 1. juni 1996. Campingplassen ligger sentralt ved E39 og idyllisk til ved sjøen helt sør i Trøndelag. Magny Strand eier og driver campingplassen sammen med blant annet Ragnar Krogstad.

### BÆREKRAFT I BRED FORSTAND

Det området som campingplassen ligger på, er utfyllt overskuddsmasse fra da veien ble bygget over Valsøya. Magny forteller at alle husene de har flyttet hit, er gjenbruk. Det er hus som ingen ville ha. – Du kan si at vi startet med bærekraft lenge før det ble et moteord, forteller hun. Og det er ikke bare gjenbruk og miljøaspektet som er viktig. På Valsøya er de opptatt av å skape aktivitet i bygda. Det å tjene penger er også en drivkraft. Da kan man si at miljøaspektet, sosiale forhold og økonomisk drivkraft er på

plass, og alle elementene innenfor bærekraftig reiseliv er dermed til stede. Valsøya Fjordcamping har miljøsertifisert seg gjennom Green Key.

**«Vi ønsker oss et eget reiselivsdepartement med egen statsråd»**

*Magny Strand,  
Valsøya Fjordcamping*

### FOKUS PÅ AKTIVITETER

De siste årene har fokuset vært på aktiviteter. Og på Valsøya Fjordcamping kjeder man seg ikke. Her er det Høyt og Lavt klatrepark, kajakk,

båttutleie, lekeplass, sjakkbrett, restaurant og en bitte liten badestrand. I tillegg finnes det spennende aktiviteter i nærheten av campingplassen som de drar god nytte av, som besøksgård, ridning og alpakkavandring. Magny forteller stolt at: - Her er det nærhet til alt!

### POSITIV UTVIKLING

Det har vært gjort flere investeringer og produktforbedringer de siste årene på Valsøya. I 2018 ble klatreparken Høyt og Lavt Valsøya åpnet. De har økt kapasitet og restaurert sanitærbygg og rom i Olaushuset. I 2021 fikk de en ny glassrestaurant med plass til 50 personer som de har fått veldig gode tilbakemeldinger på. Magny forteller at de har hatt omsetningsøkning de siste årene i takt med utviklingen av plassen.



- Midt-Norge er vårt viktigste marked, men vi er også en transitt for utenlandske bobiler på grunn av beliggenheten mellom Atlanterhavsveien og Trondheim, sier hun.

Valsøya har også lagt om fra langtidsleie til bobilplasser. De siste 11 langtidsplassene som er der i dag skal etter hvert fases ut når gjestene selv ønsker det, det er ingen som blir sagt opp.

Framtiden ser positiv ut, og på Valsøya har de planer om å bygge to overnattingsenheter for storfamilien. – Vi har stor tro på at vi skal overleve i generasjoner, forteller Magny. Gjestene er fornøyde, og vi får skryt for maten vi serverer i tillegg til at det er en ryddig og hyggelig plass.

#### EN AKTIV BIDRAGSYTER

Magny forteller at de bruker tid på å engasjere seg i næringsforeninga for å øke den politiske og kommunale forståelsen av reiselivet. De samarbeider også med Trøndelag Reiseliv og Visit Nordvest, samt andre reiselivsbedrifter i kommunen. Og med engasjementet kommer et klart og tydelig ønske: - Vi ønsker oss et eget reiselivsdepartement med egen statsråd!



Magny Strand.



#### VALSØYA FJORDCAMPING AS

Bedriftens navn: Valsøya Fjordcamping AS

Type virksomhet: Camping, overnatting og servering

Lokalisering: Heim kommune

Etableringsår: 1996

Organisering: AS

Kapasitet: 20 fastplasser, 60 drop-in plasser, 10 teltplasser. 14 overnattingsenheter med til sammen 40 senger.

Ansatte/årsverk: 30 ansatte og ca. 4 årsverk

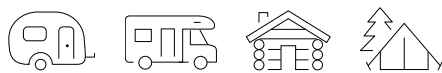
Årsresultat år:

|       |         |
|-------|---------|
| 2018: | 16 000  |
| 2019: | 19 000  |
| 2020: | 121 000 |

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

Facebookside: [facebook.com/Valsoya.no](https://facebook.com/Valsoya.no)

Instagram: [www.instagram.com/valsoya.no/](https://www.instagram.com/valsoya.no/)



Alle foto: Kristiansand Feriesenter

## Kvalitetstid på campingplassen

På Kristiansand Feriesenter utenfor Kristiansand sentrum skapes det gode og trygge minner i en idyllisk sørlandsskjærgård.

12 km fra sentrum av Kristiansand og 8 km fra Dyreparken, ligger Dvergsnestangen og Kristiansand Feriesenter. Her kan du nyte sommeren i campingvogn, telt, bobil, hytte, sommerhus eller leilighet. Campingplassen er åpen fra 30. april til 12. september, og tilbyr massevis av aktiviteter for store og små.

### DET STARTET I 1963

Da kjøpte Søndre Presbyterium, også kalt Frikirken, området «Dvergsnestangen» til bruk som leirsted. Det var en praktfull eiendom på 100 mål og ca. 1,5 km strandlinje. Den gang

var dette «langt ute på landet», og det var kun et lite småbruk her. Ca. 20 frikirkemenigheter i Agder har bi-

**«Vi ønsker å være en plass som gir feriemuligheter også for de som kanskje ikke har mulighet til å dra på ferie ellers»**

*Kristin Oterholt Vårdal,  
Kristiansand Feriesenter*

dratt til utbyggingen gjennom årene, både med penger og med dugnad. I dag er Kristiansand Feriesenter et feriesenter for alle med kommersiell drift, men menighetene bidrar fortsatt med dugnad, spesielt i forhold til SommerCampen som inneholder gudstjenester, bibeltimer og konserter.

### SKAPER TRYGGE MINNER

Kristin Oterholt Vårdal er daglig leder ved Kristiansand Feriesenter. Kristin ønsker at gjestene skal få gode, varige og trygge minner. At ferien bidrar til kvalitetstid for familier, muligheter



for mindre ressurssterke mennesker og et sted hvor større og mindre grupper kan samles. – Vi ønsker å være en plass som gir feriemuligheter også for de som kanskje ikke har mulighet til å dra på ferie ellers, forteller Kristin. Feriesenteret har et tett samarbeid med Blå Kors.

#### NORDMENN PÅ SOMMERFERIE

I høysesongen er det norske barnefamilier som er det viktigste markedet på Kristiansand Feriesenter. Og koronapandemien har ikke lagt noen demper på antall besøkende, snarere tvert imot. Kristin forteller at de har vært heldige i og med at nordmenn må feriere i eget land og at det har blitt «in» med camping. Sommeren har fylt seg opp bedre enn normalt, mens skuldersesongen med utenlandske besøkende og grupper har vært noe mindre. På vinteren leies hele feriesenteret ut til Kristiansand folkehøyskole.

#### FORNØYDE GJESTER

- Vi har fantastiske sesongansatte, forteller Kristin. Kristiansand Feriesenter har fokusert på kvaliteten på boenhetene og det har vært gjennomført mye vedlikehold de siste årene. Som miljøsertifisert bedrift viser feriesenteret at de tar miljø på alvor, og Green Key-merket hjelper dem med å synliggjøre ulike miljøtiltak. Feriesenteret jobber hardt for å opprettholde de 5 stjernene de har på camping i dag. I juli måned har de organiserte barneaktiviteter, som krabbefiskekonkurranse og fotballturnering, noe som er veldig populært. Nytt av året er organiserte padleturer og klatreturer med lunsj. Dette er en fin aktivitet som familier med litt større barn kan gjøre sammen, og det har blitt tatt veldig godt imot av gjestene. – Vi ønsker å utvikle området og fasilitetene våre sånn at stedet kan bli til glede for enda flere, avslutter Kristin. Så fremtiden ser bra ut!

#### KRISTIANSAND FRIESENTER

Lokalisering: Kristiansand

Etableringsår: 1963

Organisering: Aksjeselskap

Produkter/fasiliteter: 3 sanitær-anlegg, resepsjon, butikk og kafé

Kapasitet: 250 sengeplasser, ca. 40 bobil/campingvognplasser, ca. 40 telt, 130 sesonggjester.

Ansatte/årsverk: 3 + sommer-ansatte

Årsresultat 2018: 1 228 185

Årsresultat 2019: 49 992

Årsresultat 2020: 1 599 628

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

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

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



# STRØMSTOLPE MED BETALINGSLØSNING

## – kan det bli enklere –



### PowerPay: Selvbetjening i praksis.

- Skann QR koden med telefonen – bekreft betaling – strømmen er på!
  - Avslutt – betaling belastes – beløp overføres campingplass.
- En App på telefon – ingen dyre betalingsautomater

Ola & Kari Normann forstår når strømmen er dyr – da bruker de mindre!  
Med effektbasert (fra 1.1.22) prismodell kan prisen økes betydelig på de som bruker mye, eksempelvis lader der det ikke er lov til å lade.  
Prismodellen bestemmer campingplassen selv.

### Full kontroll og oversikt over forbruket.

Med full oversikt på forbruket kan man iverksette tiltak før sikringen ryker. Man vet hvor strømmen brukes!

**Strømstolpe:** Norskutviklet, sjøvannsbestandig aluminium, holder seg pent år etter år etter år...



# Det året de fleste nordmenn ferierte i Norge

Litt forenklet kan vi si at 2021 var preget av at utlendingene ble hjemme og nordmenn ferierte som aldri før i eget land. Mange campingbedrifter melder om en svært god sommer, og selv om det var noen flere utenlandske gjester enn året før, så er det nordmennene som har dominert campingåret.

Vårt inntrykk er at nordmenn er flinke til å ta i bruk campingplassene og aktivitetene som tilbys der, og vi har stor tro på at camping bare vil fortsette å bli enda mer populært blant nordmenn i tiden som kommer.

Samtidig viser våre analyser at interessen for å reise til utlandet på ferie i løpet av de neste tre årene er mye lavere enn før pandemien. Dette til tross for at mange i våre viktigste utenlandsmarkeder var ferdigvaksinert eller snart ville bli det, da vi gjennomførte våre undersøkelser. 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, og derfor er vi avhengige av å se fremover og legge strategier for en tid etter pandemien.

I dette bildet er det noen perspektiver jeg vil dele med dere.

Det første er at dette er mer enn en pandemi. Det har utviklet seg til å bli en strukturell krise. Mer enn 39 millioner mennesker har blitt arbeidsledige på verdensbasis, og mange land som har en stor andel

av BNP fra reiseliv sliter. Det internasjonale pengefondet har uttalt at pandemien har ført til den største økonomiske nedgangstiden siden den store depresjonen på 1930-tallet. Norge er relativt godt stilt med et godt samfunnsmessig sikkerhetsnett med gode ordninger når det kommer til krisepakker og arbeidsmarkedstiltak, selv om de selvfølgelig har hull. Vi ser allerede at strukturen i reiselivsnæringen er i ferd med å endre seg med oppkjøp og konsolidering. Selv om det er mange bedrifter som har utsatt store utviklingsprosjekter og investeringsplaner, så ser vi flere som nå investerer for fremtiden, også innen campingnæringen.

For det andre så har pandemien ført til store endringer rundt den reiselivsmessige infrastrukturen. Flybransjen er drastisk endret og flere selskaper har mottatt store krisepakker og noen har gått konkurs. Ifølge turistundersøkelsen så har 50 prosent av de internasjonale gjestene kommet med fly. Avinor sine prognoser er at flytrafikken først vil være tilbake på 2019-nivå i 2024. Det betyr at prisene på fly vil gå opp når kapasiteten blir lavere. Dette er et tegn på at Norge og nærmarkedene vil bli viktigere i årene som kommer hvor du kan komme deg hit med bil, ferge, tog eller buss.

Internasjonalt snakker man om «the new hassles of travelling», hvor man kontinuerlig må ha oversikt over hvilke papirer og tester du må gjen-

nomgå for å sette deg på et fly eller krysse en grense. Det store spørsmålet er da om hvordan dette vil påvirke reiseadferden fremover. Vil forbrukerne velge reisemål og transportmåter som har lavere inngangsbarrierer?

Sist, men ikke minst snakker man om søken etter reisemål som ikke har stor trengsel og store folkemengder.

Flere internasjonale undersøkelser peker på at naturbaserte reisemål med mye plass vil være de første som kommer tilbake til etter pandemien. Det gjør meg optimistisk på Norges og på campingnæringens vegne!

Vi har sett at flere snakker om den store ketsjupeffekten hvor utlendinger vil flokke til Norge etter pandemien. Den er jeg ikke så sikker på. «Alle» land konkurrerer nå om de samme gjestene så konkurransen blir stor. I tillegg har mange av næringsaktørene ikke råd til å gjøre store markedsinvesteringer. Utenlandske gjester vil ikke komme tilbake uten aktiv markedsbearbeiding. Ketsjupeffekten blir nok i større grad i form av alle nordmennene som skal på hytta i «Costa del Torevika» og andre morsomme steder, men vi håper de to siste årenes gedigne visningstur for nordmenn i eget land har ført til at vi vil bruke vårt eget land i større grad enn tidligere.

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 [innovasjon norge.no](https://innovasjon norge.no) eller kontakt en av våre lokale rådgivere som kjenner reiselivet og hjelper deg med å lykkes.

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

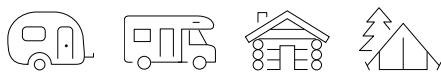


FOTO:  
TOMMY ANDRESEN



SØRLANDET FERIESENTER

Foto: Terje Rakke/VisitNorway.com



# Nye brannkrav for campingplasser

1. januar 2022 trer nye regler for camping og brannsikkerhet i kraft.

Formålet med reglene er bedre brannsikkerhet og et enklere regelverk. De nye reglene vil ikke ha tilbakevirkende kraft.

## NYE AVSTANDSKRAV

Det generelle avstandskravet blir 4 meter mellom campingenheter på campingplasser. Avstanden på 4 meter skal måles fra ytterpunkt til ytterpunkt på campingenheter. Det betyr at den reelle avstanden mellom campingenheter ikke skal være mindre enn 4 meter fri bredde.

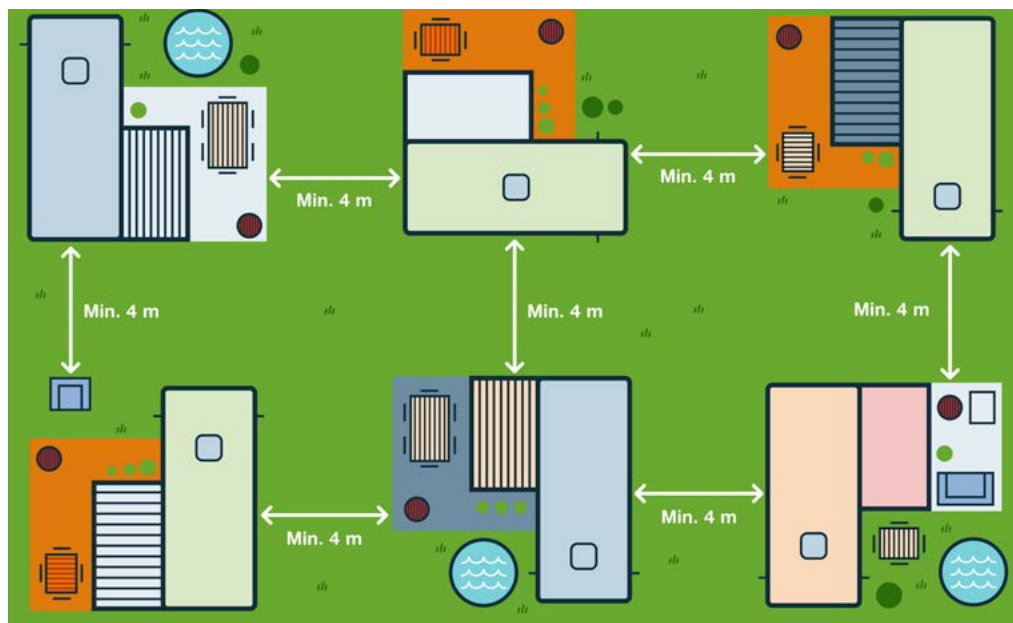
Campingenheten er det arealet den enkelte leietaker har til rådighet. Størrelsen på en campingenhet kan ikke overstige 75 kvadratmeter. I en campingenhet inngår campingvogn, bobil, villavogn, husvogn, telt og tilleggskonstruksjoner til campingvognen som spikertelt, isotelt og isocamp, samt terrasse, levegg osv.

Campingenhetsens ulike elementer kan ikke på noe punkt overstige en høyde på 3,5 meter over bakken.

## PARSELLER OG BRANNGATER

Innføring av krav om 4 meters avstand mellom campingenheter vil innebære en lempning i forhold til det tidligere kravet om 8 meter mellom lave byggverk som "spikertelt" og isolerte fortelt. For å opprettholde tilfredsstillende brannsikkerhet må det derfor forskriftsfestes et krav om at campingplasser skal deles inn i parseller, og det må etableres branngater mellom parsellene.

En parsell er noe annet enn en campingenhet. En parsell vil omfatte en større del av campingplassen, og den vil romme flere campingenheter. Mellom



Alle illustrasjoner: Per Høj / Max Estes



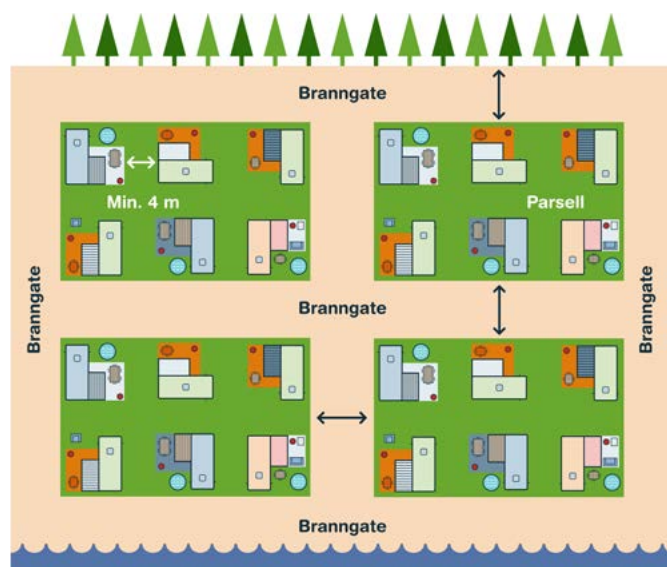
parsellene skal det etableres branngater.

Formålet med å dele campingplassen inn i slike "soner" er å hindre brannspredning fra ett område på campingplassen til et annet. Dette begrenser skadepotensialet. Branngatene er i tillegg med på å sikre at brannvesenet og andre nødetater kommer frem.

Forslag til forskriftskrav om inndeling av campingplasser i parseller og etablering av branngater er ute på høring høsten 2021. I regjeringens forslag skal parsellene ha et grunnareal på maksimalt 1200 kvadratmeter. Branngatene mellom parsellene skal være minst åtte meter brede.

## REGLENE GJELDER FOR NYE TILTAK

Det nye regelverket gjelder for nye tiltak. Det vil si at det ikke har noen tilbakevir-



kende kraft for eksisterende campingplasser som ikke skal gjøre noen endringer på plassen.

De nye kravene vil gjelde ved nyetableringer, utvidelser, oppgraderinger og andre vesentlige endringer av og på campingplassen.

Ved tvil om endringene man planlegger på campingplassen utløser nye krav, må man ta kontakt med kommunen.

## ENDRINGENE BERØRER FØLGENDE FORSKRIFTER

- Byggteknisk forskrift. Parselloppdeling av campingplasser. TEK17 §11-6. Prop. 110 L (2020-2021)
- Endringer i plan- og bygningsloven (hjemmel for forskrift om parsellinndeling av campingplasser)



# NASJONAL KLYNGE FOR CAMPINGNÆRINGEN

Nasjonal klynge for campingnæringen er et nettverk bestående av nær 50 campingbedrifter fra store deler av landet.

Nettverket har eksistert siden 2013.

Målsettingen er å styrke norsk campingnæring sin konkurransekraft og verdiskaping gjennom bærekraftig utvikling, omstilling og økt kunnskap om og for næringen. Nettverket har fokus på kompetanse, bærekraftige tiltak, kvalitetsheving, etablering av møteplasser og erfaringsutveksling.

«Sammen blir vi gode»

Norsk Turistutvikling AS på Lillehammer har prosjektledelsen, og NHO Reiseliv er prosjektansvarlig. Bedriftene er prosjekteiere.

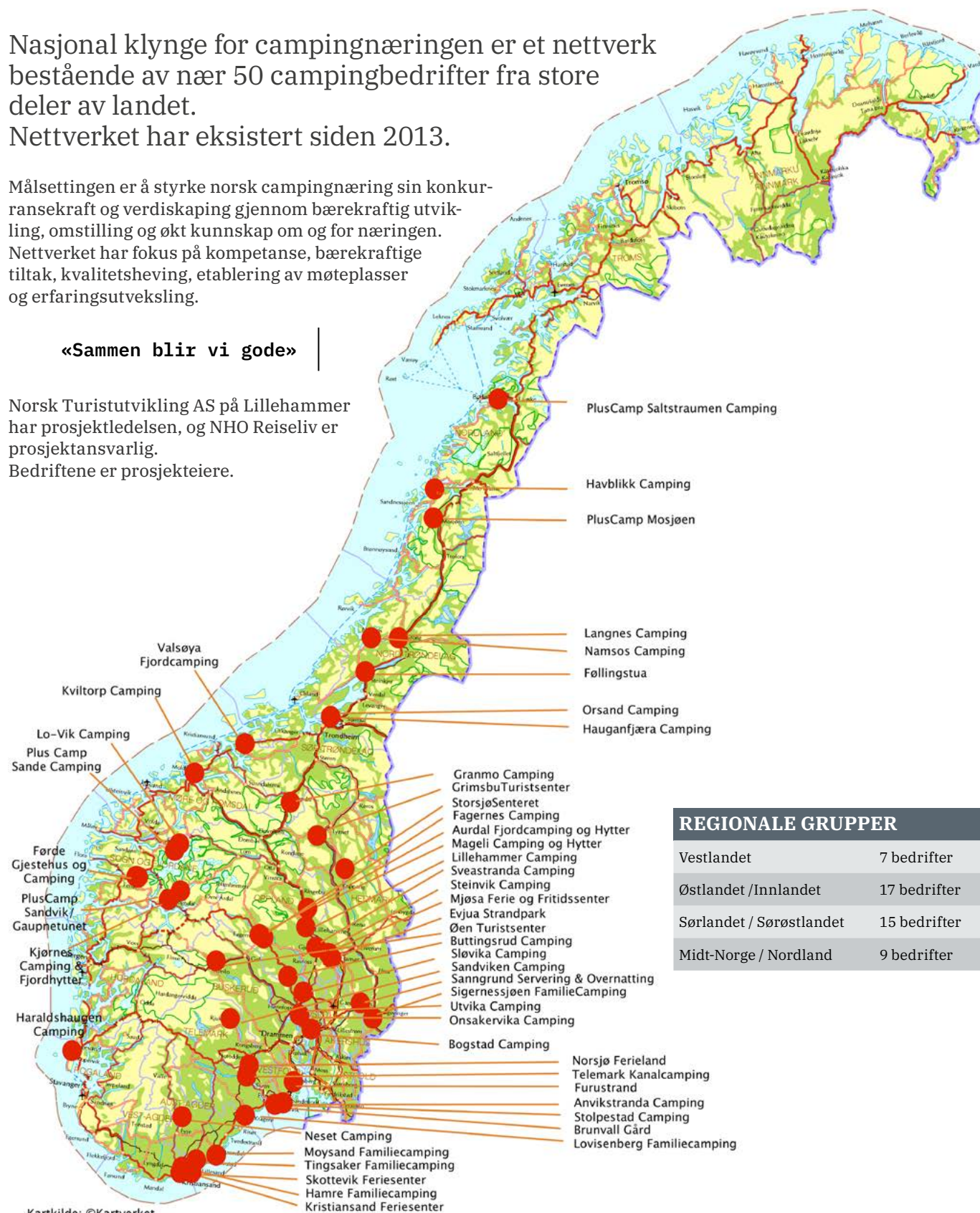




Foto: Erik Eggum



## Nye bobilplasser i Aurdal

Aurdal Fjordcamping og Hytter har åpnet 26 nye døgnplasser til vogner og bobiler ned til vannet.

## Campingnettverk i Tromsø og Finnmark

Det er søkt om midler fra Innovasjon Norge til gjennomføring av et forprosjekt for campingnettverk i Troms og Finnmark. Dersom alt går etter planen, vil forprosjektet starte opp på senhøsten 2021. Alle campingbedrifter i Troms og Finnmark er velkomne til å delta i nettverket. Dette er en fin møteplass for næringen, der erfaringer og tiltak kan drøftes i fellesskap. Ta kontakt med Kjell Ove Solbakken, Norsk Turistutvikling på [kjell@ntu-as.no](mailto:kjell@ntu-as.no) ved spørsmål.

## Servering på Bjørkestølen Helårscamping

Bjørkestølen Helårscamping i Tisleidalen i Valdres har pusset opp resepsjon, kro og kjøkken, og har med det fått på plass et nytt serveringstilbud for både campinggjester og hyttefolk i nærområdet. Campingplassen har også fått på plass ladestasjon for elbiler.



Foto: Bjørkestølen Helårscamping



Foto: Steinvik Camping

## Ny lekeplass ved Steinvik Camping

En helt ny lekeplass var på plass på Steinvik Camping før sommersesongen.

## Førde Gjestehus og Camping

Har fått ny miljøstasjon for gjestene med ulike fraksjoner med kildesortering.

## Aktiviteter på Fagernes Camping

Fagernes Camping har satset på arrangementer i sommer, med bl.a. Vannsportens dag, morgentrim, styrketrening på stranda og besøk av klovnene Cathrine og Flippflopp. Nytt av året er også nye skilt og innkjøp av kanskje verdens største campingstol av tre.

Foto: Fagernes Camping



## Fri- og villcamping i Portugal er blitt forbudt

Fra i år er alle former for fricamping eller villcamping forbudt i Portugal. Forbudet gjelder for overnatting mellom kl. 21 og kl. 07. Overnatting skal kun skje på steder godkjent for overnatting, som bobilplasser og campingplasser.

## Minigolfbane på Sveastranda Camping

På Sveastranda Camping anla de ny minigolfbane sommeren 2021 med 12 baner.

Dette er en fin aktivitet for hele familien og har vært veldig populært.



Foto: Susanne Ørbeck, Snø Visuals

## Bobilsalg i Norge

Det ble registrert 3 383 nye bobiler i Norge i 2020. Det er 206 færre enn året før. I første halvår av 2021 ble det registrert 1 846 nye bobiler i Norge. Det er omtrent på samme nivå som første halvår i 2020.

Interessen for bobiler har vært stor i Norge, men produksjonskapasiteten av bobiler har vært begrenset i 2021 pga. produksjonspausen som følge av koronapandemien. Produksjonsproblemene er ventet å vare ut i 2022. Kilde: [Bobilverden.no](http://Bobilverden.no)

I midten av juni 2021 var det registrert til sammen ca. 60 000 bobiler og 120 000 campingvogner i Norge. I tillegg kommer alle campingvogner som står uten skilt på faste plasser på campingplasser.

Salget av nye campingvogner (ca. 1 400 enheter) gikk opp med 20 prosent i første halvår 2021 sammenlignet med samme periode i 2020. I første halvår 2021 ble det solgt vel 1 500 nye bobiler.



## Oppgradert bomsystem på Haraldshaugen Camping

Haraldshaugen Camping i Haugesund har i år bl.a. oppgradert sitt bomsystem som leser og gjenkjenner skiltnummer. Når en kunde har forhåndsbestilt og ankommer campingen, vet resepsjonen at de har en reservasjon ut fra skiltnummer og kan ønske kunden velkommen på fornavn. Innsjekk går mye raskere. Bommen åpner seg automatisk på skiltnummer, og forenkler inn- og utkjøring. Videre plan for dette systemet er å frigjøre seg fra resepsjon utenom sesong, hvor kunden bestiller direkte på nettsiden og vil automatisk få tilgang til campingen.

Adgangskort er byttet ut med pinkode panel. Kunden mottar automatisk sms med pinkode for adgang til servicebygget og link til nettside med relevant informasjon.

Haraldshaugen Camping har også jobbet mye med sin online booking. Gjester som bestiller direkte på hjemmesiden får rabattert pris. Dette har ført til færre telefoner og epost, og har frigjort mye tid i resepsjonen.

Videre har Haraldshaugen Camping investert i en CamperClean maskin.



Foto: Telemark Kanalcamping

## Telemark Kanalcamping med nytt miljøvennlig sanitæranlegg

Telemark Kanalcamping ved Lunde har fått på plass et nytt sanitærbygg på 171 kvm. I tillegg til dusjrom og toalett er det bl.a. felleskjøkken, samt CamperClean tømestasjon i bygget.

Det er lagt vekt på universell utforming med gode kontraster for svaksynte og god plass i alle rom. Tre av dusjrommene er ekstra tilrettelagt for funksjonshemmede. Det er automatisk døråpner på 4 av dørene inkludert hoveddøra og tydelig grønt lys over dørene på rom som er ledig. For å ha fleksibilitet i forhold til belegg er det valgt å ha ulike typer rom tilgjengelig fra utsiden slik at hoveddøra kan stenges i lavsesong. Det er lagt solpanel som er kalkulert å produsere 16 000 kWh i året. Det er i tillegg installert luft til vann varmepumpe både til forbruksvann og gulvvarme. Pris på bygget er 5,3 millioner kroner.

Andre forbedringer hos Telemark Kanalcamping til 2021-sesongen er oppgradering av et område til 68 definerede plasser på plen med strøm og vann.

## Svensk campingstatistikk 2020

Det var totalt 12,8 overnattinger på svenske campingplasser i 2020. Dette er en nedgang på 24 prosent fra året 2019. 70 prosent av alle overnattingene var i campingvogn, 15 prosent i campinghytter, 11 prosent i bobil og 4 prosent i telt. Kun 580 000 gjestedøgn kom fra utenlandske markeder. Til sammenligning var det 4,26 millioner utenlandske gjestedøgn i 2019.



Foto: Stolpestad Camping

## Årets nyheter ved Stolpestad Camping

- 1: Stolpestad Camping har fått på plass en ny stor hytte for ukesutleie og døgnutleie.
- 2: Salg av varm mat foran butikken, ved Alex' foodtruck. Dette har vært en stor suksess.
- 3: Innkjøp av 4 SUP (stand up paddleboards). Disse har vært leid ut på timesbasis for gjestene. Dette har vært populært, og er et fint alternativ til tråkebåtene.

## Ny nasjonal reiselivsstrategi

I mai ble den nye nasjonale reiselivsstrategien lansert. Innovasjon Norge har ledet arbeidet, på oppdrag fra Nærings- og fiskeridepartementet. Strategiens fire hovedmål er:

- Norsk reiseliv skal øke sin egen verdiskaping og bidra til jobbskaping i hele landet.



Foto: Tosprelske

## Tråbåter hos Sanngrund

Sanngrund ved Skarnes har kjøpt inn to nye tråbåter i år. Disse har vært populære hos gjestene i sommer og mange har vært ute på Glomma med disse i sola.

- Norsk reiseliv skal bidra til at Norge blir et lavutslipps-samfunn.
- Norsk reiseliv skal bidra til attraktive lokalsamfunn og fornøyde innbyggere.
- Norsk reiseliv skal levere så høy kundeverti at betalingsvilje og gjenkjøp øker.

# 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 uforedlede 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!*

**A|S|K|O**  
SERVERING

Trygve Nesje,  
lokal møllemester hos Holli Mølle

