

2025

Hvordan nå 200 cruiseanløp og større lokale ringvirkninger i Nordkappregionen?



Stig Hansen

Nordkappregionen Næringshage

05.11.2025

Innhold

1.0	Bakgrunn:.....	2
2.0	Hva skjer i cruisemarkedet?.....	3
3.0	Bærekraft og teknologi	4
4.0	Hva betyr dette for Nordkapp?	6
4.1	Strategi for de neste 5 år.....	7
4.2	Terminal, logistikk og kvalitet: «Value for money» for rederier og gjester	7
4.3	Opplevelsesøkonomi: Fra «photo stop» til «must-do» pakker.....	7
4.4	Partnerskap og ruteutvikling:	8
4.5	Miljø og energi: Konkret grønn leveranse	8
4.6	Priser, data og styring: Fra volum til verdikjede	8
5.0	Handlingsprogram 2026–2030	9
6.0	Kilder	11



1.0 Bakgrunn:

Nordkapp har vært et kjent reisemål siden 1800-tallet, og de første organiserte cruiseturene kom allerede på slutten av 1800-tallet. Europas overklasse og ekspedisjonsreisende besøkte Nordkapp med dampskip for å oppleve «verdens ende» og midnattssolen.

Etter andre verdenskrig tok cruisetrafikken seg gradvis opp igjen. Hurtigruten ble en viktig del av turismen, og flere internasjonale rederier begynte å inkludere Nordkapp i sine nordatlantiske ruter.



På 1970- og 80-tallet ble Nordkapp etablert som et fast stopp på mange sommerruter fra Storbritannia og Nord-Europa.

For Nordkappsamfunnet og Nordkappregionen Havn er cruisetrafikken en svært viktig inntektskilde som blant muliggjør investeringer i havnens fiskerihavner.

Den største utfordringen i tiden framover er å beholde attraksjonskraften, og aller helst øke den, slik at potensialet utnyttes, og de lokale ringvirkninger gir mulighet til videreutvikling og kvalitetssikring av opplevelsene. Nordkappregionen Havn har et klart mål om å nå et årlig besøkstall på 200 cruise fartøyer i løpet av få år.

På verdensbasis har cruisevolumet passert 34,6 mill. passasjerer i 2024 (+9 % vs. 2023), og er ventet å nå ca. 42 mill. i 2028. Kapasiteten i cruise flåten øker fortsatt, men med noe lavere veksttempo etter 2025. Gjennomsnittsalderen ser ut til å synke; Generasjon X og Millennials er de mest «cruise-positive».

Karibia og Middelhavet er fortsatt størst, men Nord-Europa/ “Exploration” (Arktis/Nordkapp) ligger som et voksende nisjeområde. Tredje kvartal er sterkest, men helårsetterspørselen øker.

Ser vi bare på Norge så var 2024 et vekstår i norsk turisme med 145,5 mrd. i totalforbruk og 103,9 mill. overnattinger. Cruisesegmentet alene anslås til 1,5 mill. Norges cruiseandel globalt er rundt 4,3 %, høyere enn andelen i landbasert internasjonal turisme (0,5 %).

I Norge gir cruise relativt lavere lokalt forbruk per gjest enn landbasert turisme, men volumet er stort – og turistenes betalingsvilje er høyest for organiserte aktiviteter,

shopping, mat og drikke. Det er dokumentert «trengsel» i de mest populære havnene i høysesongen.

I 2023 hadde Nordkapp 147 cruiseanløp og ca. 182 000 passasjeranløp. De besøkendes totale forbruk var ca. 430 mill. kr. Dette utløste ca. 340 mill. kr i verdiskaping og ca. 660 årsverk (over halvparten i Nordkapp).

2.0 Hva skjer i cruisemarkedet?

I rapporten fra Cruise Lines International Association (CLIA), State of the Cruise Industry, mai 2025, peker de på følgende markedsutsikter:



- Prognosen viser 42 millioner cruisegjester i 2028, med jevn vekst framover (2–5 % årlig).
- Cruise oppnår høyere kundetilfredshet enn alle andre ferieformer – både elve- og havcruise rangeres høyest på skalaen for reisendes opplevelse.
- Reisebyråer rapporterer at cruise vokser raskere enn alle andre ferieformer, og utgjør mer enn halvparten av det segmentet de opplever størst vekst i.
- Gjennomsnittsalderen for cruisegjester er 46,5 år, og to tredjedeler er under 60 år.
- Millennials og Generasjon X er de mest entusiastiske for fremtidige cruise – 81–84 % planlegger å cruise igjen.
- 31 % av passasjerene i 2024 var førstegangsreisende, og 12 % reiste alene, en dobling fra året før.
- CLIA-medlemsflåten passerte 300 havgående skip i 2024 og forventes å nå 310 i 2025.
- Totalt antall lugarer (kapasitet) overstiger 650 000 sengeplasser globalt i 2025.
- 37 nye skip skal leveres i perioden 2024–2028.

Rapportens hovedbudskap er at cruisenæringen er i sterk vekst globalt, og forventes å fortsette å vokse gjennom 2030-tallet. Den demografiske utviklingen viser at cruise i økende grad tiltrekker yngre, mer mangfoldige reisende. Og de viktigste strategiske prioriteringene fremover vil være bærekraft og teknologi. Bransjen ser seg som en integrert del av det globale reiselivet, med særlig vekt på økonomiske ringvirkninger i havnebyene og på lavere miljøfotavtrykk.

3.0 Bærekraft og teknologi

Cruise defineres som en av de mest ansvarlige og bærekraftige måtene å reise på, med store investeringer i grønnere drift og energiløsninger. Målet er netto nullutslipp innen 2050, i tråd med Parisavtalen. Dette skal oppnås gjennom innovasjon, samarbeid og bruk av nye energiformer. Rederiene investerer tungt i energieffektivitet, alternative drivstoff og landstrømanlegg. Mange nye skip bygges for å kunne bruke hydrogen, metanol eller LNG som overgangsteknologi. CLIA fremhever også sosial og økonomisk bærekraft, med fokus på samarbeid med destinasjoner for å maksimere lokale ringvirkninger og minimere belastning på lokalsamfunn. Bransjen løfter frem cruiseturisme som en del av bærekraftig ressursforvaltning, fordi den utnytter eksisterende sjøinfrastruktur med små naturinngrep sammenlignet med landbasert transport.

Rapporten fra CLIA peker på teknologi som hoved-driveren i omstillingen mot nullutslipp:

- Digital overvåking og sanntidsdata brukes for å redusere energiforbruk og optimalisere ruteplanlegging.
- Automasjon og kunstig intelligens bidrar til mer effektiv drift og sikkerhet om bord.
- Avanserte vannrensesystemer, batterihibridisering og landstrøm omtales som standard for nye skip.
-

I tillegg til miljøteknologi satser bransjen på smarte løsninger for gjesteopplevelse, inkludert kontaktløs innsjekk, personaliserte tjenester og integrerte apper som reduserer ressursbruk og øker sikkerheten.

CLIA understreker at veksten må skje i takt med teknologisk og bærekraftig innovasjon. De løfter frem samarbeid mellom havner, leverandører og myndigheter som avgjørende for å realisere grønn cruisevekst.

Kort sagt viser rapporten at cruiseindustrien beveger seg fra en tradisjonell reiselivsbransje til en høyteknologisk og grønn mobilitetsindustri, der bærekraft, energiomstilling og teknologisk innovasjon er helt sentrale drivere.

Bransjen forplikter seg til netto nullutslipp innen 2050. Over 60 % av cruiseskipene er allerede tilkoblingsklare for landstrøm, og flere rederier tester biodrivstoff, metanol og hydrogen. Cruise utgjør mindre enn 1 % av verdens handelsflåte, men er ledende på standarder for sikkerhet og miljø.

Rapporten fra CLIA peker på noen mulige strategiske prioriteringer for Nordkapp

2025–2030:

Målområde	Tiltak	Effekt
1. Bærekraftig havn	Etabler landstrøm og grønne rutiner (avfall, vann, energi)	Tiltrekker moderne cruiseskip
2. Opplevelsesøkonomi	Utvikle felles produktportefølje med lokale aktører	Øker lokal verdiskaping
3. Markedsposisjon	Profilér Nordkapp som “Gateway to the Arctic”	Øker synlighet internasjonalt
4. Kompetanse og partnerskap	Samlokalisering i ny cruiseterminal	Øker effektivitet og kvalitet
5. Sesongforlengelse	Satse på vintercruise og ekspedisjoner	Utnytter kapasitet hele året

4.0 Hva betyr dette for Nordkapp?

«Cruiseplattformen» (Menon/Cruise Norway/CLIA) anbefaler at man fokuserer mere på lokal produktutvikling, kvalitetssikring («best practice»), håndheving av regelverk, trafikkspredning i tid/rom, samt investeringer i landstrøm og miljøtiltak.



Når det gjelder standarden for havn og terminal peker Cruise Norway sine kvalitetsretningslinjer på informasjon, guiding, logistikk og miljø (EWS, avfall, støy, kapasitet). Reiselivsstrategier for Finnmark vektlegger besøksforvaltning, bærekraft, opplevelsesutvikling, samarbeid og helårig aktivitet som nøkkel for lokal verdiskaping.

Innovasjon Norge har sammen Epinion gjennomført en landsdekkende cruiseundersøkelse i 2019 helår. Det ble gjennomført 3232 intervju med cruisepassasjerer i 14 havner langs hele norskekysten, fra Kristiansand i sør til Nordkapp i nord.

Datainnsamlingen foregikk i perioden 21. mai til 31. september. I planleggingen av undersøkelsen ble det tatt høyde for mange ulike forhold; fra størrelse på skip, antall anløp og cruiseturistenes nasjonalitet, til geografisk lokasjon av havnen, type havn og rederi, samt antatt segment på skip/rederi.

Alle intervjuene er gjennomført som personlige intervju ved bruk av nettbrett. Datainnsamlingen foregikk over 75 intervjudager med 80 cruiseskip og på 175 cruiseanløp. Intervjuene ble gjennomført med cruisepassasjerer som var på vei tilbake til skipene etter et besøk i land.

Undersøkelsen hadde ikke vært mulig uten bistand fra 36 ulike havner, som har bidratt med informasjon om anløp, og statistikk fra Kystverket om nasjonalitetsfordeling i 2018 og faktiske anløp i 2019.

Denne undersøkelsen blir gjentatt i 2026. Dette vil gi ferske data på forbruk, kjøpskanaler og atferd – nyttig for å finjustere tiltak.

4.1 Strategi for de neste 5 år

- Dobbel strategi: Sikre basisvekst i sommer (flåtevekst, kapasitetsøkning) og vekst utenfor høysesong (vinter/vår/høst) der Nordlys og arktiske produkter gir pris- og kapasitetsfordeler. Dette følger nasjonale anbefalinger om sesongutvidelse.
- Produktkalender med «signaturer» (Nordlys, vinterfestival, lokal mat, sjøfugl og fiskerifortellinger) – solgt inn tidlig i rederienes planvinduer, knyttet til forutsigbar logistikk/kapasitet på land. (Støttes av innsikt om etterspørsel etter opplevelser i land)



4.2 Terminal, logistikk og kvalitet: «Value for money» for rederier og gjester

- Cruiseterminal 2027: Programmer bygg og område for effektiv passasjerflyt, crewfasiliteter, toaletter, wifi/strøm, vannpåfylling, interaktive infoflater, busshuber og tydelig wayfinding (tilpasset Cruise Norway-standardene).
- Kapasitetsstyring (EWS/slots): Innfør daglige kapasitetsgrenser for busser/attraksjon, slot-tider og «stille perioder» på sårbare steder. (Trenghet reduserer opplevelseskvalitet/omsetning.)
- Kvalitetsregime: Sertifiserte guider, lovlig transportører, «crew care»-tilbud og felles minstekrav til lokale leverandører. (Reduserer risiko → rederiene kjøper mer lokalt.)

4.3 Opplevelsesøkonomi: Fra «photo stop» til «must-do» pakker

- 3–5 «hero-opplevelser» utvikles med garantert kapasitet og differensierte prispunkt (premium/volum):
 1. Nordkappplatået «next-gen» (stille soner, naturtolkning, kulturinnslag)
 2. Ocean Stories: kystkultur & sjømat (kortreist servering, «sea-to-table»)
 3. Arctic Winter Experiences: nordlys, snø, kystliv (tilpasset ulike mobilitetsnivå)

4. Nature-lite buss/vandring med lokal handel (kurerte «shopping & stories»-løyper)
5. Crew-pass (rabatt/aktivitet) for å øke off-ship spend også fra mannskap. Dette svarer direkte på hvor cruiseturister bruker mest penger og hvordan mer av forbruket flyttes til land.

4.4 Partnerskap og ruteutvikling:

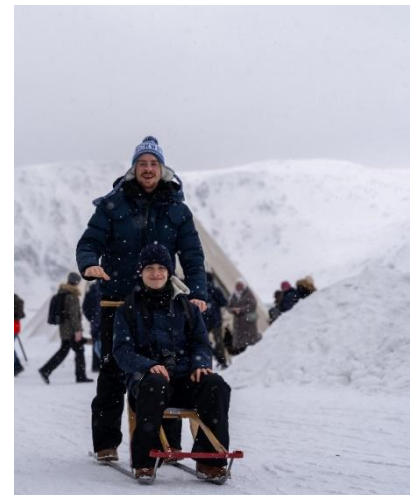
- Regionalt rutenett med Alta/Hammerfest/Varanger for rotasjon og avlastning i høysesong, slik Cruiseplattformen anbefaler. (Flere havner + lengre sesong = høyere samlet verdiskaping, lavere trengsel.)
- Snuhavn-case: Utrede Lakselv/Alta som fly-kobling for utvalgte ekspedisjons- og ukes cruise (høy ringvirkning på hotell/transport). Bygger på tidligere vurderinger.

4.5 Miljø og energi: Konkret grønn leveranse

- Landstrøm-plan (og miljøindeks) for prioritering/prisdifferensiering, samt nullutslippsløsninger i lokal transport (elbuss, Eurobetaling, tydelig info). Dette er gjennomgående anbefalt – og kommersielt viktig i rederienes porteføljevalg.
- Kommunikasjon: «Cruising to Nordkapp responsibly» – synliggjør tiltak, data og lokal nytte (finansiering av fiskerihavner m.m.).

4.6 Priser, data og styring: Fra volum til verdikjede

- Dynamisk pris/vederlag koblet til kvalitet/miljø (landstrøm, slot-etterlevelse) – uten å true konkurranseevnen. Fortsett markedstilpasning.
- Dataprogram 2026–2030: Bruk 2026-undersøkelsen til å måle forbruk pr. passasjer, «take-rate» på utflukter, andel lokalt vs. via rederi – og optimaliser pakker/kanaler årlig.



5.0 Handlingsprogram 2026–2030

A. Marked & rute (mål: ≥ 200 anløp)

- Årlige «line reviews» med topp 10 rederier (Q1): pakkekalender, slots, vintertilbud.
- Regional pitch sammen med nabohavner (Q2): «Nordkapp Cluster Sailing» (trafikkspredning).
- Snuhavn-forstudie (Q3–Q4 2026): rute, fly, ground-handling, toll/sikkerhet.



B. Produkt & kapasitet (mål: +20–30 % lokal spend/passasjer)

- Rull ut 3–5 «hero-opplevelser» med kapasitetsgaranti, tidsluker og prisstiger (2026).
- Crew-pass og handelsløype (2026), guide-akademi/autorisasjon (2026–2027).

C. Terminal & logistikk (mål: 0 kø-minutter ved landsetting, 95 % slot-etterlevelse)

- Cruiseterminal: detaljprogram/brukerkrav Q1 2026; bygging 2026–2027; åpning 2027.
- EWS/slot-system + busshub og wayfinding (2026).

Kjelvik skal nå settes i stand: Pomorhandel, krig og heksebrenning



TAR VARE PÅ. Kjelvik er det første hele fiskeveret Terje Eggen har sett seg som mål å få i stand. Fra før har han tatt for seg enkeltbygninger andre steder i Norge.

D. Bærekraft & energi (mål: 80 % landstrømsstilkopling innen 2029 på aktuelle kai)

- Plan for landstrøm-faser + miljøindeks-insentiver (2026–2028).

E. Innsikt & målstyring

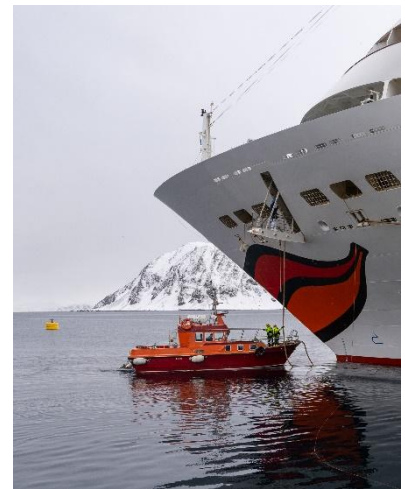
- KPI-sett: anløp, passasjerer, «lokal spend/pass.» (mål: +30 % innen 2030), «crew spend», NPS, vinterandel, utslippsindikator, slot-etterlevelse (rapporteres kvartalsvis). Datadrevet justering årlig basert på 2026-undersøkelsen og egne målinger.

Risikofaktorer å håndtere proaktivt

- Regulatorisk usikkerhet (lønns-/miljøkrav): Scenario-planer viser betydelig effekt på trafikk/økonomi dersom konvensjonelle anløp faller bort. Diversifiser sesong/segment og styrk «must-do» lokalt for å tåle svingninger.
- Trengsel/omdømme: kapasitetstak, slotter, bedre besøksforvaltning og helårsstrategi motvirker dette.

Kort oppsummert

- Vekstmuligheten er reell (global flåtevekst + sterk etterspørsel), og Nordkapp har posisjon – men konkurransen om rutene skjer på kvalitet, forutsigbarhet, kapasitet og bærekraft.
- Med terminal 2027, tydelig sesongstrategi, kvalitetsregime, regional rutenett-logikk og miljøleveranse, er 200 anløp og høyere lokal verdiskaping et realistisk 2030-mål.
- Usikkerhet rundt utviklingsplaner knyttet til Nordkapp platået, resultater knyttet til ny cruiseundersøkelse i regi av Innovasjon Norge/Epinion 2026, samt Masterplanen for reiselivet.



6.0 Kilder

CLIA State of the Cruise Industry 2025 (global utvikling og prognoser).
Innovasjon Norge: Nøkkeltall om norsk turisme 2024 (nasjonale tall, cruiseandel).
Cruiseplattformen – Menon/Cruise Norway/CLIA (anbefalinger for verdiskaping, spredning og miljø).
Epinion/Innovasjon Norge (2019 cruiseundersøkelse – forbruk, trengsel og kjøpemønster).
Menon 117/2024 (Nordkapp: volum, ringvirkninger og scenarier).
Cruise Norway kvalitetsguidelines (standarder terminal/guide/logistikk/miljø).
Notat: Nordkapp Cruiseterminal 2025 (terminalplan, rolle for havna, framdrift).
Horwath 2006 (Nordkapp som endepunkt/snuhavn, kapasitetsbehov).
Reiselivsstrategier for Finnmark (besøksforvaltning/bærekraft/opplevelser).
Ny cruiseundersøkelse 2026 (planlagt, metode/omfang).