



Årgang 12-2025



Camping

Årsrapport for utvikling, trender og muligheter i campingnæringen



Campingnæringen – motor for distriktsutvikling, privat eierskap og samarbeid

Campingnæringen har i 2025 befestet sin posisjon som en av de viktigste distriktsnæringene i norsk reiseliv.

I 2024 var det nesten 8 millioner gjestedøgn på norske campingplasser, noe som tilsvarer omtrent 20 prosent av alle kommersielle overnattinger i Norge. Campingnæringen er representert over hele landet og skaper lokale arbeidsplasser, både direkte og indirekte. Dette skjer gjennom samarbeid med serveringssteder, butikker, aktivitetsleverandører og andre lokale næringer. Slik bidrar camping til levende og bærekraftige lokalsamfunn.

Et særtrekk ved norsk campingnæring er det sterke innslaget av privat eierskap. De fleste campingplasser er familieeide og lokalt forankret, ofte gjennom flere generasjoner. Dette gir næringen evne til å tilpasse seg lokale forhold, ta raske beslutninger og investere i utvikling som gagnar både bedriften og lokalsamfunnet. Privat eierskap sørger for at verdiskapingen blir igjen lokalt, og at overskudd reinvesteres i nye tilbud, bedre fasiliteter og økt kvalitet. Det gir også sterkere tilknytning til stedet og et personlig vertskap som gjestene setter pris på. Privat eierskap er dessuten viktig for innovasjon, fleksibilitet og bærekraft.

Den nasjonale klyngen for campingnæringen har de siste årene vist stor evne til samarbeid, både internt og på tvers av regioner og landsdeler. Erfaringer fra klyngeprosjekter viser at godt teamarbeid og lagfølelse er avgjørende for å løse utviklingsoppgaver effektivt. Når bedriftene deler erfaringer og kunnskap, styrkes hele næringen. Samarbeid og fellesskap gir økt motivasjon, bedre ressursutnyttelse og et miljø der innovasjon og utvikling trives. Dette gjør næringen bedre forberedt på fremtidens krav og muligheter.

Campingnæringen har store muligheter, men også noen utfordringer. Økt internasjonal konkurranse, behov for mer kompetanse og generasjonsskifte er viktige temaer. Samtidig gir satsing på bærekraft, digitalisering og samarbeid på tvers av regioner og land et godt grunnlag for videre vekst. Norge har natur, plass og et kjølig klima («coolcation») som stadig flere europeere ønsker om sommeren. Det tyske og nederlandske markedet er spesielt viktige for vekst. Med riktig strategi og bedre markedsføring kan flere velge Norge som campingdestinasjon.

For å få flere gjester og en lengre sesong må vi satse mer ambisiøst enn i dag og vi må arbeide smartere sammen. Dette har klyngen gjort gjennom etableringen av Norsk Camping hvor målsettingen er å gi den enkelte bedrift stordriftsfordeler ved å løse en del bedriftsoppgaver i et felles selskap. Hvis samarbeidet med Sverige blir realisert gjennom en felles Interreg-søknad, vil det gi store utviklingsmuligheter for campingbedrifter i grenseregionen og resten av Norge.

Vi har god grunn til å være stolte over det vi sammen skaper av utvikling og samhold i den nasjonale klyngen for campingnæringen. Et sterkt fellesskap i klyngen skaper innovasjon, økt synlighet og bedre konkurransekraft for alle deltakerne og som kommer en hel næring til gode.



KJELL OVE SOLBAKKEN

- daglig leder Norsk Turistutvikling AS og prosjektleder for Nasjonal klynge for campingnæringen.

Her sammen med Hanne Kristiansen (til venstre) og Anne Anmarkrud Lier (til høyre), Norsk Turistutvikling AS/prosjektteamet for campingklyngen.

Innhold

Leder	2
NHO Reiseliv	3
Statistikk vintersesongen 2025	4
Statistikk, sommertrafikken 2025..	5
Statistikk – antall campingplasser i Norge	7
Statistikk – gjestedøgn 2024	8
Hvordan overnattet gjestene?	9
Studietur til Indre Østlandet	10
Campingutstilling på Norsk vegmuseum	11
Tyske campingturister	12
Norsk/svensk samarbeid	12
Tips til universell utforming	13
Innovasjon Norge	14
Campingvettregler	15
Samling i Lofoten for campingstudentene	16
Prakis på Fagernes Camping	17
Bedriftspresentasjon Solvang Camping og Leirsted	18–19
Nøkkeltall	20–21
Bedriftspresentasjon Dønfoss Camping	22–23
Bedriftspresentasjon Hamre Familiecamping	24
Camping i Europa	27
Gjesteintervju fra Sandviken	27
Nasjonal klynge for campingnæringen	28
Campingmesse i Düsseldorf	29
Smånytt fra bransjen	30–31

Camping

Årsrapport for utvikling og trender i campingnæringen

Årgang 12–2025

Redaksjon

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

Layout og trykk

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



Forsidefoto

Topcamp Sjøsandene Mandal.
Foto: Travitude Media.



Campingåret 2025

Campingåret 2025 ble et etterlengt normalår for campingbransjen. Sesongen bød på solide besøkstall, nye investeringer og viktige diskusjoner om rammevilkår.

Campingåret 2025 kan oppsummeres med ett ord: endelig. Endelig et år uten pandemi, ekstremvær og uforutsigbarhet – et år der campingplasser over hele landet fikk drive som normalt. Vertskapslysten har blomstret, gjestene har strømmet til, og mange eiere har denne sommeren kunnet ta i bruk nye servicebygg og oppgraderte anlegg. Etter flere tøffe sesonger var det dette året bransjen trengte for å få pusten tilbake.

Ifølge SSB ble det registrert 1,47 millioner campingovernattinger i juni og 2,90 millioner i juli – til sammen 4,37 millioner. Det er rundt 300 000 flere enn på samme tid i fjor, og viser at camping igjen er en av de sterkeste vekstdriverne i norsk reiseliv.

Juli alene sto for nærmere 2,9 millioner overnattinger, en økning på 9,8 prosent fra i fjor. Det gjør juli 2025 til den beste julimåneden på tre år – selv om rekordnivået fra 2022 fortsatt står. Camping er fortsatt mest populært blant nordmenn, som sto for 65,8 prosent av overnattingene, men den største veksten kom fra utlandet. Danske og svenske gjester trakk tallene opp, og samlet økte de utenlandske campingovernattingene med hele 11,5 prosent.

De fleste campingplasser som ble rammet av ekstremværet «Hans» i 2023 har nå fått erstatning og er tilbake i normal drift. Dermed har 2025 også vært et år der bransjen har kunnet rette blikket fremover – både mot videre standardheving og mot en ny generasjon campinggjester. Gjennomsnittsalderen på campingturister er fortsatt relativt høy, og særlig bobilmarkedet domineres



Moskenes Camping.
Foto: Jarle Buseth, NHO Reiseliv

av 60+. Samtidig ser vi tydelige tegn til at en yngre garde er på vei inn. De har litt andre behov og forventninger – blant annet når det gjelder digitalisering og en mer sømløs bestillingsopplevelse. For å nå denne gruppen blir det stadig viktigere å være synlig og tilgjengelig på nett. Klarer bransjen å møte disse endringene, ligger alt til rette for at camping kan løftes til nye høyder i årene som kommer.

Et annet viktig tema i 2025 har vært villcamping og kommunale bobilparker. Her har man kommet et godt stykke på vei: bransje- og medlemsorganisasjoner, Statens vegvesen og Nasjonale turistveger har samarbeidet for å finne løsninger som både ivaretar friluftslivet og bærekraftmålene. På konferansen Fricamping – fra pest og plage til en

fantastisk mulighet for kommunene og næringslivet, ble problematikken grundig belyst. Over 50 kommuner har fått bedre innsikt i hvordan de kan håndtere utfordringene på en mer balansert måte. Likevel gjenstår mye arbeid.

Debatten om turistskatt har også preget 2025 og skapt usikkerhet. NHO Reiseliv er imot en særskilt overnattingskatt på hoteller, campingplasser og andre overnattingssteder, fordi det vil gjøre Norge dyrere og svekke konkurranseevnen. Samtidig anerkjenner vi at enkelte destinasjoner har behov for ekstra midler til infrastruktur og tjenester. Derfor ønsker vi en løsning med pilotprosjekter i pressområder, der man kan teste ut besøksbidrag som forvaltes lokalt og målrettes mot å håndtere turiststrømmer – uten å belaste bare overnattingsnæringen.

Fremover blir det avgjørende å sikre både gode gjesteopplevelser og rettfærdige rammevilkår. Klarer vi den balansen, kan camping fortsette å utvikle seg – til glede for både gjester, lokalsamfunn og bransjen selv.

JARLE BUSETH
Bransjesjef
camping
NHO Reiseliv



Foto: Per Sollerman

Campingovernattinger vintersesongen 2025

Flere overnattingsdøgn i vintersesongen

Det var 726 000 overnattinger på campingplasser i perioden januar–april. Dette er en vekst på 5,2 prosent fra samme periode året før. Størst vekst var det fra utenlandske overnattinger med 13,7 prosent.

Nordmenn er det største markedet om vinteren med 83,1 prosent av alle overnattingene, dvs. med 604 000 overnattinger. Det er en vekst på 3,7 prosent fra samme periode i 2024.

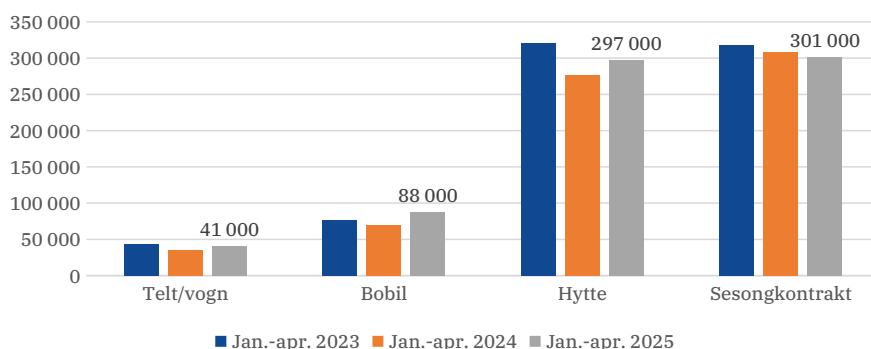
Det var 122 000 overnattinger fra utenlandske markeder vinteren 2024. De største utenlandske markedene om vinteren er Polen med 27 000 overnattinger, Tyskland med 20 000 overnattinger, Danmark med 9 000 overnattinger og Sverige med 8 000 overnattinger.

Antall overnattinger fordelt på overnattingsmåte Januar-april år 2023-2025

Det er omtrent like mange overnattinger med sesongkontrakt som hytteovernattinger vinteren 2025. Det er 301 000 overnattinger med sesongkontrakt. Dette er en nedgang på 2,4 prosent fra vinteren året før. Deretter følger 297 000 overnattinger i hytter. Det er en vekst på 7,3 prosent fra samme periode året før.

Sesongkontrakt og hytteovernattinger står for til sammen 82,3 prosent av alle overnattingene i perioden januar–april 2025.

Videre var det 88 000 overnattinger med bobil. Det er en vekst på 26,0 prosent sammenlignet med samme periode året før.



Det var 41 000 overnattinger i telt/vogn (uten sesongkontrakt) vinteren 2025. Det er en vekst på 14,4 prosent sammenlignet med samme periode året før.

Gjestedøgn fordelt på fylker

Innlandet er landets største vintercampingfylke med 163 000 gjestedøgn i perioden januar–april 2025. Deretter følger Vestland med 106 000 gjestedøgn og Trøndelag med 67 000 gjestedøgn.

Innlandet, Vestland, Agder, Møre og Romsdal, Telemark og Oslo har hatt flere campingovernattinger vinteren 2025 sammenlignet med vinteren 2024.

Trøndelag, Buskerud, Troms, Nordland og Rogaland opplevde nedgang vinteren 2025 sammenlignet med vinteren 2024. Størst nedgang er det i Agder med 46,9 prosent.

Fylkene Innlandet, Buskerud, Trøndelag og Vestfold har flest overnattinger fra gjester med sesongkontrakt om vinteren. Mens resten av landets fylker har størst andel av gjester som overnatter i hytter. For Østfold og Akershus publiseres det ikke tall, så andelen for disse er ukjent.

Fylke	Antall overnattinger Jan.–apr. 2025	Endring i prosent fra jan.–apr. 2024
Østfold	:	:
Akershus	:	:
Oslo	8 000	52,2 %
Buskerud	46 000	-4,9 %
Innlandet	163 000	6,4 %
Vestfold	18 000	:
Telemark	37 000	50,3 %
Agder	56 000	15,8 %
Rogaland	39 000	-4,2 %
Vestland	106 000	24,0 %
Møre og Romsdal	51 000	1,9 %
Trøndelag	67 000	-11,9 %
Nordland	52 000	-8,0 %
Troms	46 000	-10,6 %
Finnmark	15 000	:

: = SSB publiserer ikke tall for utvalgte fylker av konfidensialitetshensyn.

Tallgrunnlaget er fra Statistisk sentralbyrå (ssb.no).



Vekst i sommertrafikken

Det har aldri vært flere campingovernattinger enn sommeren 2025.

Det var 6,0 millioner campingovernattinger sommeren 2025, dvs. for månedene juni, juli og august. Det er en økning på 7,5 prosent fra sommeren året før, og er ny rekord!

Det var vekst i antall overnattinger i alle sommermånedene sammenlignet med året før. Antall overnattinger i juni 2025 økte med 3,8 prosent, juli økte med hele 9,8 prosent og august med 6,8 prosent sammenlignet med de samme månedene i 2024.

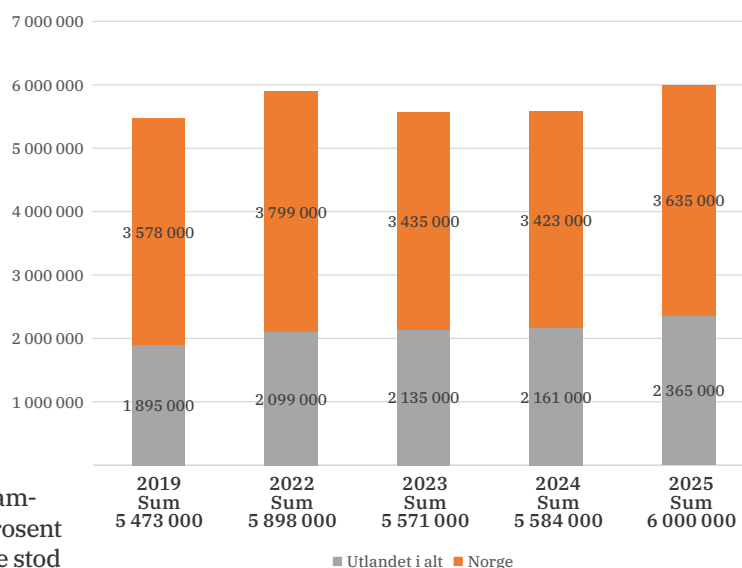
GJESTEDØGN FORDELT PÅ NASJONALITET

Nordmenn utgjør 60,6 prosent av alle overnattingene om sommeren, og utgjør det største markedet for norske campingplasser. Det var ca. 3,6 millioner overnattinger fra nordmenn sommeren 2025. Det er en vekst på 6,2 prosent sammenlignet med sommeren 2024. Sammenlignet med toppåret 2022 var det en nedgang på 4,3 prosent.

De utenlandske gjestedøgnene, med 2,4 millioner overnattinger, økte med 9,5 prosent sommeren 2025 sammenlignet med samme periode året før, og med 12,7 prosent fra sommeren i toppåret 2022. De utenlandske gjestene stod for 39,4 prosent av overnattingene sommeren 2025.

Tyskland er det største utenlandske markedet. Med 926 000 overnattinger sommeren 2025 var det en vekst på 6,3 prosent fra samme periode året før. Nederland med 383 000 gjestedøgn er det nest største markedet, og Sverige med 210 000 gjestedøgn er det tredje største

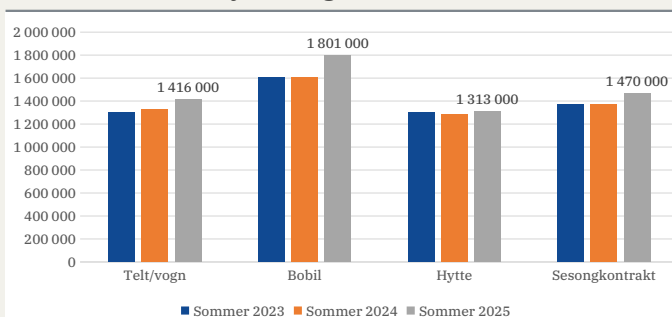
Campingovernattinger, norske og utenlandske Juni, juli og august 2019-2025



markedet. Overnattinger fra Sverige økte med 10,2 prosent fra sommeren 2024. Deretter følger Danmark, Sveits, Frankrike og Finland med 95 000-98 000 overnattinger hver. Alle de største nasjonalitetene har hatt vekst sommeren 2025 sammenlignet med sommeren 2024.

Overnattingsmåte, hele landet

Juni, juli, august 2023-2025



Fordelt på overnattingsmåte ble det foretatt flest overnattinger med bobil, med 1,8 millioner overnattinger. Dette utgjør 28,8 prosent av totale overnattingsdøgn på campingplasser sommeren 2025. Bobilovernattingene økte med 12,1 prosent fra sommeren 2024. Antall bobilovernattinger har økt jevnt hvert år siden 2013.

Nest flest overnattinger var det fra faste gjester med sesongkontrakt, med ca. 1,5 millioner overnattinger. Dette utgjør en markedsandel på 24,5 prosent. Antall overnattinger med sesongkontrakt økte med 7,6 prosent sommeren 2025 sammenlignet med sommeren 2024.

Overnattinger i telt/vogn utgjorde 1,4 millioner overnattinger sommeren 2025. Dette er en økning på 6,7 prosent fra sommeren 2024.

Antall overnattinger i hytter kom på 1,3 millioner overnattinger. Dette er en økning på 2,3 prosent

sammenlignet med samme periode i 2024. Overnattinger i hytter har vært temmelig stabil de siste tre år.

FYLKESVISE OVERNATTINGER

Sommeren 2025 var det flest overnattinger i Vestland fylke med 947 000 overnattinger. Innlandet er det nest største campingfylket med 846 000 overnattinger. Deretter følger Agder med 676 000 overnattinger. 4 av 10 av alle campingovernattinger på norske campingplasser er i disse tre fylkene.

Alle fylker med unntak av Oslo og Troms hadde en vekst i antall campingovernattinger sommeren 2025 sammenlignet med sommeren 2024. Størst vekst i antall overnattinger var det i Vestfold og Vestland.

ANTALL OVERNATTINGER I JULI

Det ble registrert 2,9 millioner overnattinger ved norske campingplasser i juli 2025. Dette er en økning på 9,8 prosent fra juli 2024. Norske overnattinger stod for 65,8 prosent av overnattingene i juli, mens de utenlandske stod for 34,2 prosent. Tyskland er det største utenlandske markedet med 342 000 overnattinger, dernest kommer Nederland og Sverige.

Campingplassene står for 39,3 prosent av alle kommersielle overnattinger i juli. I fylkene Østfold, Innlandet, Vestfold, Telemark, Agder og Møre og Romsdal utgjør overnattinger på campingplasser 50 prosent eller mer av all kommersiell overnatting.



Sanitær- og WC-moduler for alle behov!

- Ulike utførelser: f.eks. dame/herretoalett, dusjmodul, vaskemodul, tilgjengelig for bevegelsehemmede m.m.
- Robust, lett å pleie og umiddelbart klar til bruk
- Hygienisk med ferskvann i stedet for kjemikalier

Telefon: +47 37 715611 • www.containex.com





Antall campingplasser i Norge

Det er 904 statistikkpliktige campingplasser i Norge pr. juli 2025.



Lovisenberg Familiecamping. Foto: Cinewo.

Omtrent halvparten av plassene er helårsåpne. Det er 461 vinteråpne campingplasser pr. januar 2025. Det er 6 flere bedrifter enn i januar 2024.

Campingplassene har en kapasitet på ca. 10 800 hytter/rom i sommersesongen. Ca. 41 000 senger er tilgjengelig. I tillegg er det en kapasitet på ca. 70 000 uteplasser (oppstillingsplasser) i høysesong. Om vinteren er det en kapasitet på i overkant av 6 000 hytter/rom og 24 000 senger.

På fylkesnivå har Vestland og Innlandet flest campingplasser, med 136 sommeråpne campingbedrifter i Vestland og 134 campingplasser i Innlandet. Trøndelag har 98 sommeråpne campingbedrifter, og Nordland 95. Deretter følger Møre og Romsdal med 83 campingplasser.

Innlandet har flest vinteråpne campingplasser med 84 campingbedrifter, etterfulgt av Vestland med 70 campingplasser. Deretter følger Trøndelag med 57, Nordland med 48, Troms med 32, Møre og Romsdal med 32 og Buskerud med 30 vinteråpne campingplasser.

Tallene er hentet fra SSB.no.

Antall statistikkpliktige campingplasser fordelt på fylker

Fylke	Januar 2025	Juli 2025
Østfold	:	31
Akershus	:	12
Oslo	1	3
Innlandet	84	134
Buskerud	30	49
Vestfold	7	39
Telemark	23	50
Agder	29	62
Rogaland	24	40
Vestland	70	136
Møre og Romsdal	32	83
Trøndelag	57	98
Nordland	48	95
Troms	32	43
Finnmark	16	28
Svalbard	1	1

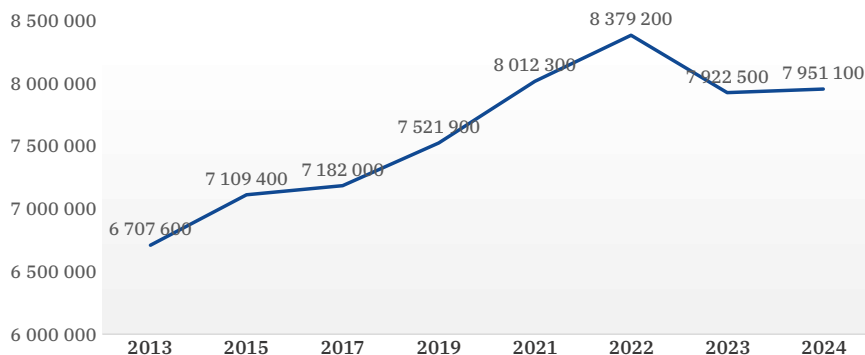
: = Vises ikke av konfidensialitetshensyn. Tall publiseres ikke av Statistisk sentralbyrå for å unngå å identifisere virksomheter.



Nær 8 millioner overnattinger på campingplasser i Norge i 2024

Campinggjestedøgn hele landet, 2013–2024

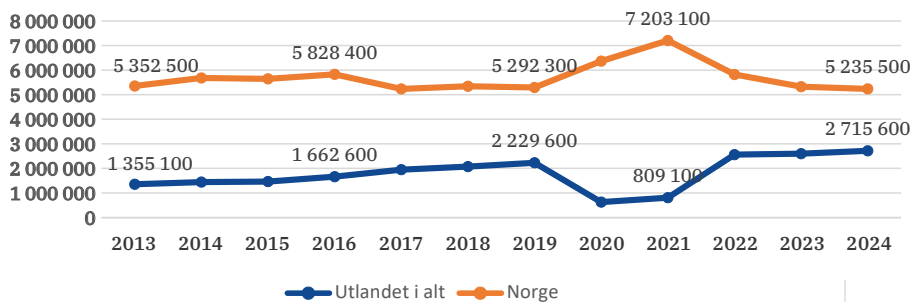
I 2024 var det 7,95 millioner campingovernattinger, en beskjeden vekst på 0,4 prosent fra året før. Sammenlignet med «normalåret» 2019 før koronapandemien er det en økning på 5,3 prosent. I perioden 2013-2024 har veksten vært stor, med 18,1 prosent økning av campinggjestedøgn. Dette tilsvarer 1,2 millioner flere overnattinger.



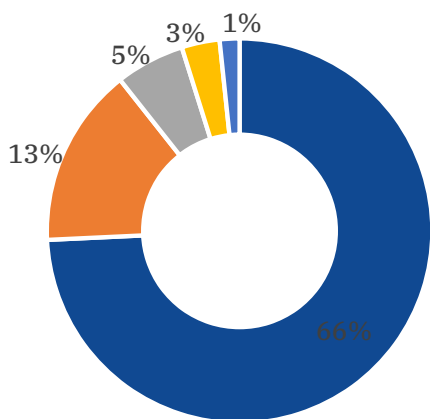
Campinggjestedøgn hele landet, fordelt på norske og utenlandske markeder. 2013-2024

Det var 5,2 millioner overnattinger fra nordmenn i 2024. Det er en nedgang på 1,7 prosent sammenlignet med året før, og er omtrent på 2019-nivå.

Antall overnattingdøgn fra utenlandske reisende var på 2,7 millioner i 2024. Dette er en vekst på 4,5 prosent fra året før, og en dobling fra år 2013.



De største markedene i 2024



- Norge 66 %
- Tyskland 13 %
- Nederland 5 %
- Sverige 3 %
- Danmark 1 %

De norske gjestene står for 65,8 prosent av alle overnattinger på norske campingplasser. Markedsandelen for nordmenn har gått ned i perioden 2013-2024 mens de utenlandske gjestedøgnene har økt i perioden.

De fem største markedene, inkludert Norge, utgjør 87 prosent av alle overnattingene på norske campingplasser. Tyskland er det største utenlandske markedet med vel 1 million overnattinger i 2024. Dette utgjør en markedsandel på 13,4 pro-

sent. Deretter følger Nederland med 408 000 overnattinger, som utgjør en markedsandel på 5,1 prosent, og Sverige med 226 000 overnattinger, som utgjør en markedsandel på 2,8 prosent.

Det var nedgang i det nederlandske markedet i 2024 sammenlignet med 2023. I de andre største utenlandske markedene var det vekst i samme periode. Tyskland hadde en vekst på 5,6 prosent fra 2023 til 2024.

Tallene er hentet fra SSB.no

KI generert sammendrag:

Campingovernattingene i Norge nådde 7,95 millioner i 2024, en økning på 0,4 prosent fra året før og 5,3 prosent over nivået i 2019, med en samlet vekst på 18,1 prosent siden 2013. Nordmenn sto for 5,2 millioner overnattinger, en nedgang på 1,7 prosent fra 2023, mens utenlandske reisende økte til 2,7 millioner overnattinger, en dobling siden 2013. De største markedene inkluderte Norge, Tyskland (1 million overnattinger), Nederland og Sverige, hvor Tyskland hadde en vekst på 5,6 prosent i 2024. Norske gjester utgjorde 65,8 prosent av alle overnattinger, men deres markedsandel har gått ned siden 2013 til fordel for økt utenlandsk tilstrømning.



Hvordan overnattet gjestene i 2024?

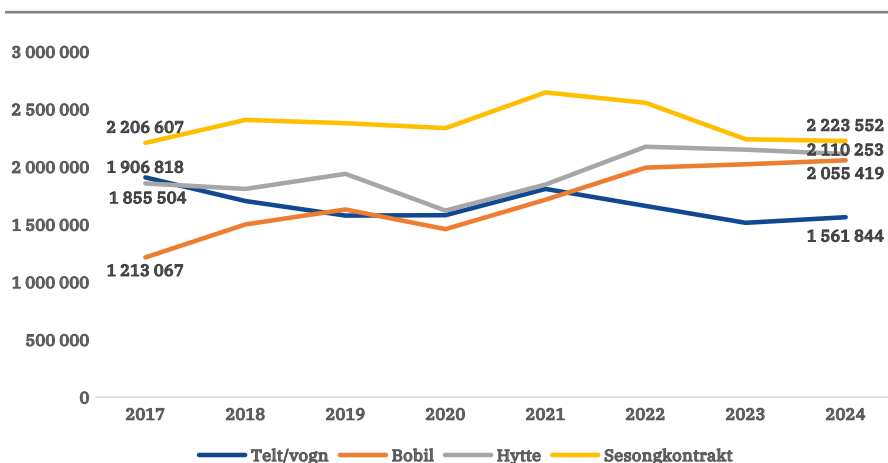
Vekst for bobil, telt og vogn

Det var til sammen 5,7 millioner overnattinger fra døgngjester i 2024. Dette er overnattinger i bobil, hytte og telt/vogn (som ikke har sesongkontrakt), og utgjør 72,0 prosent av alle campingovernattingene. Overnattinger fra døgngjester hadde en beskjeden vekst på 0,4 prosent fra året før.

Overnattinger i hytter utgjorde 2,11 millioner gjestedøgn i 2024. Det er en nedgang på 1,8 prosent fra året før. Rett bak fulgte overnattinger med bobil med 2,06 millioner overnattinger. Dette er en økning på 1,7 prosent fra året før. Videre var det 1,6 millioner overnattinger i telt/vogn, som er en økning på 3,2 prosent fra året før.

Fordelt på overnattingsmåte, var det flest overnattinger fra gjester som har sesongkontrakt, med 2,2 millioner overnattinger for året 2024. Dette er en liten nedgang på 0,7 prosent fra året før.

Antall overnattinger fordelt på overnattingsmåte
2017–2024 for hele landet



Antall overnattinger fordelt på fylker og overnattingsmåte 2024

Tallene i parentes er endringer fra 2023

Innlandet er det største campingfylket i landet målt i antall gjestedøgn i 2024, med 1,26 millioner overnattinger. Vestland følger tett etter med 1,22 millioner overnattinger. Deretter kommer Agder med 820 000 overnattinger.

Det var vekst i de fleste fylker i 2024 sammenlignet med 2023.

Vestland hadde en vekst på 49 000 overnattinger, deretter fulgte Nordland med 38 000, Telemark med 36 000 og Møre og Romsdal med 34 000 flere overnattinger i 2024 sammenlignet med 2023.

Innlandet og Buskerud som var preget av flommen Hans i 2023, hadde en vekst i overnattinger fra døgngjester i 2024, men en nedgang blant sesonggjester.

Agder hadde en nedgang på 109 000 overnattinger i 2024 sammenlignet med året før. Det var nedgang i alle overnattingsformer i dette fylket. Størst nedgang var det i hytter med 73 000 færre gjestedøgn i 2024 sammenlignet med 2023. Akershus hadde en nedgang på totalt 24 000 overnattinger i samme periode.

	Telt/vogn	Bobil	Hytte	Sesongkontrakt	Overnattinger i alt
Hele landet	1 561 800 3,2 %	2 055 400 1,7 %	2 110 300 -1,8 %	2 223 600 -0,7 %	7 951 100 0,4 %
Østfold	41 600 12,5 %	28 400 -4,0 %	45 200 -13,7 %	186 100 -6,5 %	301 400 -5,2 %
Akershus	9 200 -25,3 %	11 000 6,0 %	7 400 -55,3 %	76 100 -14,1 %	103 700 -18,9 %
Oslo	80 500 17,3 %	63 800 -20,0 %	19 300 7,0 %	1 200 :	164 700 -1,0 %
Innlandet	208 500 3,8 %	275 200 4,9 %	332 300 4,8 %	444 100 -4,6 %	1 260 000 1,1 %
Buskerud	56 900 2,9 %	76 000 2,5 %	85 600 -7,4 %	120 000 3,8 %	338 300 0,3 %
Vestfold	69 600 -11,7 %	61 300 -6,2 %	69 200 5,9 %	376 600 -2,3 %	576 700 -3,0 %
Telemark	178 100 34,0 %	115 100 -2,7 %	85 500 -7,4 %	142 700 0,3 %	521 400 7,3 %
Agder	207 500 -7,7 %	167 100 -7,8 %	220 100 -24,8 %	226 300 -2,0 %	820 900 -11,7 %
Rogaland	82 800 -6,2 %	166 400 -1,1 %	73 400 0,3 %	92 600 9,0 %	415 200 0,1 %
Vestland	263 400 3,5 %	430 800 7,6 %	406 200 3,0 %	122 700 -1,9 %	1 223 000 4,2 %
Møre og Romsdal	89 700 -4,8 %	204 100 8,4 %	214 000 6,1 %	113 800 10,5 %	621 700 5,9 %
Trøndelag	95 100 9,9 %	116 900 -6,3 %	138 500 -9,4 %	185 700 7,9 %	536 200 0,0 %
Nordland	99 800 -4,9 %	202 700 7,5 %	221 700 10,6 %	74 000 11,6 %	598 200 6,8 %
Troms	54 500 7,6 %	78 300 4,6 %	115 600 12,8 %	53 600 3,3 %	302 000 7,9 %
Finnmark	24 000 2,7 %	58 300 6,0 %	76 200 -0,3 %	8 400 -1,9 %	166 900 2,2 %

Tallgrunlaget er fra Statistisk sentralbyrå (ssb.no).



Studietur til Indre Østlandet

Med besøk på flotte campingplasser i Lillehammerregionen, Valdres, Hallingdal og Hadeland.



I disse dalførene ligger det mange campingplasser av høy standard på rekke og rad, som alle er verdt et studiebesøk. De fleste er familieeide, og alle har fokus på å holde høy kvalitet på produkt og service. Campingplassene utfører kontinuerlig vedlikehold, og er opptatt av å ha et godt kvalitetssikret produkt, både på sanitæranlegg, fellesanlegg, hytter, oppstillingsplasser og aktiviteter. Flere er miljøsertifisert. Og sist, men ikke minst, tas vertskapsrollen på høyeste alvor.

13.-15. mai 2025 dro 11 personer fra campingplasser i Finnmark,



Troms og Trøndelag på tur sammen for å lære og hente inspirasjon fra campingplasser fra det Indre Østlandet, og for å bygge nettverk.

I Lillehammerregionen ble det besøk på Lillehammer Camping, Mageli Camping på Tretten og Lillehammer Turistsenter. Deretter gikk turen til Valdres, hvor Aurdal Fjordcamping og Hytter, Fagernes Camping og Vasetdansen i Tisleidalen ble besøkt. Den siste dagen gikk turen til Topcamp Hallingdal i Ål og Sløvika Camping og Feriehus ved Jevnaker.

Vi ble tatt meget godt imot av vertskapet på alle stedene, som fortalte om sin campingplass og delte erfaringer med gruppen.

Mange av plassene som ble besøkt ble hardt rammet av flommen Hans i august 2023, og det var imponerende å se hvordan alle har bygget opp igjen alt det som ble ødelagt. Nå var alt klart igjen for å ta imot turister for sommeren.

Dalførene og regionene som ble besøkt er typiske turiststeder, og har mange campingplasser. Valdres, Hallingdal, Hadeland og Lillehammerregionen med Gudbrandsdalen

har vanligvis stabilt vær som lokker mange turister fra andre deler av landet. I disse områdene kan man oppleve naturbaserte aktiviteter, stillhet og ro, samt attraksjoner og by- og sentrumsliv, som tiltrekker ulike turister. Campingplassene har alle fasiliteter og kundegrupper, og tilbyr hytteutleie, faste oppstillingsplasser til sesonggjester og døgnplasser for bobil, campingvogn og telt.

Campingnettverket i Troms og Finnmark arrangerte studieturen for deltakerne i nettverket. Også campingplasser fra andre deler av landet ble invitert til å bli med. Studieturer skaper samhold og nettverk mellom bedriftene i bransjen. Man tilbringer mye tid sammen på buss, på omvisninger og under måltider. Det ble tid og rom for gode samtaler, refleksjoner og erfaringsdeling. Det anbefales å bli med på studieturer, for å møte bransjekolleger og for faglig og sosialt påfyll!

Takk for en fin og hyggelig tur!



Campingutstilling ved Norsk vegmuseum

I juni 2025 åpnet Norsk vegmuseum en utstilling om campinglivet.

Utstillingen er plassert i Norsk kjøretøyhistorisk museum på Hunderfossen, og setter søkelys på rullende campingmateriell – campingbiler, campinghengere, campingvogner og ulike biler og motorsykler med campingoppakning. Den fargerike utstillingen med nostalgisk preg har vært en publikumssuksess og vil bli stående til over sommeren 2027.

Prosjektleder Morten Reiten ved Norsk vegmuseum beskriver camping som et helt naturlig interesefelt for et museum som driver med vei- og kjøretøyhistorie. -Ved Norsk vegmuseum er vi generelt opptatt av det vi gjerne omtaler som veinære salgs- og servicesteder. Vi har blant annet lagt mye jobb i å gjenoppbygge og formidle historier fra en landhandel fra 1950-tallet og en Mobil bensinstasjon fra 1960-tallet. På samme måte som landhandelen og bensinstasjonen, vokser også campingplassene frem som en direkte følge av at det (som oftest) går en vei forbi – og at mulige kunder ferdes på veien. Museet har fra før en kiosk og et lite servicebygg fra gamle Åsteløkken camping i Sel. Dette er plassert i friluftsmuseet, og her skjer det også en oppgradering, ved at området vil få utplassert campinghytter som representerer ulike tiår og standarder. Den første, en liten hytte fra 1958, kom på plass i høst.

Tilbake til utstillingen: Museet har bygd opp en stilisert campingplass med kiosk, servicebygg og en stor portal. Veggene er dekket av

fargesterk grafikk som minner om klassiske hustelt fra 1970-tallet, og i utstillingen er det plassert tre campingbiler og en unik campingvogn bygd av Erling Johannessen på Lillehammer i 1967. I tillegg brukes deler av den faste utstillingen i det nesten 2000 kvadratmeter store kjøretøymuseet, slik at utstillingen totalt rommer 11 kjøretøy. I tillegg kommer en rekke mindre gjenstander som primuser, luftmadrasser, campingmøbler og kioskvarer. Det er utgitt en 100-siders utstillingskatalog med et grundig historisk bakteppe. En vegg er fylt opp med nostalgiske campingbilder utformet som postkort. Her har også publikum kunne bidra og sende inn sine egne bilder.

I tillegg til selve utstillingen jobber Norsk vegmuseum både med faglige artikler og spesialomvisninger, introduksjoner og foredrag knyttet til temaet camping. -På denne måten engasjerer vi både våre formidlere og våre historikere, forteller Morten Reiten. -Vi har allerede tatt imot en rekke ulike grupper, og det er ekstra artig å møte bransjefolk som jobber med camping til daglig. Utstillingen har et nostalgisk og koselig preg. Temaet camping rommer selvsagt mange interessante utfordringer og problemstillinger, og våre historikere kommer til å dykke ned i flere spennende vinklinger i årene som kommer, avslutter Morten Reiten.



Prosjektleder Morten Reiten fra Norsk vegmuseum gir en introduksjon til en gruppe bransjefolk som driver med camping til daglig – på utstillingsbesøk i regi av Norsk turistutvikling. Foto: Kristine Salme/Norsk vegmuseum



Publikum kan medvirke i utstillingen ved å sende inn campingbilder som museet trykker opp som postkort. Foto: Kristine Salme/Norsk vegmuseum



Rådgiver Åsmund J. Sletten fra Norsk vegmuseum viser og forteller om en helt unik campingvogn som ble bygget av Erling Johannessen på Lillehammer i 1967. Foto: Kristine Salme/Norsk vegmuseum



Ivrig campingplassdrivere på bransjetreff i utstillingen. Foto: Kristine Salme/Norsk vegmuseum



Hvorfor vil tyske turister komme på campingferie til Norge?

Natur, fjell, fjord, stillhet og ro er de viktigste driverne for å komme til Norge og Sverige.

Andre viktige drivere for å komme til Norge og Sverige er midnattssol, utendørs opplevelser og aktiviteter, nordlys om vinteren og Nordkapp.

Det viser en undersøkelse som er gjennomført blant besøkende på messen Caravan Salon Düsseldorf i Tyskland i månedsskiftet august/september. Som en del av det norsk-svenske campingsamarbeidet har det vært felles stand på denne messen, der det ble delt ut spørreskjema til de besøkende. Vel 200 svarte på undersøkelsen.

Hele 76 prosent har oppgitt at de vil dra til både Norge og Sverige de neste tre år. I tillegg vil 8 prosent dra kun til Norge og 10 prosent vil dra kun til Sverige. En så høy andel som vil til Norge og Sverige kan forklares med at det var personer som var innom den norsk-svenske standen som svarte på undersøkelsen.

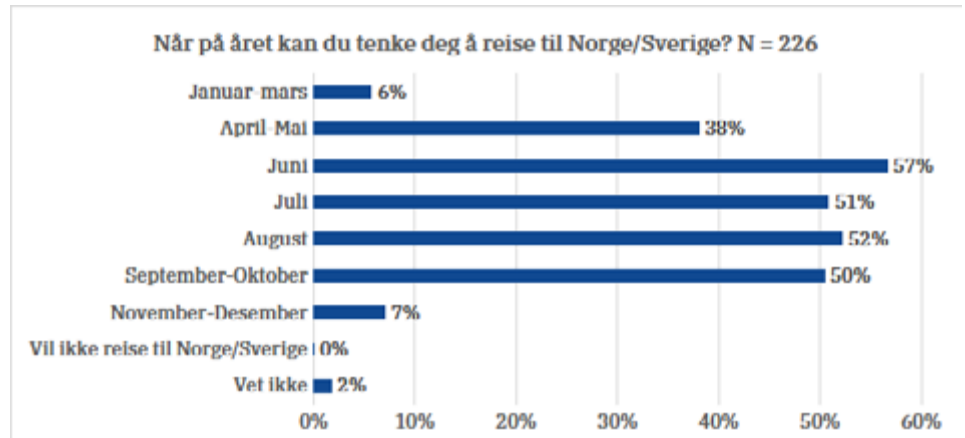


Min Åja, Karasjøk. Foto: Norunn Karlsen

SESONGFORLENGELSE

Tyskerne kan bidra til sesongforlengelse for campingnæringen. De drar gjerne utenom høysesongmåneden juli. 57 prosent kan tenke seg å dra i juni, 52 prosent i august og 50 prosent om høsten. I tillegg kan 38 prosent tenke seg å reise i vårmånedene april og mai.

57 prosent vil komme til Norge og Sverige med egen bil, og 22 prosent med campervan. Videre vil 15 prosent komme med egen campingvogn.



Norsk-svensk samarbeid i campingnæringen

Den nasjonale klyngen for campingnæringen har, i samarbeid med NHO Reiseliv Campingavdelingen, initiert et målrettet arbeid for å styrke det nordiske samarbeidet om utvikling av campingnæringen. Gjennom en rekke møter er det identifisert flere felles utfordringer på tvers av landegrensene, noe som gir grunnlag for økt kunnskapsdeling og koordinering av utviklingstiltak.

Som en del av samarbeidet har klyngen sendt inn en søknad om Interreg-midler for å videreutvikle samarbeidet mellom campingbedrifter i grenseområdene mot Sverige. Prosjektet gjennomføres i partner-

skap med den svenske bransjeorganisasjonen Svensk Camping.

Utviklingsarbeidet har som formål å etablere felles kompetansetiltak og styrke den internasjonale markedsføringen av campingnæringen i grenseregionene. Prosjektet legger til rette for systematisk nettverksbygging mellom aktørene, og har som mål å fremme verdiskaping, bærekraftig næringsutvikling og økt samhandling på tvers av nasjonale grenser. Utviklingsarbeidet er planlagt for 3 år og svar på søknad forventes på slutten av året 2025.



Samarbeidsmøte med norske og svenske campingaktører. F.v. Martin Juhos (Svensk Camping), Jarle Buseth (NHO Reiseliv), Kjell Ove Solbakken (Norsk Turistutvikling), Anne Anmarkrud Lier (Norsk Turistutvikling), Peter Jansson (Svensk Camping) og Eva Svärd (Svensk Camping)



Hvordan tilrettelegge for universell utforming

Mange av campinggjestene trenger litt ekstra tilrettelegging, da de kan ha både synlige og usynlige funksjonsvariasjoner og behov. Ved å tilrettelegge bedre åpner det opp for flere målgrupper, og flere vil kunne velge å overnatte på campingplassen.

En undersøkelse fra høsten 2024 viser at hele 35 prosent av gjestene har behov for tilrettelegging på campingplassen. Dette inkluderer rullestolbrukere, folk med gangbesvær, allergikere, og personer med syns- eller hørselstap.

Eksempler på tilrettelegging er trinnfri adkomst, benker, nøytral håndsåpe uten parfyme, allergivennlige tilbud, god belysning og godt merkede trappetrinn.

Undersøkelsen er gjennomført av Norsk Turistutvikling AS på vegne av Nasjonal klynge for campingnæringen, Norsk Bobil og Caravan Club og Norsk Bobilforening. Medlemmene av de to sistnevnte organisasjonene har besvart undersøkelsen.

Nedenfor er det listet opp eksempler på hvilke behov for tilrettelegging som bobil- og caravanbrukerne har, basert på tilbakemeldinger i undersøkelsen.

Allergikere:

- Glutenfritt tilbud.
- Ved matsalg og servering: Viktig med kunnskap/opplysninger vedrørende allergener.
- Nøytral vask uten parfyme.
- Bjørke- og gresspollen: Mulighet for å ikke parkere under bjørketrær eller ha mulighet for å ikke parkere på gress.
- Dyrefrie områder.
- Hunder bør holdes i korte bånd og luftes utenfor campingområdet.
- Problemer med parfyme på fellesområdene, dusj, toalett etc.

Rullestolbrukere, folk med gangbesvær og kols:

- Benker plassert rundt omkring på campingplassen.
- Det må være flatt og kort avstand til sanitæranlegg.
- Trinnfri adkomst eller rullestolramper.
- Handikap toaletter/baderom med håndtak, rullestolvennlig dusj og sittestol.
- Handikaptoalett som har en reell mulighet for en rullestol til å komme inn. Av og til er det for høy terskel eller dør som går feil vei.
- Unngå bratt motbakke og trapper til sanitæranlegg, resepsjon og tømestasjon.
- Unngå glatte trapper i tre.

Blind, nedsatt syn:

- Må kunne medbringe førerhund over alt.
- God belysning på natta.
- Godt merkede trappetrinn.
- Større skrift på skilt og skriftlig informasjon, med god belysning over skilt.
- Trinnfri adkomst.

Øvrig

- Strøm til hjelpemidler som hjertemonitorering og cpap/pustemaskiner.
- Trenger tilgang til handikaptoalett og lukket søppeldunk pga. stomi.
- Avhengig av lett adgang til toaletter 24/7.
- Person med ME; støy og uro er plagsomt.
- Servant på ekstra rom.
- Familierom på sanitæranlegg.
- Tilgang til Hjertestarter.

Hvorfor universell utforming

Universell utforming handler om å skape løsninger som er tilgjengelige og brukbare for alle mennesker, uavhengig av funksjonsevne. Dette er viktig for å sikre at alle har like muligheter til å delta i samfunnet, og til å reise.



Foto: Visit Norway, Maverix Media AS, Fredrik Ahlsen



Campingåret 2025: Vekst, mangfold og nye utviklingstrekk

Campingåret 2025 har vært preget av fortsatt vekst, noe som bekrefter campingens sterke posisjon i norsk reiseliv.

Sterk vekst i gjestedøgn

Tall fra Statistisk sentralbyrå og bransjerapporter viser at campingnæringen fortsetter å være en viktig del av det norske feriemarkedet, både for nordmenn og for et stadig økende antall utenlandske gjester. I løpet av sommermånedene juni–august 2025 ble det registrert nær 6 millioner overnattinger på norske campingplasser, en økning på 7,5 % fra året før.

Fordelingen mellom norske og utenlandske gjester viser interessante trekk: Norske gjester står fortsatt for majoriteten, men veksten er moderat, rundt 6,2 %. Utenlandske gjester øker med 9,5 % på camping.

Utviklingstrekk

Campingnæringen er stadig i endring, og i 2025 har vi sett noen tydelige utviklingstrekk:

1. Bobilturismen vokser kraftig. Etter pandemien har bobiler blitt den mest populære overnattingsformen på campingplasser. Antall bobilgjestedøgn ligger nå godt over 2 millioner årlig, mens telt og campingvogner taper terreng.
2. Kompetanse og profesjonalisering. Et nytt fagskoletilbud for campingnæringen ble etablert ved Nordland Fagskole i 2025, med mål om å styrke rekruttering og kompetanse i bransjen. Dette er et viktig

grep for å møte økte krav til kvalitet og service fra gjestene, og er et viktig steg for å profesjonalisere campingnæringen.

3. Generasjonsskifte og konsolidering. Mange campingbedrifter står foran eierskifter. NHO Reiseliv og Norsk Turistutvikling har satt fokus på å bevare lokalt eierskap, samtidig som større aktører satser på oppkjøp.
4. Bærekraft og styring av fricamping. Den sterke veksten i bobilturisme har gitt utfordringer med fricamping. Jeg opplever at organisasjonene på både bruker- og nærings siden samarbeider godt for å både regulere og tilrettelegge for bærekraftige løsninger.
5. Internasjonalisering og nordisk samarbeid. Det er økende søkelys på samarbeid mellom norske og svenske campingaktører for å styrke markedsføring mot Europa og utvikle felles løsninger for produkt og kvalitet.

Campingåret 2025 bekrefter at camping er en robust og attraktiv ferieform i Norge. Med vekst i gjestedøgn,

særlig drevet av utenlandske gjester, og en bransje som satser på kompetanse, bærekraft og modernisering, står campingnæringen godt rustet for fremtiden.

AUDUN PETTERSEN
Avdelingsleder
reiselivsutvikling
Innovasjon Norge



Foto: Virke

JØRN LIER HORST HANS JØRGEN SANDNES CAMPINGPLASS- TYVERIENE DETEKTIVBYRÅ NR. 2

Digital detektivløpe for hele familien på din campingplass!

Campingplassstyveriene inkluderer:
> Et spennende mysterium med Tiril og Oliver fra Detektivbyrå nr. 2
> Oppsett av 10 digitale poster på din campingplass
> Oppgavehefter og detektivbevis
> Enkelt og brukervennlig appstyring fra **Guide To Go**

Flere markeds pakker å velge blant.

For mer informasjon, kontakt
Norsk Turistutvikling.
Tlf: 61 24 66 60,
E-post: hanne@ntu-as.no

KONTAKTSKJEMA
guidetogo.com/contact





Campingvettregler

Det er utarbeidet 10 campingvettregler i år. Hensikten er blant annet å få flere bobil- og campinggjester til å velge overnatting på campingplasser og tilrettelagte bobilplasser.

Campingvettreglene finnes både i trykt og digital versjon. En rekke aktører står bak disse campingvettreglene. Det er NHO Reiseliv, Virke, Nasjonal klynge for campingnæringen, Norsk Turistutvikling, Statens vegvesen, Visit Norway, Berekraftsnettverket, Norsk Bobil og Caravan Club, Norsk Bobilforening og Norges Caravanbransjeforbund.

Velkommen som campingturist i Norge



Våre fjorder, fjell, daler og vidder, bygder og byer venter på deg!

Til deg som camper ønsker vi å gi noen råd på reisen. Campingvettreglene vil bidra til at du skal få en bedre og tryggere opplevelse under besøket ditt, og vil også bidra til at vi sammen kan ta vare på lokalsamfunnene for fremtiden.

CAMPINGVETTREGLER

1. Følg allemannspliktene.

Alliemannsretten gir oss mulighet til å ferdes fritt i naturen, men husk å følge allemannspliktene – vis hensyn til både naturen, dyrelivet og andre mennesker!

2. Bruk campingplasser og tilrettelagte bobilplasser der du kan.

Det er trygt, gir ofte en bedre opplevelse og du bidrar positivt til lokalsamfunnene våre.

3. Ta hensyn ved fricamping.

Hold minst 150 meters avstand fra nærmeste bebyggelse, unngå privat eiendom og dyrket mark, og ikke kjør i terrenget. Du kan ikke parkere på møteplasser langs veien. Rasteplasser er primært for korte stopp. Følg med på skilting og værmeldinger – enkelte områder kan være utsatt for ras- og flomfare.

4. Hold 4 meters avstand mellom enheter ved overnatting.

Sørg for å ha minst 4 meters avstand mellom deg og neste bobil/vogn/telt – både for brannsikkerhet og trivsel.

5. Respekter skilt og regler.

Respekter skilt med forbud mot overnatting, parkering eller ferdsel.

6. Kjør trygt og hensynsfullt.

Tilpass farten etter vei- og kjøreforholdene. Noen veier er smale og egner seg dårlig for bobil/campingvogn. Det er ikke alltid man skal ha like høy fart som fartsgrensen på skiltet. Kjør til side på møteplasser og slipp andre trafikanter forbi. Vis hensyn for motkommende trafikk. Vinterveier kan også være krevende – pass på at du har nok kunnskap og at bilen er utstyrt for vinterkjøring.

7. Handle lokalt – opplev mer.

Støtt lokale produsenter og oppdag nye smaker, unike tradisjoner og spennende opplevelser.

8. La husdyr og ville dyr gå i fred.

Det beste du kan gjøre for dyrelivet er å la dem gå i fred. Ikke mat dyr. Lukk grunder etter deg og overhold båndtvangen.

9. Unngå forsøpling.

Bruk søppelkasser, toaletter og tømme-stasjoner for bobil/campingvogn, og bidra til å holde naturen ren. Kildesorter der du kan.

10. Gi naturen hvile.

Unngå å dele «hemmelige» perler i sosiale medier, dersom de ikke er tilrettelagt for camping. Noen steder har det best uten for mye besøk.

For mer informasjon, se www.camping.no

Nyt Norge på en hensynsfull måte! God ferie





Foto: Hanne Kristiansen



Samling i Lofoten for campingstudentene

Vi har tatt en prat med Siri Margrethe Esperø, som er ansvarlig for studiet «Bærekraftige campingplasser – utvikling og drift» ved Nordland Fagskole.

HVORDAN HAR DET VÆRT Å STARTE OPP LANDETS FØRSTE OG ENESTE CAMPINGSTUDIUM?

• Det var spennende å starte opp i januar. Vi var veldig spente på hvordan campingstudiet ble mottatt. Dette er et studium som var etterspurt av næringen. Så langt går det over all forventning! Det er så artig med første kull. Det er noen skikkelig engasjerte studenter. Flere av studentene kan gjerne komme inn som gjesteforelesere til neste år!

FORTELL LITT OM CAMPINGSTUDIET

• Det er masse spennende emner. Undervisningen er nettbasert, og det er en god blanding mellom forelesning, gjesteforelesere og gruppeoppgaver. Det er to fysiske samlinger i året. En på Lillehammer på våren og en i Lofoten på høsten. Det at det er et fagskolestudium gjør at du linker teorien med praksis. Campingstudiet er et fleksibelt studie. Vi veileder og hjelper, og sørger for å legge til rette. Du har en fleksibilitet når det gjelder å ta praksisperioden enten i egen bedrift eller i en annen campingbedrift. Vi anbefaler der man har mulighet til å besøke en annen campingbedrift, for her er det utrolig mye å lære.

HVORDAN HAR SAMLINGEN I LOFOTEN VÆRT?

• Helt fantastisk! Alt vi har lært og henta inn i praksis på turen i forhold til bedriftsbesøk har gitt masse ny inspirasjon. Hver plass har sine særegenheter, og de har blitt utfordra på forhånd i forhold til hva de skulle snakke om.

Man lærer mye på en fysisk samling. Det sosiale, erfaringsutveksling, og det å være sammen på aktiviteter som surfing og RIB-tur har vært utrolig spennende.

HAR DU NOEN TIPS TIL DE SOM ER INTERESSERT I STUDIET?

• Bare søk! Ta kontakt med oss på Nordland Fagskole, det er bare å ta en telefon til Hege. Eller ta kontakt med noen av årets studenter. Det er et stort spenn blant årets studenter fra 20 til 69 år.

Det er ikke for seint å studere! Studiet er for alle, uavhengig av hvor mye erfaring man har med det å drive eller jobbe på camping.

«Det er noen skikkelig engasjerte studenter. Flere av studentene kan gjerne komme inn som gjesteforelesere til neste år!»

*Siri Margrethe Esperø,
faglærer campingstudiet ved
Nordland Fagskole*



Foto: Kjell Normann



Foto: Fagernes camping

Praksis på Fagernes Camping

Annette Fagerberg er daglig leder på Sandviken Camping og student ved campingstudiet på Nordland Fagskole. Hun har i deler av sin praksisperiode vært på Fagernes Camping, hvor Kaja Funder Idstad er daglig leder.

HVORDAN HAR PRAKSISEN FUNGERT?

- Praksisen har vært svært lærerik og givende. Det var litt skummelt å ta kontakt med et fremmed sted, men jeg er veldig glad jeg turte – og uten studiet hadde dette aldri blitt noe av. Oppholdet på én uke ble en fin balanse mellom faglig læring og å erfare campinglivet fra et gjesteperspektiv. Jeg fikk bo på en flott hytte med god arbeidsro, samtidig som jeg ble inkludert fra første stund, blant annet på fjelltur med Kajas familie. Vi har utvekslet erfaringer, delt tips om drift og oppdaget at vi bruker samme bookingprogram, noe som førte til nyttige aha-opplevelser for oss begge. Praksisen ga oss mulighet til å drøfte strategier, forretningsplaner og bærekraftige løsninger, samt samarbeide i en hektisk situasjon da en busslast med gjester ankom.

Det har vært inspirerende å se hvordan Fagernes Camping drives og å bli kjent med en ny landsdel. Jeg opplever at vi deler samme verdier og at besøket ga mange faglige og personlige gevinster. Jeg tenker også til ettertiden at det blir mye lettere å ta en telefon til Kaja og samarbeide videre etter at vi nå har blitt kjent.

HVA HAR DU HJULPET TIL MED PÅ FAGERNES CAMPING?

- Jeg har hovedsakelig bidratt med erfaringsdeling og små forbedringer i rutiner. Jeg har vist Kaja noen praktiske triks for innsjekk, utsjekk og betaling, samt delt erfaringer om fakturering og gjesteoppfølging. Jeg har vært med i resepsjonen, snakket med gjester og bidratt med tips om hvordan man kan samle tilbakemeldinger. I tillegg har jeg lært av Kajas godt etablerte rutiner og sterke driftssystemer.

HVA HAR DERE LÆRT, BÅDE DU OG KAJA?

- Vi har lært mye om ulike driftsmønstre og fått inspirasjon fra hverandres løsninger. Jeg ble spesielt imponert over renholdet og fasilitetene på Fagernes Camping, noe som motiverer meg til å oppgradere våre

«Det er aldri for sent å lære noe nytt, og studiet gir inspirasjon og konkrete verktøy for å utvikle egen virksomhet.»

Annette Fagerberg, daglig leder
Sandviken camping

egne sanitæranlegg etter konkrete tips.

Vi har også delt nyttige erfaringer om utstyr, drift og strategiarbeid. Denne praksisen har vist hvor verdifullt samarbeid er, og at det gir styrke å kunne sparre med en kollega i samme bransje.

HVA VIL DU SI, ANNETTE, TIL DE SOM VURDERER Å STUDERE CAMPING TIL NESTE ÅR? HAR DU NOEN GODE RÅD?

- Jeg anbefaler det på det varmeste! Studiet har gjort at jeg har tatt tak i egen bedrift, vi har endelig dannet et skikkelig styre, nå skal det bli mer struktur med budsjett og investeringsplaner. Det er aldri for sent å lære noe nytt, og studiet gir inspirasjon og konkrete verktøy for å utvikle egen virksomhet. Vi får faglig tyngde, gode forelesere og praktisk kunnskap som kan brukes direkte i drift, strategiarbeid og søknader om støtte.

Studiet har fint latt seg kombinere med en hektisk arbeidshverdag, samtidig som det har gitt meg en mer solid faglig kompetanse for å lykkes i videre arbeid og utvikling av campingplassen min.



Idyllisk og rolig camping innerst i Altafjorden

Solvang Camping og Leirsted er en barnevennlig campingplass som ligger på Transfarelvmoen i Alta. En rolig campingplass i naturskjønne omgivelser omgitt av furuskog, der du kan oppleve både midnattssol og nordlys.



Foto: Norsk Turistutvikling

CAMPING FRA 1970

Solvang ble bygget i 1970 som leirsted av det som da ble kalt Indremisjon. Stedet fikk etter hvert noen oppstillingsplasser og noen hytter som de leide ut i sommermånedene juni, juli og august. Solvang ble den gang stort sett drevet på dugnad. I 2018 ble det et skifte og Normisjon bestemte at de ville satse på Solvang. De ansatte da Kari Helene Heitmann Strøm som daglig leder for å utvikle og drive Solvang, og i 2020 ble campingen et eget AS.

Utgangspunktet for campingdriften på Solvang var å kunne drive og vedlikeholde leirstedet, og bedriften har siden 2018 utviklet campingdriften slik at inntektene har dekket leirvirksomheten. Kari Helene forteller at de har oppgradert bedriften litt

etter litt. De tjener penger på sommeren og bruker penger om høsten og vinteren. - Vi begynte jobben med å oppgradere alt fra utskifting av senger og madrasser til ny trafo, hovedtavle og strømstolper. Vi har gjort veldig mye her. Det er slike ting som er nødvendig, men som ikke synes, forteller hun.

ALDRI KJEDELIG PÅ JOBB

Kari Helene forteller at det er artig å jobbe innenfor reiselivet. - På en campingplass har du det aldri kjedelig på jobb. Vi har fantastiske ansatte som gjør en kjempegod jobb og vi har et godt arbeidsmiljø. Det er varierte arbeidsoppgaver, for ikke å snakke om utfordringer, spesielt har du mange utfordringer når du driver et sted som er fra 1970. Hun

fortsetter; - Gjestene er den største motivasjonskilden med sine tilbakemeldinger. Både de positive og de ikke fullt så positive tilbakemeldingene gir oss motivasjon til å fortsette den gode jobben og kanskje gjøre den enda bedre, samtidig som vi tar tak i negativ kritikk for å forbedre oss der vi ikke er gode nok.

PÅ VEI MOT NORDKAPP

Til Solvang kommer det turister som skal til Nordkapp. Dette er hovedsakelig bobilturister fra Tyskland, Nederland, Sveits og Østerrike. I august og september er det mange italienske grupper som også skal dit. Det er 2 timer med bil til Nordkapp.

På vinteren er det en del arbeidere som er på oppdrag i Alta samt nordlysturister fra hele verden.



Foto: Solvang Camping og Leirsted

GODT SAMARBEID

Kari Helene understreker viktigheten av å knytte til seg nettverk og organisasjoner, derfor er Solvang med i campingnettverket og i NHO Reiseliv. - Campingnettverket er en viktig arena for å utveksle erfaringer med kollegaer fra andre campingplasser. Der kan vi jobbe sammen for rammebetingelser for næringen mot myndighetene, og stå sammen for å heve camping som et attraktivt alternativ for overnatting og opplevelser, sier Kari Helene.

- Det er viktig at alt reiseliv står sammen for destinasjonen, derfor er vi også medlem i Visit Alta. Det er viktig å vise oss frem som et overnattingstilbud både på rom/hytter og oppstillingsplass for bobiler og campingvogner, forteller hun.

EN VIKTIG STEMME FOR NÆRINGEN

Kari Helene er ikke redd for å stå opp for det hun mener er viktig. - Vi mener at camping fortjener en tydeligere plass i reiselivet og ønsker å styrke campingplassens rolle i destinasjonen. Vi jobber også mot kommunen og Visit Alta for å få utenlandske bobiler inn på campingplasser. Det er en utfordring når kommunene tilbyr gratis oppstillingsplasser for bobiler i sentrum. Vi vil ha et bærekraftig reiseliv samt god sikkerhet og beredskap for turistene som besøker oss, understreker hun.

FRAMTIDSPLEANER

Solvang Camping og Leirsted forteller at de ønsker å være konkurransedyktig på standard, kvalitet og pris, men



likevel være et rimelig alternativ til gjesten som reiser på budsjett. - Nå føler vi at tiden er inne for å ta større grep å få på plass flere hytter og bedre fasiliteter både for gjester og personalet. Vi er i startgropa for utvidelse av campingen med flere hytter, og vi kommer til å fortsette oppgraderingen av det vi allerede har, samt å utvide sanitæranlegget. I tillegg ønsker vi å få en større kiosk og kanskje en kafe, og å komme i gang med aktiviteter for barnefamilier og ikke minst bedre fasiliteter for personalet, sier Kari Helene. - Vi ønsker å satse mer på vinterturismen med tilrettelegging for en god nordlysopplevelse og vinteraktiviteter, som en badstue ved vannet. Den vil også bli tilgjengelig for lokalbefolkningen. Jeg håper våre planer om utvikling er gjennomførbare og at vi med det kan få flere gjester også i vinterhalvåret, avslutter hun.



Foto: Solvang Camping og Leirsted

Bedriftens navn: Solvang Camping og Leirsted AS.

Type virksomhet: Camping og leir for barn og unge.

Lokalisering: Transfarelvmoen i Alta.

Etableringsår: Leirstedet ble først bygget i 1970, etter hvert kom en campingdel. Fra 2018 ble det satset mer på campingdelen.

Organisering: Normisjon er eneste aksjonær.

Produkter/fasiliteter: Hytter, rom og oppstillingsplasser for bobiler/campingvogner. Teltplasser. Servicebygg, leirstedhus, lekeplass, badebasseng.

Kapasitet: 80 sengeplasser, 28 strømplasser og 8 plasser uten strøm, 10 – 12 teltplasser.

Ansatte/årsverk: 3 årsverk fordelt på 12 ansatte i høysesongen og 5 i lavsesong.

Årsresultat år 2022, 2023 og 2024: Før skatt 2022: 54 894 kr, 2023: 274 867 kr og 2024: 114 846 kr.

Hjemmeside: <https://www.solvang-camping.no/>

Facebookside: <https://www.facebook.com/Solvang9517>

Instagram: <https://www.instagram.com/solvangcamping/>

«På en campingplass har du det aldri kjedelig på jobb!»

Kari Helene, daglig leder Solvang camping og leirsted

Nøkkeltall

Gjennomsnittstall pr. campingbedrift

LANDSDEL	SUM DRIFTS- INNTEKTER	VARE- FORBRUK	LØNNS- KOSTNADER	SUM DRIFTS- KOSTNADER	RESULTAT FØR SKATT
HELE LANDET					
2022	4 055 000	520 000	1 290 000	3 607 000	425 000
2023	4 299 000	527 000	1 316 000	3 814 000	419 000
2024	4 318 000	569 000	1 293 000	3 566 000	505 000
NORD-NORGE					
2022	3 384 000	380 000	1 012 000	2 977 000	316 000
2023	3 719 000	425 000	1 098 000	3 237 000	322 000
2024	3 934 000	494 000	1 025 000	3 132 000	435 000
TRØNDELAG					
2022	2 771 000	500 000	1 077 000	2 555 000	127 000
2023	2 866 000	375 000	977 000	2 574 000	156 000
2024	3 086 000	547 000	1 199 000	2 868 000	54 000
VESTLANDET					
2022	3 764 000	454 000	1 187 000	3 203 000	460 000
2023	4 039 000	516 000	1 210 000	3 354 000	586 000
2024	4 019 000	516 000	1 127 000	3 089 000	582 000
AGDER					
2022	6 950 000	870 000	2 465 000	6 091 000	666 000
2023	6 791 000	774 000	2 127 000	5 902 000	688 000
2024	5 405 000	695 000	1 881 000	4 606 000	575 000
ØSTLANDET					
2022	4 427 000	586 000	1 369 000	4 073 000	499 000
2023	4 705 000	593 000	1 455 000	4 423 000	355 000
2024	4 876 000	633 000	1 521 000	4 170 000	595 000

Tallene for 2022 baserer seg på 474 campingplasser fra hele landet som har AS som selskapsform. Tallene for 2023 baseres på 537 campingbedrifter, og for 2024 med 623 bedrifter. Tallene viser gjennomsnittstall for en campingbedrift.

Gjennomsnittlige driftsinntekter for norske campingplasser i 2024 er på 4,3 millioner kroner. Dette er på ganske nøyaktig samme nivå som året før.

Gjennomsnittlige driftskostnader for alle bedriftene i utvalget er 3,6 millioner kroner. Dette utgjør 82,6 prosent av driftsinntektene. Kostnadene ble redusert med 6,9 prosent fra året før.

Ordinært resultat før skatt for utvalget var gjennomsnittlig 505 000 kroner pr. bedrift. Dette er en sterk vekst på 20,5 prosent fra året før.

Fordelt på landsdeler, har Agder høyest gjennomsnittlig omsetning med 5,4 millioner kroner pr. bedrift i 2024. Østlandet har nest høyest gjennomsnittlig omsetning pr. bedrift med 4,9 millioner kroner. Fra 2023 til 2024 har Trøndelag hatt vekst i driftsinntektene med 7,8 prosent, Nord-Norge med 5,8 prosent,

og Østlandet med 3,6 prosent. Vestlandet har hatt en liten nedgang på 0,5 prosent. Agder har hatt en større nedgang på 20,4 prosent.

Østlandet har hatt en stor vekst på 67,6 prosent i ordinært resultat før skatt fra 2023 til 2024. Bedriftene på Østlandet har høyest årsresultat på 595 000 kroner i snitt, deretter følger bedriftene på Vestlandet med et gjennomsnittlig resultat på 582 000 kroner og Agder med 575 000 kroner. Trøndelag har lavest årsresultat før skatt på 54 000 kroner.



Mageli Camping.
Foto: Emil Nyeng



Nøkkeltall

Gjennomsnittstall pr. campingbedrift

NØKKELTALL Nøkkeltall 2022-2024	EGENKAP.ANDEL (Egenkapital/ eiendeler)	GJELDSGRAD (Total gjeld/ egenkapital)	LIKVIDITET (Omløpsmidler /kortsiktig gjeld)	RESULTATGRAD (Resultat/ omsetning)	ANTALL ANSATTE
HELE LANDET					
2022	38,6 %	1,59	1,39	10,5 %	8,7
2023	38,8 %	1,57	1,32	9,7 %	9,9
2024	40,4 %	1,48	1,39	11,7 %	9,5
NORD-NORGE					
2022	33,4 %	2,00	1,40	9,3 %	7,9
2023	32,4 %	2,09	1,28	8,7 %	7,3
2024	32,9 %	2,04	1,21	11,0 %	8,2
TRØNDELAG					
2022	28,4 %	2,53	1,23	4,6 %	8,1
2023	28,6 %	2,49	1,04	5,5 %	8,3
2024	33,8 %	1,96	1,68	1,8 %	7,3
VESTLANDET					
2022	38,1 %	1,63	2,17	12,2 %	8,5
2023	42,4 %	1,36	2,22	14,5 %	8,3
2024	44,2 %	1,26	2,12	14,5 %	7,4
AGDER					
2022	42,7 %	1,34	1,43	9,6 %	19,5
2023	41,2 %	1,43	1,29	10,1 %	19,0
2024	45,1 %	1,22	1,73	10,6 %	19,6
ØSTLANDET					
2022	41,9 %	1,39	1,11	11,3 %	11,7
2023	40,5 %	1,47	1,08	7,6 %	11,5
2024	41,2 %	1,43	1,14	12,2 %	10,5

Tallene for 2022 baserer seg på 474 campingplasser fra hele landet som har AS som selskapsform. Tallene for 2023 baseres på 537 campingbedrifter, og for 2024 med 623 bedrifter. Tallene viser gjennomsnittstall for en campingbedrift. Merk at antall ansatte ikke er det samme som antall årsverk. Antall ansatte inkluderer sesongansatte.

EGENKAPITALANDEL

Egenkapitalandelen for utvalget er på 40,4 prosent i 2024, som er en forbedring fra både 2022 og 2023. Vestlandet, Agder og Østlandet har en gjennomsnittlig egenkapitalandel på mer enn 40 prosent. Nord-Norge har lavest gjennomsnittlig egenkapitalandel på 32,6 prosent. Alle landsdeler har forbedret egenkapitalandelen i 2024 sammenlignet med 2023.

GJELDSGRADEN

Gjeldsgraden har gått ned fra både 2022 og 2023 og ligger nå på 1,48. Det betyr at bedriftene i utvalget har fått lavere gjeld i forhold til egenkapitalen. Ser en på landsdelene er det Agder som har den laveste gjeldsgraden med 1,22. Alle fylkene har en forbedring fra året før. Nord-Norge har høyest gjeldsgrad med 2,04.

LIKVIDITETSGRAD

Likviditet er målt gjennom forholdstallet omløpsmidler i forhold til kort-

siktig gjeld, og viser bedriftens evne til å innfri kortsiktig gjeld. Dette nøkkeltallet ligger for utvalget i 2024 på 1,39, en liten økning fra 2023. Trøndelag, Agder og Østlandet har økt likviditeten i 2024 sammenlignet med 2023. Bedriftene på Vestlandet har høyest gjennomsnittlig likviditet med 2,12. Østlandet har lavest med et snitt på 1,14, tett etterfulgt av Nord-Norge med 1,21.

RESULTATGRAD

Nøkkeltallet defineres som resultat i forhold til omsetning. Gjennomsnittlig for hele landet er denne på 11,7 prosent. Det betyr at bedriftene sitter igjen med nær 13 øre av hver omsatt krone. Det er en økning fra 2023, hvor resultatgraden den gang var på 9,7 prosent. Vestlandet har best resultatgrad med et snitt på 14,5 prosent. Det er på samme nivå som året før. De øvrige landsdeler ligger under gjennomsnittet for hele landet. Svakest resultatgrad

har Trøndelag med 1,8 prosent. Alle landsdeler med unntak av Trøndelag har enten hatt en forbedring eller ligger på samme nivå i 2024 sammenlignet med 2023.

ANTALL ANSATTE

Campingbedriftene i utvalget har i gjennomsnitt 9,5 ansatte. Campingbedriftene i Agder har flest ansatte med gjennomsnittlig 19,6 ansatte pr. bedrift.

Egenkapitalandel:

Egenkapital i forhold til eiendeler.

Gjeldsgrad:

Total gjeld i forhold til egenkapital.

Likviditetsgrad:

Omløpsmidler i forhold til kortsiktig gjeld.

Resultatgrad:

Resultat i forhold til salgsinntekter.



Familievennlig camping i nydelige omgivelser

Ved den mektige Dønfossen midt mellom Lom, Stryn og Geiranger finner du idylliske Dønfoss camping. På sommeren yrer det av badeliv i det populære bassenget.



Dønfoss camping. Alle foto: Augeblikk Studio

EN AKTIV FERIE

Det er mye å finne på på Dønfoss Camping i Skjåk kommune. Campingen er omringet av nasjonalparkene Breheimen og Reinheimen, og det er heller ikke langt til Jotunheimen nasjonalpark. Campingplassen har 3 lekeplasser med hinderløype, dobbel zipline, trampoliner og huskestativ. I tillegg har Stolpejakten mange turer i nærområdet, og det er mulig å prøve Gokart og motorcross på en bane som ligger 15 minutter fra campingen. Det finnes også rafting og utallige fjellturer i nærområdet, mange av dem med utgangspunkt fra campingplassen. Til sesongen 2026 vil det stå ferdig en pumptrack 200 meter fra campingen.

35 ÅR MED CAMPING

I 1990 etablerte Oddbjørn og Oddny Aaboen Dønfoss Camping på et skogkledd svaberg ved Dønfossen. Oddbjørn hadde kjørt forbi området daglig i årevis og så for seg potensialet ved området med en kulp ved fossen som kunne bli et fint basseng omgitt av fantastisk natur. Du kan faktisk fortsatt se jettegrytene som ligger under bassenget. Fra første stund ble det lagt vekt på at alt skulle ligge naturlig i terrenget og at det skulle brukes naturlige materialer.

I starten fantes det en liten kiosk, noen få vognplasser og svømmebassenget. Etter hvert ble det utvidet litt etter litt med hytter og vognplasser.

Oddbjørn har selv vært med på å lafte hyttene og laget mye av møblene som står på plassen.

Dønfoss ble i 2014 overdratt til sønnen Frode Aaboen og samboer Charlotta Ericsson. Nåværende eiere har ført denne tankegangen videre. Blant annet har campingplassen eget snekkerverksted der det lages møbler, kjøkkeninnredninger og panel til bygg på campingen, og det utvides/renoveres hvert år. I 2012 startet Dønfoss opp med matservering som i dag står for en betydelig del av den totale omsetningen. Restauranten er populær blant de boende gjestene på campingen, gjennomreisende og lokalbefolkningen.



EN PRISVINNENDE CAMPING

Dønfoss har flere ganger opp gjennom årene fått utmerkelser og vundet kåringer. - Målet fremover er at vi skal fortsette å være en av Norges fineste og beste campingplasser, forteller Charlotta. - Her skal du føle deg ivaretatt og sett fra du kjører inn porten. Det som motiverer oss, er gleden av å kunne gi gjestene en god ferieopplevelse. Det gir motivasjon å se mange stamgjester, både i hytter og på campingen som har dette som årets høyde- og samlingspunkt for møte med venner og familie og tradisjonene som har blitt opparbeidet, utdyper hun.

EN ENDRING I MARKEDET

- Vi ser at vår målgruppe har endret seg etter koronapandemien, forteller Charlotta. - Vi får besøk av mange flere norske gjester enn tidligere. Vi ser også at det er flere som reiser sammen med andre familier og venner enn tidligere. Mange av våre gjester blir flere netter og har Dønfoss som base for dagsturer til for eksempel Geiranger, Stryn og Lom. Dønfoss har for mange blitt en destinasjon i stedet for bare et stopp på veien. Taktelt og mindre bobiler er en gruppe i stor utvikling, sier Charlotta.

FOKUS PÅ UTVIKLING

- Vårt fokus de siste årene har vært å utvikle Dønfoss slik som vi ønsker. Vi har lagt stor vekt på at det skal være mest mulig tilrettelagt for barnefamilier som er en av gruppene vi fokuserer mest på, forteller Charlotta. Charlotta og Frode har selv 3 barn, så deres behov har vært med på å speile mange av valgene som har blitt tatt. - Vi har fortsatt mange planer som vi ønsker å realisere innen kort tid. Det som går igjen av positiv tilbakemelding fra kundene er at det er en rød tråd gjennom alt som er bygd både av campingens egne bygninger og på faste plasser. Sistnevnte har relativt strenge retningslinjer for utforming. Terrenget er godt tatt vare på. Det er også et fortrinn å ligge såpass nær turistdestinasjoner som Geiranger, Stryn og Lom. Blikkfanget bassenget vårt har fra riksveien er trolig en av tingene som har gjort Dønfoss til det vi er i dag, forteller hun videre.

Vi har de siste årene hatt flere større prosjekter som har blitt satt stor pris på av gjestene. Alle hyttene er nyoppussede med moderne kjøkken, bad og gulvvarme. Vi har etablert ca. 40 høystandardplasser med vannpost og avløp ved hver plass. Ny resepsjon/restaurant stod ferdig til sesongen

Bedriftens navn: Dønfoss camping
Type virksomhet: Campingplass
Lokalisering: Nordberg, Skjåk
Etableringsår: 1990
Organisering: AS
Fasiliteter: 2 sanitæranlegg, 3 lekeplasser og badebasseng.
Kapasitet: 14 hytter, 5 leiligheter, 160 faste plasser, ca. 100 gjennomfartsplasser og ca. 40 telt.
Årsverk: 6 / Ansatte: ca. 20
Hjemmeside: www.donfosscamping.no
Facebookside: <https://www.facebook.com/dnfoss>
Instagram: <https://www.instagram.com/donfosscamping/>

2021. I 2024 fikk vi ny lekeplass (med hinderløype, zipline og trampoline), ladestasjoner, nytt hovedsanitæranlegg, samt et lite toalettanlegg til de nye høystandard utsiktsplassene vi anla i år, avslutter Charlotta.

«Her skal du føle deg ivaretatt og sett fra du kjører inn porten.»

*Charlotta Ericsson,
Dønfoss camping*





Sørlandsdyll for store og små

Hamre Familiecamping ligger ved Hamresanden strand, 11 km utenfor Kristiansand og ca. 5 km fra Dyreparken og Sørlandsparken. På campingen er det masse aktiviteter å finne på for hele familien.



Alle foto: Cinewo

FRA MØBLER TIL CAMPING

Etter et par tiår i møbelindustrien, kjøpte familien Moen Hamre Familiecamping i 1984, men campingplassen har historie helt tilbake til 1950-tallet. I dag er det Erik Moen som eier og driver campingplassen sammen med sin kone Monica Andrea Maureira. Hamresanden har i flere tiår vært et populært feriemål med mange campingplasser, og på det meste var det hele 5 campingplasser på Hamresanden. En stor del av disse områdene er i dag omdisponert til friområde, til glede for både lokalbefolkning og campingplassens gjester. -Vi motiveres av gleden ved å skape gode ferieopplevelser for familien, for voksne og barn i alle generasjoner, og å være et sted der familier kan senke skuldrene og føle seg ivaretatt, sier Erik.

NORSKE BARNEFAMILIER

På Hamre er de viktigste markedene norske barnefamilier i sommerhalvåret, og firmaer/arbeidere i vinterhalvåret. Erik forteller at telt har blitt

mye større og mer avanserte. - Vi merker en tydelig økning i utenlandske gjester, spesielt fra Tyskland og Nederland – også midt i høysesongen, ikke bare i skuldresesongene som tidligere. Vi har hatt få utenlandske gjester tidligere, men vi merket at dette begynte å forandre seg de årene vi hadde en ferjeforbindelse direkte til Nederland. Denne er nå dessverre borte, men vi ser at interessen fra dette markedet likevel fortsetter å øke, forteller Erik.

EN AKTIV FERIE

På Hamre Familiecamping er det mye å finne på. Her har de en interaktiv lekeplass, hoppepute, aktivtør-team og lekeområde. Og hvis du beveger deg litt ut av campingen så kan du

besøke Hamresanden strand med piknikbord, grillplasser og strand med både saltvann og ferskvann, det er flotte turløyper om vinteren, Sørlandssenteret og selvfølgelig Dyreparken. - Beliggenheten er vår største styrke, mener Erik.

VIDEREUTVIKLING AV CAMPINGEN

Hamre familiecamping har de siste årene jobbet med å videreutvikle de fleste aspekter ved selskapet og gjestereisen. - Det skal være enkelt og komfortabelt å være gjest hos oss – både praktisk og opplevelsesmessig, forteller Erik. Han fortsetter: Vi har vært opptatt av å ta i bruk ny teknologi som gjør livet enklere for oss selv eller for våre gjester. Vi jobber for å posisjonere oss bedre i en hverdag hvor det er tøffere kamp om gjestene. Vi skal være med i denne konkurransen ved å tilby stor bredde i overnattingstilbudet vårt, og ønsker å konkurrere både med Airbnb, hoteller og alt mellom disse. Vi brenner for digitalisering og effektivisering.

«Det skal være enkelt å være vår gjest.»

Erik Moen, eier og daglig leder ved Hamre Familiecamping



Hamre forteller at de har hatt særlig fokus på de ansatte og på gjestereisen:

- **Kompetanseheving:** Vi har investert i våre ansatte og utviklet et omfattende e-læringsystem med kurs i service, rutiner, førstehjelp, brannvern og lokalkunnskap. Samtidig har vi innført skiftledere pr. avdeling med tydelig ansvar for rutiner og kvalitet. Vi har sett en stor økning i service- og kunnskapnivået hos våre ansatte, som igjen har gitt en tryggere og mer behagelig opplevelse for våre gjester.
- **Rekruttering:** Vi har jobbet med hvordan vi rekrutterer og tidspunkt for rekruttering. Vi leide inn ekspertise fra en av Eriks tidligere forelesere ved Norsk Hotellhøgskole i Stavanger. Fikk laget en ramme rundt gruppeintervju, og har selv videreutviklet dette i etterkant.
- **Digital gjestereise:** Nye systemer for automatiske informasjonsutsendelser og digital velkomstbro-sjyre sørger for at gjestene alltid har oppdatert informasjon, både før, under og etter oppholdet. Dette har redusert kø og spørsmål i resepsjonen betraktelig.
- **Selvinnsjekk:** Vi har innført døgnåpen innsjekksautomat som gjør det mulig å ankomme campingplassen på eget tidspunkt utenom høysesongen, noe gjestene setter stor pris på.
- **Produktforbedringer:** Kjøpet av Hamresanden Camping har gitt oss mer område å utvikle oss på, samtidig som vi var tvunget til å få to campingplasser til å bli som en. Vi fikk dobbelt så mye av det meste, unntatt kunder. Derfor var også produktforbedringer nødvendig. Produktforbedringer har blitt en

del av vår bedriftskultur, og er noe vi tenker på hele tiden.

UTFORDRINGER I BRANSJEN

Campingnæringen står overfor flere utfordringer knyttet til likebehandling og uforutsigbare rammevilkår. - Vi opplever et økende omfang av fricamping, samt en utvikling der kommunale bobilparkeringer etableres uten å være underlagt de samme kravene og kostnadene som campingplasser, forteller Erik. Han utdyper: Det stilles strengere krav til en campingplass enn til en bobilparkering, selv om sistnevnte i praksis kun har en annen betegnelse. Etablering av kommunale tilbud og tilrettelegging for fricamping ved bruk av offentlige midler kan bidra til konkurranse fremfor samarbeid med lokale reiselivsaktører, som egentlig burde vært førsteprioritet. Det etterlyses større forståelse for campingnæringens betydning for lokalt næringsliv og reiselivsutvikling.

SAMARBEID OG FRAMTIDEN

- Vi samarbeider godt med Camping Sørlandet og våre kollegaer i den nasjonale campingklyngen, sier Erik. - Samarbeid og erfaringsutveksling har stor verdi. I tillegg er vi selvfølgelig 100% avhengige av underleverandører av alle slag som stiller opp. Det å kunne dele erfaringer, utfordringer og løsninger med andre campingbedrifter gir veldig stor verdi. Campingnettverket bidrar til fellesskap, utvikling og inspirasjon i bransjen. Det å lære av andres gode og dårlige erfaringer er veldig nyttig, og gjør nok vår egen vei fra idé til implementering av gode løsninger langt kortere, fortsetter Erik.

- Vi ser lyst på fremtiden og gleder oss til å fortsette utviklingen. Hamre

Bedriftens navn: Hamre Familiecamping AS

Type virksomhet: Campingplass

Lokalisering: Hamresanden, Kristiansand

Etableringsår: Første gang, ukjent, med dagens eiere, 1984

Organisering: Familieeid/aksjeselskap

Produkter/fasiliteter: Hytter, rom, campingtomter, lekeplass, restaurant og sanitæranlegg

Kapasitet: 89 hytter/rom og 300 campingtomter

Ansatte/årsverk: 5 helårsansatte, ca. 60 sesongansatte.

Årsresultat år;

2022: kr 782 000

2023: kr 1 024 000

2024: kr 4 270 000

Etter oppkjøpet av Hamresanden Camping i 2018 og 2019 er det foretatt store kostbare grep på vedlikehold og utvikling. Dette er en pågående prosess og er planlagt å fortsette i 4-5 år til. I tillegg til dette så ble det i 2023 og 2024 investert rett i overkant av 10 mill. i ENØK-tiltak, som i noen grad ble kostnadsført.

Hjemmeside: campingplassen.no

Facebookside: facebook.com/campingplassen.no

Instagram: instagram.com/hamre.familiecamping

Familiecamping skal fortsatt være et sted der moderne løsninger møter tradisjonell campingglede, forteller Erik. Og han avslutter med; Kanskje også der hotell møter camping?



Få flere direkte bookinger og gladere gjester - igjen og igjen

Har campingplassen din en effektiv og gjestevennlig onlinebooking?

Med CompuSoft kan du selge alt fra overnatting og billetter til pakketilbud - enkelt og oversiktlig.

Vår plattform gir flere direkte bookinger, en automatisert gjestereise og holder gjestene informert gjennom gjesteappen.

Det sparer deg tid - og gjør det lett for gjestene å booke igjen og igjen.

Over 600 campingplasser, feriesentre og attraksjoner bruker allerede vår kraftfulle booking- og gjestehåndteringsløsning.

Bli en del av dem - effektiviser driften og skap bedre opplevelser for både gjester og medarbeidere.

Alt du trenger for campingplassen – alt samlet i én webbasert bookingplattform.

- ✓ Online-booking & channel manager
- ✓ Innsjekkingsautomater & Gjest-app
- ✓ Admin- og CRM-programvare
- ✓ Adgangskontroll & Billettsystem
- ✓ Digital strømforbruksmåling

Bestill demo på

www.compusoft.com
tlf: (+45) 63 18 63 18



Steven, vår ansvarlige for Norge, er alltid klar til å hjelpe deg og svare på spørsmålene





Campingstatistikk fra Sverige og Danmark



CAMPING I SVERIGE

Det var 16,7 millioner overnattinger ved svenske campingplasser i 2024. Dette er en liten økning på 0,9 prosent fra året før.

Totalt er det ca. 104 000 campingtomter og ca. 11 000 hytter/rom på Sveriges campingplasser.

Tre av fire som overnatter er svenske gjester, med 12,4 millioner overnattinger i 2024. Det er en liten nedgang på 0,6 prosent fra året før.

Det var til sammen 4,4 millioner utenlandske overnattinger i 2024. Dette er en vekst på 5,6 prosent fra 2023. Av utenlandske overnattinger er det størst andel fra Norge, med 1,8 millioner overnattinger i 2024. Dette er omtrent på samme nivå som året før. Tyskland er det nest største utenlandske markedet med 1,5 millioner overnattinger, som er en økning på 13,7 prosent fra året før. Nederland, Danmark og Sveits følger deretter med henholdsvis 390 000, 210 000 og 140 000 overnattinger. Det var vekst i antall overnattinger fra alle disse landene fra år 2023 til år 2024.

47 prosent av de europeiske gjestedøgnene i Sverige i perioden juni-august var på campingplasser.

De samlede losjiiinntektene fra campingplassene var på 2,9 mrd. svenske kroner i 2024, en vekst på 6 prosent fra året før.



CAMPING I DANMARK

Det var 12,2 millioner overnattinger på campingplasser i Danmark i 2024. Dette er på samme nivå som året før.

Danmark har ca. 400 statistikkpliktige campingplasser. Nær halvparten av disse er vinteråpne. Om sommeren har campingplassene til sammen 89 000 tilgjengelige campingenheter.

Nær to av tre overnattinger (64,4 prosent) var fra danske gjester i 2024. Dette utgjorde 7,8 millioner overnattinger. Det var en nedgang på 2,1 prosent fra året før, og en nedgang på 9,7 prosent fra år 2022.

De utenlandske gjestedøgnene økte fra 4,2 millioner gjestedøgn i 2023 til 4,4 millioner gjestedøgn i 2024. Tyskland er det desidert største utenlandske markedet med 3 millioner overnattinger. Det var en vekst på 6,5 prosent fra året før i dette markedet. Nederland er det nest største utenlandske markedet med 520 000 overnattinger og deretter følger Norge med ca. 200 000 overnattinger. I begge disse markedene var det en nedgang fra året før.

Sesonggjestene stod for 35 prosent av alle overnattingene i 2024.

Ca. to av tre campingovernattinger (63,8 prosent i 2024) ble foretatt om sommeren, i perioden juni-august. Det var en nedgang i antall overnattinger i perioden april-juli, resten av året hadde vekst fra 2023 til 2024.

På besøk hos Sandviken Camping

Hilde og Bjørnar Aurdal fra Sykkylven er på Norgesferie med campingvogna.

Foto: Jesper Rais

Ekteparet er erfarne campere, og har tidligere i sommer vært i Loen. Nå er de på besøk for aller første gang på Sandviken Camping, og her trives de godt. Hilde forteller at de valgte Sandviken etter å ha kommet over nettsiden deres. - Det aller beste med camping er beliggenheten og de forskjellige fasilitetene som er på plassen, sier hun.

Hilde og Bjørnar er på camping i 4 netter, og her er det ikke noe latmannsliv. I løpet av de fire dagene så har de vært på Gaustatoppen, gått sabotørstien og sett på Marispelet.

Hilde har valgt camping som ferieform fordi man kan bli i Norge og at man kan ta ferien litt på sparket. De kommer absolutt til å fortsette å reise på campingferie i årene framover. - Det beste med camping er at det er enkelt å reise med hund og den friheten man har, forteller hun. Hvis campingplassene generelt i Norge skal få et tips til best mulig opphold for gjestene, så er det at sanitæranleggene skal være rene. Det er viktig, synes Hilde.

- Jeg vil absolutt anbefale andre å besøke denne campingplassen.





NASJONAL KLYNGE FOR CAMPINGNÆRINGEN.

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

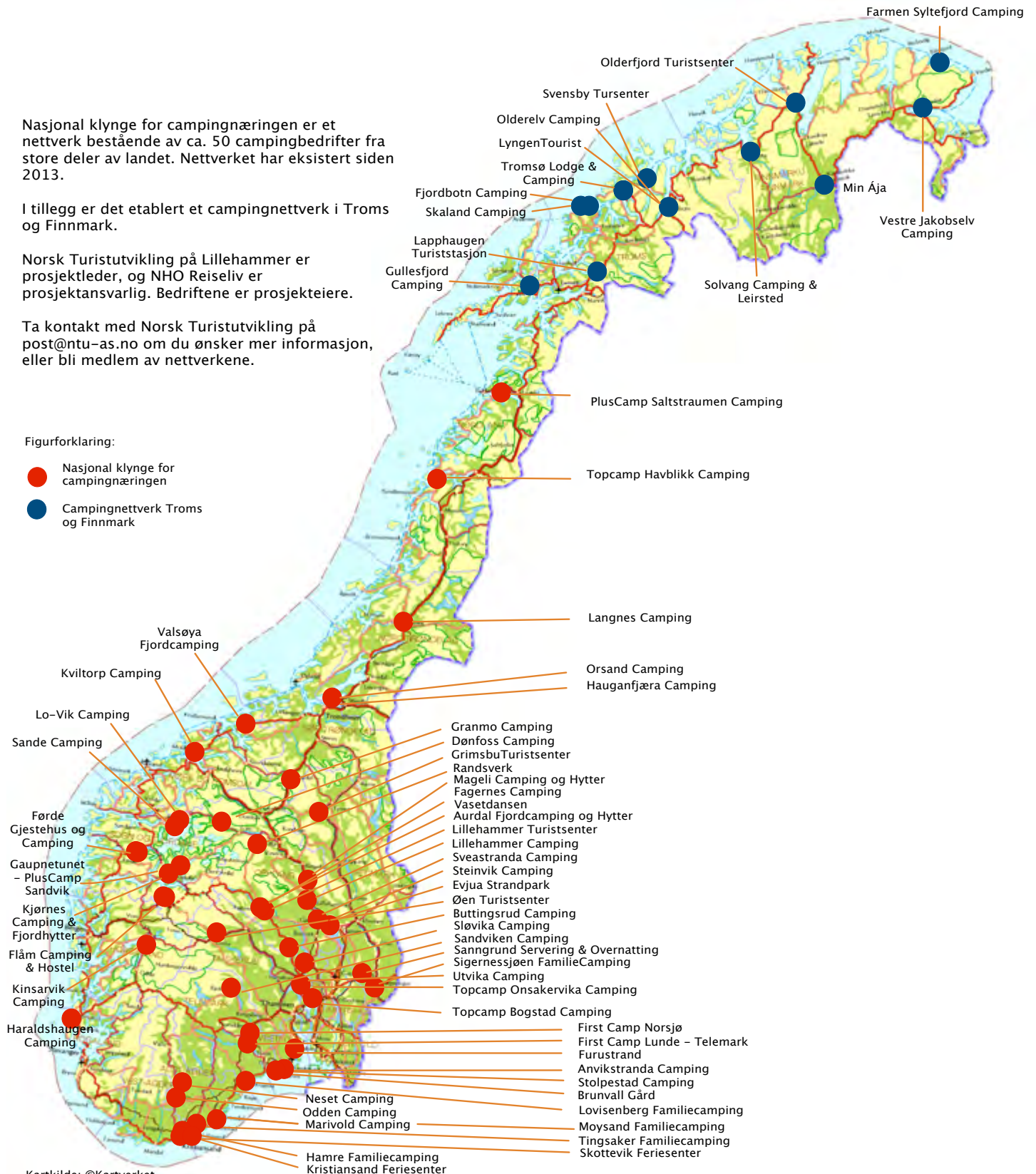
I tillegg er det etablert et campingnettverk i Troms og Finnmark.

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

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

Figurforklaring:

- Nasjonal klynge for campingnæringen
- Campingnettverk Troms og Finnmark



Kartkilde: ©Kartverket



Felles messestand for Norge og Sverige

Caravan Salon Düsseldorf er en av verdens største campingmesser, og her var Norge representert sammen med Sverige.



Årets Caravan Salon Düsseldorf tiltrakk seg hele 269 000 besøkende. Her hadde organisasjonen Svensk Camping og NHO Reiseliv felles messestand. Det var en stor suksess. Campingguiden og campingkart over Norge ble revet unna. Det samme ble de svenske brosjyrene. Det var stor pågang på standen, og stor interesse for Skandinavia som reisemål.

Mange av de besøkende ønsket råd om både korte og lengre turer. En gjenganger var ønske om tips til reiserute gjennom Sverige til Nordkapp eller Lofoten og gjennom Norge på returnen.

Det var flere temabaserte og målgruppespesifikke spørsmål, som hvor er det mulig å dra for rullestolbrukere, hvor er de beste plassene for barnefamilier og hvor er det fint å sykle.

Det var også flere som lurte på hvordan de kunne være ansvarlige turister i Norge med tanke på hvor og hvordan de kan parkere og overnatte lovlig. Her kom Campingvettreglene og Campingguiden med



kart over norske campingplasser samt tilsvarende oversikt på svensk side til god nytte.

Fra norsk side stod Jarle Buseth og Henrik Hamborg fra NHO Reiseliv samt Monica Eriksson fra Norsk Turistutvikling på stand.

Caravan Salon 2025 ble arrangert for 64. gang i år fra 29. august til 7.

september. Det var 810 utstillere fordelt på 17 haller. Majoriteten av utstillere er leverandører av bil og caravan og utstyr til disse. En egen hall er forbeholdt tilbydere som skal markedsføre destinasjoner, campingplasser, reiseruter, land osv.

Foto: Messe Düsseldorf / ctilmann



Min Ája med i EU-prosjektet First Mile

Min Ája har, sammen med flere andre camping- og reisebedrifter fra Nord-Norge, vært med i et internasjonalt pilotprosjekt med fokus på å få gjesten til å tenke mer bærekraftig. Bedriftene har hver for seg valgt et område å fokusere på, og Min Ája har valgt strømsparing. Campingplassen har investert midler mottatt fra prosjektet i strømmålere, slik at gjestene kan velge å betale en fastpris for strøm eller å betale for forbruk. Ved at gjesten velger bort fastprisen, er målet at strømforbruket skal gå ned.

Prosjektet har gått over 2 år, og avslutningen var i Bologna i midten av oktober. Der møtte Min Ája de 79 andre prosjektbedriftene fra Frankrike, Norge, Italia og Slovenia for å dele erfaringer.

Hoppetårn og oppussing på Sveastranda Camping

Campingplassen som ligger helt nede ved Mjøsa har fått et helt nytt hoppetårn fra Wibit, som har vært en kjempe-suksess denne sommeren med det fine været. Av andre nyheter er nye sesongplasser som er lagt til langs Mjøsa, og nye døgnplasser. Noen av de opprinnelige døgnplassene har også fått en forbedring. Ellers har det vært fokus på oppussing og vedlikehold av hyttene, hvor flere av hyttene har fått nye bad og nye kjøkken.

Sveastranda Camping har hatt en rekordsesong med 15 % økning i juli.



Sveastranda Camping.
Foto: Jørgen Øyehaug

Nytt leilighets- og driftsbygg på Kinsarvik Camping

I 2025 fullførte Kinsarvik Camping et nytt bygg på 800 kvm. Her er det 5 moderne leiligheter og 4 rom, som til sammen gir 50 sengeplasser. Bygget er reist etter TEK17-standard, med vannbåren varme, slipt betong og eikeplater innvendig, samt betong og platekledning utvendig for lavt energiforbruk og minimalt vedlikehold. I bygget er det også driftsdel med vaskeri, egen garasje til vaskepersonell, samt verksted og lager på ca 200 kvm.



Foto: Kinsarvik Camping

Badstueglede ved Sande Camping

Tidlig i sommer fikk Sande Camping på plass sin nybygde mobile badstue. Den har vært i flittig bruk hele sommeren. Badstua står bare noen meter fra stranda ved Lovatnet, og folk kan lett komme seg ned til vannet for en



Foto: Sande Camping

dukkert. I sommer var det booking av badstua i resepsjonen eller på epost og telefon. Men den skal over på onlinebooking. Badstua er åpen for både gjester på campingplassen og andre turister eller fastboende. Campingplassen får god hjelp til markedsføring av badstua fra gjestene i sosiale medier, spesielt Instagram, der det blir postet mange bilder. Sande Camping melder om at dette har vært en god investering som de har fått utrolig mange gode tilbakemeldinger på.

Årets høydepunkter fra Topcamp

Her er en kort oppsummering av noen av høydepunktene fra Topcamp i 2025:

- ✓ Rekordsommer med 13 % vekst i omsetning fra året før
- ✓ Lansert MyTopcamp – en kunde-profil som samler hele reisen digitalt
- ✓ Utvidet glampingtilbudet til Topcamp Sjøsandene og Topcamp Onsakervika
- ✓ Etablert 65 nye asfalterte plasser på Topcamp Bogstad
- ✓ Oppgradert servicehuset på Topcamp Mosjøen
- ✓ Bygger ny eventyrgolf på Topcamp Sjøsandene



Topcamp. Foto: Travitude Media

Explore Lovatnet AS

Dette er et aktivitetsselskap som ble etablert i 2024, med Sande Camping og Loenvatn Feriesenter som eiere.

Første året var det samarbeid om utleie av eksisterende utstyr som Twizy el-biler, robåter, kanoer, kajaker og tråbåter. I tillegg ble det kjøpt en beredskapsbåt med stor motor i tilfelle noen velter med kano/kajakk, eller dårlig vær som gjør at folk må ha hjelp til å komme seg på land.

Etter sesongen 2024 lånte selskapet penger for å fornye utstyret. 6 nye robåter, 2 nye tråbåter, SUP brett, 2 UTW med plass til 6 personer og 10 nye el-sykler ble kjøpt inn. Gammelt utstyr ble solgt billig eller kjørt på miljøstasjonen. Det er laget en webside med online booking. Sommeren 2025 med fint vær hjalp selskapet godt i gang med mye utleie, spesielt på vannet. Og omsetningen er doblet fra i fjor, noe som gjør at de kan fornye mer utstyr for neste år.



Foto: Sande Camping



Rekordår på Sandviken Camping

På Sandviken Camping går året 2025 inn i historiebøkene som tidenes år!

Det har vært rekordbesøk siden april. Det er økning blant alle de største nasjonalitetene. 37 prosent av gjestene har overnattet i telt, dernest følger bobil med 26 prosent, vogn med 20 prosent og hytter med 17 prosent.

I sommer solgte campingplassen is for 400 000 kroner! Det var ville tilstander og Diplom Is måtte sette opp ekstra leveranse. Det ble investert i slush maskin og den er nesten tjent inn på én sommer.

Det har vært litt lite med sanitærforhold. Det ble da søkt Tinn kommune om støtte til offentlige toaletter, og Sandviken Camping fikk penger til å starte opp igjen det første sanitæranlegget som har vært brakk i 36 år på låven. Da ble det 4 wc og 2 dusjer til – og det kom godt med.

Sandviken Camping. Foto: Jesper Røis



Investeringer på Buttingsrud Camping

På gården er det bygd et flisfyringsanlegg som nå kan forsyne varmt vann til campingene, både for oppvarming og tappevann på sanitæranlegg.

På plassen er internveier og oppstillingsplasser bygget opp igjen etter flommen Hans. 4 hytter som ble kjørt vekk under flommen er satt på plass igjen, i tillegg til at 3 hytter er renovert som følge av at de ble skadet av flommen. Lekeplassen måtte rives, og det er satt opp 2 nye lekeapparater. De strømstolpene som stod i vann, måtte byttes ut med nye.

Det eldste sanitæranlegget som ble hardt skadet måtte rives. Et nytt bygg er nå under oppbygging. Bygget skal inneholde i første etasje; familierom, vaskerom, barnerom, kjøkken, teknisk rom og tømmerom. I andre etasje bygges 4 rom og en leilighet, alle med egne bad. Total kostnad på nytt bygg, flisfyringsanlegg og oppstillingsplasser m.m. er nærmere 16 millioner kroner.

I 2023 ble det gjort store investeringer i butikken som er på plassen. Fra å være en selvstendig butikk ble butikken en del av Norgesgruppen som Nærbutikken Buttingsrud. Butikken ble selvbetjent med omfattende investering av elektronisk utstyr fra Liberty Now. Buttingsrud

har fått støtte både økonomisk og med veiledning av Merkur programmet, et statlig program for støtte til dagligvarer som ligger «landsens til». Butikken hadde en investering på omkring 1,5 millioner kroner. Etter 1 år så doblet omsetning i butikken og de ser fortsatt en omsetningsøkning.

Foto: Buttingsrud Camping



Nytt sanitærbygg på Flåm Camping & Vandrarheim

Vinteren 24/25 bygde Flåm Camping & Vandrarheim nytt sanitæranlegg. De første forberedelsene på tomte startet i august 2024 og bygget stod ferdig i slutten av juni 2025.

Det nye bygget har et BRA på 200 m² og alle bruksrom er på ett plan. Det er 8 minibaderom, 2 familierom, 1 handikaprom og 1 stellerom med babybadekar. Det er også 4 kombinasjonsrom med WC og vask. I tillegg er det et vaskerom med 3 Miele vaskemaskiner og 3 tørketromler. I vestenden av huset er det et gjestekjøkken. Her er det 3 komfyrer og 2 oppvaskbenker med 6 vasker, samt bord og stoler så gjestene kan sitte inne og spise. Ute er det opparbeidet en skiferplass med utemøbler.

Det er fliser på alle golv, samt på veggene på minibaderommene. Veggene ellers er kledd med badeomspalter. Veggene i korridoren, samt på kjøkkenet, er trepanel. I taket på kjøkkenet er «Troidtekt» plater benyttet for å gi god akustikk.

Det er vannbåren varme i alle golv. På taket er det installert solcelleanlegg som gir en maxeffekt på 40 KWh. Forventet årsproduksjon er nær 27 000 KWh. Tilbakemeldingene fra gjestene er gode.



Foto: Flåm Camping og Vandrarheim

Selen Sebbe på Kristiansand Feriesenter

Kristiansand Feriesenter har fått en ny venn - Selen Sebbe!

Han har sjarmert både barn, voksne – og ikke minst de ansatte. Han er blitt en skikkelig maskot.

Sebbe heier på barna og er med på alt som er gøy. Hele sommeren har han vært med på aktiviteter, spredt glede og forhåpentligvis skapt mange gode minner. Med sin lokale forankring og fine historie har han hjulpet campingplassen med å bygge merkevaren på en helt ny måte. Det har åpnet dører til flere muligheter – både til mersalg og til å fortelle hvem Kristiansand Feriesenter er på en morsomme måte.



Kristiansand Feriesenter. Foto: Olha Serbyna

Ask Spekehus
Foto: Anthony Huus



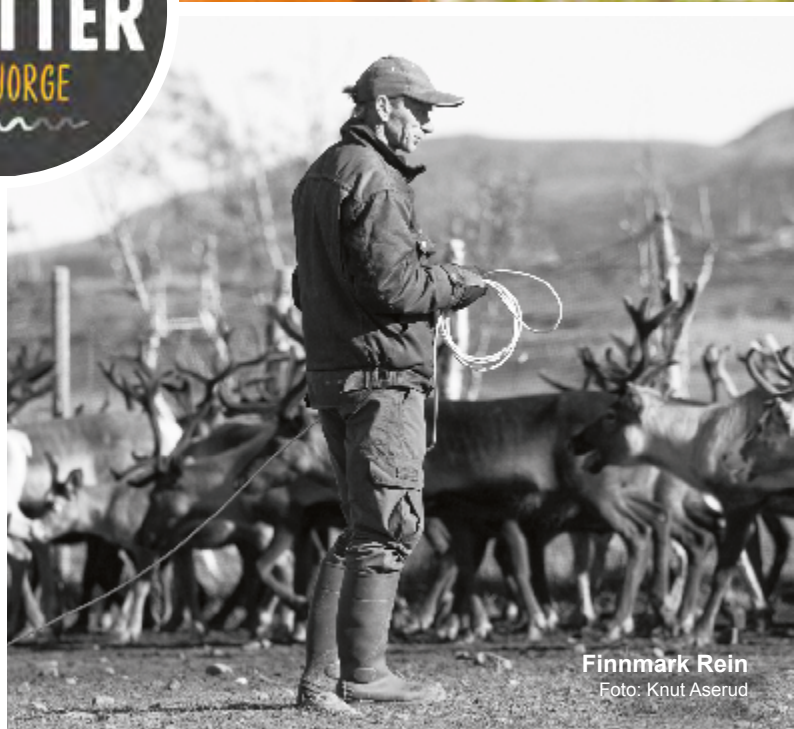
Balholm
Foto: Halvor Farsund Storvik



**MAT-
SKATTER**
FRA NORGE



Gangstad Gårdsysteri
Foto: Jarle Hagen



Finnmark Rein
Foto: Knut Aserud

VERDEN HAR OPPDAGET NORSKE MATSKATTER – Har du?

Stadig flere får øynene opp for lokalmat og det store mangfoldet av produkter fra hele landet. Produkter med unik kvalitet, klar lokal identitet og en god historie.

Sett en Matskatt på menyen og del historien med dine gjester.

Bestill Matskatter hos ASKO Servering.

ASKO
SERVERING

Takk for tilliten!