

Bærekrafttrapport 2025

Rada Reiseliv SA

«Bærekraft i praksis»



Lillehammer



Øyer



Gausdal



Ringebu



Sør-Fron



Nord-Fron



Sel



Vågå



Skjåk



Dovre



Lesja



Hamar



Innledning

Denne bærekraftsrapporten gir et innblikk i arbeidet med bærekraftig reisemålsutvikling i Rada Reiselivs virkeområde i 2025. Rapporten er ment som et kunnskapsgrunnlag og en inspirasjon for videre utvikling, og gir ikke en fullstendig oversikt over all aktivitet.

Rapporten omfatter arbeidet i hele regionen og viser hvordan ulike regionale styrker samlet bidrar til en helhetlig utvikling. Lillehammer-regionen, Midt- og Nord-Gudbrandsdalen er merket som **Bærekraftige reisemål**, og bærekraft ligger som et gjennomgående premiss for arbeidet som presenteres. Arbeidet som beskrives i rapporten inngår som del av en kontinuerlig forbedringsprosess knyttet til **Merket for bærekraftig reisemål**.

Hamar er ikke merket per i dag, men inngår i det regionale samarbeidet. Rada Reiseliv arbeider med å legge til rette for at også Hamar kan inngå i merkeordningen over tid, og eksempler fra Hamar er derfor inkludert for å synliggjøre helheten i regionen.

Innholdet i rapporten bygger på innsats fra både reiselivsnæringen og samarbeidende kommuner, og viser hvordan bærekraft omsettes i praksis gjennom samarbeid, planlegging og konkrete tiltak. For en utfyllende oversikt over organisering, markeds- og arrangementsarbeid vises det til Årsrapport 2025 på [Rada Reiseliv.no](https://rada-reiseliv.no).

Vi håper rapporten vil være et nyttig verktøy for både offentlige aktører og reiselivsnæringen, og bidra til å gjøre regionen mer attraktiv, robust og bærekraftig for innbyggere, næringsliv og besøkende.



Foto: Bessøgen, Cathrine Dokken



Miljøfyrtårn

Innhold

1. Rada Reiseliv sin rolle (Samspill, kommunikasjon og interessentdialog)
2. Prosjekter som viser retning
3. Bærekraft i praksis i regionen (Miljø, klima, natur og ressursbruk)
4. Sosiale verdier og mennesker
5. Økonomisk betydning og levedyktighet
6. Erfaringer, læring og veien videre
7. Formidling av rapporten



1. Rada Reiseliv sin rolle

Rada Reiseliv SA ble etablert i 2025 som regionalt destinasjonsselskap for Hamar, Lillehammer-regionen samt Midt- og Nord-Gudbrandsdalen, gjennom sammenslåingen av Nasjonalparkriket, Visit Lillehammer og Visit Mjøsa.

Målet er å styrke samordning, samspill og gjennomslagskraft i en større og mer helhetlig region.



Rada Reiseliv sin rolle i bærekraftig reisemålsutvikling

Rada Reiseliv har etter etableringen i 2025 hatt en sentral rolle i å samle aktører, forankre bærekraftig reisemålsutvikling og legge til rette for samarbeid på tvers av kommuner, næring og forvaltning.



Koordinator

Samle aktører og skape felles retning



Koblingsledd:

Bro mellom kommuner, næring og forvaltning



Pådriver:

Bidra til at bærekraft omsettes i praksis

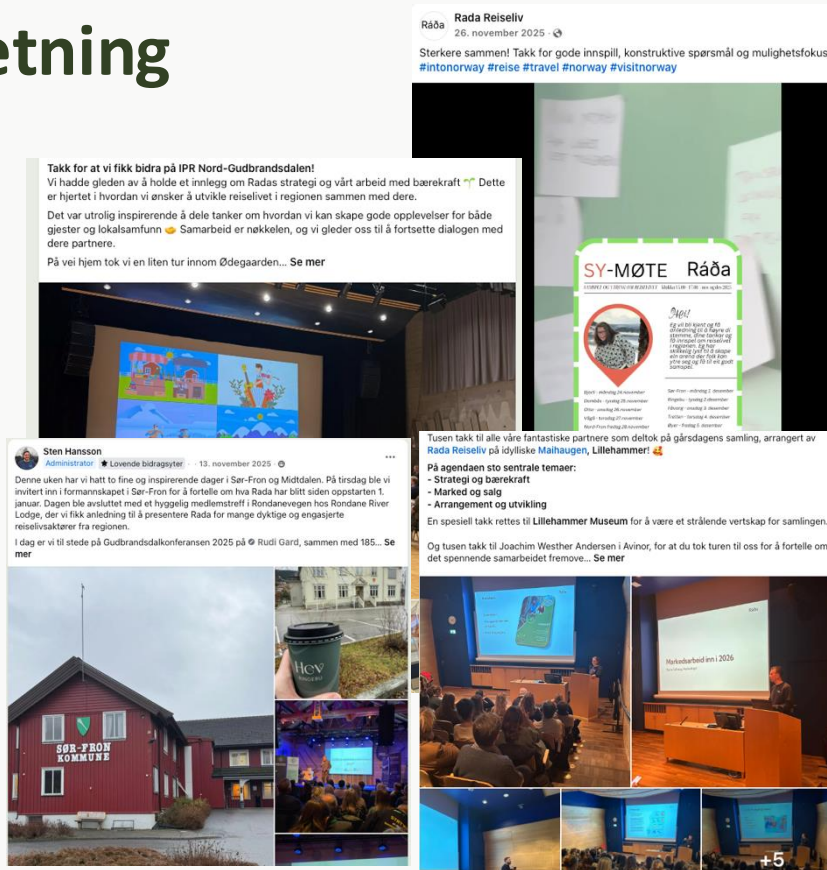


1.1 Koordinator og felles retning

Et viktig arbeid i 2025 har vært å sikre felles forståelse og forankring av bærekraftig reisemålsutvikling på tvers av kommuner og regioner.

Gjennom jevnlig møter med våre partnere har Rada Reiseliv fungert som koordinator for samarbeid, dialog og felles prioriteringer knyttet til bærekraftig reisemålsutvikling.

- Vi har lagt til rette for møteplasser for kommuner og reiselivsnæring, både sammen og hver for seg.
- Vi har vært i dialog og holdt orienteringer mot administrativ og politisk ledelse, inkludert interkommunale politiske råd
- Vi har jobbet med forankring og forventningsavklaring etter sammenslåingen, med mål om å etablere en felles forståelse for bærekraftig reisemålsutvikling



1.2 Koblingsledd for bærekraft i regionen

Rada Reiseliv fungerer som et koblingsledd mellom reiselivsnæringen, kommunene og natur- og kulturforvaltningen. Mye av reisemålsutviklingen skjer innenfor rammene av kommunalt og regionalt planverk

Rollen handler blant annet om å sikre sammenheng mellom planverk, forvaltning og praktisk reisemålsutvikling, samt bidra til kunnskapsbaserte og helhetlige løsninger.

I 2025 har Rada Reiseliv blant annet bidratt til:

- Utarbeidelse av **høringsinnspill til kommunale planer**, samt bidra for å ivareta **reiselivsnæringens rammevilkår**
- Fokus på **helhetlig utvikling**, besøksforvaltning og balanse mellom bruk, vern og lokal verdiskaping
- Deltakelse i **rådgivende utvalg** for nasjonalparkene og i dialog rundt ferdsel, villrein og sårbare naturområder, for å sikre kunnskapsbaserte og helhetlige løsninger.



Sten Hansson
12. september 2025 · 🌐

Rada reiseliv sitter i flere rådgivende utvalg og styringsgrupper hvor vi lefter frem besøksnæringens interesser. I dag var rådgivende utvalg for Jotunheimen nasjonalpark samlet i Årdal for å finne gode løsninger sammen. I utvalget sitter vi sammen med Visit Valdres, Visit Jotunheimen og Visit Sognefjorden. Samtalene handlet ikke bare om nasjonalparkene men også om mulighetsbildet for samarbeid mellom organisasjonene. Vi gleder oss til gode samarbeid og prosjekter sammen med ... [Se mer](#)

Innspill fra Rada Reiseliv SA
Til Kommuneplanens samfunnsdel 2025–2036 for Vågå kommune

Tema: Besøksforvaltning som strategisk verktøy for helhetlig og bærekraftig utvikling

Rada Reiseliv SA viser til forslag til Kommuneplanens samfunnsdel 2025–2036 og ...

Innspill fra Rada Reiseliv SA til Strategisk næringsplan 2026-2031 for Stange kommune.

Stange kommune har store muligheter til å styrke sin attraktivitet og verdiskaping gjennom en helhetlig satsing på reiseliv. Som regionalt reiselivsselskap for Hamarregionen, Lillehammer og Gudbrandsdalen ønsker Rada Reiseliv å bidra til at næringsplanen reflekterer reiselivets rolle som en strategisk motor for utvikling.

Reiseliv er mer enn én næring, det er en verdikjede som skaper ringvirkninger i transport, handel, kultur, landbruk og lokalmat. Når planen nå skal fastsette retningen for 2026–2031, er det avgjørende at reiseliv løftes frem som en sentral del av kommunens strategi for verdiskaping, bolyst og bærekraft.

Ráða

reimen
ier som brukes
slik kontekst er det
etlig strategi som

et gjennomgående

1.3 Pådriverer for bærekraft i praksis

Som pådriver har Rada Reiseliv hatt en aktiv rolle i å initiere, delta i og følge opp prosjekter og tiltak som bidrar til at bærekraft omsettes i konkret handling i regionen.

I 2025 har det blant annet blitt utført følgende aktiviteter



- Initiativ og prosjektledelse av prosjekter som Into Culture og Entre Øyer
- Bidrag i utviklingsløp knyttet til besøksforvaltning, naturhensyn og opplevelsesutvikling.
- Deling av konkrete bærekrafttips, innsikt og eksempler gjennom **Partnernytt**.

Gjennom denne rollen har Rada Reiseliv bidratt til å gjøre bærekraftarbeidet mer konkret, praktisk og gjennomførbart for både næring og offentlige aktører.



🌱 Ukens bærekraftstips

Små grep som gjør en stor forskjell. Her får du enkle tips for å utvikle et mer bærekraftig produkt og reisemål

Ønn mobilitet og mer! 🌱

138 rekkevidde for innlegg >

👍
👎
🗨️
📷
✉️
🔄

TIPS: Inspirer gjestene dine til å være ansvarlige ambassadører for reisemålet.

Mange ønsker å reise mer bærekraftig, men er usikre på hvordan. Ved å dele «besøksvettreglene» med gjestene dine, gir du dem verktøyene de trenger for å bli en mer ansvarlig reisende.

- **Påminn om sporløs ferdsel:** Fortell gjestene hvor viktig det er å ikke legge igjen søppel, og hvordan de kan bidra til å holde naturen ren.
- **Oppmuntre til å handle lokalt:** Tips om nærliggende restauranter, butikker og aktivitetstilbydere. Slik bidrar de til et levende lokalsamfunn.
- **Spre kunnskap:** Forklar hvorfor reglene er viktige – for å bevare sårbare natur og unike kulturarv.



1.4 Forankring og kommunikasjon

Forankring og åpen kommunikasjon er viktige virkemidler i Rada Reiselivs arbeid. Kommunikasjon brukes aktivt for å forankre, skape forståelse, engasjement og felles retning blant interessenter i regionen.

All kommunikasjon bygger på **ansvarlig markedsføring basert på Kommunikasjonsløftet**, som er et grunnleggende prinsipp for hvordan Rada Reiseliv kommuniserer med gjester, næring, kommuner og samarbeidspartnere.

Viktige kommunikasjonsgrep

- Lokal presse og digitale flater som bidrar til åpenhet og engasjement
- Dialog og informasjon rettet mot næring, kommuner og samarbeidspartnere
- Partnernytt som kanal for deling av innsikt, bærekrafttips og eksempler



Dette påvirker turisttrafikken: - Det gjør noe med omdømmet vårt



Oppdatert: 11.02.25 08:35
Publisert: 11.02.25 05:05

Artikkelen er over 1 år gammel

rsvinner når de ikke kan stole på sportstiltbudet.



Sten Harald Nordand Hansen, reiselivsdirektør, Rada Reiseliv SA Eli K. Saastad, forretningsutvikler, Hamar Næringspark Næringsforring

Publisert: 30.09.21 11:45

Kopier



1.4 Forankring og kommunikasjon

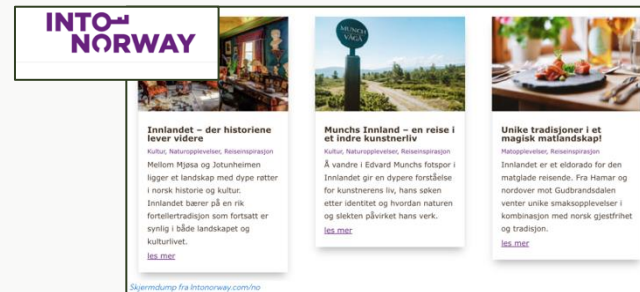
Felles digitale flater etablert i 2025

- I 2025 etablerte Rada Reiseliv felles digitale flater for gjestekommunikasjon, blant annet **intonorway.com**, for å sikre tydelig og samordnet informasjon om regionen, inkludert innhold, ferdsel og sesongvalg.
- Samme år ble også **radareiseliv.no** etablert som felles inngang for **bransjeinformasjon**, med oppdatert og tilpasset informasjon rettet mot næring, kommuner og samarbeidspartnere.

Hva brukes kommunikasjonen til i praksis:

- Å støtte forankring og samhandling i utviklings- og planprosesser
- Å bidra til ansvarlig og tydelig gjestekommunikasjon
- Å styrke forventningsstyring og legge til rette for mer bærekraftige besøksmønstre

Som virkemiddel på tvers av rollene styrker forankring og kommunikasjon både gjennomføringsevne, samspill og bærekraft i regionens reisemålsutvikling.



2. Prosjekter som viser retning

I 2025 har Rada Reiseliv, kommunene og reiselivsnæringen samarbeidet om flere prosjekter som viser hvordan bærekraftig reisemålsutvikling kan omsettes i praksis. Prosjektene er utviklet i samspill med partnere i blant annet kommunene og næringen, og er ikke nødvendigvis initiert av Rada Reiseliv alene.

Rada Reiseliv har hatt ulike roller i prosjektene, blant annet som pådriver, samarbeidspartner, koordinator eller koblingsledd, avhengig av prosjektets karakter. I tillegg er Rada Reiseliv en aktiv deltaker i nettverk som Rekreasjonsklynga og Norwegian Travel Cluster, som bidrar til kompetansedeling og videre utvikling av bærekraftig reiseliv.



Into Food and Culture

- Kultur og opplevelser som drivkraft for helårs reiseliv

Prosjektet er initiert av Rada Reiseliv for å kartlegge, samle og synliggjøre regionens kulturelle mangfold i tett samarbeid med museer, frivillige aktører og reiselivsnæringen. Målet er å styrke kulturens rolle i reisemålsutviklingen og bidra til økt helårsaktivitet, lokal stolthet og verdiskaping.

Hva kjennetegner satsingen:

- Samarbeid med museer, kulturinstitusjoner og frivillige aktører
- Kartlegging av kulturarener, arrangementer og uttrykk i hele regionen
- Utvikling av felles formidling og digitale løsninger
- Kobling mellom kulturtilbud og markedsføringen gjennom **Into Norway**

Status i 2025:

Arbeidet med Into Culture har i 2025 handlet om forankring, kartlegging og etablering av samarbeid, og utgjør et viktig grunnlag for videre utvikling i 2026.



Entré Øyer

har levert en rekke tiltak innen mobilitet og gjesteopplevelse:

- Hafjellbussen med svært gode brukertall
- Nytt transfer tilbud Oslo Lufthavn–Hafjell
- Styrket taxisamarbeid
- Dagligvarepilot til hytter
- Arbeid med fjellsykling
- Planlegging for bysykkel
- Utvikling av Hunderfossen togstasjon



- RAPPORT_2025

Besøksstrategi Gåå

Leverert av Bortelaget m.fl.

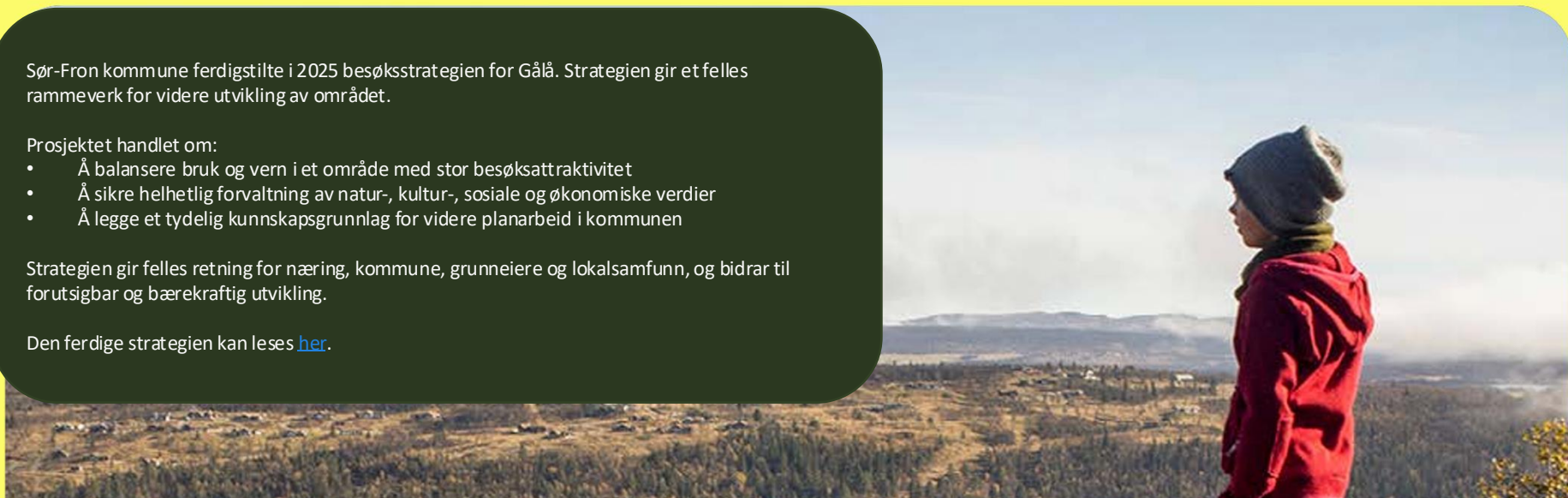
Sør-Fron kommune ferdigstilte i 2025 besøksstrategien for Gåå. Strategien gir et felles rammeverk for videre utvikling av området.

Prosjektet handlet om:

- Å balansere bruk og vern i et område med stor besøksattraktivitet
- Å sikre helhetlig forvaltning av natur-, kultur-, sosiale og økonomiske verdier
- Å legge et tydelig kunnskapsgrunnlag for videre planarbeid i kommunen

Strategien gir felles retning for næring, kommune, grunneiere og lokalsamfunn, og bidrar til forutsigbar og bærekraftig utvikling.

Den ferdige strategien kan leses [her](#).





Villreinarven

er et prosjekt som tar utgangspunkt i villreinens sentrale rolle i regionens natur og kulturhistorie, og fokuserer på:

- Utvikling av opplevelser med minst mulig forstyrrelse av dyrene
- Formidling av kunnskap om villrein, naturvern og ferdsel
- Kompetanseheving for guider og aktører i reiselivet

Prosjektet viser hvordan naturbasert reiseliv kan brukes aktivt til å bygge forståelse, respekt og bærekraftig bruk.

Les mer om prosjektet her:

<https://www.nordveggen.no/vaart-arbeid/villreinarven>



Norwegian Travel Cluster

– nasjonal klynge for bærekraftige reisemål

Norwegian Travel Cluster er et nasjonalt samarbeid som samler reisemål med en felles forpliktelse til bærekraftig utvikling gjennom **Merket for Bærekraftig Reisemål**.

Klyngestatus og betydning

- I 2025 ble Norwegian Travel Cluster tatt opp i **Innovasjon Norges klyngeprogram, Norwegian Innovation Clusters**
- Klyngen er **Norges eneste reiselivsklynge** i programmet
- Gir økt nasjonal gjennomslagskraft, tilgang til felles verktøy, kunnskap og utviklingsprosjekter

Rada Reiseliv sin rolle:

Rada Reiseliv deltar aktivt i Norwegian Travel Cluster og bidrar med regionale erfaringer inn i nasjonale prosesser. Deltakelsen styrker koblingen mellom lokalt reisemålsarbeid og nasjonale virkemidler for bærekraftig reiselivsutvikling.

Konkrete bidrag og nytte i 2025

Gjennom deltakelsen har Rada Reiseliv bidratt til utviklingen av (og fått tilgang til) felles verktøy og kompetanse, blant annet:

- **Kommunikasjonsløftet:** felles prinsipper for ansvarlig og samordnet reisemålskommunikasjon.
- **Campingvett-regler og SoMe-materiell:** ferdige verktøy for ansvarlig ferdsel
- **Access Norway:** økt kunnskap om universell utforming og tilgjengelighet
- **Kompetanseheving og digitale kurs,** blant annet innen bruk av **AI i reisemålsarbeid**

Deltakelsen bidrar til at løsninger utviklet nasjonalt raskere kan tas i bruk i regionen, og styrker samspillet mellom lokalt arbeid og nasjonale bærekraftssatsinger.



Norwegian Travel Cluster

Ráða



Flere utviklingsløp og samarbeid i 2025

I tillegg til prosjektene som er presentert i dette kapittelet, har Rada Reiseliv i 2025 vært involvert i flere utviklingsløp og samarbeid, og lagt grunnlag for videre arbeid inn i 2026.

Eksempler:

Arrangementsnettverket

– Etablering av et regionalt nettverk for arrangører, med mål om økt kompetanse, bedre samordning og mer bærekraftig gjennomføring av arrangementer i regionen. Rada Reiseliv bidrar med koordinering, faglig støtte og kobling mot reiseliv og kommuner.

Reisemålleledelseprosjektet

– Pilotprosjekt for utvikling og etablering av reisemålleledelse i åtte kommuner i Innlandet. Prosjektet skal avklare roller, organisering og ansvar, og utvikle felles rammeverk og maler som grunnlag for politisk behandling og langsiktig reisemålleforvaltning.

Rada Reiseliv får 500 000 kroner for å etablere et regionalt nettverk for arrangementer.

Formålet med arrangementsnettverket er å tiltrekke og videreutvikle store arrangementer innen idrett og kultur samt å skape møteplasser og læringsarenaer for arrangører og fylkeskommunen.

Peer Gynt festivalen



3. Bærekraft i praksis i regionen

Miljø, klima, natur og ressursbruk

Dette kapitlet viser hvordan **miljø- og klimahensyn omsettes i praksis** gjennom lokale initiativ, samarbeid og konkrete forbedringstiltak i både næring og forvaltning.



3.1 Natur, ferdsel og samspill med forvaltning

Bærekraftig bruk av natur og landskap forutsetter godt samspill mellom reiseliv, kommuner og natur- og kulturforvaltning. I 2025 har dette arbeidet særlig handlet om ferdsel, besøksforvaltning og hensyn til sårbare naturområder.

Eksempler på arbeid i praksis:

- Deltakelse i rådgivende utvalg for nasjonalparkene
- Dialog om ferdsel, villrein og bruk av sårbare områder
- Bidrag i prosesser knyttet til besøksforvaltning og kunnskapsbaserte løsninger

Dette samspillet er en forutsetning for å sikre balanse mellom bruk og vern, og for å bevare natur- og landskapsverdier over tid.

Nyheter

Kjempeskuffet over statsråden: - Du stenger Spranget og kommer bare med «kaffeskilling»



1 både kommunestyre og lokaldemokrati. Foto: Stig Odenud

"Rada Reiseliv" er på vei hjem etter spennende og inspirerende dager i Ardal på årskonferansen til Norges nasjonalparkkommuner. Vi har snakket om besøksforvaltning i spennende dager sammen med kommuner, nasjonalparkforvaltere, reiselivsaktører med flere! Konferansen hadde fokus på "besøksforvaltning i vid forstand" – hvordan kommunene kan balansere naturvern med bærekraftig turisme og samfunnsutvikling. Programmet inkluderer faglige innlegg, guidede turer og nettverksbygging... [Se mer](#)

Besøksforvaltning kommunikasjon

Kom ut på scenen offentlig med kunnskap og verdier som er viktig for kommunen.

Kristin

Kva er besøksforvaltning?

Etter utvalgte områder

Opplysningsvesenetsstatistikk viser at det er en økende interesse for utvalgte områder i Norge. Dette inkluderer både kulturelle og naturlige områder.

Utvalgte områder som er populære for besøkende inkluderer:

- Historiske bygninger
- Naturlige områder
- Kulturelle aktiviteter

Tverrfaglig samarbeid gir god besøksforvaltning

• Samarbeid mellom kommuner og fylkeskommuner

• Samarbeid mellom kommuner og fylkeskommuner

• Samarbeid mellom kommuner og fylkeskommuner

Oppdatert: 02.10.25 16:45

Publisert: 02.10.25 17:48

Kopier

2 millioner kroner, men det springer ikke en jnen.

minister Andreas Bjelland Eriksen (Ap) besøkte Mysusater insikten med besøket var at han ville ha innspill til kan utvikles på en måte som både ivaretar hensynet til il, lokalt næringsliv, til besøkende og til villreinen spesielt.



3.2 Energi og klimatiltak i reiselivsnæringen

Flere reiselivsbedrifter i regionen har i 2025 gjennomført **konkrete energi- og klimatiltak** som bidrar til redusert energibruk og lavere utslipp. Tiltakene omfatter både ny energiproduksjon, energieffektivisering og overgang til mer klimavennlige løsninger.

Eksempler fra praksis:

- **Nermo Hotell** har tidligere investert i solcelleanlegg og rapporterer nå om dokumentert reduksjon i energiforbruk, samtidig som andelen egenprodusert energi har økt betydelig.
- **Sygard Grytting** er i slutfasen med etablering av bergvarmeanlegg, som vil gi vesentlig redusert strømforbruk knyttet til oppvarming.
- **Venabu** har gjennomført energieffektivisering gjennom overgang til LED-belysning og etterisolering av gjesterom, som del av et langsiktig klimaarbeid.

Klima og energi har vært et gjennomgående tema i dialogen mellom Rada Reiseliv og næringen. Gjennom deling av erfaringer og konkrete bærekrafttips har vi jobbet målrettet med å inspirere flere bedrifter til å komme i gang med tiltak som gir både miljøeffekt og driftsmessige fordeler.



3.3 Grønnere transport og mobilitet

Transport er et viktig område for utslippsreduksjon i reiselivet. I 2025 har både kommuner og reiselivsnæringen arbeidet med løsninger som gjør det **enklere å reise mer miljøvennlig** til og i regionen.

Eksempler på grønne mobilitetsløsninger i praksis

- **Videreutvikling av skibuss- og transporttilbud i samarbeid mellom flere aktører:** Samarbeid om gjestetransport til og fra fjellområder, blant annet Skeikampen og Lemonsjøen, der transporttilbud og reiseopplegg sees i sammenheng med overnatting og aktivitetsområder for å redusere behovet for bil under oppholdet.
- **Kollektive løsninger for reisemål i utvikling** Hafjellbussen er videreutviklet som kollektivløsning med full integrasjon i **Entur** for sømløs reiseplanlegging helt fram til reisemålet.
- **Tilrettelegging for sykkel, el-sykel og kombinerte reiseløsninger** Flere reisemål, blant annet Lemonsjøen, legger til rette for sykkel- og elsykkelbruk som del av opplevelsen, kombinert med kollektivtransport, ski-in/ski-out og kort avstand mellom overnatting, aktiviteter og servicetilbud.
- **Etablering og videreutvikling av ladeløsninger** Flere kommuner i regionen, blant annet Gausdal, Sør-Fron og Nord-Fron, rapporterer om styrket tilrettelegging for elbil gjennom etablering og videreutvikling av ladeløsninger i tilknytning til sentrale reisemål og knutepunkter.



3.4 Rent miljø og ressurseffektiv drift

Rent miljø og effektiv bruk av ressurser handler i stor grad om **hvordan reiselivet drives i praksis**. I 2025 har flere aktører i regionen gjennomført tiltak som reduserer avfall, matsvinn og unødvendig bruk av ressurser, samtidig som kvaliteten på gjesteopplevelsen ivaretas.

Eksempler på tiltak i praksis:

- **First Hotel Breiseth** har hatt fokus på gjenbruk ved renovering, blant annet ved å ta vare på møbler og interiør som fortsatt kunne brukes, og levere inventar til gjenbruk.
- **Home Hotel Hamner** har installert matkomprimator, noe som har gjort det mulig å håndtere alt matavfall lokalt. I tillegg brukes *Too Good To Go* for å redusere matsvinn.
- **Birken** har prioritert avfallsreduksjon og forsøplingsarbeid i traseer og løyper. Gjennom tydelig kommunikasjon og kampanjer er det oppnådd mindre søppel under arrangementene.
- **Venabu** har gjennomført flere driftstiltak knyttet til ressurseffektivitet, blant annet vannsparing på gjesterom, oppgradering av bad og mer bevisste leverandørvalg.

Eksemplene viser at **systematiske forbedringer i daglig drift** gir både miljøgevinst og mer profesjonell gjennomføring av reiselivs- og arrangementsaktiviteter.

Miljøarbeid



MATSVINN

Vi jobber med å ha så lavt matsvinn som mulig ved å:

- beregne rett mengde mat som lages / settes frem
- bruke på ny det vi ikke behøver å kaste (i trad med gjeldende IK-mat reglement)
- vi kildesorterer matavfall



LOKALMAT OG MAT

- Vi bestiller brød daglig fra det lokale Granum bakeri.
- Vi bestiller egg fra lokal produsent, Ringsaker egg.
- Vi har kun bacon på forespørsel for å redusere kjøttforbruket
- Vi har alltid masse frukt og grønt til frokost
- Vi tilbyr glutenfritt / laktosefritt / vegetarmat



SIRKULÆR ØKONOMI / GJENBRUK

Vi har tro på sirkulær økonomi og mener det er viktig med gjenbruk for å redusere avfall i verden. Derfor:

- Vi har innkjøpsavtale med VARIO, en gjenbruksbutikk i kjelleren på hotellet.
- Vi vurderer alltid brukt før vi kjøper nytt, og du kan derfor finne eggglass, tekopper, tallerkener, stoler, lamper, bestikk og så videre som vi har reddet fra å bli kastet.
- Vi legger til rette for etablering av minigjenbruksstasjon i våre lokaler.



SAMFUNN

- Vi er bevisst vårt samfunnsansvar og samarbeider godt med lokalt kulturliv
- samarbeider med flere instanser for å hjelpe folk ut i jobb
- er et rimelig alternativ i hotelmarkedet i Lillehammer

Utdrag fra First Hotel Breiseth sin gjestekomunikasjon



3.5 Miljøsertifisering som verktøy

Miljøsertifisering brukes i regionen som et **praktisk og helhetlig verktøy for å jobbe systematisk med bærekraft**. Sertifiseringene bidrar til struktur i arbeidet med energi, avfall, innkjøp, transport og arbeidsmiljø – og gjør bærekraftarbeidet mer konkret og etterprøvbart.

Eksempler fra regionen:

- **Nye miljøsertifiserte virksomheter i 2025:**
Lemonsjø Fjellstue & Hyttetun (Miljøfyrtårn)
Sjodalen Hyttetun & Camping (Miljøfyrtårn)
- **Sør-Fron kommune** er i gang med sertifisering etter hovedkontomodellen, med mål om å bygge systematikk i kommunens eget bærekraftarbeid.
- **Dovre og Nord-Fron kommune** har benyttet sitt Klima- og miljøfond til å støtte reiselivsbedrifter som ønsker å miljøsertifisere seg, og dermed senket terskelen for å komme i gang.
- Miljøsertifisering bidrar dermed til **felles standarder, bedre dokumentasjon og kontinuerlig forbedring**, og knytter sammen innsats i både offentlig og privat sektor.

I tillegg til virksomheter som er nye eller i prosess, er det viktig å **anerkjenne alle reiselivs- og overnattingsbedrifter i regionen som allerede er miljømerket** gjennom Miljøfyrtårnet, Svanemerket eller Green Key. Deres langsiktige og systematiske arbeid legger et viktig grunnlag for læring, erfaringsdeling og videre utvikling av bærekraftsarbeidet i regionen.

Bærekraftstipset

Er du miljøsertifisert?

Å bli miljøsertifisert – for eksempel gjennom ordninger som Miljøfyrtårn, Svanemerket eller Green Key – er en konkret måte å vise at bedriften tar bærekraft på alvor. Det er også en fin prosess for gjøre seg kjent med hvilke tiltak som passer sin bedrift, og finne ut hvor man kan utgjøre en forskjell.

Det gir troverdighet overfor gjester, samarbeidspartnere og myndigheter, og kan samtidig bidra til lavere kostnader gjennom mer effektiv ressursbruk. I tillegg blir det stadig viktigere i anbudsprosesser og ved samarbeid med større aktører i reiselivet.

Miljøsertifisering av reiselivsbedrifter



4. Sosiale verdier og mennesker

Mennesker, lokalsamfunn og samarbeid

Bærekraftig reisemålsutvikling handler ikke bare om miljø og økonomi, men også om mennesker, lokalsamfunn og samspill. I 2025 har reiselivet i regionen bidratt til lokal verdiskaping, møteplasser, kompetanseutvikling og samarbeid, og vært en viktig del av levende lokalsamfunn i både bygd og by.

Reiselivet spiller en rolle langt utover selve besøket: som arbeidsgiver, samarbeidspartner og medskaper av steder det er godt å bo, leve og besøke.



4.1 Lokal verdiskaping og tilhørighet

Reiselivet spiller en viktig rolle for lokal verdiskaping og aktivitet i regionen. Ikke bare økonomisk, men også gjennom tilhørighet, identitet og samarbeid. Verdiskaping skjer lokalt og styrker grunnlaget for bosetting, levende lokalsamfunn og helårsaktivitet.

Eksempler fra praksis:

- Bruk av **lokal mat, råvarer og leverandører**, som styrker samspillet mellom reiseliv, landbruk og lokale produsenter
- Reiselivsbedrifter og kommuner som samarbeider med **kulturaktører og lokale miljøer**, blant annet gjennom satsinger som Matfylket Innlandet.
- Aktører som bidrar til aktivitet og verdiskaping også **utenom høysesong**, og styrker grunnlaget for helårsdrift

Flere partnere i regionen har et tydelig lokalt fokus, blant annet **Lemonsjø Fjellstue**, med varemerket «*mat. Med identitet*», og **Lauv**, som systematisk prioriterer lokale leverandører og samarbeid i drift og utvikling.

LEMONSJØ
FJELLSTUE

+47 61 23 87 22 post@lemonsjoe.no

Bestill bord Bestill overnatting

Hjem Mat & drikke Overnatting Aktiviteter Kunst & kultur Mater & events Blogg Norsk bokmål

Mat & drikke

Vi legger vår sjel i god mat; tradisjonsrik, klassisk norsk, lokal, hjemmelaget, raus og velsmakende. Vår a la carte-servering byr på den fleksibiliteten vi ønsker du skal finne i den norske fjellheimen. Velkommen!

Mat med identitet

Restauranten vår i Fjellstua har plass til omlag 95 gjester. Peisestuen har 30 plasser samt tilhørende salong med peis. Fjellstua er i fittig bruk hele året, både lokale, folk på farten, hyttefolk i området samt norske og utenlandske turister. Det setter vi pris på!

Familien Furuset, med Marit i spissen på kjøkkenet, står bak mer enn 45 års drift og har opparbeidd et utmerket kjøkken som tilbyr tradisjonsrike retter og egne spesialiteter der hovedfokus er alltid på vert rein, hjemmelaget mat. Kjøkkensjef Tor-Ivar, 2. generasjon Furuset på Lemonsjø, er lidenskapelig opptatt av råvarens opphav og produksjon. Han har en eksepsjonell evne til å finne frem til de beste råvarer som gir den gode hverdagsmiddagen eller mer ekstravagante retter og menyer.

lemonsjøen. Vi har vår egen tilhørende lokale mat og drikke som hentes fra lokale jaktlag og medisterkakkene fra

Hvem er Matfylket Innlandet?

Matfylket Innlandet er et initiativ for å samle landbruket, reiselivet og matproduksjonen i Innlandet i et samarbeid for å bygge en sterk matregion. Dette har vi gjort ved å etablere Mat & drikke fra Innlandet SA.

4.2 Lokalsamfunn, fritidsinnbyggere og dialog

Gode relasjoner mellom **fastboende, fritidsinnbyggere og besøkende** er en forutsetning for bærekraftige og robuste lokalsamfunn. I 2025 har dialog og involvering på lokalsamfunnsnivå vært viktige virkemidler i arbeidet med reisemålsutvikling i regionen.

Eksempler på arbeid i praksis:

- Dialog og møteplasser med fritidsboligeiere gjennomføres i flere kommuner. Blant annet Gausdal, Øyer og Lesja har alle egne etablerte møteformer i forbindelse med påsken.
- Prosessen med besøksstrategi for Gålå (Sør-Fron kommune) inkluderte arbeidsverksteder og dialog med fritidsboligeiere, grunneiere, innbyggere, næringsliv og frivillige, som del av et bredt forankringsarbeid.
- I Midt-Gudbrandsdalen ble det i 2025 gjennomført en fritidsboligundersøkelse for Ringebu, Sør-Fron og Nord-Fron, som ga økt kunnskap om fritidsinnbyggernes bruk av lokale tilbud, tilknytning til stedet og rolle i lokalsamfunnet.

Åpen dialog og involvering bidrar til **bedre forståelse, større legitimitet og mer kunnskapsbaserte løsninger** – til nytte for både lokalsamfunn, næring og besøkende.



4.3 Jobbkvalitet og rekruttering

Reiselivet er en viktig arbeidsgiver i regionen, og **jobbkvalitet, kompetanse og rekruttering av framtidig arbeidskraft** er sentrale forutsetninger for sosial bærekraft. I 2025 har både næring og destinasjonsselskap hatt økt oppmerksomhet på trivsel, læring og langsiktig rekruttering.

Eksempler fra praksis:

- **Lærlinger og fagopplæring:** Lemonsjø Fjellstue har hatt lærlinger innen kokk og reiseliv og bidrar aktivt i opplæringsarbeid i samarbeid med Opplæringskontoret Brimi-Kjøken.
- **Lokal rekruttering og helårsarbeidsplasser:** Lauv prioriterer lokal arbeidskraft og helårsjobber, noe som bidrar til kortere arbeidsreiser, økt trivsel og sterkere lokal tilknytning.
- **Frivillighet og arbeidsvilkår i arrangement:** Birken har blant annet økt godtgjøringen til frivillige og arbeidet systematisk med å verdsette innsats og sikre gode rammer for gjennomføring.
- **Arbeidsmiljø og fellesskap:** Flere aktører, blant annet Vikingskipet Hotel & Spiseri, legger vekt på tiltak som styrker fellesskap, trivsel og inkludering i arbeidshverdagen.
- **Synliggjøring av reiselivet som karrierevei:** Rada Reiseliv har i 2025 deltatt på utdanningsmesser og holdt foredrag og presentasjoner ved videregående skoler og universitets- og høgskolemiljøer, for å synliggjøre reiselivet som en attraktiv og langsiktig arbeidsplass for unge og framtidig arbeidskraft.

Gjennom deling av erfaringer og tematikk i Partnerytt har jobbkvalitet, rekruttering og kompetanse vært løftet som viktige tema i dialogen med næringen.



4.4 Kompetanse og kunnskapsdeling

Kompetanse og kunnskapsdeling er en forutsetning for **kvalitet, profesjonalitet og bærekraftig utvikling** i reiselivet. Rada Reiseliv har i 2025 hatt en tydelig rolle som tilrettelegger for læring, erfaringsdeling og kobling mellom næring, utdanning og offentlige aktører.

Rada Reiselivs bidrag i 2025:

- Tilrettelegging for **kurs, samlinger og faglige møteplasser** for reiselivsnæringen
- Formidling av relevant **kunnskap, innsikt og verktøy** gjennom Partnernytt og egne arrangementer
- Kobling mellom **næring, utdanningsmiljøer og offentlige aktører** for å styrke langsiktig kompetanseutvikling

Eksempler på kompetansetiltak i 2025:

- Summit Kvitfjell: Næringslivsuka på snø. Tema: Bærekraftig destinasjonsutvikling
- Kursrekker, blant annet *Lær hvordan benytte AI og Campingforum*
- Fagmingling i forkant av *Reiseliv'25*
- Videreformidling og anbefaling av eksterne kurs og tilbud fra samarbeidspartnere som blant annet NHO Reiseliv og Nordland fagskole

Kompetansetiltakene bidrar til å styrke **gjennomføringsevne, kvalitet og omstillingsevne** i reiselivsnæringen, og er et viktig supplement til det praktiske bærekraftsarbeidet som beskrives i øvrige deler av rapporten.

Torsdag 6. mars 09:30 - 16:45
Bærekraftig destinasjonsutvikling

 Victoria Valder-Walser Executive Director of Kilobate Tourism	 Terry Slovans Founder & MD, Slovans & Associates	 Mia Novak ALMAS, Slovenia	 Ole Michael Bjørndal Fagdirektør næringssjiktet, RHO Norway
 Therese Sjøstend V3, Åre Fjordhotell AS	 Ole Robert Reitan CEO, Reitan Reiseliv	 Frode Hov CEO, Lofoten Grouping AS and Lofoten Lines	 Arne Sævig Digital Lead i Sørlands Reiselivsselskapet
 Andus Pettersen Ardingleder for reiselivsutvikling, Reiseliv Norge	 Erik Nissen-Johansen Styremedlem og innvandringsleder for Øst-Troms	 Ingrid The CEO, Cape West Sea Lodge	 Arne Njållinas Reiselivssjef



4.5 Arrangementer, frivillighet og sosial verdiskaping

Arrangementer er en viktig del av regionens reisemålstilbud og bidrar til **møteplasser, lokal stolthet, frivillig engasjement og aktivitet i lokalsamfunnene**. Samspillet mellom frivillige, arrangører, reiselivsnæring og offentlige aktører er ofte avgjørende for å lykkes. I 2025 var **Rada Reiseliv i dialog med over 25 arrangører** og bidro med rådgivning, koordinering og vertskapskompetanse til både etablerte og nye arrangementer.

Eksempler på sosial verdiskaping i praksis:

- **Gatebirken** bringer Birken-konseptet inn i byrommet og skaper lavterskel deltakelse, frivillig engasjement og økt aktivitet i Lilleham mer sentrum.
- Arrangementer i både by og distrikt mobiliserer **lokal frivillighet** og skaper bred deltakelse, eierskap og lokal stolthet.
- Samspill mellom **arrangører, reiselivsbedrifter og kommuner** gir bedre forankring, gjennomføring og bruk av eksisterende infrastruktur.
- Gjennom **Rada Reiselivs deltakelse i nasjonale samarbeid og nettverk** får arrangører tilgang til kompetanse og erfaringsdeling, samtidig som **lokale aktører og frivillige står for gjennomføringen**.

Arbeidet i 2025 har særlig handlet om tydeligere roller mellom frivillighet, næring og offentlig sektor, mer koordinert og bærekraftig gjennomføring og styrket lokal forankring og langsiktig gjennomføringsevne

Arrangementer bidrar dermed til **sosiale verdier langt utover selve arrangementet**, og styrker fellesskap, identitet og attraktivitet i regionen.



Nyheten Birken Gateløp arrangert for første gang i 2025



Nasjonalt samarbeid om satsing på arrangement

5 Økonomisk betydning og levedyktighet

Reiselivet som samfunnsbærer

Reiselivet er en viktig næring i regionen og bidrar til **sysselsetting, verdiskaping og aktivitet i lokalsamfunnene**. En robust og lønnsom reiselivsnæring er en forutsetning for langsiktig bærekraft, lokale arbeidsplasser og videre investeringer i kvalitet, miljø og vertskap.

I arbeidet med bærekraftig reisemålsutvikling henger **økonomi, miljø og sosiale verdier tett sammen**. Økonomisk levedyktighet gir handlingsrom for omstilling, samarbeid og langsiktig utvikling. Både i næringen og i kommunene.



2,1 mill.

gjestedøgn



2,43 mrd.

i verdiskaping



6 000

sysselsatte



Datagrunnlag:

Tall for verdiskaping, sysselsetting og økonomi er basert på **nyeste tilgjengelige statistikk fra 2024**, mens gjestedøgn og overnattingstall viser **utviklingen i 2025**.

5.1 Reiselivets økonomiske betydning i regionen

Verdiskaping i reiselivet i regionen kommer i stor grad til uttrykk gjennom **sysselsetting, lokale ringvirkninger og kommunale inntekter**. Tallene for 2024 (som er nyeste tilgjengelige økonomiske statistikk) gir et konkret bilde av hvordan reiselivet bidro til lokal og regional økonomi også i 2025.

- Reiselivet sysselsatte om lag **6 000 personer**, tilsvarende rundt **3 400 årsverk**, og utgjorde dermed en viktig del av arbeidsmarkedet i flere kommuner.
- De ansatte i reiselivsnæringen bidro med anslagsvis **130 millioner kroner i personskatteinntekter** til kommunene i regionen.
- Rundt **540 aktive reiselivsforetak** bidro til økonomisk aktivitet gjennom drift, investeringer og kjøp av lokale varer og tjenester.

Verdiskapingen i reiselivet gir dermed **direkte effekter** gjennom arbeidsplasser og foretak, **indirekte ringvirkninger** gjennom handel, transport, bygg, tjenester og lokale leverandører og **kommunale inntekter** som bidrar til finansiering av velferdstjenester og lokal utvikling.



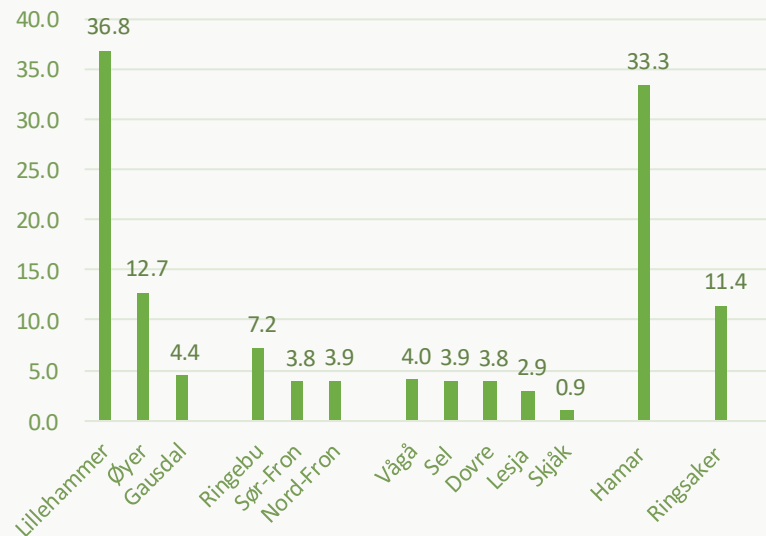
5.1 Reiselivets økonomiske betydning i regionen

Verdiskaping i 2024
2,43 mrd (-1,8%)
 +6% siden 2019

Verdiskaping fordelt på regioner

Lillehammerregionen: 981 mill (-6,2%)
 Midt-Gudbrandsdalen: 217,2 mill (20,8%)
 Nord-Gudbrandsdalen: 310 mill (+16,7%)
 Hamar: 663,4 mill (+5,8%)
 Ringsaker: 257,7 mill (-1,5%)

Kommunale inntekter fra personskatt
 (reiselivsnæring)



5.2 Sesong og gjestedøgn i 2025

Utviklingen i **gjestedøgn i 2025** gir et oppdatert bilde av besøksmønstre, sesongvariasjoner og markedsutvikling i regionen. Tallene viser både styrker og utfordringer i reiselivets økonomiske grunnlag.

Hovedtrekk i 2025:

- Regionen hadde totalt om lag **2,1 millioner kommersielle gjestedøgn**, en **økning på nær 3 %** sammenlignet med året før.
- **Utenlandske gjestedøgn økte tydelig**, mens norske gjestedøgn var mer stabile gjennom året.
- Sommeren var den klart sterkeste perioden, mens vintersesongen fortsatt står sterkt i deler av regionen, særlig i Lillehammer-regionen og fjelldestinasjonene.

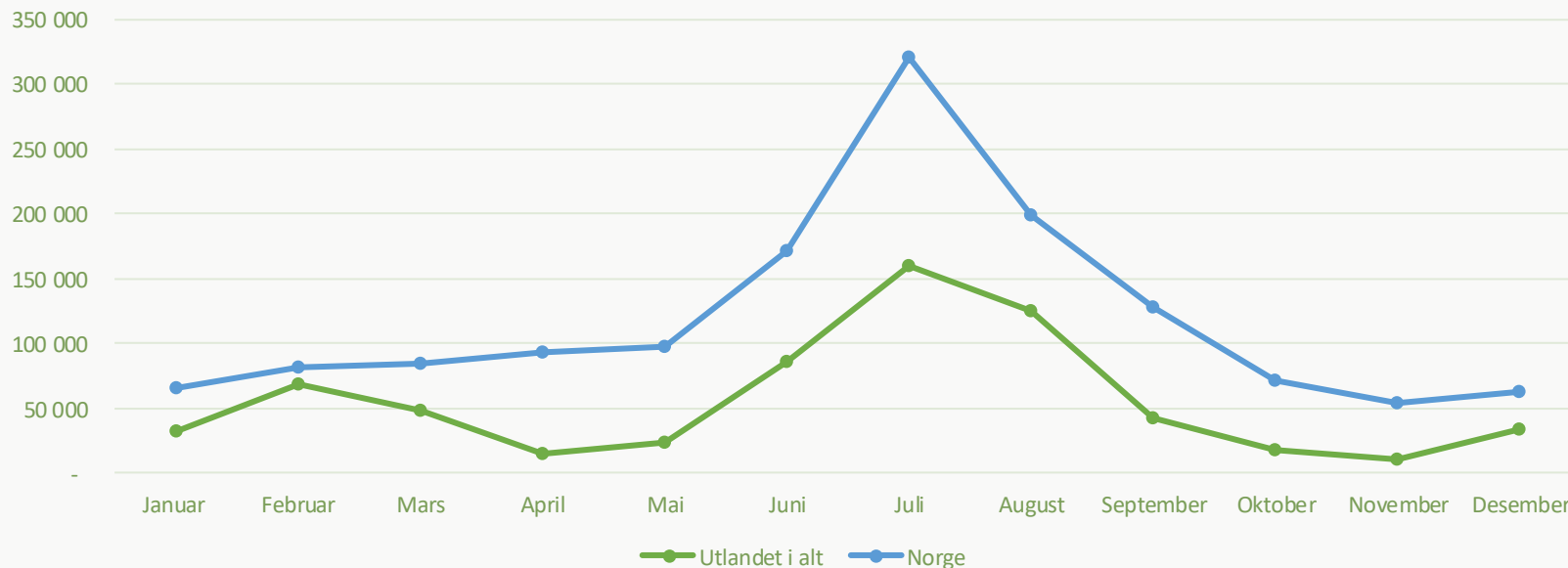
Sesongmønsteret i 2025 viser:

- Tydelig konsentrasjon av gjestedøgn i **høysesongene sommer og vinter**
- Større variasjon mellom regionene i sesongtyngde og markedssammensetning
- Et fortsatt potensial for **bedre utnyttelse av skulder- og lavsesong**, med betydning for helårsdrift og økonomisk stabilitet

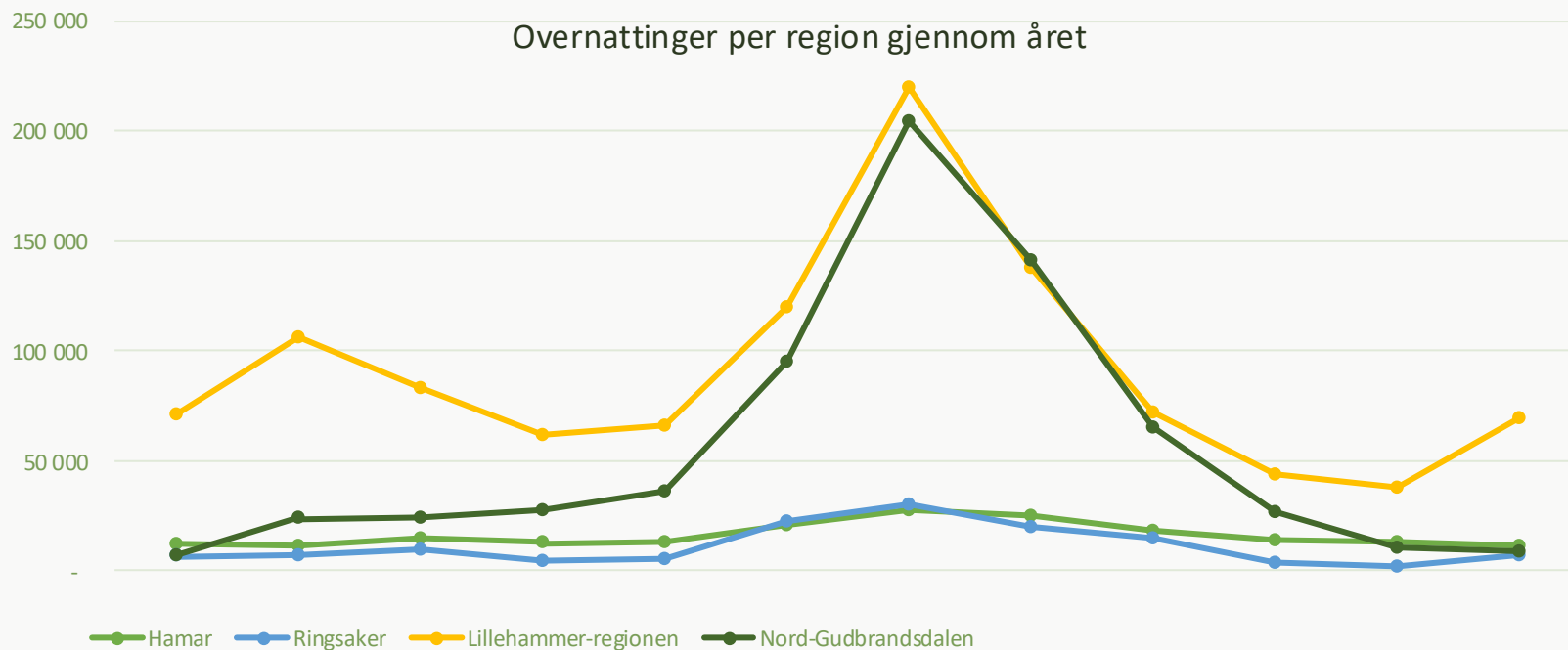
Utviklingen i gjestedøgn i 2025 viser at regionen er attraktiv i markedet, samtidig som **sesongavhengigheten fortsatt preger reiselivets økonomi** og rammer for verdiskaping.

5.2 Sesong og gjestedøgn i 2025

Antall overnattinger gjennom året



5.2 Sesong og gjestedøgn i 2025



5.3 Tilgjengelighet, eksport og trafikkråd

Tilgjengelighet til og i regionen er en viktig forutsetning for **gjestedøgn, verdiskaping og økonomisk aktivitet**. I 2025 ble tilgjengelighet tydeligere koblet til reiselivets økonomi gjennom konkrete samarbeidsgrep.

- **Rada Trafikkråd** ble etablert som et fast samarbeidsforum mellom reiselivsnæringen og sentrale transportaktører.
- Trafikkrådet samlet blant annet **Avinor, Vy, SJ og regionale reiselivsaktører** i felles dialog.
- Arbeidet har hatt fokus på **sammenheng mellom fly, tog og reisemål**, særlig for vinter- og helårsdestinasjoner.

Dette viser:

- At tilgjengelighet vurderes som en **økonomisk forutsetning for videre vekst og stabilitet** i reiselivet.
- At bedre samspill mellom transport og reisemål er relevant for både **internasjonale markeder og helårstrafikk**.



5.4 Innsikt som grunnlag for bedre beslutninger

Tall for verdiskaping (2024) og gjestedøgn (2025) gir et felles kunnskapsgrunnlag for beslutninger i reiselivet.

Innsikt fra 2024–2025 viser at:

- reiselivet er en **sentral samfunnsbærer**, med betydning for sysselsetting, kommunale inntekter og lokal økonomi
- økonomien er **tydelig sesongavhengig**, med konsentrert aktivitet i sommer- og vintersesong
- tilgjengelighet og sammenhengende transportløsninger er **avgjørende for å nå eksport- og helårsmarkeder**

Rada Reiselivs bidrag i 2025:

- deling av **nøkkeltall, markedsinnsikt og utviklingstrekk**
- formidling av innsikt gjennom **Partnernytt og samlinger**
- bidrag til **felles forståelse** av økonomiske rammer og muligheter i regionen

Denne innsikten danner grunnlag for videre arbeid med **robusthet, samarbeid og målrettede tiltak** i reiselivsutviklingen.

Innsikt og rapporter

Rada Reiseliv ønsker å være en kompetansepartner for våre samarbeidspartnere. Et ledd i dette er å bidra til innsikt tilgjengeliggjøring av analyser til våre medlemmer.

2025

2,1 mill. gjester
2,43 mrd. verdiskaping
6 000 ansatte

Fra gjestedøgn til verdier
En samlet oversikt over utviklingen i reiselivet i 2025, basert på tall for gjester, ansatte og verdier.
[read more](#)

Årsrapport 2025
Fra etablering til felles retning: Rada Reiseliv sitt arbeid i 2025 2025 ble et viktig etableringsår for Rada Reiseliv. Med tydelig retning. bred...
[read more](#)

Sterk høst for reiselivet, med internasjonal vekst
Sterk høst for reiselivet, internasjonal vekst og nye markeder gir optimisme. Høsten har gitt gode signaler for reiselivet i Rada-regionen. September...

6. Erfaringer, læring og veien videre

2025 har vært et år preget av etablering, samspill og konkret gjennomføring. Eksempelene i rapporten viser hvordan bærekraftig reisemålsutvikling faktisk har blitt omsatt i praksis; i næringen, i kommunene og i samarbeidet mellom aktører.

Dette kapittelet samler læring og erfaringer fra 2025, og peker på hva vi tar med oss videre.



6.1 Erfaringer og læring i 2025

Samlet sett viser arbeidet i 2025 at bærekraftig reisemålsutvikling i regionen har vært drevet fram gjennom **konkret samarbeid og praktisk gjennomføring**, heller enn overordnede planer.

Erfaringene fra 2025 viser at:

- **Samarbeid mellom kommuner, næring og forvaltning**, ofte organisert gjennom prosjekter og nettverk, har gitt bedre forankring og tydeligere roller i utviklingsarbeidet.
- **Prosjekter og samarbeidsarenaer** har fungert som viktige drivere for framdrift, koordinering og erfaringsdeling på tvers av regionen.
- **Tilgjengelighet er en nøkkelfaktor for eksportrettet reiseliv**, og avgjørende for å nå internasjonale markeder og styrke helårsaktivitet.
- Økonomisk utvikling og sosial bærekraft henger tett sammen med **sesongmønster, aktivitetsnivå og lokal verdiskaping**.

Erfaringene fra 2025 viser at **aktiv samhandling, kombinert med tydelige samarbeidsløp**, har vært avgjørende for å omsette ambisjoner til konkret handling i regionen.



6.3 Utfordringer vi tar med oss vidare

Samtidig som 2025 viser framgang og gjennomføring, synleggjør arbeidet også flere utfordringer som preger reiselivet i regionen.

- Reiselivet er fortsatt preget av **tydelige sesongvariasjoner**, som påvirker både økonomisk stabilitet og muligheten for helårsdrift.
- **Små og mellomstore aktører** har begrenset kapasitet og ressurser til å delta i og følge opp utviklingsarbeid over tid.
- Behovet for **mer samordnet og oppdatert innsikt** på tvers av regionen er fortsatt til stede, særlig som grunnlag for prioriteringer og felles retning.

Disse utfordringene danner et viktig bakteppe for vidare arbeid, og understreker behovet for **fortsatt samarbeid, prioritering og realistisk tilnærming** i utviklingen av reisemålet.



Regionale styrker: én region, mange roller

Eksemplene i denne rapporten viser at bærekraftig reisemålsutvikling i hele regionen bygger på **ulike regionale styrker og forutsetninger**, som samlet utfyller hverandre.

- **Lillehammer-regionen** har hatt en sentral rolle innen arrangement, vertskap, mobilitet og utviklingsprosjekter.
- **Midt-Gudbrandsdalen** har vist hvordan planverk, lokalsamfunn og besøksstrategier kan omsettes i praksis.
- **Nord-Gudbrandsdalen** har vist tydelig samspill mellom naturforvaltning, kunnskapsmiljøer og reiselivsutvikling.
- **Hamar** har bidratt med styrker knyttet til **kurs- og konferansemarkedet, arrangementer og tilgjengelighet**.

Samlet viser dette at regionene bidrar på **ulike måter**, og at mangfoldet i roller og tilnærminger har vært en styrke i reisemålsutviklingen i 2025.



7. Formidling av rapporten

Rapporten brukes som **grunnlag for dialog, deling og videre arbeid** med bærekraftig reisemålsutvikling i regionen.

Rapporten deles med:

- Partnere i Rada Reiseliv
- Samarbeidende kommuner i Hamar, Lillehammer og Gudbrandsdalen
- Regionråd og relevante offentlige aktører
- Kunnskapsmiljøer og næringsorganisasjoner

Rapporten publiseres også digitalt på **Radareiseliv.no**, og brukes aktivt i **møter, presentasjoner og dialog** gjennom året.

