

Årgang 5-2018

# CAMPING



Årsrapport for utvikling, trender og muligheter i campingnæringen

Nasjonal klynge  
for campingnæringen

 NHO  
Reiseliv

  Norsk  
  TuristUtvikling AS



# PÅ VEG MOT NYE MÅL!

Etter en sommersesong i 2018 som har slått tidligere rekorder for mange av deltakerbedriftene i den nasjonale klyngen for campingnæringen, så har mange planer om forbedringer av produktet for å ruste seg for vekst i det internasjonale markedet.

Det har hittil vært satset forholdsvis lite på den digitale og teknologiske utviklingen av næringen. Innen digitalisering er det sannsynligvis et stort potensial for økt konkurransekraft og omsetning. Internasjonale trender, som bl.a. grønt skifte, utløser også behov for omstilling gjennom fornyelse og nyskaping. Deltakerne i klyngen besluttet for ett år siden at vi i fellesskap skal arbeide for å bli den mest bærekraftige delen av norsk reiseliv.

For utvikling og etablering av en sterkere posisjon for campingnæringen i Norge tror jeg at vi må tørre å utfordre det etablerte. Vi må tro på det å tenke nytt! Det er ingen grenser for hva vi kan få til.

I samarbeid med Innovasjon Norge og teknologiindustrien på Kongsberg er vi nå i gang med digitalisering av næringen. Digitalisering kan gi oss et fantastisk nytt verktøy for automatisering av oppgaver og kommunikasjon med gjestene. Det vil frigjøre tid til den viktige vertskapsrollen og at medarbeiderne i bedriftene har god kompetanse og innsikt i gjestens behov. Verdien for gjestene i bedriften skapes tross alt av de menneskelige ressursene. Den nasjonale klyngen går foran og viser veg. Vi deler raust våre resultater og erfaringer med resten av næringen og andre deler av reiselivet.

Det er en stor styrke at NHO Reiseliv er en viktig samarbeidspartner for å gjennomføre dette arbeidet. Bruken av teknologiske løsninger tilpasset bedriftene vil også være viktig for å skape mer bærekraftige bedrifter. I dette arbeidet er det ikke sikkert at vi lykkes med alt, men vi må satse for å komme videre. Derfor håper jeg at vi etter hvert kan ta i bruk de nye løsningene, slik at vi kan frigjøre enda mer tid til den menneskelige verdiskapingen.

Da vi ved oppstarten av denne klyngen sa at «nå skal campingnæringen bli en langt mer synlig del av norsk reiseliv», så var det mange som dro på smilebåndet. Trodde vi virkelig det? Enkelte innen annen reiselivsnæring og offentlig forvaltning manglet kunnskap om de verdier og muligheter denne næringen skapte for norsk reiseliv og for lokalsamfunnene over hele Norge. Nå har heldigvis tidene snudd, og næringen har i større grad oppnådd økt velfortjent anerkjennelse.

Selv om vi opplever «medvind», så er det viktig å minne hverandre på at vi ikke er ferdig med arbeidet. Siden starten har dyktige bedriftsledere trodd og levd ut fra teorien om at det å dele kunnskap og erfaring gagnar både seg selv og andre. Motiverte bedrifter fra ulike deler av landet, som hjelper hverandre til å utfordre både seg selv og næringen, har vært en suksess for vårt utviklingsarbeid. Vi er klare for å skape nye resultater for bedriftene, næringen og lokalsamfunnene. Vi stevner videre mot nye mål!



Kjell Ove Solbakken  
- daglig leder  
Norsk Turistutvikling AS  
og prosjektleder for  
Nasjonale klynge  
for campingnæringen.  
Foto: Cecilie Owren

## INNHold

Leder .....	2
NHO Reiseliv .....	3
Camping - en næring i endring .....	4
Nasjonale klynge for campingnæringen .....	5
Campingplasser i Norge .....	6
Statistikk gjestedøgn 2017 .....	7
Statistikk overnattingsmåte .....	8
Statistikk nasjonalitet .....	9
En time fra dør til dør .....	10
Statistikk sommer 2018 .....	12
Statistikk vinter 2018 .....	13
Hvordan tilrettelegge for bobilgjesten? .....	14-15
Gode barndomsminner .....	16
- Jeg vil tilbake hit .....	17
Nøkkeltall .....	18-19
Statistikk - camping i Europa .....	20
Tyskland – det største bobilmarkedet .....	21
Buttingsrud Camping .....	22-23
Tingsaker Familiecamping .....	24-25
Sanngrund .....	26-27
Aktuelt – Utfordringar med villcamping .....	29
Smånytt fra bransjen .....	30-31

## CAMPING

Årsrapport for utvikling og trender i campingnæringen

ÅRGANG 5-2018

### LAYOUT OG TRYKK

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

### FORSIDEFOTO

Buttingsrud Camping.  
Foto: Jan Tore Øverstad



HALLINGDAL FERIEPARK, ÅLI BUSKERUD  
Foto: Per Sollerman, NHO Reiseliv

## MOT NY OVERNATTINGSREKORD

Norske campingbedrifter har lagt bak seg den beste sommeren besøksmessig så langt tilbake som vi har gyldig statistikk.

Over 5,3 millioner campingovernattinger ble registrert over det ganske land i løpet av årets tre sommermåneders samlet sett. Det er en økning på to prosent fra rekordsommeren i fjor, og det er det høyeste antallet campingovernattinger som er bokført siden Statistisk sentralbyrå (SSB) la om rapporteringen med virkning fra 2013.

Trenden med vekst fra utlandet fortsetter. Det ble registrert åtte prosent flere utenlandske overnattinger på campingplassene denne sommeren sammenlignet med sommermånedene i fjor. «Som vanlig» er det gjester fra Tyskland som har stått for den største veksten, etterfulgt av nederlendere.

Denne veksten kommer ikke av seg selv. Også i år har NHO Reiseliv prioritert å være synlig på de store campingmessene i Tyskland, Nederland, Sveits og Østerrike. Titusener av eksemplarer av Norsk Campingguide er revet vekk på de ulike messene i Europa.

Selv om tallet på norske sommergjester gikk litt ned sammenlignet med fjorsommeren, sto nordmenn for 67 prosent av alle campingovernattingene i sommer. Umiddelbart

er det fristende å gi det gode været mye av æren, men andelen norske gjester var faktisk større i fjor sommer, som var en langt mer variabel sommer rent værmessig. Det er betryggende å se at campingbedriftene ikke er avhengig av sol for å være attraktiv for sin viktigste kundegruppe, nemlig nordmenn. Det forteller meg at arbeidet som er gjort med kvalitetsheving, utvikling av opplevelser og positiv profilering av camping, har båret frukter.

Oppland var igjen fylket som noterte seg for flest campingovernattinger i sommer, nærmere 580.000 i tallet. Vekstvinneren må vi likevel til Vestlandet for å finne. Campingbedriftene i Hordaland registrerte 307 663 overnattinger i sommer, en økning på nesten 60.000 fra i fjor sommer, som tilsvarer en overnatningsvekst på 24 prosent.

Ser vi på type overnatting, er det særlig én form som utmerker seg. Av over 5,3 millioner sommerovernattinger på norske campingplasser ble mer enn 1,2 millioner gjennomført i bobil. Det er 230 000 flere enn i fjor sommer og en økning på 23 prosent. Stadig flere campingbedrifter legger til rette for bobilcamping, og det er

både viktig og gledelig.

2018 til og med august måned bærer bud om et nytt år med overnatningsrekord for camping. SSB har registrert over 6,6 millioner campingovernattinger i løpet av årets åtte første måneder. Det er nesten 230.000 flere enn i samme periode i fjor og en økning på 4 prosent.

Vi ser at interessen for reiselivsopplevelser i Norge holder seg stabilt høy, både blant nordmenn og utlendinger. Det er på ingen måte automatikk i at det skal være slik. Som alle andre reiselivsbedrifter trenger campingbedriftene forutsigbare rammevilkår for å kunne opprettholde driften. Momsøkningen som ble innført fra 1. januar 2018, har svidd for mange campingbedrifter. Heldigvis blir det ingen ytterligere momsøkning fra 2019. I NHO Reiseliv er vi lettet over at våre mange og tydelige advarsler mot en ny avgiftsøkning er tatt til følge.



Jan-Henrik Larsen,  
NHO Reiseliv,  
avdelingsleder  
camping.  
Foto: Per Sollerman



# CAMPING – EN NÆRING I ENDRING

Norsk campingnæring er i vekst. I 2017 registrerte vi over 7,2 millioner kommersielle gjestedøgn på campingplassene her i landet. Årsaker er bedre markedsføring, oppgraderte plasser med bedre fasiliteter og aktivitetstilbud, og at det er blitt trendy å campe nå som mange lever hektiske liv.

Samtidig har gjestene blitt mer krevende og ønsker et imøtekomende vertskap, gode fasiliteter og unike opplevelser. Matopplevelser blir mer og mer viktig. Det holder ikke med rifla pottes frites og løvbiff. Innovasjon Norges årlige turistundersøkelse og andre relevante rapporter viser at gjestene vil ha lokal mat og drikke med historie. Det er også mye å vinne på å tilrettelegge for gode aktiviteter som del av produktet, enten eid og driftet selv –

eller av samarbeidspartnere lokalt.

Campingplassene er en viktig del av reiselivsnæringen i Norge, og næringen er inne i en brytningsfase hvor mange investerer for fremtiden med økt kapasitet, komfort og ikke minst aktivitetstilbud. Dette gjenspeiler seg i campingnæringens investeringsevne og –vilje de siste årene.

” – *Jeg er optimistisk med hensyn til fremtiden for campingnæringen i Norge!*

– Audun Pettersen,  
Leder bærekraftig reiseliv og mat

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, rådgivning og nettverk til campingnæringen. Les mer om våre tjenester på [innovasjon Norge.no](http://innovasjon Norge.no) eller kontakt en av våre lokale rådgivere som kjenner reiselivet og hjelper deg med å lykkes.

Jeg er optimistisk med hensyn til fremtiden for campingnæringen i Norge!



Audun Pettersen,  
Leder bærekraftig  
reiseliv og mat  
Foto: Tommy Andresen

## Popcorn og snacks til alle anledninger

Vi leverer alt av utstyr og råvarer du trenger for å komme i gang med salg av popcorn og snacks.

Kontakt oss på tlf. **64 90 55 90** for mer informasjon om dine muligheter.



Maskiner utstyr og råvarer til:

- Popcorn
- Baconsnacks
- Kjærligheter
- Lakris
- Sukkerspinn
- Slush
- Candy Apple
- Snacksnøtter
- Belgiske vaffler



Popcorn Compagniet AS har levert maskiner, utstyr og råvarer til bransjen i 30 år. Vi kan popcorn!

Tel (+47) 64 90 55 90 • [popcorn@popcorn.no](mailto:popcorn@popcorn.no) • [www.popcorn.no](http://www.popcorn.no)

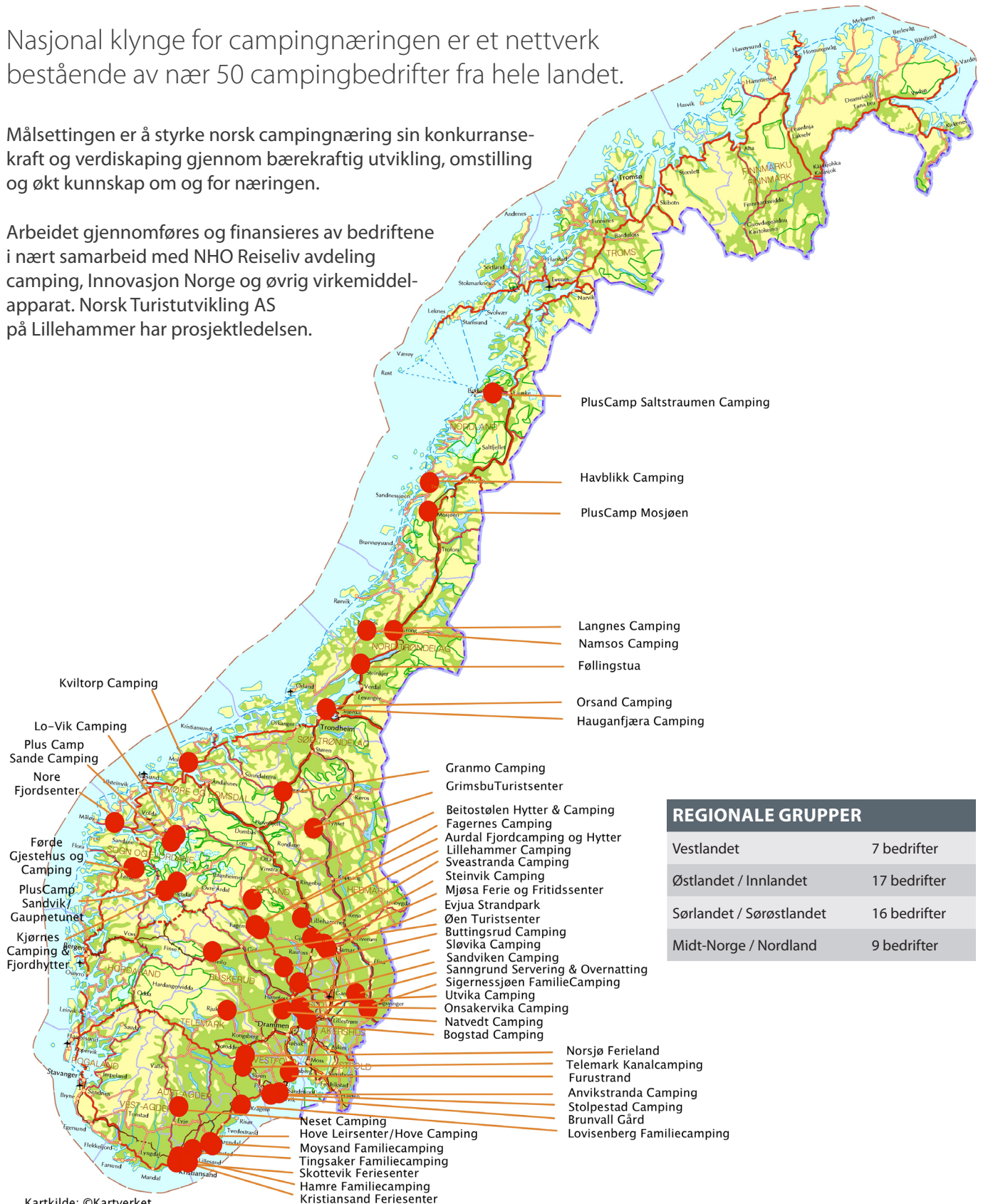


# NASJONAL KLYNGE FOR CAMPINGNÆRINGEN

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

Målsettingen er å styrke norsk campingnæring sin konkurransekraft og verdiskaping gjennom bærekraftig utvikling, omstilling og økt kunnskap om og for næringen.

Arbeidet gjennomføres og finansieres av bedriftene i nært samarbeid med NHO Reiseliv avdeling camping, Innovasjon Norge og øvrig virkemiddelapparat. Norsk Turistutvikling AS på Lillehammer har prosjektledelsen.



REGIONALE GRUPPER	
Vestlandet	7 bedrifter
Østlandet / Innlandet	17 bedrifter
Sørlandet / Sørøstlandet	16 bedrifter
Midt-Norge / Nordland	9 bedrifter

Kartkilde: ©Kartverket





SVEASTRANDA CAMPING

Foto: Jan Tore Øverstad

# CAMPINGPLASSER I NORGE

Det er 651 statistikkpliktige campingplasser i Norge (juli 2018). Antall campingplasser har gått noe ned for hvert år de siste 5 årene.

ANTALL STATISTIKKPLIKTIGE CAMPINGPLASSER FORDELT PÅ LANDSDELER, JULI 2018	
Landsdel	2018
Nord-Norge	108
Midt-Norge	72
Vestlandet	155
Østlandet	271
Sørlandet	45
Hele landet	651

Det er 21 færre campingplasser enn det var i juli 2017, og 36 færre enn i 2016. Selv om antall campingplasser har gått ned, har antall gjestedøgn økt.

Campingplassene har en kapasitet på ca. 9 800 hytter/rom i høysesong (juli 2018). Dette er en økning på ca. 140 fra år 2017. I tillegg kommer oppstillingsplasser for bobiler, camping-

vogn og telt. Det finnes ikke statistikk over antall oppstillingsplasser for norske campingplasser.

Østlandet har flest campingplasser. Etter fylkessammenslåingen av Nord-Trøndelag og Sør-Trøndelag, er det nye storfylket Trøndelag landets største campingfylke med til sammen 72 sommeråpne campingplasser. Oppland har omtrent like mange campingplasser med 71 sommeråpne campingplasser. Deretter følger Nordland med 59 campingplasser. Telemark, Møre og Romsdal og Sogn og Fjordane følger etter med henholdsvis 48, 47 og 46 campingplasser.

36,1 % av campingplassene er helårsåpne. Flest helårsåpne campingplasser er det på Østlandet og i Trøndelag, som har en andel på henholdsvis 40,2 % og 38,9 % helårsåpne campingplasser. Oppland har flest

vinteråpne campingplasser (37), etterfulgt av Trøndelag (28), Hedmark (25) og Buskerud (23).

## 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.

### Definisjon på landsdelene

**Nord-Norge:** Nordland, Troms, Finnmark

**Midt-Norge:** Trøndelag (tidligere Nord-Trøndelag og Sør-Trøndelag)

**Vestlandet:** Møre og Romsdal, Sogn og Fjordane, Hordaland, Rogaland

**Sørlandet:** Aust-Agder, Vest-Agder

**Østlandet:** Østfold, Vestfold, Oslo, Akershus, Hedmark, Oppland, Buskerud, Telemark



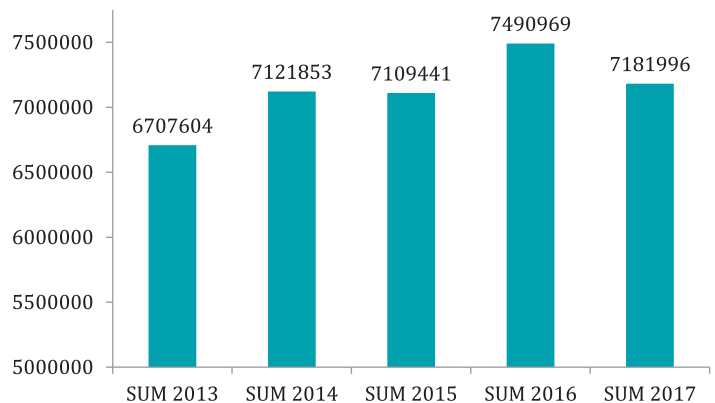
# 7,2 MILLIONER GJESTE- DØGN I 2017

Antall gjestedøgn på norske campingplasser i 2017 var 7,2 millioner.

## CAMPINGGJESTEDØGN, ÅR 2013-2017

Året 2016 var et rekordår for campingnæringen, med 7,5 millioner overnattinger og en vekst på 5,4 % fra året før.

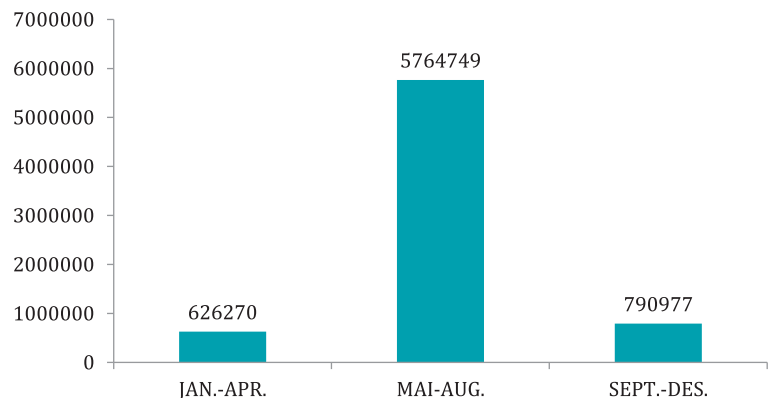
Antall gjestedøgn i 2017 klarte ikke å matche topp-året 2016, og hadde en nedgang på 4,1 %. Det var likevel en vekst på 1 % i 2017 sammenlignet med 2015, og en vekst på 7,1 % i perioden 2013-2017.



## ANTALL GJESTEDØGN I 2017 FORDELT PÅ SESONG

Det er store sesongvariasjoner i norsk campingbransje. Det er desidert flest gjestedøgn i sommersesongen. 80,3 % av all campingtrafikk er i sommermånedene mai – august.

Nordmenn er det største markedet i alle årstider. Andelen utenlandske overnattinger av totale overnattinger er 29,4 % i perioden mai – august. I vinter- og høstmånedene er andelen utenlandske overnattinger lavere; 15,3 % i perioden januar – april og 19,7 % i september – desember.

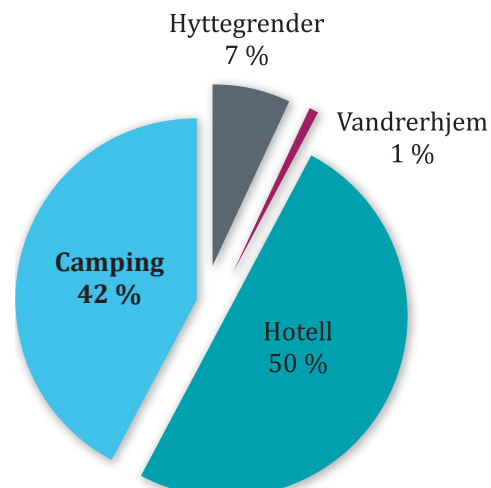


## CAMPINGGJESTEDØGN I JULI 2017

Alle kommersielle gjestedøgn fordelt på overnattingsvirksomhet

I sommermånedene juli utgjør antall overnattinger på campingplasser 41,6 % av alle kommersielle overnattinger.

Campingbransjens markedsandel av det totale overnattingstilbudet for hele året er 21,6 %. Dette er omtrent på samme nivå som i de foregående år.





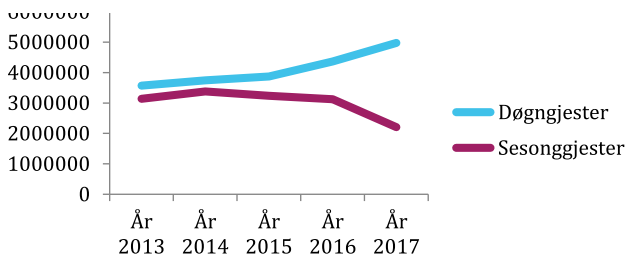
# STOR VEKST FOR DØGNGJESTER

Hvert år siden 2003 har det vært en vekst i antall overnattinger fra døgngjester.

Nær to av tre campinggjestedøgn er fra døgngjester. Dette innbefatter overnattingsdøgn i campinghytte, bobil, campingvogn og telt.

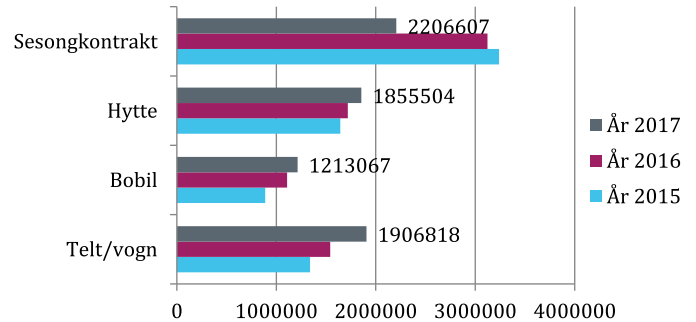
## ANTALL OVERNATTINGER

fordelt på døgn- og sesonggjester. År 2013-2017



## GJESTEDØGN

fordelt på overnattingsmåte. År 2015-2017



Størst vekst i 2017 var det for gruppen gjester som overnattet i telt eller campingvogn. Her var det en vekst på hele 23,7 % fra 2016. Dette er også den mest benyttede overnattingsmåten blant døgngjestene med 1,9 millioner overnattinger, dvs. en andel på 26,5 % av alle campingovernattingene.

Vekst var det også for bobilovernattinger (+9,5 %) fra 2016 til 2017 og for hytteovernattinger (+8,0 %). Overnattinger med bobil utgjør 16,9 % av alle campingovernattingene, og overnattinger i hytte utgjør 25,8 % av alle overnattingene.

Overnattinger fra sesonggjester med sesongkontrakt (2,2 millioner

overnattinger) utgjør 30,7 % av campinggjestedøgnene. Det har vært en nedgang i antall gjestedøgn i dette markedet de siste årene. Nedgangen fra 2016 til 2017 var på -29,3 %.

## ANTALL OVERNATTINGER ETTER LANDSDEL OG OVERNATTINGSMÅTE 2017

Tallene i parentes er endring fra år 2016

	Nord-Norge	Trøndelag	Vestlandet	Sørlandet	Østlandet	I alt
Overnattinger i alt	807 130 (+17,8 %)	574 998 (-6,3 %)	1 590 023 (+5,2 %)	704 774 (-5,9 %)	3 505 071 (-10,9 %)	7 181 996 (-4,1 %)
Telt/vogn	227 712 (+60,3 %)	175 093 (+63,2 %)	416 807 (+34,3 %)	204 508 (+22,7 %)	882 698 (+8,3 %)	1 906 818 (+23,7 %)
Bobil	177 781 (+16,4 %)	80 562 (+1,2 %)	380 399 (+8,0 %)	113 091 (+4,1 %)	461 234 (+11,2 %)	1 213 067 (+9,5 %)
Hytte	327 099 (+19,9 %)	150 681 (+9,6 %)	529 488 (+8,7 %)	165 567 (+1,1 %)	682 669 (+3,9 %)	1 855 504 (+8,0 %)
Sesongkontrakt	74 538 (-36,5 %)	168 662 (-41,6 %)	263 329 (-27,0 %)	221 608 (-28,5 %)	1 478 470 (-27,7 %)	2 206 607 (-29,3 %)

Landsdelene Østlandet, Trøndelag og Sørlandet hadde en nedgang i de totale overnattingstallene for 2017 sammenlignet med 2016. Dette skyldes nedgang i overnattinger fra gjester med sesongkontrakt. I disse landsdelene har nedgangen fra sesonggjestene vært større enn økningen fra døgn turistene. Også Nord-Norge og Vestlandet hadde en nedgang i denne gruppen, men her er veksten fra døgn turistene større enn nedgangen fra sesonggjestene.

Alle landsdeler har hatt vekst blant døgn turistene i 2017, med vekst i overnattingsformene hytte, bobil, vogn og telt. Det har vært en enorm vekst for telt og campingvogn (som ikke har sesongkontrakt). Trøndelag hadde en prosentvis vekst på hele 63,2 % og Nord-Norge hadde en økning på 60,3 % fra 2016 til 2017. Vestlandet hadde en vekst på 34,3 %, Sørlandet økte med 22,7 % og Østlandet økte med 8,3 % for denne gruppen i samme periode.

Veksten i bobilmarkedet fortsetter også jevnt over hele landet, som den har gjort hvert år. Østlandet har hatt den største veksten i antall overnattinger med 46 000 flere overnattinger (+8,0 %) i 2017 enn i 2016. Størst vekst i prosent har Nord-Norge hatt med 16,4 % (25 100) flere overnattinger i samme periode.

Det har også vært en vekst for hytter. Her har veksten vært størst i Nord-Norge med 54 000 flere overnattinger (+19,9 %) i 2017 enn i 2016.





# STOR VEKST I DET UTENLANDSKE MARKEDET

Det har vært en enorm vekst i det utenlandske markedet ved norske campingplasser de siste årene. Fra 2013 til 2017 har veksten vært på nær 600 000 gjestedøgn, dvs. hele 43,7 %.

Nordmenn tilbrakte 5,2 millioner gjestedøgn ved norske campingplasser i 2017. Dette utgjør 72,9 % av alle gjestedøgnene. De norske gjestedøgnene hadde en nedgang på 10,2 % fra året før. De 1,9 millioner utenlandske gjestedøgnene derimot hadde en økning på hele 17,2 % fra året før.

De siste årene har trafikken fra nesten alle utenlandske markeder økt. Fra 2016-2017 var det en økning i

antall gjestedøgn fra omtrent alle europeiske land.

Både Vestlandet og Nord-Norge har en forholdsvis høy andel av utenlandske turister. På Vestlandet har utenlandske gjestedøgn en markedsandel på 46,5 % og i Nord-Norge en markedsandel på 45,5 % av de totale gjestedøgnene. På Østlandet står de utenlandske gjestene kun for 15,5 % av de totale overnattingene, og 22,1 % på Sørlandet og 24,9 % i Trøndelag. Markedsandelen til de utenlandske gjestene har økt i alle landsdelene i 2017 sammenlignet med 2016.

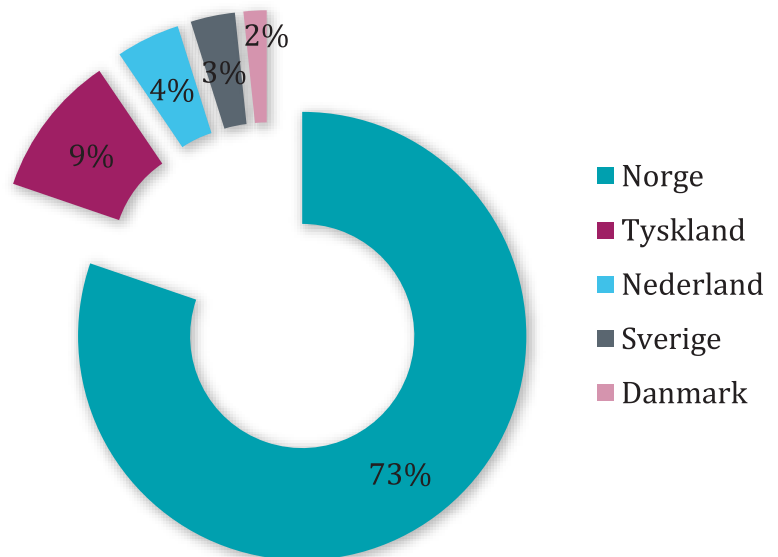
Tyskland er det største utenlandske markedet i alle landsdeler.

## ANTALL CAMPINGGJESTEDØGN

fordelt på de største utenlandske markedene. År 2017

Tyskland er det største utenlandske markedet med ca. 670 000 gjestedøgn. De tyske gjestedøgnene har en markedsandel på 27,1 % av alle overnatningsdøgnene. De tyske gjestedøgnene økte med 14,2 % fra året før, og med hele 54,5 % fra år 2013.

Nederland er det nest største utenlandske markedet med en markedsandel på 9,3 % av totalt antall overnatningsdøgn (ca. 301 000 gjestedøgn). Antall gjestedøgn økte med 12,4 % fra året før. Deretter følger våre naboland Sverige og Danmark med henholdsvis 209 000 og 108 000 gjestedøgn.



## ANTALL GJESTEDØGN I 2017

Fordelt på ulike nasjonale markeder

	JAN.-APR.	MAI-AUG.	SEPT.-DES.	SUM 2017
Norge	530 476	4 068 691	634 942	5 234 109
Utlandet i alt	95 794	1 696 058	156 035	1 947 887
Tyskland	9 132	619 658	41 179	669 969
Nederland	3 198	285 863	11 526	300 587
Sverige	14 902	174 043	20 119	209 064
Danmark	15 487	85 027	7 952	108 466
Frankrike	3 224	69 791	3 741	76 756
Sveits	1 278	63 767	4 173	69 218
Finland	2 687	52 441	3 657	58 785
Polen	9 772	37 175	9 918	56 865
Europa for øvrig	32 007	254 245	41 328	327 580
Verden for øvrig	3 983	52 637	12 319	68 939

I vintermånedene er Danmark og Sverige våre største utenlandske markeder. Resten av året er Tyskland desidert størst, etterfulgt av Nederland og Sverige.



# EN TIME FRA DØR TIL DØR

Et feriested må være enkelt tilgjengelig, hvis ikke blir det ikke brukt, mener Pål Marken og Hege Agathe Ervik Botn.

**Tekst:** Janne Hopmo, Frostingen på oppdrag fra Stein Ola Stene, Orsand Camping

Utenfor husvogna står det parkert to blanke Harley Davidson.

- Ja, når været tillater det, tar vi syklene, forteller de.

Det er på Orsand camping på Frosta paret har funnet sitt fristed, i akkurat passe avstand fra Trondheim. Det er lørdag, han har nettopp kommet tilbake fra jobb i Trondheim.

Denne helga blir det bare de to, men rett som det er får samboerparet besøk av slekt og venner, barn og barnebarn. Derfor har de satt inn dobbel- og enkelkøye i begge soverommene i spikerteltet som de selv bygger.

## BRUKER HELE ÅRET

Pål og Hege besøkte venner på Orsand camping. De falt for den korte vegen fra Trondheim, for utsikten og ikke minst for kveldssola. Det var for 7 år siden.

Siden den gang har de hatt fast plass og har bodd i husvogn helt fra starten. Men nå har de byttet plass og fått ny vogn, og kunne ikke hatt det bedre.

- Vi er i byggefasen ennå, men her skal det bli terrasse hele vegen rundt, forteller de og peker.

Det beste med denne campingplassen er roen og freden, synes de.

- Og at det er sånn orden overalt, tilføyer de når de får tenkt seg om. Og forteller at om vinteren bruker de fellesanlegget som er veldig rent.

- At plassen ikke er for stor, er noe vi setter pris på, forteller Pål. Og så er det ikke værhardt her.

Hit kan vi dra hele året, vi gleder oss til helgene. I motsetning til om vi hadde hatt hytte, trenger vi ikke å tenke på snø og framkommelighet.



Foto: Janne Hopmo

Pål Marken og Hege Agathe Ervik Botn har funnet sitt fristed. Det ble Orsand camping på Frosta. Husvogna ble bygd etter deres ønske, med ett soverom i stedet for tre. De ville heller ha romslig kjøkken og stue.

Her blir det brøytet og strødd, vi kan kjøre fra dør til dør.

## LYSLØYPA OG FROSTASTIEN

Like i nærheten av campinggen ligger den nye lysløypa ved Solheim, dit drar de ofte for å gå på ski om vinteren.

- Når vi har gått på ski, drar vi tilbake hit og tenner på bålpanna. Dette er virkelig fristedet vårt.

Å kunne bo i sjøkanten, og være omgitt av skog og mark, setter de stor pris på. De er blitt flittige brukere av Frostastien.

- Vi finner alt vi trenger på butikkene på Frosta. Ellers drar vi ofte til Tautra, og deltar på de lokale festivalene.

## DET BLE NY HUSVOGN

Paret har sett på hytte ved sjøen, men innsett at enten blir det for dyrt, eller så blir det langt hjemmefra, eller den blir i for dårlig stand. Så de bestemte seg for å oppgradere her på Orsand camping i stedet.

Dagens eier og driver, Stein Ola Stene, er medeier i et nytt firma som leverer husvogner. Samboerparet bestemte seg for å investere i ei husvogn som skulle skreddersys etter deres behov i

dialog med Stein Ola. De fikk velge farger og innredning, og i stedet for tre soverom, slik modellen på 50 kvadratmeter egentlig er, ønsket de seg kun ett soverom og i stedet større oppholdsrom og kjøkken. De får jo ekstra sengeplass i spikerteltet og ønsket seg et trivelig oppholdsrom.

- Fordi det gikk via Stein Ola, kunne vi planlegge med ett soverom, men det var første gang produsenten leverte en slik variant av husvogna.

De to synes det har vært spennende å være vitne til et generasjonsskifte i drifta av campingplassen. Det var Steinar Stene som startet, nå har sønnen overtatt, og noen endringer blir det, naturlig nok. Men at kårkaill'n fortsatt bidrar, synes de er positivt.

- De er like hjelpsomme og enkle å få tak i begge to.



Foto: Orsand camping

# Komplette aktivitetsparker

## og lekeutstyr til alle aldre



Vi tilbyr et stort utvalg av utstyr til lekeklassen!



Magne Egerhei  
Distriktssjef - lekeklass  
magne.egerhei@lekolar.no  
Tlf. 917 80 129

Lekolar er Nordens ledende leverandør av leker, aktivitets- og læringsprodukter både ute og inne til barn og unge i alle aldre. Vi kommer gjerne kostnadsfritt på befaring og tegner forslag til campingplassen din. Les mer om oss og se hele vårt sortiment på [www.lekolar.no](http://www.lekolar.no).

**lekolar**<sup>®</sup>  
gir læringslyst

Besøksadresse: Lekolar AS, Wirgenes vei 8 A, 3157 Barkåker  
Ordretelefon: 33 72 98 00 | Ordrefaks: 33 72 98 01 | [www.lekolar.no](http://www.lekolar.no) | [bestilling@lekolar.no](mailto:bestilling@lekolar.no)



STRANDLIV VED ANVIKSTRANDA

Foto: Anvikstranda Camping

Campinggjestedøgnene øker hver sommer. I Sør-Norge var juli 2018 tidenes sommermåned både værmessig og trafikkmessig for mange av campingplassene. Gjestedøgnene på landsbasis økte med 1,9 % i juli 2018 sammenlignet med juli 2017. Det til tross for at juli 2017 også hadde rekordhøyt antall gjestedøgn. Sammenlignet med juli 2013 er tallene for juli 2018 19,9 % høyere.

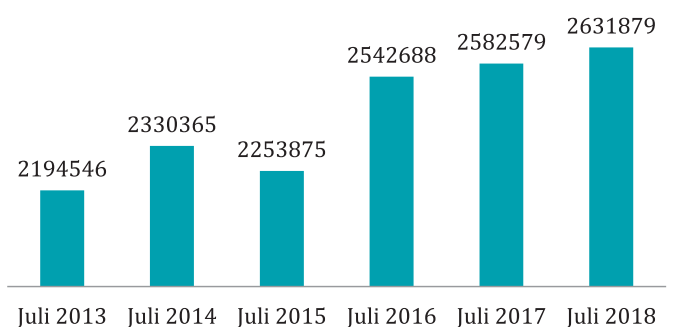
Mens det var en liten nedgang i antall gjestedøgn fra nordmenn på -0,8 % fra juli 2017 til juli 2018, var det en økning på hele 9,4 % fra de utenlandske gjestene i samme periode. Tyskland og Nederland sto for den største økningen, med henholdsvis 41 600 (+18,3 %) og 16 200 (+14,0 %) flere gjestedøgn i samme periode.

For første gang er biltrafikken større enn hytteovernattinger! I juli var det ca. 560 000 overnattinger med bil på norske campingplasser, mens det var ca. 506 000 overnattinger i campinghytter. Antall bilovernattinger økte med hele 18,2 % (+86 100 gjestedøgn) fra juli 2017. Overnattinger i hytter hadde en nedgang på -4,5 % (-23 900 gjestedøgn).

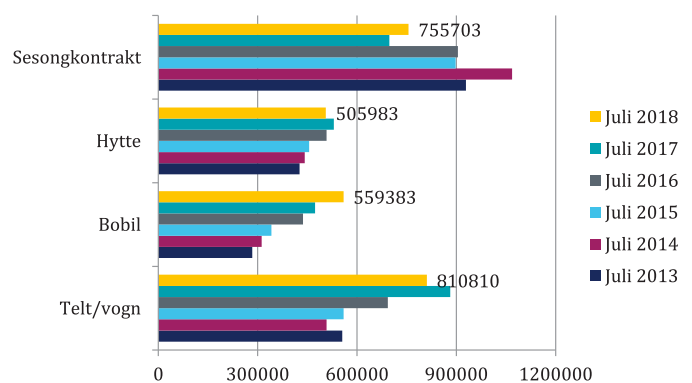
Overnattinger i campingvogn og telt er den største gruppen med ca. 811 000 overnattinger. Dette er en nedgang på 8,0 % fra juli i fjor, men antall gjestedøgn er likevel høyere enn i juli 2016 og tidligere. Antall overnattinger blant gjester med sesongkontrakt var 756 000, og er dermed den nest største gruppen fordelt på type overnatting. Dette er en økning på 8,3 % juli i fjor.

Følgende fylker har hatt vekst i antall gjestedøgn fra juli 2017 til juli 2018 (vekst er oppgitt i antall gjestedøgn/i % fra året før): Hordaland (34 400/32,0 %), Vest-Agder (31 000/26,3 %), Vestfold (21 600/7,9 %), Rogaland (15 100/16,8 %), Aust-Agder (12 300/6,4 %), Sogn og Fjordane (12 200/7,5 %), Oppland (11 900/4,3 %) og Buskerud (4 400/2,8 %).

## ANTALL CAMPINGOVERNATTINGER i juli måned 2013-2018 for hele landet



## ANTALL CAMPINGOVERNATTINGER fordelt på overnattingsmåte i juli måned 2013-2018 for hele landet





# ØKNING FOR VINTERCAMPING

I vintersesongen 2018 var det 670 000 overnattinger ved norske campingplasser. Dette er en økning på 7,0 % fra samme periode året før.

Nordmenn er det største markedet for vintercamping med en markedsandel på 86,6 %, mens utenlandske gjestedøgn utgjør 13,4 % av de totale overnattingsdøgnene.

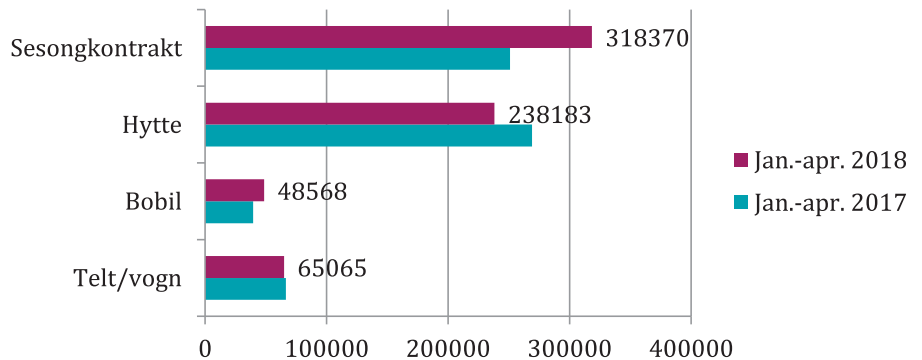
Det var en vekst på 9,5 % for norske gjestedøgn, mens utenlandske gjestedøgn hadde en nedgang på 6,6 % i vintersesongen 2018 kontra vintersesongen 2017.

Det har vært en vekst på hele 26,8 % i antall overnattinger med sesongkontrakt vintersesongen 2018 sammenlignet med året før. Overnattinger med sesongkontrakt utgjør nær halvparten (47,5 %) av alle gjestedøgnene. Hytter utgjør 35,5 % av alle vinterovernattingene, mens campingvogn og telt står for 9,7 % av overnattingene.

Bobil utgjør fremdeles en forholdsvis liten andel av de totale vinterovernattingene (7,2 %), men andelen øker for hvert år. Antall overnattinger med bobil har økt med

## ANTALL CAMPINGOVERNATTINGER i perioden januar-april 2017-2018 for hele landet

### Antall campingovernattinger i perioden januar - april 2017-2018 for hele landet



22,5 % den siste vintersesongen. I løpet av de siste seks årene har det vært en økning på hele 118,9 % i antall overnattinger med bobil i vintersesongen.

Oppland er det største vintercampingfylket med 117 000 gjestedøgn i

perioden januar – april 2018. Deretter følger det nye sammenslåtte fylket Trøndelag med 86 000 gjestedøgn, og Buskerud og Hedmark med henholdsvis 75 000 og 62 000 gjestedøgn.

#### AURDAL FJORDCAMPING OG HYTTER

Foto: Jan Erik Olsrud





# HVORDAN TILRETTELEGGE FOR BOBILGJESTEN?



FAGERNES CAMPING

Foto: Fagernes Camping

Bobilmarkedet øker for hvert år, og er blitt en viktig målgruppe for campingplassene. Med tilrettelagte plasser ønsker flertallet av bobileierne å overnatte på en campingplass.

61 % av bobileierne foretrekker å overnatte på campingplasser. Dette på grunn av trygghet og sikkerhet, samt fasiliteter og komfort på campingplassene. Vel halvparten (53 %) av alle bobilovernattingene i dag foretas på en campingplass. Dette viser en undersøkelse gjennomført av Norsk Turistutvikling AS på vegne av Norsk Bobilforening og Nasjonal klynge for campingnæringen i september 2018. Vel 2000 medlemmer av Norsk Bobilforening svarte på undersøkelsen.

## VURDERING AV NORSKE CAMPINGPLASSER

Flere campingplasser har de siste årene tilrettelagt nye oppstillingsplasser for bobiler. Dette har bobileierne lagt merke til, da hele 92 % av bobileierne sier at de har inntrykk av at mange av campingplassene har lagt bedre til rette for bobiler de siste årene.

På generell basis er 70 % av bobileierne fornøyd med vertskapet og servicen på de norske campingplassene, og 64 % er fornøyd med standarden. Dette er en forbedring på omtrent 15 % fra en tilsvarende undersøkelse gjennomført i 2012.

Halvparten (50 %) av bobileierne er fornøyd med tilrettelegging for bobiler på norske campingplasser. Selv om stadig flere campingplasser legger godt til rette for bobilgjestene, er det fremdeles en del campingplasser som ikke

har tilrettelagt nok for bobilene.

## TILRETTELEGGING AV DEN IDEELLE CAMPINGPLASS

Det viktigste tiltaket campingplassene kan gjøre for bobilgjestene er å etablere egnede oppstillingsplasser. Disse må ha plant og fast dekke (gjerne asfalt) under bil, og plen ved siden av. Plassene bør være nummererte, slik at bobilgjestene kan ta seg en tur med bobilen på dagtid uten å miste plassen. Det må være god avstand mellom bilene pga. brannsikkerheten.

Det nest viktigste tiltaket er sanitæranlegg med god standard. Det er en selvfølge at sanitæranleggene må være rene. Det er et ønske om at sanitæranlegg er i nærheten av bobiloppstillingsplassene. Det kan gjerne være flere mindre sanitæranlegg spredt rundt på campingplassen i stedet for ett eller to store.

Det tredje viktigste tiltaket er gode tømmestasjoner for toalett/svartvann og gråvann. Tømmestasjonene må være i god avstand fra vannfyllingsplassene, slik at ikke søl ved tømmestasjonene kommer i nærheten av drikkevann og vannfyllingskranene.

## HUND SOM REISEFØLGE

Bobilferie er en fin ferieform for hundeeiere. Omtrent en av fire bobileiere har med seg hund. Det er da viktig at



campingplassene legger til rette for både hundeeiere og for ikke-hundeeiere, for å unngå brukerkonflikter. Det kan gjerne settes av egne områder for hunder, og det må innføres regler for båndtvang. Det må også legges til rette for avfallskurver flere steder og salg av hundeposer, slik at det er enkelt å plukke opp etter hunden sin. Ved oppstillingsplassene kan det settes opp en stolpe med krok, slik at det er enkelt å binde hunden ved den enkelte plass. En hundedusj er også et tiltak som settes pris på av hundeeiere.

### PRISSYSTEM

Bobileierne er i hovedsak lite fornøyde med prisnivået på norske campingplasser. Flere tar til orde for å innføre et prissystem på campingplassene, som differensierer prisen for dem som kun vil ha en oppstillingsplass og for dem som ønsker alle fasiliteter. Det kan da være en grunnpris som inkluderer parkering, tilgang til toalett, påfyll av vann og tømning. 68 % av bobileierne mener også at dusj bør være inkludert i grunnprisen. Dernest kan det være en tilleggspris for bruk av felleskjøkken med matlagingsmuligheter, bruk av vaskemaskin og tørketrommel, deltakelse på aktiviteter mv. Det er delte meninger om hvorvidt grunnprisen kun bør gjelde for fører av bobilen, eller om også passasjerer bør være inkludert. Det samme gjelder for bruk av strøm.

### BOBILENE ER ET VIKTIG MARKED

Bobilene er flittig i bruk. På årsbasis benyttes bobilene hele 85 døgn. Dette er en økning på 13 døgn fra 2012, hvor gjennomsnittlig antall bruksdøgn den gang var 72 døgn.

Markedet for bobiler øker også stadig. Etter tre kvartaler i 2018 er allerede salgsrekorden for hele 2017 slått. Hittil i år er det registrert 3 630 nye bobiler. Det er nå passert 50 000 bobiler i Norge. Med både et stort norsk bobilmarked og et stort europeisk marked er bobilmarkedet en viktig målgruppe for campingplassene, og det er derfor viktig å legge til rette for denne gruppen.

### FAVORITTCAMPINGPLASSENE TIL MEDLEMMENE AV NORSK BOBILFORENING ER:

- Fagernes Camping
- Telemark Kanalcamping, Lunde
- Odden Camping, Evje
- Bie Apartment/Camping, Grimstad
- Sjøsandens Feriesenter, Mandal
- Beverøya Hytteutleie og Camping, Bø i Telemark
- PlusCamp Bud
- Omlidstranda Camping, Nevlunghavn
- Haraldshaugen Camping, Haugesund
- PlusCamp Ballangen Camping
- PlusCamp Gol Campingsenter
- Hallingdal Feriepark, Ål
- Lillehammer Camping
- Kjørnes Camping, Sogndal
- Innhavet Bobilcamp, Hamarøy
- Hokksund Camping
- Flåm Camping
- Aurdal Fjordcamping
- Oldereiv Camping, Skibotn
- Lærdal Ferie- og fritidspark
- PlusCamp Sande Camping, Loen

### DE UTENLANDSKE FAVORITTCAMPINGPLASSENE TIL MEDLEMMENE AV NORSK BOBILFORENING:

- Strømstad Camping, Sverige
- Västra Kajen Camping, Piteå, Sverige
- Lagunen Camping & Stugor, Strömstad, Sverige
- Mora Camping, Sverige
- Rüdeshheim am Rhein, Tyskland
- Daftö, Strömstad, Sverige
- Hillerød Camping, Danmark
- Krono Camping, Lidköping, Sverige
- Grebbestadforden Camping, Sverige
- Camping La Colina, Albir, Spania



EVJUA STRANDPARK

Foto: Evjua Strandpark

### KORT OM BOBILEIEREN OG BRUK AV BOBILEN

- Gjennomsnittlig alder på bobileieren er 63 år.
- 96 % reiser vanligvis sammen med ektefelle/samboer.
- 8 % har vanligvis med seg barn (i husstanden) og 5 % har ofte med seg barnebarn. I tillegg har 54 % med seg barn eller barnebarn noen ganger.
- 25 % har vanligvis med seg hund.
- Bobileieren er bosatt i alle landets fylker. Flest bobileiere er det i Hordaland (16 %), Rogaland (15 %), Møre og Romsdal (8 %) og Nordland (8 %).
- Gjennomsnittlig bruksdøgn med bobilen i Norge er 55 døgn i året, fordelt på 31 døgn i sommermånedene juni, juli og august, og 24 døgn fordelt på de resterende 9 månedene i året.
- Gjennomsnittlig bruk av bobil i utlandet er 30 døgn i året, herunder 17 døgn i perioden juni, juli og august.
- Gjennomsnittlig benyttes hver enkelt bobil 85 døgn pr. år.



# GODE BARNDOMSMINNER

UTVIKA CAMPING

Foto: Harald Sundberg

Ellen Marie Fjelstad tilbrakte sommerferiene sammen med familien på Utvika Camping da hun var liten.

Nå tar hun med seg samboer og 3 barn og skaper nye tradisjoner.

Utvika Camping er en campingplass i idylliske omgivelser ved Tyrifjorden i Buskerud. Campingplassen ønsker å framstå som en familiecamping med fokus på barnas trivsel og naturo for gjestene.

I tre år har Ellen Marie og familien hatt fast plass på Utvika Camping. De bor i Hole og setter pris på den korte avstanden til campingplassen. – Jeg synes området rundt campingplassen byr på mange gode turmuligheter, og det finnes også andre strender ikke langt fra Utvika. Både Ringeriksbadet og Hadeland Glassverk er populære attraksjoner, forteller Ellen Marie.

– Grunnen til at vi har valgt å ha fast plass her på Utvika Camping, er fordi jeg campet her da jeg var liten, forteller Ellen Marie. – Vi trives veldig godt her, og det er mange vi kjenner som også ferierer her. Familien understreker at det beste med campingplassen er at den er barnevennlig, at det finnes en lekeplass, strand, trampoline, sklie og at det er dyr man kan se på. – Det er alltid noe å finne på her!

Sesonggjestene har bare gode



ELLEN MARIE MED FAMILIE

lovord å si om vertskapet på Utvika Camping. – De er serviceinnstilte, hyggelige og opptatt av orden. Det er alltid rent og pent her, avslutter Ellen Marie, og ser fram til nye sesonger på campingplassen.



Begge foto: Utvika Camping





# – JEG VILLE TILBAKE HIT

Vi tok en prat med Sven Finnevold fra Jevnaker da han besøkte Skottevik Feriesenter sammen med familien sin i sommer.



SVEN M/SØNN

Foto: Skottevik Feriesenter

Skottevik er en 4-stjerners campingplass idyllisk plassert på Sørlandet, som også tilbyr hytter og leiligheter. Med en 3 km lang strandlinje, finner man både koselige bukter, strender og svaberg.

Familien til Sven bodde på Skottevik Feriesenter i 4 netter i juli og overnattet i telt. Årsaken til at de valgte nettopp Skottevik, var det



Foto: Skottevik Feriesenter

Sven selv som sto for. – Jeg var her på leirskole for mange år siden, derfor ønsket jeg veldig å besøke dette stedet på nytt.

Sven er veldig fornøyd med tilbudet som campingplassen har for de tre barna i familien. – Her er det utrolig mange valgmuligheter, blant annet en fin lekeplass og gode aktiviteter for barna. Nærheten til Kristiansand Dyrepark gjorde at familien valgte å tilbringe en hel dag der.

– Skottevik Feriesenter har fine badestrender, en nydelig utsikt til sjøen og flotte svaberg. Sven er også fornøyd med restauranten som ligger nede på bryggen som byr på god mat for hele familien. Og selv om neste års ferie ikke legges til Sørlandet, er Sven sikker på at de kommer tilbake til Skottevik Feriesenter ved en senere anledning.

## SKOTTEVIK FRIESENTER

Foto: Skottevik Feriesenter





# NØKKELTALL FOR CAMPING- NÆRINGEN

LANDSDEL	OMSETNING i hele 1000 kr	VAREFORBRUK	LØNNINGER	SUM DRIFTS- KOSTNADER	RESULTAT FØR SKATT i hele 1000 kr
<b>HELE LANDET</b>					
2010	2 853	9,5 %	23,5 %	93,4 %	171
2013	2 714	13,5 %	27,8 %	90,9 %	149
2016	3 287	11,7 %	27,9 %	88,0 %	301
<b>2017</b>	<b>3 298</b>	<b>11,4 %</b>	<b>29,0 %</b>	<b>88,5 %</b>	<b>281</b>
<b>NORD-NORGE</b>					
2010	2 100	8,9 %	22,2 %	95,7 %	92
2013	2 031	16,7 %	27,1 %	94,6 %	14
2016	2 868	14,1 %	26,8 %	89,4 %	211
<b>2017</b>	<b>2 688</b>	<b>12,2 %</b>	<b>29,0 %</b>	<b>89,2 %</b>	<b>189</b>
<b>MIDT-NORGE</b>					
2010	1 280	5,1 %	27,2 %	97,0 %	38
2013	1 548	7,3 %	27,1 %	90,5 %	34
2016	2 035	15,9 %	27,6 %	92,1 %	60
<b>2017</b>	<b>2 174</b>	<b>13,9 %</b>	<b>31,4 %</b>	<b>90,8 %</b>	<b>79</b>
<b>VESTLANDET</b>					
2010	2 516	9,3 %	24,6 %	89,6 %	105
2013	2 704	10,4 %	30,4 %	87,4 %	221
2016	3 171	10,0 %	29,1 %	82,3 %	423
<b>2017</b>	<b>3 127</b>	<b>10,0 %</b>	<b>28,9 %</b>	<b>81,9 %</b>	<b>443</b>
<b>SØRLANDET</b>					
2010	5 260	13,3 %	22,6 %	93,4 %	349
2013	4 616	13,6 %	33,2 %	94,3 %	193
2016	4 265	11,3 %	26,8 %	89,2 %	596
<b>2017</b>	<b>5 223</b>	<b>11,3 %</b>	<b>28,9 %</b>	<b>93,5 %</b>	<b>287</b>
<b>ØSTLANDET</b>					
2010	3 110	11,0 %	21,1 %	91,2 %	272
2013	3 031	14,3 %	26,5 %	90,2 %	195
2016	3 498	11,3 %	28,1 %	90,2 %	264
<b>2017</b>	<b>3 727</b>	<b>11,5 %</b>	<b>28,9 %</b>	<b>90,9 %</b>	<b>264</b>

Tallene for 2010 baserer seg på 259 campingplasser fra hele landet som har AS som selskapsform. Tallene for 2013 baserer seg på totalt 355 campingplasser, for 2016 på 404 bedrifter og for 2017 på 411 bedrifter. Tallene viser gjennomsnittstall for en campingbedrift.

Gjennomsnittlig omsetning for campingplassene i utvalget fortsetter å stige fra 2016. Gjennomsnittlig omsetning er for 2017 på 3,3 millioner kroner. Veksten fra 2016 er liten, men utviklingen går i riktig retning.

Sum driftskostnader for bedriftene i utvalget er 88,5 % av den totale omsetning for regnskapsåret 2017. Andelen av driftskostnader i forhold til omsetning har siden 2010 vist en nedgang for hvert år. Denne utviklingen har stagnert i 2017. Dette er en naturlig utvikling, da det blir stadig

vanskeligere å oppnå en ytterligere reduksjon.

Resultat før skatt for utvalget viser en svak nedgang i forhold til 2016, og er for 2017 på 281 000 kroner i gjennomsnitt for bedriftene i utvalget.

Ser en på utviklingen i de forskjellige landsdeler, er det helt klart Sørlandet som er vinneren med en økt gjennomsnittlig omsetning for 2017 i forhold til 2016 med 1 million. Dette er en økning på 22,5 %. Østlandet er den landsdelen som har hatt nest

best utvikling med en gjennomsnittlig økning i omsetning på 6,5 %. Det er en klar nedgang for bedriftene i Nord-Norge og Vestlandet.

De fleste landsdeler hadde i 2017 en økning i lønninger. Vareforbruket er stabilt eller har gått litt ned. Når det gjelder totale driftskostnader, viser resultatene at både Sørlandet og Østlandet, som hadde økt omsetning, har en klar økning i sine totale driftskostnader. De øvrige regioner har reduksjon i sine totale driftskostnader.



NØKKELTALL 2010-2017	EGENKAP.ANDEL (EK/Eiendeler)	GJELDSGRAD (Total gjeld/EK)	LIKVIDITET (OM/KG)	RESULTATGRAD (Resultat/ omsetning)
<b>HELE LANDET</b>				
2010	21,4 %	2,88	2,83	5,3 %
2013	24,3 %	3,11	1,21	5,5 %
2016	30,6 %	2,27	1,32	9,2 %
<b>2017</b>	<b>31,2 %</b>	<b>2,20</b>	<b>1,31</b>	<b>8,5 %</b>
<b>NORD-NORGE</b>				
2010	17,5 %	4,30	4,4	4,3 %
2013	19,8 %	4,06	1,24	0,7 %
2016	25,7 %	2,89	1,28	7,3 %
<b>2017</b>	<b>25,0 %</b>	<b>3,00</b>	<b>1,33</b>	<b>7,0 %</b>
<b>MIDT-NORGE</b>				
2010	28,1%	3,50	2,47	3,0 %
2013	21,8 %	3,58	1,03	2,2 %
2016	27,3 %	2,66	0,94	2,9 %
<b>2017</b>	<b>23,5 %</b>	<b>3,25</b>	<b>0,78</b>	<b>3,6 %</b>
<b>VESTLANDET</b>				
2010	18,8 %	3,61	2,02	4,1 %
2013	22,8 %	3,39	1,21	8,2 %
2016	29,9 %	2,34	1,53	13,3 %
<b>2017</b>	<b>32,3 %</b>	<b>2,10</b>	<b>1,55</b>	<b>14,2 %</b>
<b>SØRLANDET</b>				
2010	19,3 %	1,04	2,47	6,6 %
2013	30,3 %	2,30	1,20	4,2 %
2016	39,0 %	1,57	1,14	10,9 %
<b>2017</b>	<b>37,9 %</b>	<b>1,64</b>	<b>1,01</b>	<b>5,5 %</b>
<b>ØSTLANDET</b>				
2010	23,4 %	1,95	2,80	8,7 %
2013	25,2 %	2,96	1,19	6,4 %
2016	31,9 %	2,14	1,29	7,6 %
<b>2017</b>	<b>33,8 %</b>	<b>1,96</b>	<b>1,30</b>	<b>7,1 %</b>

Tallene for 2010 baserer seg på 259 campingplasser fra hele landet som har AS som selskapsform. Tallene for 2013 baserer seg på totalt 355 campingplasser, for 2016 på 404 bedrifter og for 2017 på 411 bedrifter. Tallene viser gjennomsnittstall for en campingbedrift.

## EGENKAPITALANDEL

Denne har for utvalget økt til 31,2 %, som er en økning fra 30,6 % for 2016. Fordelt på landsdeler har Vestlandet og Østlandet en klar forbedring. De øvrige landsdeler har nedgang eller stagnasjon.

## GJELDSGRAD

Gjeldsgraden har gått ned og ligger nå på 2,2. Dette betyr at bedriftene i utvalget har fått ytterligere lavere gjeld i forhold til egenkapitalen. Ser en på landsdelene, er det Vestlandet og Sørlandet som har den laveste gjeldsgraden.

## 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 2017 på 1,31 og er stabilt i forhold til 2016. Det er små endringer for landsdelene.

## RESULTATGRAD

Nøkkeltallet defineres som resultat i forhold til omsetning. Denne viser for utvalget for hele landet 8,5 %. Bedriftene sitter igjen med 8,5 øre av hver omsatt krone. Vestlandet viser den klart beste resultatgraden med hele 14,2 %. De øvrige landsdeler ligger under gjennomsnittet for hele landet.

### 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.



KVILTORP CAMPING  
Foto: Kviltorp Camping



LILLEHAMMER CAMPING  
Foto: Gisle Enger



# CAMPING I EUROPA



## CAMPING I SVERIGE

Det var 15,8 millioner gjestedøgn ved svenske campingplasser i 2017.

Dette er 130 000 flere gjestedøgn enn året før, og hele 2 millioner flere gjestedøgn enn for 10 år siden.

3,6 millioner gjestedøgn kommer fra utenlandske gjester. Det betyr at i underkant av en av fire overnattinger foretas av utenlandske gjester. Norge utgjør det største utenlandske markedet med en andel på 11,9 % av alle gjestedøgnene. Deretter følger Tyskland med 6,0 %, Nederland med 1,7 % og Danmark med 0,9 % av totale gjestedøgn. Dette er omtrent på samme nivå som året før.

I juni – august 2017 hadde campingnæringen en markedsandel på 53 % av alle kommersielle gjestedøgn fra Sveriges nærmarked (Norge, Danmark, Tyskland og Nederland). 70 % av alle norske gjestedøgn i Sverige i den samme perioden ble tilbrakt på en campingplass.



## CAMPING I DANMARK

I 2017 var det 10,8 millioner gjestedøgn ved danske campingplasser.

Dette er en nedgang på -2,7 % fra året før.

Tre av fire overnattinger ble foretatt av danske gjester. De danske gjestedøgnene hadde en nedgang på -3,0 % fra året før. De utenlandske gjestedøgnene hadde en nedgang på -1,9 %. Tyskland er det desidert største utenlandske markedet med 15,1 % av totale overnattingdøgn. Norge er det nest største utenlandske markedet på danske campingplasser med 2,8 % av totalt antall overnattingdøgn, og Nederland på tredje plass med 2,7 %.

Sesonggjester står for 41 % av alle overnattingene. 66,2 % av alle campingovernattingene foretas i sommermånedene juni, juli og august.

## CAMPING I EUROPA

I EU-landene er det til sammen ca. 29 000 campingplasser.

### DE STØRSTE CAMPINGLANDENE I EUROPA MÅLT I ANTALL CAMPINGPlassER

Land	Antall campingplasser år 2016
1. Frankrike	28 951
2. Storbritannia	5 312
3. Tyskland	2 955
4. Nederland	2 903
5. Italia	2 364
6. Spania	1 263
7. Sverige	1 082

*Norge er det niende største campinglandet i Europa.*

### DE STØRSTE CAMPINGLANDENE MÅLT I ANTALL GJESTEDØGN

Land	Gjestedøgn år 2016	Endring 2015/2016
1. Frankrike	112,2 mill.	-0,6 %
2. Italia	54,3 mill.	+1,4 %
3. Spania	36,6 mill.	+6,5 %
4. Tyskland	30,5 mill.	+4,3 %
5. Nederland	20,9 mill.	+0,4 %
6. Kroatia	17,5 mill.	+1,9 %
7. Sverige	15,6 mill.	+0,5 %
8. Danmark	11,1 mill.	0,0 %
9. Norge	7,5 mill.	+4,4 %



Foto: Publicdomainphotos / Dreamstime.com

# TYSKLAND – DET STØRSTE BOBILLANDET I EUROPA

I første halvår av 2018 ble det solgt 31 000 nye bobiler i Tyskland. Det er en økning på 14,4 % fra første halvår i 2017. Det ble solgt halvparten så mange campingvogner, som er en økning på 4 %. I desember 2017 var det registrert hele 487 000 bobiler i Tyskland.

I Europa var det registrert 1,87 millioner bobiler pr. 31.12.2017. Frankrike er det nest største billandet med 457 000 bobiler.

## ØKT INTERESSE FOR CAMPINGVOGNER I EUROPA

I EU-/EØS-landene ble det registrert 79 750 nye campingvogner i 2017. Dette er en økning på 8,4 % fra året før. Storbritannia topper listen med 24 800 nyregistrerte campingvogner (+6,2 % fra året før), deretter følger Tyskland med 22 700 nye campingvogner (+15,0 %). I Frankrike ble det registrert 8 130 nye campingvogner i 2017 (+4,9 %) og i Nederland 6 700 (+9,1 %). Dette melder European Caravan Federation (ECF).

I Europa er det 3,36 millioner campingvogner pr. 31.12.2017. Tyskland

har flest registrerte campingvogner med 654 000, deretter følger Storbritannia med 555 000, Frankrike med 498 000 og Nederland med 462 000.

## CHAMPING – NY TREND I STORBRIANNIA

Champing er en forkortelse for church camping, dvs. kirkecamping. I sommersesongen 2017 ble tolv kirker i Storbritannia benyttet til champing. Disse hadde over 1600 overnattinger i løpet av turistsesongen. For årets sommersesong ble hele 21 kirker benyttet til kirkecamping – Champing.

## CAMPING ER POPULÆRT I USA

61 % (77 millioner) av husholdningene i USA drar på camping regelmessig. Og antall husholdninger som camper øker for hvert år. Det har

vært en økning på 20 % i perioden 2014-2017 på antall som camper en gang i året. Antall campere som drar på camping tre ganger eller mer hvert år har økt med 64 % i samme periode. Camping blir stadig mer populært blant den yngre befolkningen. 52 % av husholdningene som drar på camping har barn. 14 % av campingovernattingene i 2017 ble foretatt i hytter, 24 % i bobiler/campingvogn og 61 % i telt. 67 % av alle campingovernattingene ble foretatt på en campingplass. Ved valg av campingplass er følgende viktig: Rene sanitæranlegg/toaletter, barnevennlig og kjæledyrvennlig, gratis wifi og aktiviteter. Dette opplyser den årlige campingrapporten utgitt av Kampgrounds of America, Inc. (KOA) "The 2018 North American Camping Report".

## SVENSK DOM MOT BOOKING.COM

Svenske overnattingssteder kan nå selge rom til en lavere pris på egne nettsider enn på Booking.com. En svensk dom har forbudt Booking.com å hindre campingplasser, hoteller og andre overnattingssteder i å selge rom billigst på egne nettsider.



BUTTINGSRUD CAMPING

Alle foto: Jan Tore Øverstad

# Å SKAPE FORNØYDE GJESTER ER VÅRT MÅL

Buttingsrud Camping er en helårsåpen campingplass beliggende i idylliske omgivelser, der alt handler om å gi gjesten et trivelig opphold.

Trond Helge og Kristine Buttingsrud driver Buttingsrud Camping, en familiebedrift som ble startet av Trond Helge sin bestefar Trond i 1955. Den gang startet han i det små med å sette opp en utedo og samle inn penger fra de turistene fra Oslo som valgte å sette opp telt på Buttingsrudodden ved innsjøen Sperillen. Etter at Trond Helge sine besteforeldre og foreldre drev campingplassen i mange år, tok han over driften i 2002 og driver Buttingsrud i dag sammen med sin kone Kristine.

### GOD BELIGGENHET

Buttingsrud Camping ligger i Ringelike kommune i Buskerud, langs E16

og 36 kilometer nord for Hønefoss. Her finner du både faste sesongcampere fra Skjervøy i nord til Arendal i sør, i tillegg til drop-in overnatting fra reisende på E16 og europeiske hyttegjester som skal videre på sin

” - Den viktigste motivasjonsfaktoren er å skape et trygt og godt feriested for våre gjester.

- Trond Helge Buttingsrud

Norgesferie. Campingplassen ligger ved innsjøen Sperillen som har en fin sandstrand og merkede turløyper i umiddelbar nærhet til campingplas-





## BUTTINGSRUD CAMPING

Type virksomhet: Helårsåpen campingplass, hytteutleie

Lokalisering: Ved innsjøen Sperillen i Ringerike kommune i Buskerud

Etableringsår: 1955

Organisering: Enkeltmannsforetak

Samarbeidspartnere: Villfisken delikatessebutikk, Ringerike golf og fotgolf, Vikerfjell, campingnettverket

Produkter: Butikk/kiosk, robåttutleie, miniby for barna, 2 sanitæranlegg med toaletter og dusj og egne rom for tømning av kassett-toalett, vaske-rom og tørketrommel, handikap-toalett/-dusj, 2 kjøkken, grillplasser

Ansatte/årsverk: 6 ansatte/2 årsverk

Kapasitet: 100 sesongplasser og 30 døgnplasser. 13 utleiehytter

Årsresultat:

År	Omsetning	Driftsresultat
2015	2.379.000	132.000
2016	2.731.500	138.000
2017	2.819.445	81.504

Hjemmeside: [www.buttingsrud.com](http://www.buttingsrud.com)

Facebook: [www.facebook.com/Buttcamp](http://www.facebook.com/Buttcamp)

sen. Sperillen tilbyr gode fiskemuligheter også i vinterhalvåret, om du ikke er redd for å fryse på nesa.

### GJESTENE I FOKUS

Trond Helge og Kristine Buttingsrud tar vertskapsrollen på alvor. – Den viktigste motivasjonsfaktoren er å



skape et trygt og godt feriested for våre gjester, forteller de. Trond Helge ønsker å videreutvikle arven fra sine foreldre og besteforeldre og ser på det som vesentlig å bevare tradisjoner. Samtidig er både Kristine og Trond Helge opptatt av utviklingen i campingnæringen og å fylle de kravene som gjestene nå forventer av en campingplass. – Vi ønsker å utvikle oss i takt med tiden, og håper at gjestene blir fornøyd og har et ønske om å komme igjen.

### MILJØBEVISST

Nettopp det å fylle nåtidens krav fra gjestene, har gjort at Buttingsrud Camping har tatt miljøansvar. I år mottok de miljømerket Green Key.

– Vi syntes det var mye arbeid i starten, men fordi vi allerede hadde gjort mye på miljøsidan fra før, ble det ikke så stor forandring i den daglige driften, forteller Kristine og Trond Helge. I tillegg deltok de i vinter på kurset «Bli en mer bærekraftig bedrift» sammen med andre deltakere fra Nasjonal klynge for campingnæringen.

### SATSER STORT

Buttingsrud Camping har opplevd en god økning i omsetning de siste årene. Det har blitt investert ca. 3 millioner kroner i familiebedriften. Begge sanitæranleggene har blitt restaurert, det samme har butikken. I tillegg har campingplassen fått ny lekeplass og vanntrampoline, og det er merket flere turstier i nærområdet. Ekteparet Buttingsrud er også flinke til å arrangere ulike aktiviteter, som St. Hansfeiring, cowboyfest, allsang og fotballkvelder. Årets nyhet er den nyinnkjøpte hjertestarteren, noe som ble tatt godt imot av de eldre gjestene på Buttingsrud. I den sammenheng ble det arrangert kurs i bruken av hjertestarteren på campingplassen. Og det stopper ikke der. Neste høst skal det nemlig stå klart et stort lagerbygg på 900 m<sup>2</sup>. Her skal det bli mulig å lagre båter og campingvogner.





TINGSAKER FAMILIECAMPING

Alle campingfoto: Peder Austrud

## FAMILIECAMPING PÅ SØRLANDET

Tingsaker Familiecamping er en 4-stjerners campingplass på Sørlandet som passer ypperlig for badeglade barnefamilier.

Å ta med familien på sommerferie til Tingsaker Familiecamping er en god idé. Campingplassen har en idyllisk beliggenhet ved Tingsakerfjorden med gangavstand til Lillesand og et kvarters biltur unna Dyreparken i Kristiansand. Store og små kan nyte campingsommeren her fra 1. mai til 1. september.

### CAMPING MED LANG HISTORIE

Allerede i 1933 ble det startet camping i Lillesand, da under navnet Tingsaker Camping. Vi har snakket med dagens eier, Gunnar Kulia om de tidlige årene. Han forteller at campingplassen ble startet av hans morfar, Ragnvald Gundersen. Ragnvald eide Øvre Tingsaker Gård og drev denne. – Hovedveien mellom Oslo og Kristiansand gikk da gjennom dette området og camping ble

startet som en attåtånering til gårdsdriften, forteller Gunnar. – Tingsaker Camping ble så utviklet av min far og senere av meg, sier Gunnar. Fra oppstarten med et lite antall telt-plasser, har utviklingen vært stor til de nå 150 oppstillingsplassene, samt

” –Vårt motto er  
«Vi gir alt for våre gjester».

– Espen Sjølund,  
daglig leder av Tingsaker Familiecamping

16 utleiehytter. I dag er det Espen Sjølund som er daglig leder på Tingsaker Familiecamping, og det har han vært i 11 år.

### ET MANGFOLD AV AKTIVITETER

Beliggenheten ved Tingsakerfjorden gir mange muligheter for ulike

aktiviteter. Derfor tilbyr Tingsaker Familiecamping gratis utlån av kajak, kano og padlebrett. Det finnes en langgrunn og svært barnevennlig sandstrand få meter fra hyttene på campingplassen, og i tillegg er det gode fiskemuligheter i Tingsakerfjorden. Barna kan kose seg med to lekeplasser, samt en stor hoppepute. Den korte avstanden både til Lillesand, Grimstad og Kristiansand – med Dyreparken i spissen – gjør at man har mange valgmuligheter og at gjestene kan bli lenger.

### GODE KUNDEOPPLEVELSER

– Vårt motto er «Vi gir alt for våre gjester» sier Espen Sjølund. Han forteller at det er nordmenn og hovedsakelig barnefamilier som er det viktigste markedet for Tingsaker, men at det også kommer turister fra





TINGSAKER CAMPING, ca. 1936

Foto: Joh. Arnt Johnsen/Lillesand by- og sjøfartsmuseum



**TINGSAKER FAMILIECAMPING**

Type virksomhet: Campingplass og hytteutleie. Åpent fra 1. mai til 1. september

Lokalisering: Ved Lillesand på Sørlandet

Etableringsår: 1933

Organisering: Familieeid

Samarbeidspartnere: Camping Sørlandet og NHO Reiseliv, campingnettverket

Produkter: Hytter, oppstillingsplasser for bobil, telt og campingvogner, sanitæranlegg, kjøkken, felles oppholdsrom, butikk, lekeområde, sandstrand, utlån av kano, kajakk og padlebrett

Ansatte/årsverk: 1,9 årsverk

Kapasitet: 16 hytter, 40 faste sesongplasser, 130 frie plasser

Årsresultat:

År	Omsetning	Driftsresultat
2015	4.369.000	1.183.000
2016	4.858.000	-322.000
2017	4.331.00	-555.000

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

Facebook: [www.facebook.com/tingsakercamping](https://www.facebook.com/tingsakercamping)

**Kommentar til årsresultatet:** De 2 siste årene har regnskapet vært preget av store investeringer pga. nytt sanitæranlegg.

Tyskland, Danmark og Nederland. – Vi ønsker å gi kundene en god opplevelse, og vi er sikre på at beliggenheten og størrelsen på campingplassen vår er vårt største fortrinn,



fortsetter Sjølund. – Vi har vært så heldige at utviklingen vår de siste årene har økt årlig, så vi har valgt å oppgradere hyttene og sanitæranlegget for å tilfredsstille gjestenes forventninger. I år har Tingsaker valgt å ta i bruk Vipps som innsjekningsmetode i skuldersesongen når resepsjonen står ubemannet.

**GREEN KEY SERTIFISERT**

Espen sier at de er opptatt av å være en samfunnsansvarlig bedrift, samt at arbeidsforholdene er gode. NHO Reiseliv oppfordrer bransjen til å sertifisere seg, derfor har Tingsaker Familiecamping valgt å sertifisere seg gjennom miljømerket Green Key. Det opplever de som

positivt. Tingsaker har oppgradert sanitæranlegget med luft-til-vann varmepumpe og vannbåren varme som oppvarming, noe som har gitt besparelser i energibruk. – Vi ønsker å beholde den kvaliteten vi har opparbeidet oss, og ser positivt på framtiden, avslutter Espen.





PODHYTTER VED SANNGRUND

Alle foto: Lise Eriksen

# CAMPING OG PRISBELØNNET MAT I FLOTTE OMGIVELSER

Sanngrund tilbyr overnatting, kafeteria og aktiviteter en halvtime fra Gardermoen.

Familien Ferger kjøpte Sanngrund i 1972, etter at det allerede hadde vært camping der i noen år. Sanngrund finner du på Skarnes, (midt) på grensa mellom Akershus og Hedmark. I dag er det tredje generasjon som eier og driver anlegget, og det har de gjort siden 1997. Arne Udnesseter er daglig leder og driver Sanngrund sammen med sin kone Betty og hennes bror Freddy Ferger med kona Beate.

## EN PRISVINNENDE BEDRIFT

2018 har vært et godt år for Sanngrund. I mai ble bedriften tildelt prisen Årets medlemsbedrift 2017

av NHO Reiseliv Innkjøpskjeden. Like etter, i juni, klatret de helt til topps i NAF-magasinet Motor sin kåring av Årets veimat 2018. – Campingproduktet har utviklet seg mye i kvalitet de siste 10 årene, og vi setter stor pris på disse kåringene, samt responsen fra våre gjester på sosiale medier. I tillegg er vi fornøyd med det økonomiske resultatet som vi har klart å få ut av driften de senere årene, forteller Arne Udnesseter.

## BESØKENDE PÅ GJENNOMREISE

– Nordmenn på jobbreisen er en viktig kundegruppe, spesielt utenfor høysesong. På sommeren derimot er

det svenske, nederlandske og tyske gjester som det er flest av på Sanngrund.

– Campingplassens største styrke er beliggenheten vår, understreker Arne. – Det at vi ligger 30 minutter unna Gardermoen, 1 time fra Oslo og rundt 1 time fra såkalte «harry-turer» til Sverige, er et stort pluss. Det at Sanngrund tilbyr et godt spisetilbud gjør at stadig flere benytter seg av kafeteriaen.

## FOKUS PÅ AKTIVITETER

I sommer har Sanngrund investert i kajaker og kanoer, samt at de også leier ut båter og sykler. – Dette er



## SANNGRUND

Type virksomhet: Helårsåpen campingplass med kafeteria, hytteutleie og selskapslokale

Lokalisering: Skarnes i Sør-Odal, på grensen mellom Hedmark og Akershus

Etableringsår: 1972

Organisering: Familiebedrift

Samarbeidspartnere: NHO Reiseliv, det lokale reiselivslaget og campingnettverket

Produkter: Kafeteria med mulighet for å spise ute og inne, selskapslokaler med 250 sitteplasser, 34 hytter, oppstillingsplasser til campingvogn, bobil og telt

Årsverk: 60 ansatte / 32 årsverk

Kapasitet: Ca 160 sengeplasser

Årsresultat:

År	Omsetning	Driftsresultat
2015	27.115.000	2.361.000
2016	30.133.000	3.994.000
2017	32.083.000	3.557.000

Hjemmeside:

[www.sanngrund.no](http://www.sanngrund.no)

Facebook: [www.facebook.com/Sanngrund](https://www.facebook.com/Sanngrund)

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



populært, forteller Arne. – Vi ønsker å bli bedre på aktiviteter og investerer derfor i utstyr til dette. For barnefamilier kan Sanngrund friste med en badebasseng med sklie, klatrefjell, lekeplass og fotballbane.

campingarealet med flere oppstillingsplasser i fremtiden.

Sanngrund ønsker å framstå med en klar miljøprofil, og er en sertifisert Green Key bedrift. Arne forteller at det kommer stadig tilbakemeldinger fra gjester som har spørsmål til hvordan vi driver dette arbeidet. – Vi er opptatt av å skape et produkt som er «up to date» med høy kvalitet, avslutter Udnesseter. – Vi ønsker at gjestene skal bli positivt overrasket.

” - Vi ønsker å bli bedre på aktiviteter og investerer derfor i utstyr til dette.

– Arne Udnesseter, daglig leder

## EN BEDRIFT I UTVIKLING

Sanngrund har sagt opp alle faste plasser på campingplassen og vil fra neste sommer kun tilby døgnplasser, med nummererte plasser til vogner og bobiler. De har ønske om å utvide





# Husvogner til alle formål



**Å bygge utleiehytter eller boliger på grunnmur, er hva vi tradisjonelt har gjort her i Norge. Sørøver i Europa er det imidlertid mye mer vanlig å benytte seg av mobile enheter for utleie. Noe å tenke på?**

Vi leverer også vogner for profesjonell bruk, som f.eks utleiehytter, resepsjon, brakker, vaskerom eller andre behov. Våre husvogner har blitt levert til bruk både som militære- og kommunale boliger. Konstruksjonen tilpasses bruken, med tanke på levetid og driftskostnader. Det er flere fordeler med å investere i mobile enheter, eks. finansielt og vedlikeholdsmessig. Bilde fra Granmo Camping på Oppdal.

## himmelblaa feriehus as

Hamresandveien 1 • 4656 Hamresanden • Tel. 45 20 00 20 • [himmelblaa.no](http://himmelblaa.no)



# UTFORDRINGAR MED VILLCAMPING

**Tekst:** Turid Sande Beinnes, Sande Camping

**Foto:** Knut Helge Urtegard Haugen

Den store utfordringa som vi har fått her i Loen og delvis i nærliggande bygder, er telting utanom campingplassane. Denne typen camping har eksistert tidligare også, men i mindre omfang. Siste to åra har vi sett ein stor auke – og i sommar nærmast eksploderte det. Ei idyllisk setergrend og tidligare beiteområde ca. 2 km frå vår campingplass vart nærmast «okkupert» av teltarar kvar einaste kveld i sommarmånadane. I juli månad var det 20-40 bilar der kvar kveld, og opptil 35 telt. Staden har verken toalett, dusj, søppelhandtering eller straum. Dette er det mest brukte området, men heile dalen vart brukt til teltplass. Det fanst nesten ingen møteplassar eller grønne flekkar langs vatnet som ikkje var i bruk til villcamping i juli og deler av juni og august. Det var telting både på innmark og utmark og delvis organisert av ulike grupperingar. For mange er allemannsretten det same som at dei kan telte der det måtte høve. Men mange veit ikkje om allemanspliktene.

## KVEN ER DET SOM VILLCAMPAR I TELT?

Største gruppa er norsk ungdom i 20-åra. Nytt av året er at det også kom mange svenske ungdommar, i tillegg til folk frå fleire andre nasjonar. Felles for mange er at dei er på jakt etter å «leve i pakt med naturen». Likevel vil dei ha gode som dusj, toalett, påfylling av reint vatn, wifi og ladetilbod. Dette er ein ny generasjon camparar, ofte uerfarne, men med god råd.

Eit nyare fenomen er «Insta-turistar», som skal bu ved Lovatnet og ta bilete på same stad som «instagramgurane» som har gjort området kjent, og som har tusenvis av følgjarar. Vi ser at enkelte på Instagram samanliknar Lovatnet og Lofoten når det gjeld naturoppleving og camping.

I sommar var det også ein del som måtte villcampe ufrivillig fordi det var fullt på campingplassane. Dette er ei ny problemstilling,

Ei lita gruppe villcampar fordi dei ikkje vil, eller ikkje evnar å betale for overnatting.

## UTFORDRINGAR

Eit hovedproblem er at det blir forsøpling, avføring og toalettpapir over store område. Her finst som sagt ingen toalett eller søppelhandtering utanom på campingplassane.

Eksisterande campingplassar blir prøvd brukt som ein servicestasjon av disse «gratispassasjerane». Dei vil ikkje bu her, men dei meiner dei har rett til å bruke fasilitetane på lik linje med betalande gjestar. Når dei ikkje får lov til det, så blir campingplassen gjerne «straffa» med ein negativ kommentar på Google.

Dette fører til tapte inntekter for campingplassane og tapte skatte kroner for kommunen. Denne type turisme



er heller ikkje berekraftig. «Glansbildet» med rein og urørt natur, som er ein del av det vi marknadsfører oss med, blir forringa.

Dette kan også føre til at grunneigarar og andre innbyggjarar får eit dårlig forhold til turistar fordi dei tek seg til rette og campar «overalt». Andre turistar reagerer også negativt på denne type «camping». Det er svært uheldig med tanke på at reiseliv er ei av dei viktigaste næringane i området.

## PLANLAGDE TILTAK I LOEN/LODALEN

I slutten av august var det eit møte med kommune, grunneigarar, destinasjonselskap, næring, fylkesmann, vegvesen m. fl. for å planlegge tiltak før problema kjem enda meir ut av kontroll. Denne møteverksemda skal halde fram med tanke på å løyse problema både på kort og lang sikt. Av foreslåtte tiltak kan nemnast å omregulere enkelte område, til dømes til friluftsområde og badeplass, og med toalett og søppelhandtering der det blir omregulert. Campingbedriftene vil i den grad det er mogleg setje av meir areal til teltturistane. I tillegg vil det bli betre informasjon og skilting, med infotavler, info på websider mv. før og når turisten kjem til Loen, samt opplysning om at der som allemannsretten er gjeldande har brukarane også plikter. Det kan eventuelt også tilretteleggast enkle «naturcampingplassar» for teltarar.

Vi har mykje flott natur som vi har ansvar for. Dersom vi skal ta vare på rein og urørt natur for framtida, må ein ta tak i dette problemet og både tilretteleggje og setje naudsynte restriksjonar. Det er viktig å oppretthalde allemannsretten, men også å overhalde pliktene. Informasjon og kommunikasjon er viktig i denne samanhangen.





Foto: Kviltorp Camping



### NYBYGG PÅ KVILTORP CAMPING

Kviltorp Camping ved Molde er i år blitt klassifisert som fire stjerners campingplass. Sommeren 2018 ble det tatt i bruk et nytt bygg med 4 moderne leiligheter samt tv-rom og kjøkken. Nytt stellerom var også ferdig til sommersesongen. I tillegg er en del av området blitt asfaltert, noe som har bedret parkeringen for bobiler. Brannsikkerheten er Kviltorp Camping opptatt av, og har derfor montert brannhydrant på området ved bobilparkeringen.

### NYE BOBILPLASSER PÅ FAGERNES CAMPING

65 nye bobilplasser ble ferdigstilt i juni på Fagernes Camping i Valdres. Oppstillingsplassene har asfalt som underlag til bilen, belegningsstein på uteplassen og gress rundt. Plassene har vært fullbooket hver dag i hele sommer. Det har vært mange gode tilbakemeldinger fra gjestene, og medlemmer av Norsk Bobilforening har i en spørreundersøkelse rangert Fagernes Camping på førsteplass som den beste campingplassen i Norge.

### FORVENTNINGER FOR NESTE ÅR

79 % av campingplassene som er medlemmer i Nasjonal klynge for campingnæringen har hatt en bedre sommer i år enn i fjor. Bedriftene er optimistiske for neste år; hele 95 % har tro på at trafikken for neste år blir på samme nivå eller bedre enn i år. Dette viser en undersøkelse gjennomført blant medlemmer av Nasjonal klynge for campingnæringen.



Foto: Onsakervika Camping AS

### NYE LEKEAPPARATER OG HYTTER PÅ ONSAKERVIKA

Onsakervika Camping ved Tyrifjorden har inngått et samarbeid med Rampline om å teste ut enkelte av deres lekeapparater for campingsegmentet.

En annen nyhet i 2018 er 4 fullstandardhytter for utleie hele året. Hyttene er tilpasset bruk både av familier i sommerhalvåret og bedrifter i vinterhalvåret.

Onsakervika har i år blitt miljøsertifisert gjennom Green Key.

### HØYE SALGSTALL FOR BOBILER

Salget av nye bobiler øker for femte år på rad. Med et salg i første halvår på 2 474 bobiler, er det nå passert 50 000 bobiler i Norge. Og etter tre kvartaler i 2018 er allereide salgsrekorden for hele 2017 slått.

Det selges fremdeles flest bobiler under 3500 kilo. Disse kan kjøres på vanlig bilførerkort, klasse B. Men det er de store bobilene over 3500 kilo som øker mest. Dette avviker fra resten av Europa, hvor det er de mindre bybobilene som er i fokus.

Salget av nye campingvogner har gått ned det første halvåret i 2018, sammenlignet med fjoråret. I første halvdel av 2018 ble det solgt 1634 nye campingvogner, mot 1808 i 2017. Dette melder bobilverden.no.

### FOLKETS FAVORITTCAMP

Aurdal Fjordcamping og Hytter i Valdres har også i år fått førsteplassen som folkets favorittcamp, 4. året på rad. Kåringen er gjort på bakgrunn av avstemming på nettsiden til Campingportalen.

### NY RESEPSJON PÅ SVEASTRANDA CAMPING

Sveastranda Camping nær Gjøvik har oppgradert deler av campingplassen. Nå kan du nemlig bo her i en splitter ny husvogn. Med 52 m<sup>2</sup> og to soverom er det plass til hele familien. Resepsjonsområdet på Sveastranda har også blitt ny, og den ble innviet med en åpningsfest i slutten av juni.

Sveastranda Camping. Foto: Jan Tore Øverstad





## BOBIL- OG CAMPINGFERIE MER MILJØVENNLIG ENN CRUISE OG SYDENFERIE

Ferie med bobil eller campingvogn er mer miljøvennlig enn både storbyferie, chartertur til Syden og båtferie langs norskekysten. Cruiseferie er miljøversten. Dette slås fast i en ny rapport fra Østfoldforskning, levert på oppdrag fra Norges Caravanbransjeforbund.

### 2018: ET PRISVINNENDE ÅR FOR HAVBLIKK

Havblikk feirer 20 år i år og de er opptatt av kvalitet i alle ledd. De har investert i teknologi og utstyr som er bærekraftig, og fokuserer på lokalmat, opplevelser og god infrastruktur på plassen. Dette må ha gitt lønn for strevet, for Havblikk har i år mottatt disse prisene:

- Årets reiselivsambassadør - utnevnt av bransjen selv
- Årets bedrift - utnevnt av Rana og omegn næringsforening
- Sølvplass ved Folkets favorittcampingplass
- Innmeldt som kandidat til Reiselivsprisen 2018 av to ulike nettverk



Havblikk. Foto: Beate Nygård, Rana Blad

Havblikk har hatt en eventyrlig vekst etter utvidelsen av tilbudet med restaurant, konferanse og livescene. Omsetningen har nær doblet seg siden 2016.

### MILJØSERTIFISERING – GREEN KEY

Produkter som er miljøsertifisert får oftere konvertering på reiselivssidene til Innovasjon Norge, Visitnorge.com, i form av klikk til hjemmeside, bestillingslink eller kontaktinformasjon til leverandør. Produkter som har miljøsertifiseringer har en konverteringsrate på nesten 11 prosent. Dette er nesten dobbelt så høyt som konverteringsraten for produkter uten miljøsertifisering.

Green Key er en av miljøsertifiseringsordningene som kan benyttes. Green Key er en internasjonalt anerkjent miljøordning for reiselivet, og har egne krav for campingnæringen.

I løpet av det siste året har følgende blitt Green Key sertifisert: Evjua Strandpark/Viken II, Sørlandet Feriesenter, Hamre Familiecamping, Risør Resort Moen camping og Onsakervika. Totalt 15 campingbedrifter i Norge er nå Green Key sertifiserte.

### OPPGRADERING OG FORNYING AV CAMPINGPLASSER

87 % av campingbedriftene har i løpet av de siste årene gjennomført fysiske investeringer på campingplassen. Dette er investeringer som nytt sanitæranlegg, oppgradering av hytter, nye oppstillingsplasser, nye lekeapparater mv. 73 % har utviklet og forbedret interne rutiner, som for eksempel nye nettsider, nytt design, online booking, nytt adgangskortsystem, nye rutiner på sosiale medier osv. I tillegg har 27 % foretatt øvrige produktforbedringer, som for eksempel oppredde senger, frokostservering mv. Dette viser en undersøkelse gjennomført blant medlemmene av Nasjonal klynge for campingnæringen.

### GLAMPING – GLAMORØS CAMPING

Glamping har kommet for fullt de siste årene internasjonalt. Også i Norge er det etterhvert noen campingplasser som tilbyr glamping. Føllingstua Camping ved Steinkjer har satt opp glampingtelt i sommer. Teltene er koselig og stilig innredet med senger, dyner, gulvtepper og lykter. I tillegg er det elektrisitet og vifteovn som skaper behagelig innemiljø.

### NYTT CAMPINGKJØKKEN PÅ SANDE CAMPING



Sande Camping har tatt i bruk et nytt kjøkken for gjestene med oppvaskmaskiner, stekeovn, komfyr, kaffetrakter, vannkoker og med fullt kjøkkenutstyr. Her oppfordres brukerne av kjøkkenet til å sette igjen mat i stedet for å kaste det ved hjelp av en smart plakat. I tilknytning til kjøkkenet er det tv og sitteplasser for ca. 25 personer, i tillegg til en takoverbygd uteplass med plass til 15 personer. Det er valgt en høy standard. Fornøyde gjester skryter veldig av kjøkkenet og standarden som Sande Camping har lagt seg på.

Foto: Sande Camping

Enkelt å bruke -  
med smarte løsninger

## Camping

VisBook er en løsning som griper inn i alle forretningsprosesser i den daglige drift. Fra gjesten bestiller sitt opphold til gjesten reiser igjen vil VisBook understøtte deg som vert slik at du kan fokusere på gjesten. Når gjesten reiser / har reist, leverer VisBook det du trenger av løsninger for fakturering, betaling og regnskap.

Siden 1995 har vi levert løsninger og sammen med våre kunder utviklet VisBook til slik det er i dag.

- ✓ Booking av overnatting
- ✓ Booking av aktiviteter
- ✓ Datakasse for restaurant og varesalg

Alle våre løsninger har siden 1998 vært nettsky basert og det betyr:

- ✓ Ingen egne servere
- ✓ Automatisk backup
- ✓ Lave driftskostnader
- ✓ Ubegrenset brukertilgang
- ✓ Sanntidsbooking på web, mobil og via channel manager for andre kanaler

### NYHETER!

- Tilgang til CM fra VisBook Portable
- GDPR Ready
- Hotek integrasjon
- Pristyring fra ett sted i CM
- Zaplox integrasjon