



Kunnskapsgrunnlag reiseliv

Regional strategi for kultur, reiseliv og opplevelser



SAMMENDRAG

Reiselivet i Vestfold er i vekst og preges av globale trender som etterspør autentiske, opplevelsesbaserte og bærekraftige reiser. Regionen har sterke ressurser innen natur- og kulturbaserte opplevelser, med skjærgården, nasjonalparken, vikinghistorien og lokal mat som sentrale trekkplaster. Samtidig står næringen overfor utfordringer knyttet til sesongvariasjoner, press på natur og infrastruktur, lav lønnsomhet og mangel på arbeidskraft.

Reiselivet genererer betydelige verdier: over **4,3 milliarder kroner i forbruk**, **3,1 milliarder i verdiskaping** og sysselsetter **7 160 personer**, tilsvarende **4 % av verdiskapingen** og **9 % av sysselsettingen i fylket**. Servering er den største bransjen, fulgt av transport og overnatting. Fritidsboligturisme utgjør det største segmentet med **1,4 millioner gjestedøgn (43 %)**, mens Airbnb har hatt kraftig vekst. Vestfold er en typisk sommerdestinasjon med **78 % av gjestedøgnene i sommerhalvåret**, og har lav andel utenlandske gjester (**17 %**), noe som gir et stort potensial for internasjonal vekst.

Gjestehavnene i Vestfold har hatt stabil aktivitet med rundt **30 500 båtdøgn årlig**, tilsvarende cirka **90 000 gjestedøgn**. Østre Bolæren, Tønsberg og Horten er de mest besøkte havnene, og står også for de største inntektene. Totale havneinntekter var om lag **11 millioner kroner i 2024**, mens mindre havner har lavere aktivitet og inntekter.

Bærekraft og grønn omstilling er grunnleggende premisser for utviklingen, og Vestfold har tatt Merket for bærekraftig reisemål i 2025. Digitalisering og kunstig intelligens endrer måten reiser planlegges og oppleves, og gir nye muligheter for personalisering, automatisering og bærekraftig ressursbruk. Et inkluderende reiseliv med universell utforming og sosial integrering er både et samfunnsansvar og en strategisk mulighet for økt verdiskaping.

For å realisere potensialet kreves helhetlig satsning i internasjonale markeder, helårsturisme, utvikling av nye innovative opplevelser, bedre koordinering mellom aktører og investeringer i fellesgoder. Reiselivet kan være en nøkkelressurs for å møte regionale utfordringer som utenforskap, klima- og miljøutfordringer og behov for økt verdiskaping, og bør integreres i fylkeskommunens arbeid med utdanning, samferdsel og samfunnsutvikling.

UTVIKLINGSTREKK og UTFORDRINGER

Utviklingstrekk i reiselivet

Reiselivet er i rask utvikling, og preges av globale trender som endrer både etterspørsel, reisemønstre og forventninger. En tydelig utvikling er økt etterspørsel etter autentiske og opplevelsesbaserte reiser, der natur, kultur, lokal mat og bærekraft står sentralt. Reisende ønsker i større grad å delta i aktiviteter som gir innsikt, mening og tilhørighet, fremfor tradisjonell masseturisme. Dette gir nye muligheter for regioner som Vestfold, med sin rike kulturarv, skjærgård, nasjonalpark og sterke mattradisjoner.

Bærekraft har gått fra å være et konkurransefortrinn til å bli en forutsetning for videre utvikling. Reisende er i økende grad opptatt av klimaavtrykk, lokal verdiskaping og ansvarlig forvaltning av natur og kultur. Dette stiller krav til både næringen og forvaltningen, og gjør besøksforvaltning, grønn mobilitet og helårsturisme til sentrale innsatsområder.

Samtidig ser vi en demografisk utvikling der en aldrende befolkning utgjør en stadig viktigere og kjøpsterk målgruppe. Denne gruppen har ofte fleksibel reisetid og interesse for komfort, kvalitet og innholdsrike opplevelser. Parallelt vokser trenden med "coolcation", der reisende søker kjøligere



reisemål for å unngå ekstrem varme – noe som kan gi nordiske regioner som Vestfold et konkurransefortrinn i møte med klimaendringer.

Digitalisering er en annen drivkraft som endrer måten reiser planlegges, markedsføres og gjennomføres på. Digitale plattformer, sosiale medier og kunstig intelligens påvirker hvordan reisende finner inspirasjon, bestiller opplevelser og deler erfaringer. Dette stiller krav til digital kompetanse og innovasjon i hele reiselivets verdikjede, og gjør synlighet og tilgjengelighet på digitale flater avgjørende for konkurransekraft.

Disse utviklingstrekkene peker mot et reiseliv som er mer verdibasert, kunnskapsdrevet og integrert i bred samfunnsutvikling – og som krever samhandling mellom næring, forvaltning og lokalsamfunn for å lykkes.

Utfordringer i reiselivet

Selv om reiselivet i Vestfold bidrar til verdiskaping, arbeidsplasser og stedsutvikling, fører veksten også med seg flere utfordringer. Økt aktivitet, særlig i kystnære områder, skaper press på naturressurser, infrastruktur og lokalsamfunn – spesielt i sommerhalvåret når fritidsboligturismen er på sitt høyeste. Dette gir store sesongvariasjoner i befolkningstall og belastning på kommunale tjenester, og gjør det krevende å opprettholde stabile arbeidsplasser og helårig drift i næringen.

Mange reiselivsbedrifter har små marginer og er sårbare for økonomiske svingninger. Samtidig rapporteres det om mangel på arbeidskraft, særlig innen service, vertskap og matopplevelser – områder som krever både fagkompetanse og lokal tilstedeværelse. Det er derfor et økende behov for å utvikle helårstilbud som kan gi mer robuste inntektsgrunnlag og sikre kontinuitet i sysselsettingen.

En annen vedvarende utfordring er finansiering og vedlikehold av fellesgoder som stier, toaletter, kulturminner og informasjonstiltak. Disse er avgjørende for gode opplevelser og bærekraftig besøksforvaltning, men har ofte uklare ansvarsforhold og mangler stabile finansieringsmodeller. Når besøksvolumet øker, øker også belastningen på disse ressursene, og behovet for koordinert innsats og langsiktig planlegging blir desto større (NOU 2023:10, 2023).

Reiselivet er preget av en fragmentert organisering. Næringen består av mange små og mellomstore bedrifter med ulikt fokus og begrenset kapasitet til strategisk utvikling. Samtidig er det mange offentlige og halvoffentlige aktører involvert – fra kommuner og fylkeskommune til destinasjonsselskaper, forskningsmiljøer og statlige etater. Dette gir et komplekst bilde med uklare ansvarsforhold og varierende grad av samhandling. Manglende koordinering kan føre til at viktige samfunnsutfordringer – som bærekraftig utvikling, besøksforvaltning og fellesgodefinansiering – ikke løses på en helhetlig måte.

KUNNSKAPSGRUNNLAG

Hva kjennetegner reiselivet?

Reiselivsnæringen skiller seg fra andre næringer ved at kundene kommer til produktet – ikke omvendt. Dette innebærer at lokalsamfunnene «importerer» kjøpekraft, og at reiselivet bidrar til både næringsutvikling og levende lokalsamfunn. Samtidig er reiselivet ikke én enkelt bransje, men et sammensatt nettverk av selvstendige næringer som sammen dekker behovene til både lokalbefolkning og tilreisende.

De vanligste tjenestene som etterspørres inkluderer transport, overnatting, servering, formidling og informasjon, samt kultur- og aktivitetstilbud. I områder med mange hytter og feriehus – som i Vestfold – er også handelsbedrifter, håndverkere, grunneiere og eiendomsutviklere viktige aktører. Vi



omtaler gjerne opplevelser, overnatting og servering som "innholdsbransjene" – de som skaper reiseanledning og konsum av opplevelser.

Motivet for en reise handler ofte om mer enn de kommersielle produktene bedriftene tilbyr. Det kan like gjerne være ønsket om å oppleve natur, kultur, arrangementer, naturfenomener eller attraktive steder. Derfor er reiselivet avhengig av et organisert samspill med samfunnet rundt seg. Når ett ledd i dette økosystemet ikke fungerer, påvirker det hele kjeden.

Det som skiller reiseliv fra andre næringer, er at kunden eller de besøkende kommer til «produksjonsstedet». Alle tjenestene produseres med kunden til stede og må kunne leveres «der og da». Tjenester og opplevelser kan ikke lagres for så å selges senere. Formålet med reisen avgjør når, hvor og hvorfor man reiser og deles gjerne inn i yrkestrafikk, kurs- og konferanser, og ferie- og fritidsbasert etterspørsel. Reiseliv beskrives også i kategorier basert på motivasjon, opplevelsesønsker eller reiseform som for eksempel cruiseturisme, fisketurisme, skiturisme eller arrangementsturisme (Innovasjon Norge, 2021).

På aktørsiden opererer både børsnoterte, internasjonale selskaper, kjeder, rederier, samt nasjonale markedskonstellasjoner side om side med store og små familieeide bedrifter og sesongbaserte virksomheter.

Tjenestene kjøpes både direkte og via mellomledd, gjennom turoperatører og andre arrangører lokalisert både i og utenfor landet. Reiser foretas individuelt eller i grupper, med egne kjøretøy eller med kollektivtransport. Kundene er både lokalbefolkning, ferie- og fritidsgjester, deltakere på konferanser og arrangement, yrkesreisende og hytteiere.

Når vi snakker om reiselivet snakker vi ikke om en lineær verdikjede, men i stor grad en nettverksøkonomi, et samskapende økosystem, der man er avhengig av andre ressurser enn sine egne for å kunne levere. I et slikt system må alle aktører også ta ansvar for helheten.

Fellesgoder i reiselivet

Natur- og kulturbaserte fellesgoder utgjør kjernen i reiselivsproduktene i Vestfold, og er næringens viktigste ressursgrunnlag. Attraksjoner som skjærgården, kulturminner og friluftsområder er åpne og tilgjengelige for alle, og fungerer som fellesgoder – goder som kan benyttes av mange samtidig uten å miste verdi, men som samtidig er sårbare for overbelastning. Reiselivsnæringen i Vestfold er i særlig grad avhengig av disse godene, da de ofte er selve grunnen til at besøkende kommer. Lokalbefolkningen spiller en dobbel rolle som både brukere og vertskap, og deres opplevelse av nytte og trivsel er avgjørende for langsiktig utvikling innen reiseliv.

Økt ferdsel og bruk av populære natur- og kulturattraksjoner kan føre til slitasje og behov for vedlikehold, tilrettelegging og regulering. Utfordringene knyttet til fellesgoder handler særlig om finansiering – det kreves ressurser til tiltak som merking av stier, renovasjon, tilrettelegging og drift av friluftsområder. Dette er tiltak som kommer både fastboende og besøkende til gode, men som ofte faller mellom sektoransvar og budsjettlinjer. For å sikre at fellesgodene beholder sin verdi, må det utvikles modeller for ansvarlig forvaltning og bærekraftig bruk i takt med økende reiselivsaktivitet. (NOU 2023:10, 2023).

Hva er turisme?

Som turisme regnes all aktivitet personer deltar på utenfor sitt ordinære hjemsted – uavhengig av formål. Det betyr at turisme inkluderer alle reiser, både feriereiser og forretningsreiser. (UNWTO)



Besøksbidrag – finansiering av fellesgoder

Besøksbidrag har vært et viktig tema i regjeringens arbeid med bærekraftig besøksforvaltning. Bakgrunnen er behovet for å sikre at kommuner med stort besøkstrykk får økonomiske midler til å håndtere belastningen på natur, kulturmiljø og lokal infrastruktur. Regjeringen la 19.11.2024 frem forslag til en ny lov som gir norske kommuner mulighet til å innføre et besøksbidrag på inntil 3 % fra alle som overnatter på kommersielle overnattingssteder, inkludert hoteller, vandrerhjem, campingplasser, bobilparker, gjestehavner og overnattinger bestilt via plattformer som Airbnb og Finn.no. Villcamping og cruise er ikke omfattet av ordningen, men det er varslet videre utredning for cruisevirksomhet. Loven er vedtatt, men trer først i kraft når Kongen i statsråd fastsetter dato. Kommunene må deretter vedta lokale forskrifter og plan for bruk av midlene før avgiften kan innføres.

Reiselivet i Vestfold

Reiselivet i Vestfold er godt forankret i det nasjonale markedet med en tydelig regional profil som kombinerer skjærgårdsidyll, kulturarv, matopplevelser og familievennlige aktiviteter. Regionen er særlig kjent for sin vakre kystlinje og skjærgård, med attraksjoner som Færder nasjonalpark, Verdens Ende og kystbyene Tønsberg, Sandefjord, Larvik og Horten. Vikinghistorien står sterkt, med Midgard vikingsenter, Kaupang og Saga Oseberg som sentrale opplevelsessteder. I tillegg har Vestfold en rik maritim og kunsthistorisk arv, blant annet gjennom Hvalfangstmuseet og Edvard Munchs hus. Museene og bibliotekene i fylket har et bredt kulturtilbud og formidler regionens historie.

Regionen har en rik festival- og arrangementsflora, hvorav flere av tilbudene har nasjonale posisjoner; som Slottsfjellfestivalen, Stavernfestivalen og Midgardsblot i Horten som også har en sterk internasjonale appell.

Mat- og måltidsturisme er et voksende segment, med stort potensial knyttet til lokalprodusert mat og gårdsutsalg. Vestfold har store næringsmiddelprodusenter, og regionen har 25 % av landets grønnsakareal. Mat- og drikkeproduksjon er viktig for sysselsetting og verdiskaping, og gjennom utviklingen av Matrike Vestfold styrkes regionens posisjon som en attraktiv matdestinasjon.

Tilgjengelighet er et viktig konkurransefortrinn. Plasseringen i forhold til sjøveis transport fra Danmark og kontinentet, og som reiserute og stoppesteder på vei til og fra viktige destinasjoner i Fjord Norge, på Sørlandet og i fjellheimen kan Vestfold tilby et kortreist mangfold.

Mange av dem som besøker regionen «eier senga si selv». I 2024 var det omtrent 13 500 fritidsboliger i regionen. Av disse beregner vi at det er 9 960 fritidsboliger som er eid av ikke-lokale. Dette innebærer kun hytteeiere som er bosatt utenfor fylket, og som dermed regnes som tilreisende. Grunnen til at vi ikke inkluderer bosatte i regionen er at en betydelig del av forbruket til lokale fritidsboligeiere uansett ville funnet sted i Vestfold. (Menon Economics, 2025)

Ifølge kystsoneplanen eier om lag 24% av husholdningene i Osloområdet båt – dette tilsvarer 430 000 båter. Dette gjør fylket til et av de mest båtintensive områdene i landet, med høy tetthet av fritidsbåter langs kysten og i skjærgården

I tillegg foregår det en omfattende utleie av fritidsboliger og privateide hus gjennom både Airbnb og Finn. Dette gjør at det totale volumet av besøkende er langt større enn hva som kan leses ut av offentlig statistikk for kjernenæringen. I tillegg betyr det at regionen har mange faste gjester som kommer tilbake år etter år, og som er gjenkjøpsorientert ift. hvilke aktiviteter de kjenner og foretrekker.



Regionen tilbyr også et bredt spekter av familie- og aktivitetsbaserte opplevelser, som klatreparker, turstier og familieparker. Overnattingstilbudet er variert. Samlet sett utgjør dette et produktmangfold som appellerer til både norske og internasjonale målgrupper, og som gir et potensial for helårig reiselivsutvikling.

Reiselivets betydning for Vestfold

Reiselivet har stor betydning for Vestfolds økonomi, arbeidsliv og samfunnsutvikling. For å få et bedre kunnskapsgrunnlag om næringens rolle og potensial, har Vestfold fylkeskommune, i samarbeid med NHO Reiseliv Sør-Norge og Visit Vestfold fått utarbeidet en destinasjonsanalyse av Menon Economics (2025). Analysen gir innsikt i reiselivets verdiskaping, sysselsetting og forbruk, og belyser både næringens økonomiske fotavtrykk og dens rolle i å skape attraktive lokalsamfunn.

Verdiskaping i reiselivsnæringen beregnes som bedriftens omsetning fratrukket kjøpte varer og tjenester. For regionen Vestfold blir alle typer besøkende en viktig import av kjøpekraft, ut over den som generes av lokalbefolkningen. I tillegg til omsetning, verdiskaping og sysselsetting som direkte følge av turistenes forbruk, skapes også ringvirkninger i kommunene ved at reiselivsaktørene kjøper varer og tjenester av lokale underleverandører. Det styrker næringsgrunnlaget for leverandører av varer og tjenester innen handel, kulturtilbud, aktivitetsanlegg, bygg og anlegg, renhold, IKT, reklame, håndverkere, sikkerhet/vakthold, helsetjenester, frivillige organisasjoner og matprodusenter.

Reiselivet i ^{Vestfold} utgjør en betydelig del av regionens økonomi og sysselsetting, med et samlet forbruk fra tilreisende på over 4,3 milliarder kroner og en verdiskaping på 3 milliarder kroner. Dette genererer 7 160 arbeidsplasser, og utgjør 4 % av verdiskapingen og 9 % av sysselsettingen i hele næringslivet i fylket (Menon Economics, 2025). Reiselivet er dermed en arbeidsintensiv næring med lav produktivitet, men høy samfunnsøkonomisk betydning. Reiselivet gir et mangfold av jobbmuligheter, både heltid, deltid og sesongarbeidsplasser. Den er også en arena for faglærte og ufaglærte. Utenforskap er en av regionens mest gjennomgripende utfordringer. I reiselivet nasjonalt er hver tredje ansatt under 24 år, og fire av ti har utenlandsk bakgrunn. Vi har ikke regionale tall på dette, men tallene nasjonalt viser at reiselivet er en stor ungdoms- og integreringsnæring (Vestfold og Telemark fylkeskommune, 2022).

Markedsperspektivet

Vestfold har et bredt overnattingstilbud, der fritidsboliger utgjør det største segmentet med 1,4 millioner gjestedøgn, tilsvarende 43 prosent av det totale volumet. Hotellovernattinger utgjorde 768 000 gjestedøgn (23 prosent), mens campingplasser, hyttegrender og vandrerhjem samlet sto for 605 000 gjestedøgn (18 prosent). Airbnb har hatt en kraftig vekst og utgjorde 504 000 gjestedøgn (15 prosent) i 2024, ni ganger så mye som i 2016. Hele 78 prosent av gjestedøgnene fant sted i sommerhalvåret, med juli som den klart mest besøkte måneden.

Vestfold er det sjette største fylket i landet på camping, og Larvik kommune har hele 27 campingplasser. Sesongkontrakter utgjør 65 prosent av campinggjestedøgnene, mens telt/vogn, bobil og hytte hver står for omtrent 10 prosent.

Fritidsboligturisme er det dominerende segmentet, særlig i Færder og Larvik. Airbnb har hatt en kraftig vekst i alle kommunene i Vestfold. Hotellene har hatt en fin utvikling sommerstid, men etter pandemien har det vært nedgang i yrkestrafikk og kurs- og konferanse. Dette fører til at hotellene må tenke nytt i vinterhalvåret for å opprettholde en stabil sysselsetting.

Hytteeiernes bruk av hytta er langt på vei mindre påvirkbart enn «frie» kommersielle ferie- og fritidsreiser. Selv om antallet pensjonister og arbeidstakere med fleksibilitet har økt, viser ulike hytteundersøkelser at bruken for mange fortsatt er knyttet til avgrensede ferieperioder og langhelger.



Flere undersøkelser viser at hjemmekontor nå er en integrert del av arbeidshverdagen for mange, og at det vanligste er å jobbe hjemmefra én til to dager i uken. Dette inkluderer også arbeid fra fritidsboliger, som har blitt en attraktiv løsning for mange arbeidstakere.

Aktiviteten i gjestehavnene i Vestfold har vært stabil de siste årene, med om lag 30 550 båtdøgn i 2024 og 30 490 båtdøgn i 2025. Dette tilsvarer rundt 90 000 gjestedøgn, basert på et gjennomsnitt på tre personer per båtdøgn. Østre Bolæren, Tønsberg og Horten er de mest besøkte gjestehavnene, der Østre Bolæren alene står for omtrent 6 000 båtdøgn, mens Tønsberg og Horten følger tett etter. Havneinntektene i Vestfold var cirka 11 millioner kroner i 2024, og de største inntektene kommer fra de mest besøkte havnene, mens mindre havner har lavere aktivitet og dermed lavere inntekter. Dette viser at gjestehavnene utgjør en viktig del av reiselivstilbudet i regionen, med stabile besøkstall og betydelige økonomiske bidrag

Eksportmarkedene er i sterk vekst for Norge og målt i kommersielle overnattinger var det en vekst i kommersielle overnattinger fra utlandet i Norge fra 2023 til 2024 på 16%. Andelen utenlandske overnattinger på nasjonalt nivå er på 34% i 2024 (SSB). For Vestfold er andelen utenlandske kommersielle overnattinger 17% i 2024. Dette viser at Vestfold har et potensiale til å tiltrekke seg internasjonale gjester gjennom en større eksportsatsning i de internasjonale markedene som igjen kan bidra til økt bærekraft og utvikling av et helårs reiselivstilbud.

Forbruk

Når det gjelder forbruk, viser tallene at yrkesreisende legger igjen mest med et døgnforbruk på 2800 kroner, etterfulgt av norske feriereisende (2100 kroner), Airbnb-turister (1600 kroner) og campingturister (1400 kroner). Turister i egne fritidsboliger har et lavere døgnforbruk på 500 kroner, men utgjør likevel et viktig volummessig segment.

Reiselivsnæringen i Vestfold mottar 79 prosent av det totale forbruket på 4,3 mrd, mens resten tilfaller andre næringer. Servering mottok mest med nesten 1,1 milliard kroner, mens opplevelser mottok 397 millioner kroner. Fritidsboligturister har et relativt høyt forbruk innen varehandel og annen lokal handel samt opplevelser.

Næringsperspektivet

Reiselivsnæringen i Vestfold utgjør en viktig del av det regionale næringslivet, både som verdiskaper og som jobbskaper. I 2024 genererte næringen en samlet verdiskaping på 3,1 milliarder kroner, og sysselsatte 7 160 personer. Dette tilsvarer 4 prosent av den totale verdiskapingen og 9 prosent av sysselsettingen i fylkets næringsliv. Sammenlignet med de største næringene – handel og bygg/anlegg – som genererte henholdsvis 13 og 12 milliarder kroner i verdiskaping, fremstår reiselivet som en mindre, men arbeidsintensiv næring med stor betydning for lokalt arbeidsmarked og samfunnsliv.

Reiselivet har en høy andel sesong- og deltidsansatte, noe som innebærer at verdiskaping per årsverk er vesentlig høyere enn verdiskaping per sysselsatt. Dette er et karaktertrekk ved reiselivsnæringen generelt, og ikke særskilt for Vestfold. I tillegg til direkte verdiskaping og sysselsetting, bidrar reiselivet med 144 millioner kroner i kommunale skatteinntekter, og er dermed av de næringene i Vestfold som bidrar med mest skatteinntekter til kommunene. Dette understreker reiselivets sentrale rolle for lokaløkonomien og viser at næringen har stor samfunnsøkonomisk betydning.

I 2024 var den samlede omsetningen i reiselivet i Vestfold på 8,5 milliarder kroner, en vekst på 55 prosent siden 2014, tilsvarende en gjennomsnittlig årlig vekst på 5 prosent. Prognoser tilsier at omsetningen vil øke med ytterligere 30 prosent innen 2030, noe som gir en forventet årlig vekst på 4 prosent de kommende årene. Dette viser at reiselivet er en næring i vekst, med stort potensial for videre utvikling og verdiskaping.



Serveringsbransjen sto for mest av verdiskapingen i reiselivsnæringen i 2024. Av totalt 3,1 milliarder kroner i verdiskaping sto servering for 1 milliard. Deretter hadde transport- og overnattingsbransjen en verdiskaping på henholdsvis 910 og 840 millioner kroner. Opplevelser og formidling sto for minst verdiskaping blant reiselivsbransjene, og bidro med henholdsvis 244 og 74 millioner kroner, noe som er godt under landsgjennomsnittet.

Sysselsettingen er klart størst innenfor servering. Av reiselivets totalt 7 160 sysselsatte, var 3910 ansatt i serveringsbransjen. Overnattings- og transportbransjen sysselsatte henholdsvis 1390 og 930 personer. Opplevelsesbransjen sysselsatte om lag 840 personer, mens formidlingsbransjen hadde lavest sysselsetting med 80 sysselsatte.

Sandefjord er den største bidragsyteren til reiselivsnæringen i Vestfold, med 33 % av verdiskapingen og 28 % av sysselsettingen.

Larvik følger med 22 % av verdiskapingen og 23 % av sysselsettingen.

Tønsberg og Horten står hver for 19 % av verdiskapingen, men Tønsberg har 25 % av sysselsettingen, mens Horten har 12 %.

Færder og Holmestrand bidrar med henholdsvis 4 % og 3 % av verdiskapingen, og begge har 6 % av sysselsettingen. Reiselivsnæringen er arbeidsintensiv og er en viktig inntektskilde for mange kommuner i Vestfold. Totalt genererer reiselivet 144 millioner kroner i kommunale skatteinntekter fra ansatte i reiselivsnæringen.

Lønnsomheten i reiselivet ligger på 5 % - dette er lavere enn næringslivet generelt (8 %).

Opplevelsesbransjen og serveringsbransjen har lavest lønnsomhet (3%), mens formidling, transport og overnatting har høyest (7-8%).

Overnatting – Består av hoteller, pensjonater, moteller, hytter, campingplasser, vandrerhjem, ferieleiligheter, turisthytter og annen overnatting.

Servering – Omfatter typisk restauranter, kafeer, gatekjøkken og drift av barer og puber.

Opplevelser – Inneholder de fleste aktiviteter som man kan tenke seg en turist kan benytte når denne er på reise. Dette er opplevelsesaktiviteter, fornøyles- og temaparker, alle typer museer og historiske bygninger og severdigheter, botaniske og zoologiske hager, taubaner og skiheiser.

Formidling – Består av aktører som reisebyråer, turistkontorer, reisearrangørvirksomheter, guider og reiseledere.

Transport – Omfatter bedrifter som frakter passasjerer med jernbane, kysttrafikk med passasjerer, innenlandske kyststruter med passasjerer og turbiltransport

Tall og statistikk er hentet fra Menon Economics – Destinasjonanalyse Vestfold (2025)

Reiselivets bidrag til å møte regionale utfordringer i Vestfold

Vestfold står overfor flere komplekse samfunnsutfordringer som krever tverrsektoriell innsats og helhetlig samfunnsutvikling. Ifølge Vestfoldplanen er utenforskap, klima- og miljøutfordringer, behov for økt verdiskaping, og bevaring av natur og kulturarv blant de mest sentrale temaene. Reiselivet kan bidra inn i flere av disse områdene.

Som en arbeidsintensiv næring med lav terskel for inngang, kan reiselivet fungere som en inkluderingsarena for unge og andre som står utenfor arbeidslivet. Dette er særlig relevant i Vestfold, som har høy andel unge i utenforskap. Gjennom sesongarbeid, vertskapsroller og praktiske oppgaver kan reiselivet gi erfaring, mestring og inngang til videre utdanning eller arbeid.

Reiselivet har også potensial til å styrke lokal verdiskaping og næringsutvikling. Ved å utvikle helårige opplevelser basert på natur, kultur og lokal mat, kan næringen bidra til mer stabile arbeidsplasser og



økt lønnsomhet. Dette støtter opp under fylkesmålene om høy verdiskaping og attraktive lokalsamfunn.

Videre kan reiselivet spille en rolle i grønn omstilling, gjennom utvikling av bærekraftige reisemål, klimavennlig mobilitet og ansvarlig besøksforvaltning. Dette er i tråd med Vestfoldplanens mål om å ta vare på natur, Oslofjorden og klimaet. Samtidig kan reiselivet bidra til å synliggjøre og aktivere kulturarv, og dermed styrke både identitet og tilhørighet i regionen.

For å realisere dette potensialet kreves det samhandling mellom offentlige og private aktører, og at reiselivet integreres i fylkeskommunens arbeid med utdanning, samferdsel, samfunnsutvikling og planlegging. Reiselivet kan dermed være en strategisk ressurs i arbeidet med å nå fylkeskommunens mål for en bærekraftig og inkluderende samfunnsutvikling.

Reiseliv som en av Norges fem eksportsatsinger

Reiseliv er utpekt som én av fem prioriterte næringer i regjeringens eksportreform *Hele Norge eksporterer*, som har som mål å øke norsk eksport utenom olje og gass med 50 prosent innen 2030. Reiselivsnæringen er allerede Norges femte største eksportnæring. Reiselivseksport er når utenlandske gjester legger igjen penger i Norge gjennom kjøp av tjenester og opplevelser.

Eksportreformen skal bidra til å gjøre reiselivet mer konkurransedyktig, lønnsomt og bærekraftig, og skape helårs arbeidsplasser over hele landet. Innovasjon Norge har fått en sentral rolle i å utvikle og gjennomføre tiltak som målrettet internasjonal markedsføring, kompetanseprogrammer og støtte til eksportmodne bedrifter. Nasjonalt eksportråd anbefaler særlig å rette innsatsen mot kjøpesterke målgrupper og helårsturisme, i tråd med den nasjonale reiselivsstrategien.

Eksportpotensialet i kultur og reiseliv i Vestfold

Reiseliv er verdens tredje største eksportnæring og utgjør en betydelig del av norsk eksport. Vestfold har et særlig potensial for å styrke sin eksportandel innen kultur og reiseliv, ikke fordi regionen allerede har en sterk posisjon i nærmarkedene, men fordi den har en strategisk beliggenhet med direkte tilgang til etablerte reisestrømmer fra land som Tyskland, Danmark, Nederland og Sverige. Regionen har god infrastruktur for grønn mobilitet, inkludert jernbane, havner og Norges tredje største internasjonale flyplass, og inngår i et europeisk transportnettverk som nå styrkes gjennom EUs satsing på tog. En økning på 40 % i kommersielle gjestedøgn fra utenlandske gjester vil kunne gi betydelig verdiskaping – estimert til 164 millioner kroner i økt forbruk. Økt eksportandel i reiselivet var et uttalt mål i den tidligere regionale strategien, med ambisjon om 10–40 % vekst innen 2030, samtidig som klimaavtrykket reduseres. Dette arbeidet er så vidt påbegynt, og det krever videre satsing på bærekraftige reiseformer, sesongutvikling og kulturbaserte opplevelser. Kulturturisme og MICE-markedet peker seg ut som særlig lønnsomme segmenter, og koblingen mellom natur og kultur vil være sentral i videre markedsutvikling. Vestfolds tilgjengelighet til relevante markeder gir regionen et strategisk konkurransefortrinn som bør utnyttes målrettet i arbeidet med regional eksportvekst.

Tilgjengelighet som prinsipp for samfunnsdeltakelse, økt verdiskaping og lavutslippsamfunn

Mobilitet og tilgjengelighet er grunnleggende for at reiselivet skal kunne bidra til samfunnsdeltakelse, verdiskaping og utviklingen av et lavutslippsamfunn. Den nasjonale reiselivsstrategien 2030 fremhever «grønne reiser» som en nøkkel til å redusere klimautslipp og samtidig sikre sømløse og attraktive opplevelser for både innbyggere og tilreisende. Mobilitet handler ikke bare om transport fra A til B, men om å skape forbindelser mellom mennesker, steder og opplevelser. God tilgjengelighet til kultur- og opplevelsesarenaer styrker lokal identitet, gir flere mulighet til å delta i samfunnslivet, og legger til rette for bærekraftig verdiskaping i Vestfold. Ved å utvikle helhetlige og miljøvennlige



transportløsninger – både for daglig pendling og for reiselivets behov – kan man bidra til å gjøre regionen til et mer inkluderende og klimavennlig reisemål.

Et inkluderende reiseliv

Et inkluderende reiseliv handler om å tilrettelegge opplevelser, transport og tjenester slik at alle – uavhengig av funksjonsevne – kan delta og oppleve reisemålet på lik linje. Universell utforming av attraksjoner, overnattingssteder, transport og digitale løsninger gjør ikke bare reiselivet mer tilgjengelig, men utvider kundegrunnlaget betydelig. Personer med nedsatt funksjonsevne utgjør en stor og kjøpesterk målgruppe, og tilrettelegging kan gi økt omsetning og styrke destinasjonens omdømme. I tillegg representerer denne gruppen en viktig arbeidsressurs for næringen, og inkludering i arbeidslivet bidrar til mangfold, kompetanse og sosial bærekraft. Et inkluderende reiseliv er derfor både et samfunnsansvar og en strategisk mulighet for vekst og verdiskaping

Kompetanse, arbeidskraft og næringsstruktur

Reiselivet i Vestfold består i stor grad av små og mellomstore virksomheter som er avhengige av tilgang på arbeidskraft med riktig kompetanse. Sesongbaserte arbeidsmønstre, konkurranse fra andre sektorer og behov for spesialisert fagkompetanse innen service, mat og opplevelsesutvikling gjør rekruttering krevende. Samtidig øker behovet for kompetanse innen digital markedsføring, bærekraftsledelse, sikkerhet og produktutvikling. For å styrke næringens robusthet er det nødvendig å se nærmere på hvordan lokale opplærings- og rekrutteringstiltak kan bidra til å øke andelen helårsarbeidsplasser og forbedre lønnsomheten i små aktører som utgjør ryggraden i tilbudet.

Fra volum til verdi – et reiseliv i endring

Reiselivet er i endring. Der man tidligere har målt suksess i antall besøkende, er det nå en dreining mot å skape større verdi – både økonomisk, sosialt og miljømessig – per gjest. Dette skiftet fra volum til verdi er nødvendig for å sikre at reiselivet blir bærekraftig og robust over tid.

NOU 2023:10 peker på at mange reisemål i Norge opplever press på natur, infrastruktur og lokalsamfunn, særlig i høysesong. Samtidig er mange reiselivsbedrifter små, sesongbaserte og har lav lønnsomhet. For å møte disse utfordringene må reiselivet utvikles i retning av høyere kvalitet, helårsdrift og lokal verdiskaping.

Bærekraft og grønn omstilling

Merket for bærekraftige reisemål

Innovasjon Norge har utviklet Merket for bærekraftig reisemål. Her ligger Norge langt framme i internasjonal sammenheng når det gjelder å sette målbare nøkkeltall for bærekraftig reiseliv på reisemålsnivå. Ordningen er godkjent av Global Sustainability Tourism Council (GSTC) og følger strenge og detaljerte krav til både reiselivets konsekvenser for sosiokulturelle forhold, miljø, klima og økonomi. Merket for Bærekraftig reisemål er en nasjonal sertifiseringsordning som fungerer som et operativt styringssystem for reisemål som vil arbeide systematisk med miljø, klima, lokal verdiskaping, kultur og samfunnsansvar. Ordningen krever etablerte styringsstrukturer og medvirkning fra næring, offentlig sektor og lokalsamfunn, konkrete målbare indikatorer, handlingsplaner og løpende dokumentasjon av tiltak og resultater for kontinuerlig forbedring. Vestfold som reisemål tok merket i 2025 og dette gir kommunene i fylket et forpliktende rammeverk for å prioritere og følge opp bærekraftsmål, synliggjøre lokal nytteverdi og bygge troverdighet i markedet. Arbeidet med merket har vært et samarbeid mellom Visit Vestfold, kommunene og fylkeskommunen og har vært støttet opp om av Innovasjon Norge. En resertifisering skjer hvert tredje år.



Innovasjon Norges ti prinsipper for bærekraftig reiseliv ligger til grunn for merkeordningen:



Reisemålsledelse

I merket for bærekraftig reisemål ligger etablering av en reisemålsledelse sentralt. Dette for å svare opp behovet rundt en bedre organisering for utviklingen av et bærekraftig reiseliv. (NOU 2023:10, 2023) Reisemålsledelse brukes om funksjonen og samarbeidet mellom de mange aktørene som, formelt eller uformelt, leder utviklingen på et reisemål. Dette innebærer mange aktører både fra privat sektor, offentlig sektor og lokalsamfunn. Reisemålsledelse skal løse flere oppgaver. Først og fremst skal den legge en overordnet strategi og plan for utviklingen av området, herunder å utarbeide og følge opp en besøksstrategi som kartlegger hvor mange besøkende som er bærekraftige, hvilke områder som kan tåle mer trafikk, og hvordan belastningen på natur og kultur skal begrenses. Den skal også koordinere innsatsen mellom ulike aktører, som kommuner, næringsliv, frivillige og forvaltningsmyndigheter, og sørge for at innsatsen bidrar til et balansert og langsiktig mål bilde.

Reisemålsledelse er altså et viktig verktøy for å integrere merkearbeidet for bærekraft i den operative utviklingen, og den skal sikre at målene i merket oppnås gjennom en tydelig, koordinert og strategisk styring av utviklingen av reisemålet.

I Vestfold er det nedsatt en regional reisemålsledelse bestående av representanter fra kommunene i Vestfold, Vestfold fylkeskommune og Visit Vestfold. Det skal jobbes med å utvide gruppen mot næringsliv og frivillig sektor.

Besøksforvaltning

Besøksforvaltning har blitt et stadig viktigere verktøy i reiselivssektoren de siste årene, spesielt som følge av økt fokus på bærekraft og håndtering av overturisme. Tidligere var det mindre fokus på å styre og regulere besøksstrømmer, men med den økende belastningen på sårbare områder og behovet for å sikre gode opplevelser også for lokalbefolkningen, har denne tilnærmingen fått en sentral rolle i reiselivsplanlegging. Innovasjon Norge understreker at besøksforvaltning nå er et nødvendig virkemiddel for å balansere vekst med vern, og for å sikre at natur- og kulturverdiene bevares, og at lokalbefolkningens trivsel ivaretas i takt med økt besøk.

Besøksforvaltning handler om å styre og tilrettelegge bruken av et reisemål slik at økonomisk verdiskaping, gode gjesteopplevelser, vern av natur- og kulturverdier og lokalbefolkningens livskvalitet ivaretas samtidig.

Besøksforvaltning som verktøy er svært viktig for å lykkes med en godt fungerende reisemålsledelse. Det skal blant annet bidra til å sikre, i størst mulig grad, at reisemålene får riktig volum av riktige gjester på riktig sted til riktig tid. For å lykkes med det, må man samarbeide og planlegge godt. For å ta ut effektene av arbeidet med besøksforvaltning er det dessuten nødvendig med et markedsarbeid som er i samsvar med utviklingen i bedriftene og lokalsamfunnene, også kalt ansvarlig markedsføring (Nordland fylkeskommune, 2023).



Regenerativt reiseliv

Både reiselivsforskere, myndigheter og næringen retter oppmerksomhet mot hvordan reiselivet kan bidra til å beskytte og gjenoppbygge lokale økosystemer og styrke lokalsamfunnet gjennom reiseliv. Denne måten å jobbe på kalles for et regenerativt reiseliv. Regenerativt reiseliv skiller seg fra bærekraftparadigmet gjennom å – i enda større grad – utvikle reiseliv på lokalsamfunnets og lokalbefolkningens premisser. Mens det i bærekraftbegrepet ligger en forutsetning om å ivareta ressurser for fremtidige generasjoner, handler det regenerative perspektivet i tillegg om å fornye, styrke og forbedre ressursgrunnlaget og kapasiteten i økosystemet. (Nordland fylkeskommune, 2023). Når det gjelder reiseliv vil et regenerativt tankesett ikke bare innebære en revitalisering av natur, klima og miljø, men være innrettet mot å fremme en positiv utvikling i lokalsamfunn og å bygge opp sosiale og kulturelle verdier. (Nordland fylkeskommune, 2023)

Vestfold fylkeskommunes rolle i reiselivsutviklingen i Vestfold

Vestfold fylkeskommune har som sin overordnede oppgave å være en regional samfunnsutvikler. Dette innebærer å ta ansvar for en helhetlig og ønsket utvikling i fylket, der reiselivet inngår som en del av et bredt samfunnsoppdrag. Samfunnsutvikling omfatter innsats innen klima og miljø, folkehelse, kompetanse, kultur, ressursforvaltning, næringsutvikling, transport og infrastruktur. Gjennom denne rollen har fylkeskommunen både direkte og indirekte påvirkning på utviklingen av reiselivs- og opplevelsesnæringen og er både myndighet, produkteier, tjenesteleverandør, bestiller og regional utvikler.

Fylkeskommunen har ansvar for videregående opplæring, og tilbyr utdanning innen fagområder som kultur, reiseliv, restaurant- og matfag. I tillegg har fagskolene en viktig rolle i kompetanseheving. Dette gir fylkeskommunen en direkte påvirkning på reiselivets kompetanse- og rekrutteringsgrunnlag og evne til innovasjon.

Innen samferdsel har fylkeskommunen ansvar for kollektivtransport og infrastruktur, noe som gjør den til en av de viktigste reiselivsaktørene i regionen. Tilgjengelighet og mobilitet er grunnleggende for reiselivets utvikling, og fylkeskommunens transportpolitikk har stor betydning for hvordan reisemål oppleves og nås – både for besøkende og lokalbefolkning.

Som bestiller og regional utvikler har fylkeskommunen gjennom statlige regionale utviklingsmidler et oppdragsansvar overfor Innovasjon Norge og Siva sine satsinger. Innovasjon Norge og Siva mottar et årlig oppdragsbrev fra fylkeskommunen som legger føringer for bruk av virkemidler. Ambisjonen bak dette samarbeidet er å styrke næringslivet i Vestfold og bygge på de til enhver tid gjeldende strategier på området.

Fylkeskommunen kjøper også reiselivstjenester hos det regionale destinasjonsselskapet som innebærer markedsføring og vertskap. Destinasjonsselskaper er sentrale aktører i utviklingen og markedsføringen av reisemål. De fungerer som samlende enheter for reiselivsnæringen i en region, og har ansvar for å koordinere innsatsen mellom bedrifter. I Vestfold er Visit Vestfold en regional aktør. Der er ingen lokale destinasjonsselskaper i Vestfold, men hver kommune har næringsforeninger og byutviklingsselskaper som har en viktig funksjon i attraktivitetsarbeidet.

Den nasjonale reiselivsstrategien, Store inntrykk med små avtrykk (Innovasjon Norge, 2021), peker på fylkeskommunene som regionale utviklingsaktører med et særskilt ansvar både for det grønne skiftet og for videre utvikling av Norge som reiselivsnasjon. I strategien står det: *Fylkeskommunen er en hovedaktør for operasjonalisering av den nasjonale reiselivsstrategien basert på regionens egne ressursgrunnlag og muligheter for videre utvikling av egen reiselivsnæring.*



HVA MANGLER VI KUNNSKAP OM?

For å utvikle et mer bærekraftig og kunnskapsbasert reiseliv i Vestfold, er det behov for mer systematisk innsikt på flere områder. Dette gjelder særlig i skjæringspunktet mellom klima, besøksforvaltning og samfunnsutvikling:

Klimafotavtrykk fra tilreisende

Det finnes i dag begrenset kunnskap om klimagassutslipp knyttet til ulike typer besøkende (norske, utenlandske, dagsturister, fritidsboligeiere, m.m.). Det er behov for å kartlegge utslipp per gjestesegment, inkludert transportmiddel, reiselengde og forbruksmønster. Slik kunnskap er viktig for å kunne prioritere tiltak som reduserer utslipp og fremmer klimavennlige reiseformer.

Tålegrenseanalyser og klimasmart utvikling

Mange reisemål mangler kunnskap om hvor mye belastning natur og lokalsamfunn tåler før kvaliteten forringes. Det er behov for tålegrenseanalyser som kan brukes i planlegging og besøksforvaltning, særlig i sårbare kyst- og naturmiljøer. Klimatilpasning og klimasmart utvikling bør integreres i reisemålsutvikling og infrastrukturplanlegging.

Besøksforvaltning i praksis

Det er behov for mer kunnskap om hvordan besøksforvaltning kan gjennomføres lokalt, og hvilke modeller som fungerer. Dette inkluderer tiltak som styring av besøksstrømmer, sesongutjevning, fysisk tilrettelegging og bruk av teknologi. Det er også behov for å avklare ansvarsforhold og finansieringsmodeller for fellesgoder som stier, toaletter og informasjonstjenester.

Regenerativt reiseliv

Regenerativt reiseliv er et nytt og ambisiøst begrep, men det er fortsatt lite kunnskap om hvordan dette kan operasjonaliseres i norske regioner. Det trengs eksempler, metoder og indikatorer som viser hvordan reiselivet kan bidra til å forbedre – ikke bare bevare – natur, kultur og lokalsamfunn. Dette krever tverrfaglig samarbeid og langsiktig tenkning.

Reiseliv og forskning

Reiselivet har behov for å være mer kunnskapsbasert i arbeidet med å ta ut potensialer, og må spille tettere sammen med relevante FOU og kompetansemiljøer i egen region, og bidra til at disse møter næringsens behov. Et tettere samspill med ulike fagmiljøer ved USN blir viktig. Gjennom programmet Forregion har fylkeskommunen etablert en kompetansemeglertjeneste der forskningsumodne bedrifter får bistand til å ta i bruk forskning, utvikling og innovasjon for å styrke sin konkurransekraft, gjerne i samarbeid med kompetansemiljøer regional, nasjonalt og internasjonalt.



NASJONALE FØRINGER

Nasjonal reiselivsstrategi 2030

Dette strategidokumentet beskriver premisser for utvikling, verdigrunnlag, mål, strategisk grep, anbefalte satsingsområder og tiltak. Mandat og metode ligger vedlagt, samt en oversikt over de mest sentrale rammevilkårene for næringen. I tillegg er det utarbeidet nettbaserte kunnskapsgrunnlag, som utgjør det faglige fundamentet for utvalgte områder i strategien. Fire hovedmål beskrives:

1. Norsk reiseliv skal øke sin egen verdiskaping og bidra til jobbskaping i hele landet
2. Norsk reiseliv skal bidra til at Norge blir et lavutslippsamfunn
3. Norsk reiseliv skal bidra til attraktive lokalsamfunn og fornøye innbyggere
4. Norsk reiseliv skal levere så høy kundeverdi at betalingsvilje og gjenkjøp øker

NOU 2023:10 Leve og oppleve - reisemål for en bærekraftig fremtid

Utredningen inneholder en gjennomgang av handlingsrommet for å håndtere besøk og forvalte og finansiere fellesgoder, en presentasjon av det utvalget mener er de viktigste verktøyene for å styre besøk og finansiere fellesgoder samt utvalgets tilrådinger fordelt på temaene reisemålsutvikling, besøksforvaltning, finansiering av fellesgoder, transport og tilgjengelighet og cruise. Som svar på mange av de utfordringene som omtales i denne utredningen, foreslår også utvalget en ny modell for organiseringen av bærekraftige norske reisemål.

Veikart for reiselivsnæringen

Regjeringens ambisjon for reiselivsnæringen er at den skal være konkurransedyktig, ha lavt klima- og miljøavtrykk, skape verdier og tilby attraktive reisemål over hele landet. Klimaendringer og tap av naturmangfold er blant de største globale utfordringene i vår tid. Også norsk reiselivsnæring påvirkes, via endringer i rammevilkår, reisemønster og preferanser. I tillegg kommer utfordringer knyttet til blant annet rekruttering og reisemålsutvikling. Dette forsterker behovet for en mer bærekraftig aktivitet, der utvikling av grønne, kunnskapsbaserte og innovative løsninger står sentralt for å lykkes.



Referanser

Epinion Gyger. (2022). *Utredning om destinasjonsselskaper i Norge*. Oslo: Epinionen Gyger for Innovasjon Norge og Reisemålsutvalget.

Innovasjon Norge. (2021). *Nasjonal reiselivsstrategi 2030 - sterke inntrykk med små avtrykk*. Oslo: Innovasjon Norge .

Menon Economics. (2025). *Destinasjonsanalyse Vestfold*. Menon publikasjon 48/2025.

Nordland fylkeskommune. (2022, 09 28). *Besøksforvaltning*. Hentet fra Webområde for Nordland fylkeskommune: <https://www.nfk.no>

Nordland fylkeskommune. (2023). *Strategi for reiseliv og opplevelser i Nordland*. Bodø: Nordland fylkeskommune.

NOU 2023:10. (2023). *Leve og oppleve - Reisemål for en bærekraftig fremtid*. Oslo: Nærings- og fiskeridepartementet.

Vestfold og Telemark fylkeskommune. (2022). *Regional strategi for reiseliv og opplevelser 2022-2030*.

