

Næringsdepartementet
Postmottak@nfd.dep.no

Vår dato: 11.11.2020
Deres dato: [Deres dato]
Vår referanse: [Vår ref]
Deres referanse: [Deres ref]

Destinasjonsselskapenes situasjon er svært presset

Korona-pandemien har som kjent rammet alle deler av reiselivet hardt. Destinasjonsselskapene er en viktig bestanddel av norsk reiseliv og kjemper nå for å overleve.

Et destinasjonsselskap er et aksjeselskap eller stiftelse hvor flere kommunale, lokale reiselivslag og bedrifter går sammen innen et naturlig område som ikke er avgrenset av kommune- eller fylkesgrenser. Reisemålselskapenes hovedoppgave er å drive utadrettet markedsføring av reiselivsbedrifter i den aktuelle regionen og spiller en viktig rolle i koordineringen av næringen og av reiselivsaktivitetene som gjennomføres i kommuner og regioner. Det finnes svært mange destinasjonsselskaper og reiselivslag i Norge i dag, fra de store aktørene i de største byene til små aktører i distriktene.

Organisasjonsformen til disse selskapene er ulik fra destinasjon til destinasjon. Et fåtall av selskapene har organisert seg som AS og har kommet inn under kompensasjonsordningen, mens andre igjen er organisert som kommunale selskap, en stiftelse eller foreninger, og dermed ikke kvalifisert.

Et destinasjonsselskap eies av næringen selv ved at bedriftene betaler en kontingent som fastsettes ut ifra størrelsen på bedriften. Alle destinasjonsselskaper er avhengig av slike markedsføringsbidrag fra næringen i tillegg til bevilgninger fra kommune og fylke. Det er ikke uvanlig at nærmere 70% av det totale markedsføringsbidraget i 2020 kommer fra hotell og konferansebransjen, som igjen har blitt sterkt rammet.

Flere innen denne reiselivsbransjen, særlig hotellmarkedet som er blitt svært hardt rammet av korona-pandemien, ser nå på muligheten for å kutte utgifter, og vurderer om de skal «melde» seg ut av flere destinasjonsselskaper for 2021. En slik utmelding vil medføre at svært mange destinasjonsselskap må si opp mange ansatte eller i verste fall legge ned driften.

Det er med andre ord behov for tilskudd. Tilbakemeldingene fra selskapene viser at det er sterkt variabelt hvor mye av næringsmidlene som er gitt til fylker og kommuner til bruk til blant annet destinasjonsselskapene, som har nådd dem og vært til nytte


En løsning kan være å la kontingenten fra medlemsbedriftene blir definert som en fast uunngåelig utgift i kompensasjonsordningen som foreløpig gjelder for høsten 2020 og våren 2021.

Da den nasjonale kompensasjonsordningen ble vedtatt i april, ble kontingenter med fradragsrett definert som «faste uunngåelige kostnader». Markedsføringsstøtten som

reiselivsbedriftene betaler til destinasjonsselskapene, har tidligere ikke blitt godkjent under denne ordningen. Å la kontingenten til destinasjonsselskapene bli en del av de uunngåelige utgiftene vil kunne være en indirekte støtte for destinasjonsselskapene og en motivasjon for næringslivet å investere i dem også i 2021.

NHO Reiseliv mener det må finnes en løsning for destinasjonsselskapene, som er en viktig del av hvordan reiselivsbedriftene har organisert sin markedsføringsvirksomhet. Mister Norge destinasjonsselskapene, vil en viktig bestanddel av norsk reiseliv bli borte, og næringen vil miste mye svært sentral kompetanse på markedsføring og utvikling av Norge som reisemål. Dette vil ramme mulighetene Norge som reisemål har til å reise seg etter korona. Om ikke vår skisserte løsning er mulig, håper vi departementet har et godt alternativt forslag for å redde dem.

Med hilsen



Kristin Krohn Devold
Administrerende direktør
NHO Reiseliv