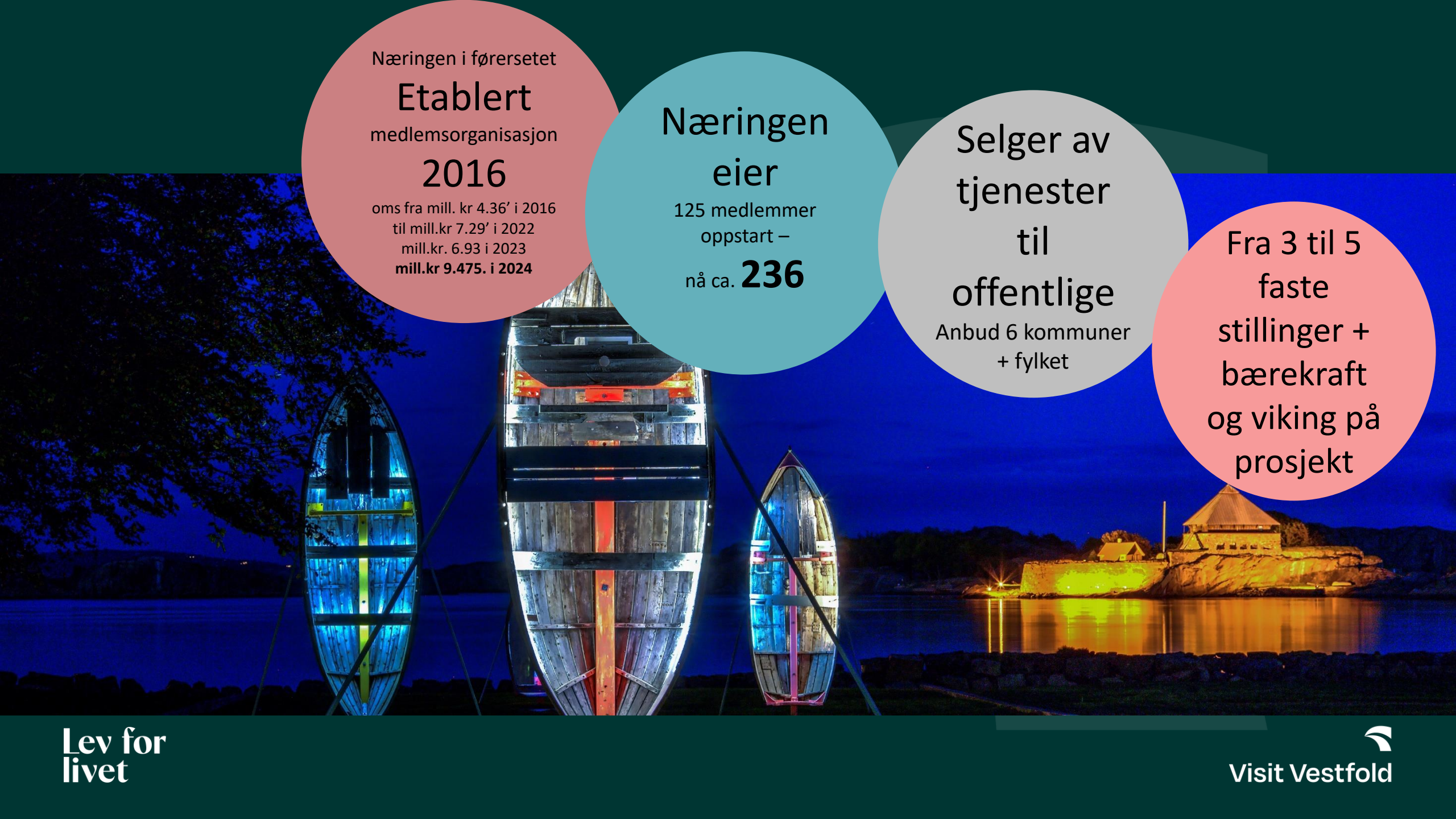


Visit Vestfold



Hovedutvalg for miljø, kultur og næring – onsdag 4. juni 2025



Næringen i førersetet

Etablert

medlemsorganisasjon

2016

oms fra mill. kr 4.36' i 2016

til mill.kr 7.29' i 2022

mill.kr. 6.93 i 2023

mill.kr 9.475. i 2024

Næringen eier

125 medlemmer

oppstart –

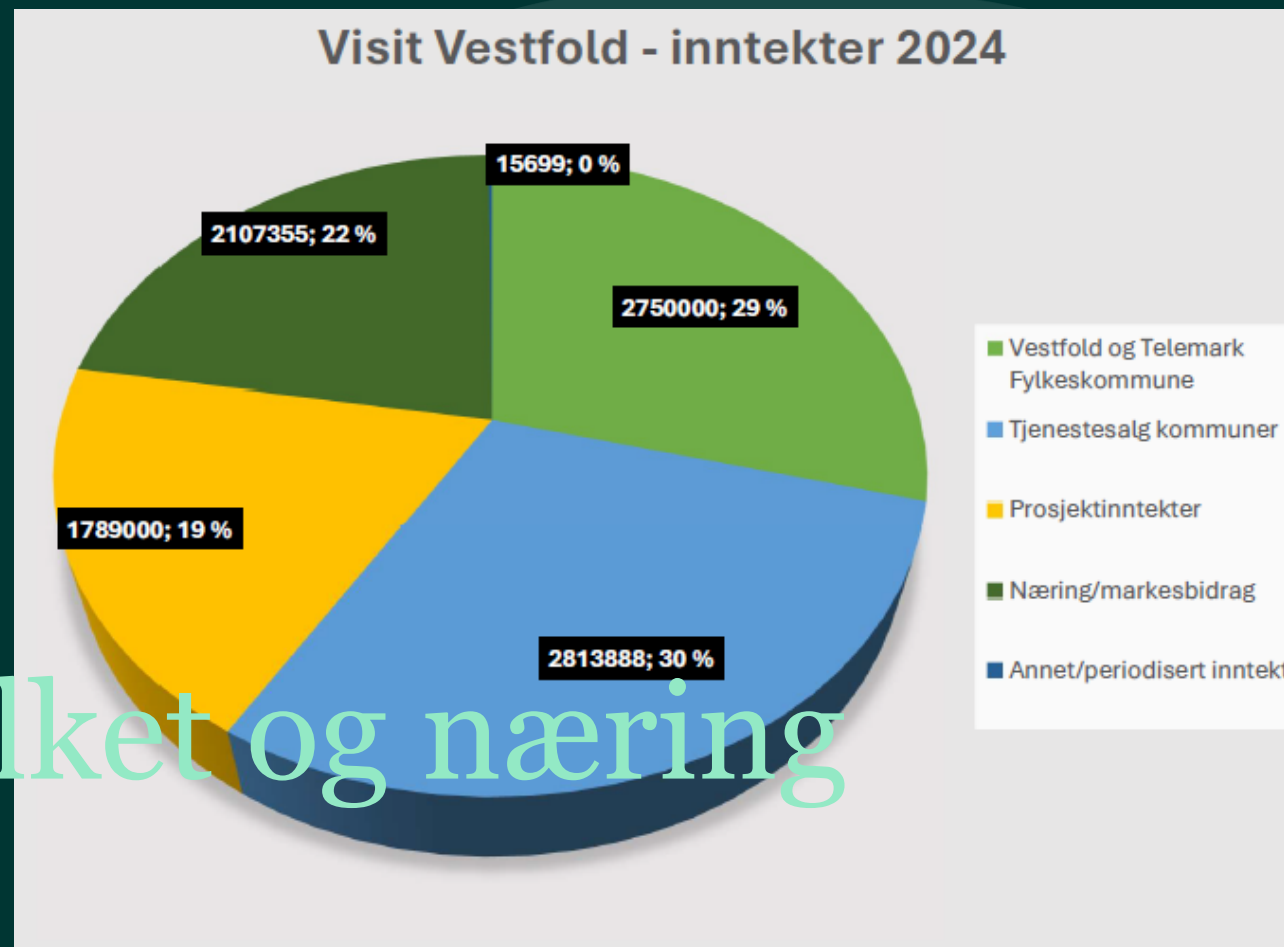
nå ca. **236**

Selger av tjenester til offentlige

Anbud 6 kommuner
+ fylket

Fra 3 til 5
faste
stillinger +
bærekraft
og viking på
prosjekt

Kommuner, fylket og næring
står sammen



Reiselivets betydning i Vestfold

Sammendrag – Vestfold

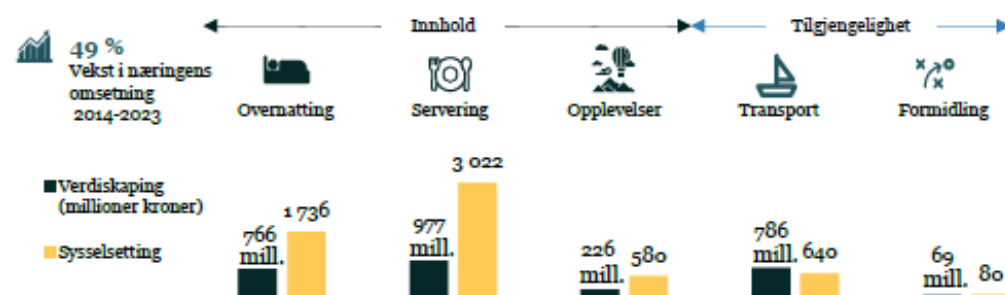
I denne analysen kartlegges reiselivet i Vestfold fra to perspektiver. Vi kartlegger først *markedsperspektivet*, hvor vi identifiserer tilreisende og måler deres forbruk fordelt på ulike vare- og tjenestetyper. Identifisering av ulike typer gjestedøgn med tilhørende forbruk står sentralt i dette perspektivet. Analysen omfatter tilreisende til Vestfold, og inkluderer ikke lokalbefolkning som reiser innad i regionen. Videre vurderer vi reiselivet med et *næringsperspektiv*, hvor vi identifiserer bedrifter innen overnatting, servering, opplevelser, transport og formidling, og måler deres økonomiske aktivitet.

Markedsperspektivet (2024)



Næringsperspektivet (2023)

Reiselivsnæringens fem bransjer og deres økonomiske betydning



Vestfolds særpreg, muligheter og utfordringer

Særpreg

- Dominert av kystbasert sommer- og båtturisme med utgangspunkt i skjærgården.
- Fritidsboligturisme er dominerende i Vestfold.
- Et rikt kulturliv, med blant annet viking- og middelalderkultur, hvalfangsttradisjon, kunstgallerier og musikkfestivaler.

Muligheter

- Utnytte nasjonalparken og skjærgården bedre for å bygge en større bredde i innholdsbransjene.
- Mer kommersiell utnyttelse av viking- og middelalderkulturen.
- Som en av Norges største grønnsaksprodusenter har Vestfold et uforløst potensial innen mat- og måltidsturisme.

Utfordringer

- Det er en svært lav andel utenlandske turister, på tross av at det går direkteruter fra mange utenlandske destinasjoner til Torp Sandefjord lufthavn og Color Line har to hurtigferger (Superspeed) med høy kapasitet fra Danmark til Larvik, samt rute fra Strømstad til Sandefjord.

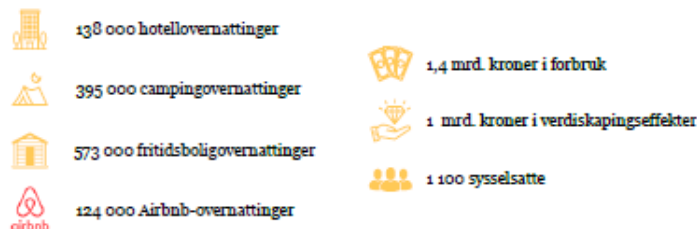
Reiselivets betydning i Larvik

Sammendrag - Larvik

I denne analysen kartlegges reiselivet i Larvik fra to perspektiver. Vi kartlegger først *markedsperspektivet*, hvor vi identifiserer tilreisende og måler deres forbruk fordelt på ulike vare- og tjenestetyper. Identifisering av ulike typer gjestedøgn med tilhørende forbruk står sentralt i dette perspektivet. Analysen omfatter tilreisende til Larvik, og inkluderer ikke lokalbefolkning som reiser innad i regionen. Videre vurderer vi reiselivet med et *næringsperspektiv*, hvor vi identifiserer bedrifter innen overnatting, servering, opplevelser, transport og formidling, og måler deres økonomiske aktivitet.

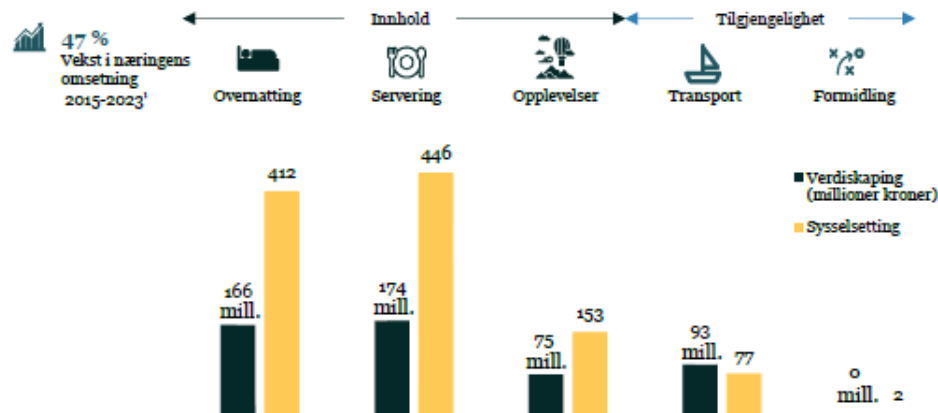
Markedsperspektivet (2024)

1,2 mill. gjestedøgn i regionen som legger grunnlag for...



Næringsperspektivet (2023)

Reiselivsnæringens fem bransjer og deres økonomiske betydning

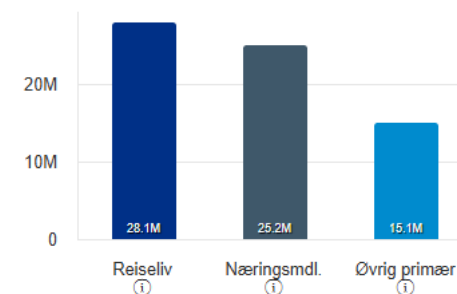


¹) Entersom omsetningen falt betydelig mellom 2014 og 2015 grunnet endringer i registrerte passasjerer i Color Line avdeling Larvik, ser vi heller på omsetningsvekst mellom 2015-2023. Dette gir et mer representativt bilde av utviklingen i reiselivsnæringen.

Larvik

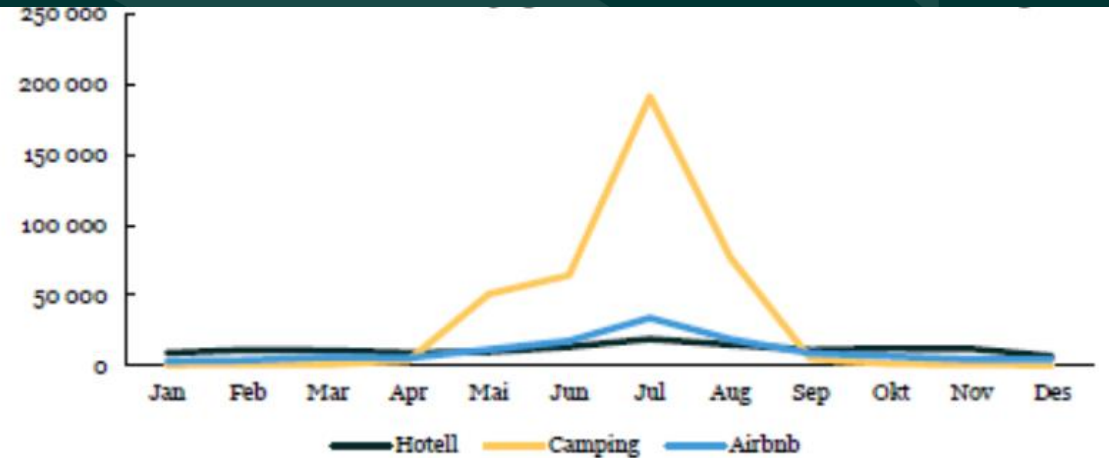
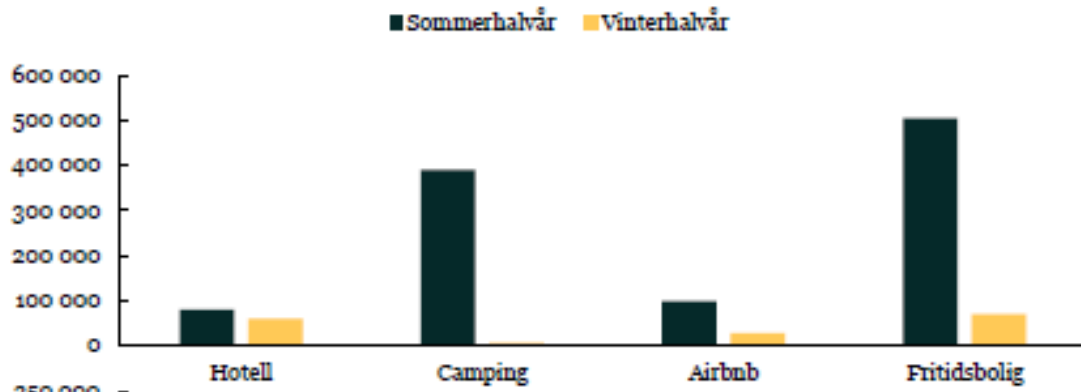
Antall sysselsatte i reiseliv: 1 096

Kommunale inntekter fra personskatt fra sysselsatte innen:

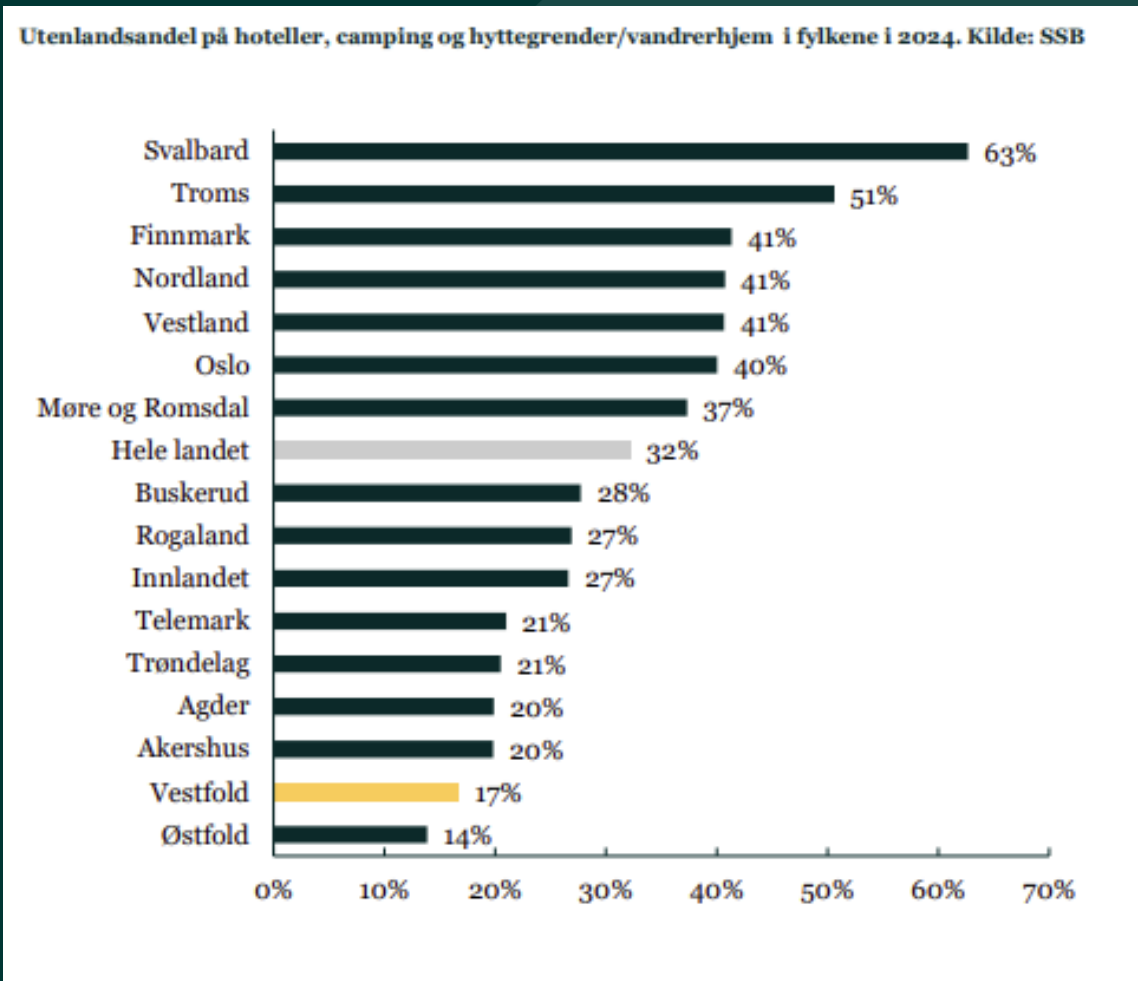


Sesongprofil overnatting

Antall gjestedøgn fordelt på segment og sommer/vinter (øverst) og gjestedøgn fordelt på segment og sesongprofil (nederst) i 2024 i Larvik. Kilde: SSB



Vi trenger flere språk i gatene



Mål

Økt verdiskaping i en bærekraftig, helårig reiselivsutvikling

Visjon

Vestfold skal utvikles som et pulserende helårig reisemål etter bærekraftige prinsipper

Misjon

Vi utvikler, tilrettelegger, selger og synligjør opplevelser vi tiltrekkes av for å leve et godt liv, så ofte vi kan... **Lev for livet i Vestfold.**

**Lev for
livet**



Få flere gjester til Vestfold

Få gjestene til å bruke flere tilbud/bli lenger

Få gjestene til å legge igjen mer penger

Få gjestene til å komme oftere

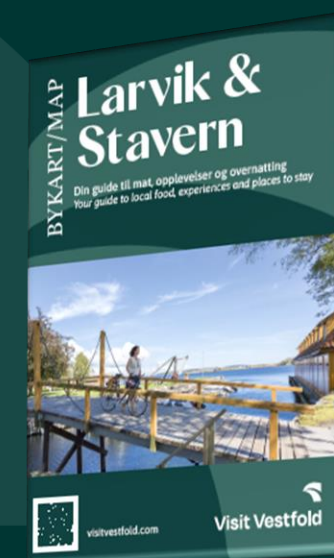
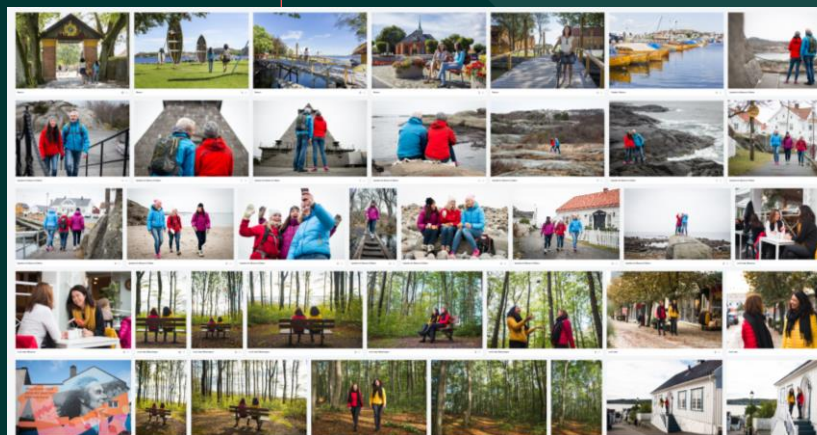
Leveranser Larvik

Vertskap og digital synlighet

- Egne nettsider for Visit Larvik & Stavern:
 - oppdateres kontinuerlig.
 - artikler til inspirasjon for opplevelser
 - alle medlemmer har egen presentasjon på nett
 - synlig på Visit Larvik & Stavern, på Visit Vestfold og Visit Norway
- Larvik med som del av visningsturer, presseturer og kampanjer, og med på ny internasjonal satsing
- Nytt «Bykart» Larvik & Stavern
- Always on – kampanjer og markedsaktiviteter
- Bilder og filmer tilgjengelig på Flickr og Youtube

4.230 arrangementer i Vestfold

	2022	2023	2024
Holmestrand	336	310	465
Horten	503	567	523
Tønsberg & Færder	1090	1106	1221
Sandefjord	1156	1394	1252
Larvik	566	769	769
	3651	4146	4230



Nye nettsider

Visit Vestfold

[Byer & steder](#)[Kom deg rundt](#)



Merry



Larvik og Stavern

I Larvik har vann gjennom alle tider spilt en viktig rolle, alt fra vikingenes etablering av Kaupang til mineralkilden for Farris. Utforsk Larvik, Stavern og Lågendalen.

Se hva som skjer i Larvik

Måned

Arrangement

Søk

Planlegg turen



Hva skjer?



Se & gjøre



Overnatting



Mat & drikke

Lev for
livet

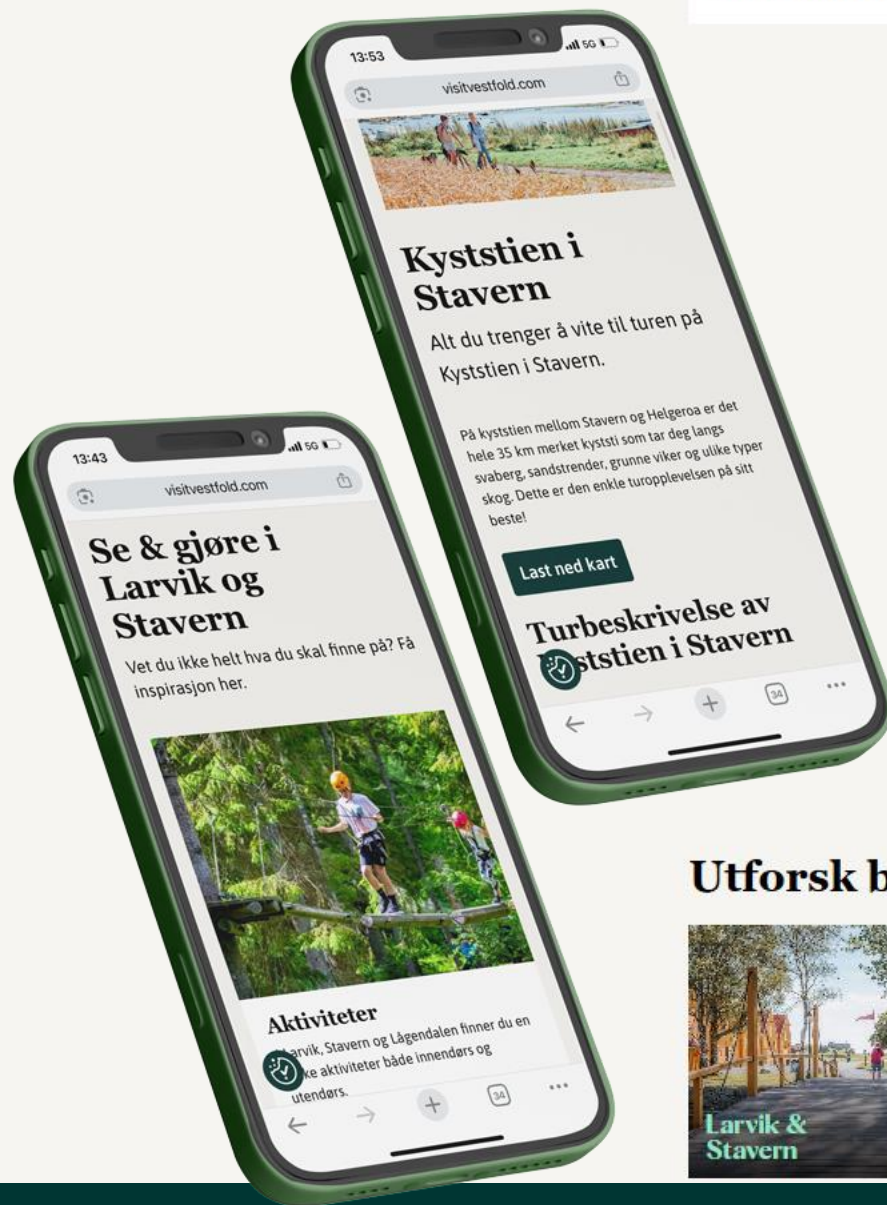
 Visit Vestfold

Se hva som skjer i Vestfold

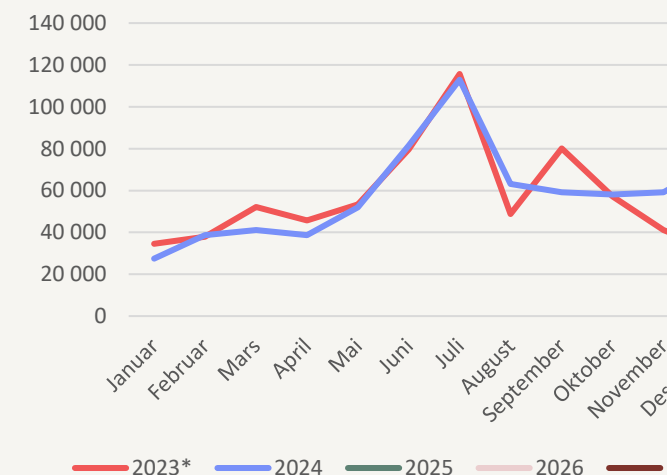
Måned

Arrangement

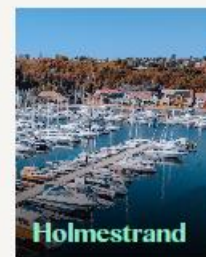
Søk



Brukere



Utforsk byer & steder



Lev for
livet

Visit Vestfold

Larvik ut i verden



Lev for
livet

Nasjonal og internasjonal interesse:

- Turoperatører, visningsturer og presseturer
- Visit Norway – egne sider på Norges største reiselivsportal
- Egen satsing i Danmark for Camping

Visit Vestfold

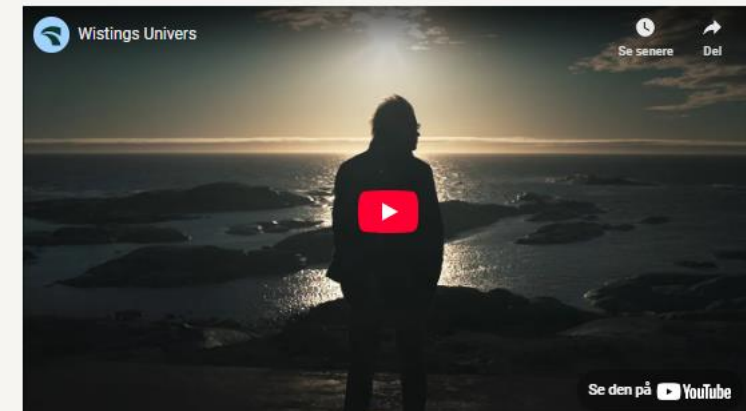
Leveranser Larvik

Utvikling og kompetanse

- Tett på Larvik Reiselivsforum – rådgivning og operativt markedsarbeid
- Kurs og kompetansetilbud til aktørene som; vertskapskurs, digitale kurs, ansvarlig markedsføring, nettverksarenaer
- Wisting – bruke fiksjonen for å styrke lokasjonen
- Bedriftsnettverk eksport
- Markedsråd sammen med attraksjonsbyggerne i de andre Vestfoldkommunene
- Felles utvikling- og bærekraftsarbeid

Bli med inn i Wistings univers

“Lokasjon Wisting” – Jørn Lier Horst inviterer publikum til stedene fiksjonen finner sted i filmen vår.



Om Jørn Lier Horst: Han er en norsk kriminalforfatter og dramatiker bosatt i Stavern. Frem til 2013 arbeidet han som etterforskningsleder i Vestfold politidistrikt, men er i dag fulltidsforfatter. Serien om Wisting har solgt over 2 millioner bøker i Norge og er filmatisert. Bøkene hans er oversatt til 33 språk.

Besøk Krimbølgen på Bølgen kulturhus i Larvik

Sammen for en ansvarlig utvikling

Bærekraft handler om tre dimensjoner i reiselivet; **planet, people, profit.**

I det ligger forenklet at:

vi skal **drive en næring** og **det er lov** å tjene penger
vi skal **spille på lag** med lokalsamfunnet
vi skal ha et så **lavt miljøavtrykk** som mulig.

Dette er **en helhet**, og den helheten trenger et system og noen verktøy for å gå fra ord til handling. Der er Merket for bærekraftig reisemål vår verktøykasse. En nasjonal merkeordning, internasjonalt anerkjent.

➤ **Ingen reisemål er bærekraftige – oppgaven vår er å utvikle reisemålet i en bærekraftig retning og å bli mer bærekraftig**

Lev for
livet



Bærekraftig Reisemål

Lokalt engasjement
i et langt perspektiv



Visit Vestfold

Vestfold skal være et godt sted
å bo, besøke og drive næring –
hele året





Sammen får vi til mer!

Ta gjerne kontakt ☺

Ellen Larsen

Visit Vestfold

ellen@visitvestfold.com

Tlf.: 33 46 05 90/95 02 99 16

Oppsummert: Områder & hovedaktiviteter 2025-2026

Bærekraft

- Etablering av reisemålsledelse
- Ansvarlig markedsføring
- Helårlig reiselivsutvikling
- Følge opp og videreutvikle Merket for bærekraftig reisemål

Lokal samhandling

1. Markedsråd med næring og kommuner
2. Lokale-/tematiske samarbeid
3. Reiselivets kompetanseorgan for våre samarbeidspartnere.

Medlemmer & kompetanse

1. Oppdatert produktoppføring for alle medlemmer
2. Kurs og kompetanse tilpasset reiselivet
3. Månedlige nyhetsbrev
4. Oppdaterte og utvidede bransjesider
5. Nettverksarenaer

Markedsføring

1. Utrulling av ny profil
2. Nye nettsider for bedre brukeropplevelse
3. Økt fokus på sosiale medier for økt rekkevidde.
4. Distribusjon og tilrettelegging for salg
5. Lansere nye, større kampanjer
6. Inngå strategiske markedssamarbeid
7. Etablere nyhetsbrev med reisetips

Destinasjonsutvikling

1. Nye prosjekter og konsepter
2. Videreføring av Viking
3. Samarbeidstiltak
4. Flere bookbare opplevelser og konsepter i Vestfold

Vertskap & informasjon

1. Info. Punkter på hotellene
2. Vertskapskurs
3. Trykt materiell/bykart
4. Visningsturer – presse og turoperatører – Visit Oslo Regionen
5. Turistinformasjon på nett