

Innspill til handlingsplan for reiseliv, Norges museumsforbund

Norges museumsforbund mener det er viktig at næringsministeren og regjeringen legger frem en handlingsplan for reiselivet som involverer aktører innen flere næringer, og som også tar høyde for at en stor del av opplevelsene som etterspørres av både internt reisende i eget land og besøkende fra utlandet, er basert på tilbud i museene. Reiselivet er derfor en viktig del av verdiskapingen som skjer både i og rundt museenes virksomhet.

Norges museumsforbund representerer hele bredden i museumsfeltet uavhengig av eierskap og finansiering, og våre museer er lokaliserte i hele landet. I mange av museene er turistbesøkene ofte sesongbasert, og året har høy- og lavsesong som gir potensial for besøksutvikling. Det er også mange museer som er helårsdestinasjoner for reiselivet og som bidrar vesentlig til den lokale verdiskapingen. For mange utgjør besøkende fra reiseliv og turisme en viktig del av museenes måloppnåelse knyttet til forventninger og krav om egeninntjening og økende besøkstall.

I regjeringens Veikart for reiselivet fra 2024, fremheves det at det ligger mange muligheter for både reiselivet og museene i å samarbeide tettere rundt utviklingen av pakkeprodukter og utviklingsprosjekter lokalt. Norges museumsforbund har opprettet fagseksjon for besøks- og attraksjonsforvaltning for å styrke museene i arbeidet opp mot reiselivet. Det er viktig at museene blir tatt med på laget i den videre utviklingen av reiselivet og får delta rundt bordene på alle nivåer med kunnskap og bidrag inn i utviklingen av gode opplevelsprodukt tett på de lokalsamfunnet som museene forvalter historiene til.

Vi takker for muligheten til å sende inn innspill til handlingsplan for reiseliv, og vil under svare på spørsmålene som stilles i invitasjonen, med utgangspunkt i museene.

1. Hvordan bidra til godt samspill mellom et reiseliv i vekst og gode lokalsamfunn?

Det er en forutsetning for bærekraftig reiselivsutvikling at museer og andre kulturinstitusjoner involveres systematisk i planlegging og utvikling av reiselivsstrategier regionalt og lokalt på lik linje som det øvrige næringslivet og andre relevante aktører.

Museene har god kompetanse på å utarbeide besøksstrategier og tiltak for å øke besøkstallene, samt tilrettelegge og nå ut til ulike besøksgrupper. De er også viktige aktører i lokalsamfunnet, som sosiale møteplasser og arenaer for arrangementer og kulturopplevelser.

Museene er også attraktive reisemål i seg selv. De siste årene har det vært en stor satsning på museumsbygg, spesielt i storbyene; Nasjonalmuseet og Munch i Oslo og Kunstsilo i Kristiansand har fått omtale både nasjonalt og internasjonalt og opplevd besøksrekorder etter åpning. I 2026 åpner også, blant annet Anno historiesenter og SKREI opplevelsessenter. Satsninger utenfor byene, som for eksempel Kistefos-museets The Twist, bidrar til både økt turisme og skaper større interesse blant lokalbefolkningen. I Lofoten er museene en svært viktig grunnpilar for den lokale verdiskapingen i reiselivet og helårsturismen er med på å skape grunnlag for god utvikling og museer som har åpent hele året.

Det er viktig å bevare byggene som vi allerede har og i Veikart for reiselivet (2024) er ett av tiltakene en bevaringsstrategi for verdifulle kirkebygg, som nå løses gjennom Kirkebevaringsfondet. Museene forvalter store deler av den norske kulturarven, med over 5500 bygg, som også er en del av reiselivets totalpakke.

Bygningsvernundersøkelsen (2019) avdekket et behov på om lag 3,2 milliarder for å gjennomføre oppgradering på museene bygningsmasse, i tillegg til en årlig kostnad på om lag 400 millioner for løpende vedlikehold. I statistikken for Det nasjonale museumsnettverket for 2024 ser vi en videreføring av problemstillingene, og museene rapporterer at 49 % av bygningene har behov for restaurering, mens resten i ulik grad har behov for vedlikehold. Det er viktig å håndtere etterslepet av vedlikehold og antikvarisk bygningsvern i museene også for å støtte opp under utviklingen av reiselivet. Mange av museene er fortsatt ikke tilpasset besøk av store grupper eller grupper med særskilte behov for tilgjengelighet. Dette er en virkelighet som også turistene møter når de besøker Norge som må tas på større alvor fremover.

Museene bidrar også med verdiskaping regionalt og nasjonalt; hos museene tilbys arbeidsplasser innen tradisjonshåndverk, bygningsvern, naturforvaltning, formidling, forskning, salg og arrangementsavvikling, og mye mer. Mange har sin første sommerjobb

i det lokale museet og dette er med på å bidra til lokal stolthet og tilhørighet, som igjen bidrar til bolyst og bli-lyst hos ungdommene.

Museer og andre kulturaktører bidrar til å skape identiteten og særpreget ved de ulike destinasjonene i landet. I tillegg sitter de på stedsspesifikk kunnskap og faglig kompetanse som er avgjørende for å utvikle opplevelser med høy kvalitet og lokal forankring.

Vi anbefaler at:

- museenes bygningsarv ivaretas på lik linje med viktige kirkebygg gjennom tilpassede tilskuddsordninger
- museer inkluderes tidlig i utviklingen av lokale og regionale reisemålsstrategier
- museene anerkjennes som sentrale samarbeidspartnere på lik linje med det øvrige næringslivet
- det legges til rette for faste samarbeidsstrukturer mellom hele kultursektoren reiselivsnæring og offentlig forvaltning

Slik sikrer man både gode opplevelser for besøkende, samt legitimitet og verdiskaping i lokalsamfunnene.

2. Hvordan kan vi sammen sikre en ansvarlig og balansert vekst?

En bærekraftig utvikling av reiselivet forutsetter at hensynet til sårbare kulturmiljøer innlemmes i planlegging og styring av besøksstrømmer. Museer og kulturarvinstitusjoner har særskilt kompetanse på tålegrenser, slitasje og bevaring, og må derfor ha en tydelig rolle i slike prosesser.

Det er viktig å ha et langsiktig perspektiv for en balansert og håndterlig vekst i reiselivsnæringen, og det er viktig å beskytte natur- og kulturmiljø som er særlig utsatt for høyt besøkstrykk. Det er også viktig å satse på etablerte institusjoner som har godt forankret kompetanse og erfaring om lokalmiljøet. FNs bærekraftsmål er godt innarbeidet i museenes virksomhet og er viktig i den videre utviklingen av reiselivet.

Hensiktsmessig bruk av besøksbidrag til preventive tiltak er viktig. Museene innehar ekspertkompetanse når det kommer til bevaring av natur- og kulturmiljøer og må inkluderes og lyttes til i utredningsarbeid.

Museene kan også bidra aktivt til mer bærekraftige besøksmønstre, blant annet gjennom å utvikle tilbud i skuldersesonger og legge til rette for bedre fordeling av besøkende mellom destinasjoner.

Vi anbefaler at:

- vurdering av tålegrenser og sårbarhet ved de ulike kulturinstitusjonene inngår som et fast element i kommunale og regionale planer for reiseliv
- kulturarvinstitusjoner involveres tidlig i planlegging av besøksstrategier
- det utvikles tiltak for å spre besøk i tid og rom, inkludert styrking av skuldersesonger
- inntektene fra et besøksbidrag brukes til preventive tiltak der slikt bidrag blir innkrevd

Dette er avgjørende for å sikre at økt turisme ikke skjer på bekostning av kulturarven, men tvert imot bidrar til langsiktig bevaring og bærekraftig bruk.

3.Hvordan legge til rette for økt lønnsomhet og helårige arbeidsplasser i reiselivet?

Museumsforbundet mener at en satsing på kulturfeltet er viktig for helårige arbeidsplasser i reiselivet. Museene og andre kulturinstitusjoner er viktige for utvikling av lokalmiljøenes stedsidentitet, og er i aller høyeste grad med på å skape destinasjoner lokalt som tiltrekker turisme. Innovasjon Norges turistundersøkelse for sommeren 2025 viser blant annet at turister som legger stor vekt på kulturopplevelser har et høyere forbruk enn turister som i større grad drar for naturopplevelser og utendørsaktiviteter.¹ Nordlysturistene er også opptatt av å oppleve historie og kulturarv når de ferierer i Norge,

¹ [019647eebe1d5d92d3a8e8949644c04fe505ba43.pdf](https://www.innovasjon.no/rapporter/019647eebe1d5d92d3a8e8949644c04fe505ba43.pdf)

som er med på å gjøre turistene kjent med stedene de besøker. Hele 9 av 10 av de som svarte på undersøkelsen ønsket å oppleve en eller flere kulturaktiviteter på turen.²

Også i Kunstundersøkelsen 2025 fra Næringsforeningen i Trondheimsregionen viser at besøkende på kunstmuseer og -gallerier har et merforbruk i Trondheim på shopping, mat, drikke og overnatting.³ 37 % av de besøkende var tilreisende, og nesten én av fire tilreisende kom til byen på grunn av kunsten. Undersøkelsen konkluderer med at «besøkende på kunstgalleri og -museer bidrar med mer enn 270 millioner kroner i forbruk før og etter de har opplevd kunst i Trondheim. 210 millioner (78 %) av disse fra andre kommuner.»

Kulturinstitusjoner er en sentral del av verdikjeden i reiselivet og bidrar direkte til lokal økonomisk aktivitet. Inntekter fra billettsalg, servering og museumsbutikker er avgjørende for mange museers økonomi, og muliggjør samtidig styrking av institusjonenes samfunnsoppdrag innen formidling, forvaltning og forskning.

Kulturinteresserte turister har gjennomgående høyere forbruk og bidrar til økt verdiskaping på tvers av sektorer. Samtidig bidrar de til at museenes kunnskapsformidling når et bredere publikum.

Vi anbefaler:

- å styrke satsingen på kultur som en driver for helårsturisme gjennom incentivordninger og flere samhandlingsarenaer
- å synliggjøre at museene tilbyr helårs opplevelser i hele landet, uansett vær
- å sikre forutsigbare rammevilkår for museer og kulturinstitusjoner som reiselivsaktører
- å utvikle tiltak som kobler kulturtilbud tettere til destinasjonsutvikling og sesongforlengelse

Dette vil bidra til økt lønnsomhet, flere helårige arbeidsplasser, økt opplevelsestilbud, sterkere lokalsamfunn og enda bedre museumsopplevelser.

² [Nordlyssrapport - vinter TU 25 - Final v2.pdf](#), s. 26.

³ [Kunstundersøkelsen 2025 - Rapport-1.pdf](#)

