

# Sluttrapport Den nasjonale eksportsatsingen på grønn maritim

# Oppsummering og anbefalinger

Nasjonalt Eksportråd foreslo et operativt eksportmål for maritim næring på 128 mrd. kroner i eksportinntekter innen 2030. Målet omfattet skipsverft, utstysleverandører og tjenesteleverandører i den maritime verdikjeden. For å nå dette, foreslo rådet en pakke med eksportrettede tiltak med en samlet budsjetttramme på 157 mill. kroner, fordelt på 46 mill. kroner i 2023, 52 mill. kroner i 2024 og 59 mill. kroner i 2025.

## Identifiserte behov for å nå eksportmålet

### Maritim industri pekte på følgende behov for å styrke eksportarbeidet:

- ▶ Bedre koordinering mellom bedrifter, myndigheter og virkemiddelapparatet – nasjonalt og internasjonalt.
- ▶ Bedre kobling mellom bedriftene og uteapparatet.
- ▶ Styrket maritim kompetanse i uteapparatet i utvalgte markeder.
- ▶ Strategisk posisjonering og kommunikasjon (merkevarebygging og markedsføring).
- ▶ Bedre utnyttelse av potensialet i Europa gjennom EUs grønne skifte.

### Tildelte midler

Faktisk bevilgning til satsingen ble betydelig lavere enn foreslått:

- ▶ 20 mill. kroner i 2023
- ▶ 20 mill. kroner i 2024
- ▶ 11 mill. kroner i 2025

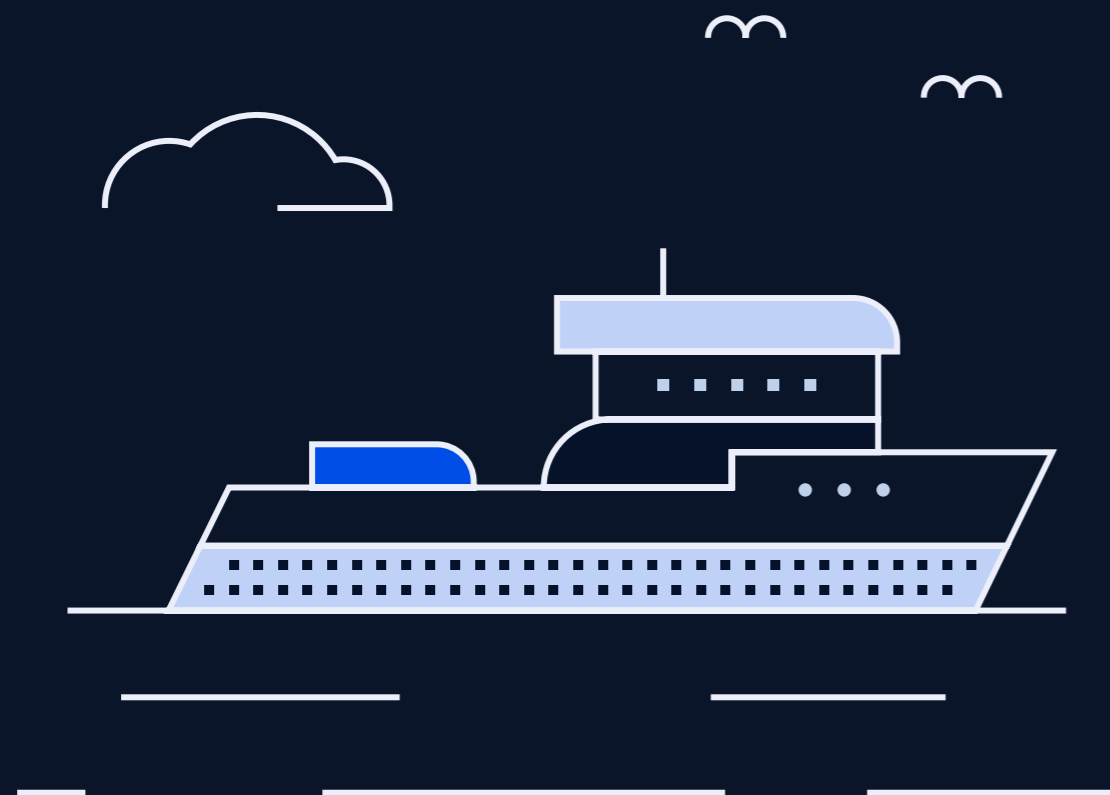
**Samlet tildeling: 51 mill. kroner.**

Oppdragsbrev fra NFD ble sendt til Innovasjon Norge 4. juli 2023, prosjektstyret ble oppnevnt 6. november 2023, og konstituerende møte ble avholdt 11. januar 2024. Det innebar at Innovasjon Norge fikk **51 mill. kroner over to år** for å bidra til å realisere et eksportmål på **128 mrd. kroner innen 2030** – betydelig lavere enn Eksportrådets anbefaling.

### Resultater og måloppnåelse

Ifølge Menon Economics har maritim eksport økt fra **81 milliarder kroner i 2021** til anslått **141 milliarder kroner i 2025**, tilsvarende en vekst på 73 prosent. Eksportmålet på 128 milliarder kroner ble dermed nådd allerede i 2024. Selv om utviklingen i hovedsak er markedsdrevet, vurderer prosjektstyret at eksportsatsingen har hatt en utløsende effekt gjennom bedre koordinering, raskere informasjonsflyt og tydeligere industridrevne prioriteringer.

Satsingen har vært tydelig rettet mot behovene industrien identifiserte. Gjennom målrettet arbeid for å styrke samhandlingen mellom næringsliv, myndigheter og virkemiddelapparatet, både hjemme og ute, har eksporten økt betydelig. En avgjørende faktor har vært at maritime klynger, Innovasjon Norge og øvrige næringsaktører i stor grad har tatt utgangspunkt i industridrevne prioriteringer og arbeidsformer. Det er viktig å presisere at Innovasjon Norge hadde en god struktur på det maritime eksportarbeidet, etter flere års målrettet innsats, da satsingen ble etablert. Samtidig gjorde de tildelte midlene det mulig å ta større grep i måten man arbeidet med resten av det maritime støtteapparatet.



### Effekter av satsingen

**Det er etablert en felles operativ plattform for Innovasjon Norge og de maritime klyngene som har:**

- ▶ gjort koblingen mellom bedriftene og virkemiddelapparatet hjemme og ute enklere
- ▶ utnyttet spisskompetanse i systemet mer effektivt
- ▶ styrket koordinering på tvers av organisasjoner
- ▶ bidratt til kompetanseoverføring og bedre systemforståelse

Planen er at også Utenriksdepartementet innlemmes i den operative plattformen. Industrien har lenge etterspurt bedre koordinering mellom virkemiddelaktørene, klyngene og Team Norway. En hovedgrunn til at satsingen har lyktes, er at industrien selv har lagt premissene, særlig gjennom rapporten «Mer og grønnere maritim eksport – forslag til nasjonal eksportsatsing». Innovasjon Norge ble samtidig gitt i oppdrag å bruke anskaffelser for å åpne for deltakelse fra private aktører, noe prosjektstyret vurderer som en nøkkelfaktor for den nasjonale mobiliseringen som er oppnådd.

Dette har blant annet gjort det mulig for maritime klynger og private aktører å prioritere eksportarbeid i tett samarbeid med Innovasjon Norge og øvrige deler av virkemiddelapparatet, basert på retning gitt av industrien.

“ En avvikling nå vil demontere etablert koordinering, nettverk, kompetanse og tillit, samtidig som andre land aktivt styrker sine posisjoner ”

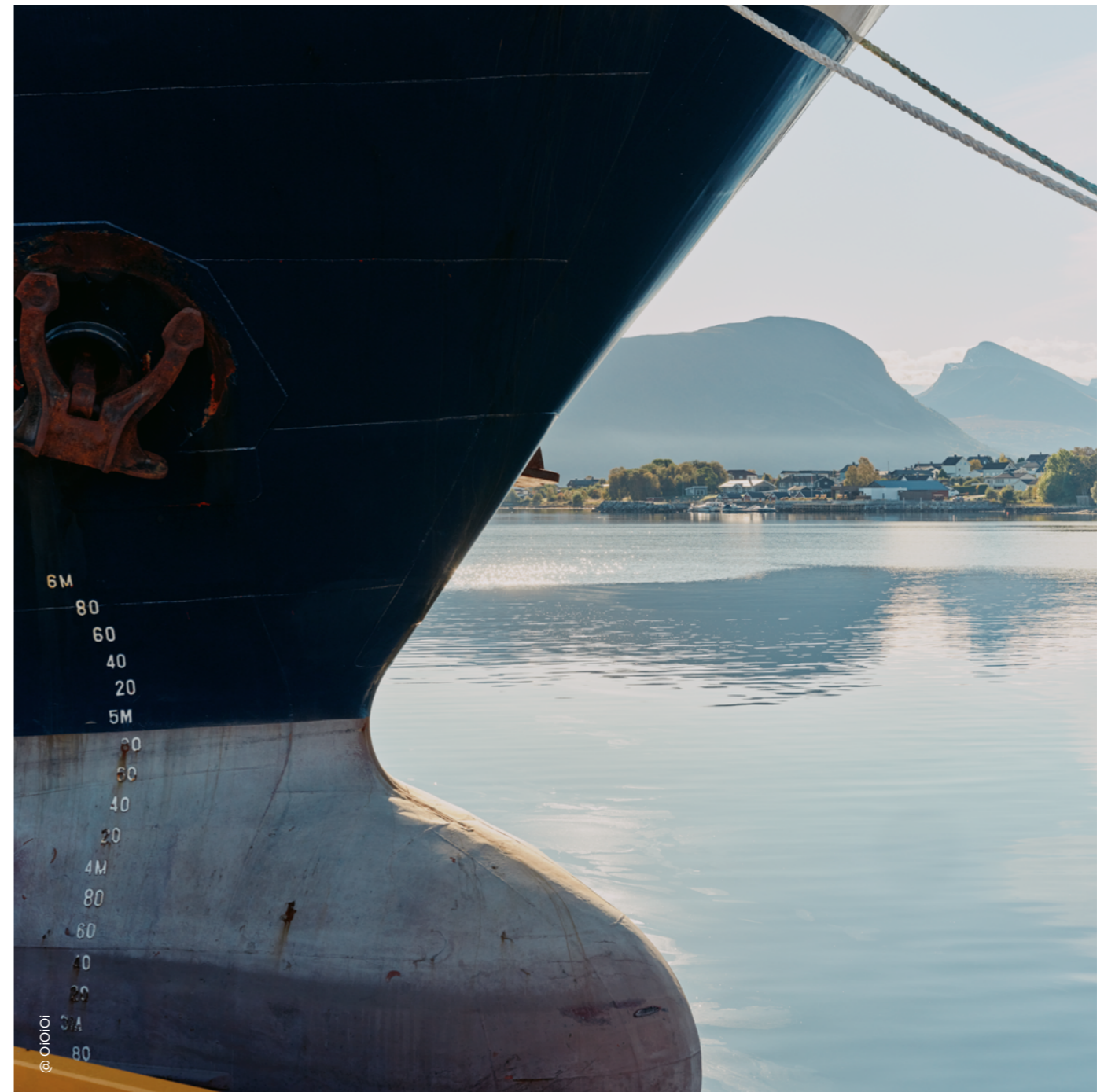
**Håvard Tvedte**  
Konstituert direktør  
Maritime CleanTech



### Anbefalinger

Det anbefales at Innovasjon Norge gis nye bevilgninger med et tydelig mandat til å koordinere og lede eksportarbeidet i maritim næring. Anbefalingen bygger på erfaringene fra **(1)** videreførte samarbeidsstrukturer, **(2)** koordinert arbeidsform i Team Norway, og **(3)** målrettet ressursbruk. Oppdraget bør videreføre kravet om anskaffelser som åpner for privat deltakelse. Satsingen har på to år etablert et velfungerende og koordinert maritimt virkemiddelapparat med klare ansvarsområder og arbeidsformer. Prosjektstyret vurderer at varigheten likevel har vært kort sett opp mot sektorens lange løp, og at videreføring over flere år vil være avgjørende for varig effekt.

Det anbefales derfor at den maritime eksportsatsingen videreføres i perioden 2026–2030, med tilstrekkelige ressurser til å opprettholde og styrke den positive utviklingen som allerede er oppnådd.



# Innhold

## 1. Innledning

### 1.1 Bakgrunn

- 1.1.1 Hele Norge eksporterer
- 1.1.2 Nasjonalt Eksportråd
- 1.1.3 Formål og målsettinger
- 1.1.4 Prosjektstyrets rolle og mandat

## 2. Budsjettt og bruk av midler

## 3. Hovedelementer i satsingen

### 3.1 Eksportnettverk

### 3.2 Geografiske satsinger

- 3.2.1 Singapore og Sørøst-Asia
- 3.2.2 Fartøy til energi i Nord-Europa
- 3.2.3 Cruisemarkedet i EU og USA
- 3.2.4 Grønt maritimt skifte i Europa

### 3.3 Strategisk posisjonering og merkevarebygging

- 3.3.1 Grunnlaget i Brand Norway: «Stronger Together»
- 3.3.2 Strategisk profilering, ressurser, og materiale
- 3.3.3 Business Norway – Den skalerbare digitale spydspissen
- 3.3.4 Verdi for norsk eksport

### 3.4 Nye aktiviteter i regi av satsingen

- 3.4.1 Operativ prosjektplattform
- 3.4.2 Playbook
- 3.4.3 Cruise and Ferry Newsletter
- 3.4.4 LinkedIn
- 3.4.5 Klassifisering av de viktigste norske eksportbedrifter

## 4. Resultatoppnåelse

## 5. Aktiviteter

## 6. Vedlegg:

- 1. Ocean Hyway Cluster
- 2. GCE Blue Maritime Cluster
- 3. Maritime Cleantech Cluster

# 1. Innledning

Eksportsatsingen for maritim industri «Mer og grønnere maritim eksport» representerer et strategisk initiativ fra regjeringen for å styrke Norge som leverandør av teknologi, tjenester og kompetanse til det globale markedet. Denne rapporten er utarbeidet av det nasjonale prosjektstyret for Mer og grønnere maritim eksport, oppnevnt under eksportreformen «Hele Norge eksporterer». Prosjektstyret består av representanter fra den maritime næringens verdikjede, inkludert herunder leverandørindustri, verft, rederi og arbeidslivets parter, og fungerer som et strategisk, rådgivende organ som skal sikre retning, forankring og koordinering av arbeidet. Gjennom sin brede bransjekunnskap bidrar styret til å knytte sammen offentlige og private aktører samt sikre at satsingen utvikles i takt med næringens behov og internasjonale muligheter.

Formålet med denne rapporten er å gi en strukturert og faktabasert statusvurdering av arbeidet som er gjennomført, hva satsingen har bidratt til når det gjelder organisering av eksportarbeid, samt hvilke muligheter og utfordringer som ligger foran oss, med utgangspunkt i de ambisjoner og strategier som er definert i eksportreformen. Her presenteres bakgrunn og kontekst for satsingen, de overordnede målsettingene, samt en foreløpig analyse av hvordan koordinert eksportarbeid kan videreutvikles for å øke eksportvolum innen maritim industri. Rapporten skal legge grunnlaget for anbefalinger og fremtidige tiltak, med sikte på at norsk industri og næringsliv skal kunne opprettholde og styrke sin ledende posisjon innen maritim industri globalt.

Slik er rapporten ment å fungere som et verktøy, både internt for beslutningstakere og som et samlet dokument for aktører i verdikjeden, for å sikre at satsingen på maritim eksport får nødvendig forankring, retning og oppfølging.

“ Thanks to the fantastic Innovation Norway team at the Norwegian Embassy in Singapore, we had a jam-packed week in Singapore this week alongside the rest of the Norwegian contingent from the HPO program. The focus was alternative fuels and electrification in the maritime sector, and we were therefore in extremely good company ”



**Richard Inkster**  
Managing Director INKSTER Marine AS

## 1.1 Bakgrunn og kontekst

### 1.1.1 Hele Norge eksporterer

Regjeringen lanserte satsingen [Hele Norge eksporterer](#) i 2022 for å styrke norsk eksport utenom olje og gass. Målet er å øke eksporten med 50 prosent innen 2030. [Bakgrunnen](#) var behovet for å skape nye inntektskilder, sikre arbeidsplasser og bidra til grønn omstilling i møte med global konkurranse og energiomstilling.

### 1.1.2 Nasjonalt Eksportråd

Nasjonalt Eksportråd ble etablert våren 2022 som en del av Hele Norge eksporterer-reformen. Rådet skulle gi strategiske råd til næringsministeren, foreslå prioriterte markeder og større eksportsatsinger, samt bidra til bedre samspill mellom virkemiddelapparatet og næringslivet. Målet var å gjøre eksportarbeidet mer målrettet og effektivt, med sterkere involvering fra næringslivet.

I tillegg til innspill fra maritim næring, har Maritimt Forum og bransjeorganisasjoner som NHO Sjøfart og Norsk Industri bidratt med strategiske råd om markedsmuligheter og rammevilkår. Bedrifter og klynger, blant annet GCE Blue Maritime og NCE Maritime CleanTech, har delt erfaringer og identifisert teknologiske eksportmuligheter. I tillegg har LO og NHO gitt innspill om kompetansebehov og partnerskap, mens Innovasjon Norge har bidratt med råd om virkemidler og gjennomføring av eksportprogrammer. Denne brede involveringen sikrer at satsingen er forankret i næringens behov og gir et solid grunnlag for å styrke norsk maritim eksport i et globalt marked.

Nasjonalt eksportråd samlet alle innspillene i rapporten [«Mer og grønnere maritim eksport – forslag til nasjonal eksportsatsing»](#).

### Oppsummering «Mer Grønnere Maritim Eksport – et forslag til nasjonal eksportsatsing»:

Nasjonalt Eksportråd foreslo et operativt eksportmål for maritim satsing på 128 mrd. kroner i eksportinntekter innen 2030 for skipsverft, utstys- og tjenesteproducentene. Dette representerte en økning på 51 prosent, opp fra en eksport på 85 mrd. kroner i 2021.

For å nå dette målet måtte Norge bygge videre på maritim nærings allerede sterke posisjon. Det kom store investeringer for et grønt maritimt skifte i alle de store økonomiene, det være seg EU, USA, Kina, Korea eller Japan. Dette representerte store muligheter for norske grønne løsninger. Samtidig var markedene preget av geopolitiske spenninger og proteksjonistiske trekk som gjorde eksportarbeidet mer krevende for norske bedrifter.

For å utvikle konkurransedyktige løsninger for eksport, var gode rammebetingelser og hjemmemarkedet avgjørende. Nasjonalt eksportråd pekte på en rekke tiltak for å styrke næringen, der spesielt verftene spilte en sentral rolle for innovasjon og utvikling i hele den maritime verdikjeden.

Forslag til operative eksporttiltak rettet seg i stor grad mot virkemiddelapparatet. Svært mange pekte på behovet for å styrke den maritime spisskompetansen i viktige markeder, noe som var spesielt viktig for små og mellomstore bedrifter.

#### Nasjonalt eksportråd foreslo følgende segmenter og markeder:

- ▶ Utvalgte maritime segmenter i Singapore/ Sørøst-Asia
- ▶ Havvindfartøy (utstyr, design- og tjenesteleveranser) i Nordsjølandene og Singapore/ Sørøst-Asia
- ▶ Cruiseskip (utstyr, design- og tjenesteleveranser) i Miami/ Fort Lauderdale
- ▶ Nærskipsfart med lav- og nullutslipp (hele verdikjeden fra rederier, verft, til batteri, lading, bunkring av energi og annen havne-infrastruktur) i Europa

I den prosjektbaserte styrkingen på disse markedene måtte det finnes fleksible løsninger for å tilføre fagkompetanse. Denne måtte knyttes tettest mulig til de aktuelle bedriftene og næringsmiljøene hjemme, og i størst mulig grad basere seg på etablerte strukturer i virkemiddelapparatet.

Rent operativt foreslo Nasjonalt Eksportråd en rekke eksportrettede tiltak med en budsjettamme på 46 mill. kroner i 2023, 52 mill. kroner i 2024 og 59 mill. kroner i

2025. Innovasjon Norge burde tilføres midler for å etablere et maritimt sekretariat som koordinerte satsingen.

Det ble foreslått å etablere et maritimt eksportnettverk som knyttet bedriftene til satsingen, støttet bedriftenes eksportarbeid og koblet bedriftene til satsingen ute.

Satsingen burde understøttes av profileringsaktiviteter og eksportprogram for bedriftene, samt innsats fra departementene gjennom et målrettet økonomisk diplomati i fellesskap med bedriftene.

### 1.1.3 Formål og målsettinger

[Hovedmålsettingen](#) for den maritime satsingen var å øke eksportinntekter fra maritim sektor med 51 prosent fra 85 mrd. kroner i 2021 til 128 mrd. kroner i 2030. I tillegg skulle det etableres et eksportnettverk, kartlegge konkrete markedsmuligheter for norsk maritim sektor og rettes særskilt oppmerksomhet mot utvalgte geografiske satsinger.

#### Følgende ble også fremhevet i utkast til oppdragsbrev for gjennomføring av maritim eksportsatsing:

- ▶ Virkemiddelapparatet skal samarbeide med næringslivet og skape en felles eksportkultur hvor alle bidrar for å nå eksportmålet
- ▶ Satsingen skal legge opp til tettere koordinering av virkemiddelaktørene gjennom Team Norway
- ▶ Det skal utvikles en felles merkevare og strategisk posisjon for norsk maritim sektor
- ▶ Innovasjon Norge skal benytte anskaffelser som muliggjør private aktørers deltakelse i gjennomføringen av satsingen
- ▶ Det skal tilstrebe å nå ut til flest mulig aktører med relevant informasjon

### 1.1.4 Prosjektstyrets rolle og mandat

#### Prosjektstyret ble oppnevnt av NFD og har bestått av følgende medlemmer:

- ▶ Nils Magne Fjereide, styreleder (tidligere CEO Misje Rederi)
- ▶ Amrit Bhullar, styremedlem (VARD)
- ▶ Espen Gjerde, styremedlem (Wilhelmsen New Energy)
- ▶ Stål Heggelund, styremedlem (Norsk Industri)
- ▶ Olav Lie, styremedlem (LO)
- ▶ Silje Smådal, styremedlem (Tersan Havyard)
- ▶ An-Magritt Tindlund Ryste, styremedlem (DNV)

#### Videre har følgende vært observatører:

- ▶ Eli Boran (Sekretariatet for Nasjonalt Eksportråd)
- ▶ Espen Øvreberg (NFD)

Prosjektstyret ble formelt oppnevnt 6. november 2023, og dets oppgave har vært å bidra til medfinansiering, forankring og deltagelse fra næringen i de ulike tiltakene som skulle gjennomføres.



**Prosjektstyret for maritim eksportsatsing bilde fra 2024, fra venstre:** Anne Britt Høydal, Silje Smådal, An-Magritt Tindlund Ryste, Olav Lie, Espen Gjerde, Hans Inge Bollingmo, Stål Heggelund, Eli Boran og Nils Magne Fjereide. Espen Øvreberg er observatør fra NFD. Ikke tilstede på bildet: Amrit Bhullar.

## 2. Budsjett og bruk av midler

Satsingen ble tildelt 20, 20 og 18 millioner kroner for årene 2023, 2024 og 2025. I revidert nasjonalbudsjett 2025 ble bevilgningen til maritim eksportsatsing redusert med 7 millioner kroner. Totalt er det dermed bevilget 51 millioner kroner til satsingen.

Innovasjon Norge mottok oppdragsbrevet 4. juli 2023. Prosjektstyret ble nedsatt i 2023, og konstituerende møte avholdt 11. januar 2024. Midlene har blitt benyttet over en periode på 24 måneder.

For satsingene Cruise i EU & USA og Grønt Maritimt Skifte i Europa ble det godkjent bruk av midler frem til 31. mars 2026, ettersom det ble tildelt prosjektlederoppdrag eksternt med 1+1 års varighet gjennom offentlig anbudskonkurranse.

### NFD spesifiserte følgende i oppdragsbrevet:

I gjennomføringen av tiltakene legges det videre vekt på at Innovasjon Norge benytter anskaffelser som vil mulig-

gjøre private aktørers deltakelse i gjennomføringen av satsingen.

### Følgende private aktører har blitt tildelt kontrakter i tråd med regelverket for offentlig anskaffelse:

- ▶ GCE Blue Maritime
- ▶ Maritime Cleantech
- ▶ OceanHyway Cluster
- ▶ DNV
- ▶ Green Ducklings
- ▶ SAMS
- ▶ Ocean Autonomy Cluster
- ▶ Norske Maritime Eksportører
- ▶ Menon Economics
- ▶ BBC
- ▶ Kurppa Hosk

Midlene har blitt benyttet innen følgende satsingsområder	Budsjett	Kostnad
Eksportnettverk	12 MNOK	12 MNOK
Singapore og Sørøst-Asia	6 MNOK	6 MNOK
Fartøy til havvind/energi i Nord-Europa	8 MNOK	8 MNOK
Cruise EU og USA	4 MNOK	4 MNOK
Grønt maritimt skifte i Europa	15 MNOK	15 MNOK
Merkevarebygging, posisjonering og eksporttrening	6 MNOK	6 MNOK
<b>Total</b>	<b>51 MNOK</b>	<b>51 MNOK</b>

Kostnader relater til drift av sekretariatet er fordelt likt på de 6 satsingsområdene. Posten Eksportnettverk dekker en samlet og koordinert eksportrettet maritimsatsing, og omfatter prosjektledelse, administrative funksjoner, internasjonale HPO-innsatser, eksportnettverk, maritimt eksportkontor (MEK) samt markedsanalyser og beslutningsunderlag. Effekttallene reflekterer samlet innsats innenfor rammen, og er ikke knyttet til enkeltaktiviteter isolert.



# 3. Hovedelementer i satsingen

## 3.1 Eksportnettverk

Etter en nøye gjennomgang av beskrivelsen av et maritimt eksportnettverk i rapporten mer og grønnere maritim eksport, samt innspill fra de maritime klyngene og diskusjoner mellom prosjektstyret og sekretariatet, ble det besluttet å opprette Maritimt Eksportkontor (MEK). Maritime klynger, bransjeorganisasjoner og andre aktører ble invitert til å delta som medlemmer.

### Følgende utgjør i dag Maritimt Eksportkontor:

- ▶ NME
- ▶ GCE Blue Maritime
- ▶ Grønt Skipsfartsprogram
- ▶ Kystrederiene
- ▶ Norsk Industri
- ▶ Maritime Cleantech
- ▶ GCE Node
- ▶ SAMS
- ▶ Ocean Autonomy Cluster
- ▶ LUP

MEK skal sikre at konkrete eksportfremstøt tar utgangspunkt i næringslivets behov og interesser, sikre bedriftenes deltakelse og engasjement. MEK er et nasjonalt nettverk med formål å sikre at relevant informasjon når ut til flest mulige maritime eksportbedrifter.

Første møte i MEK ble avholdt 25. juni 2024 og det holdes kvartalsvis møter, eventuelt oftere ved behov.

## 3.2 Geografiske satsinger

### 3.2.1 Singapore og Sørøst-Asia

Hovedfokus har vært på dekarbonisering av havnefartøy og løsninger knyttet til ammoniakk. Singapore er verdens

nest største containerhavn og har mer enn 1600 havnefartøy som muliggjør marine operasjoner. Denne flåten skal dekarboniseres og satsingen arbeider langsiktig for at norske løsninger skal komme i posisjon til å vinne kontrakter.

Singapore er verdens største bunkringshavn og har en sentral rolle innen bunkringbunkring og drivstofforsyning. Shipping går over til nullutslippsløsninger og ammoniakk kan bli et viktig drivstoff for å nå målet om nullutslipp. Både Norge og Singapore er langt fremme.

Arbeidet i Singapore har vært bygget opp rundt ledende norske teknologiselskaper som har bidratt til å definere retning og å delfinansiere uvalgte aktiviteter. Denne gruppen har gjort det mulig å bygge nettverk i markedet og etablert en posisjon. Det er benyttet eksterne aktører med spisskompetanse og nettverk til å gi råd om strategisk retning, samt til å identifisere konkrete kontraktsmuligheter der norske selskaper har kunnet tilby sine løsninger. Med dette grunnlaget har man gradvis utvidet fokus til andre land i Sørøst Asia som Malaysia, Filipinene og Vietnam.

Satsingen har ansatt en øremerket ressurs med spisskompetanse for å styrke kapasiteten her.

### 3.2.2 Fartøy til energi i Nord-Europa

Fartøy til havvind og crossover offshore i Nord-Europa samt Sørøst-Asia.

**Nasjonalt eksportråd anbefalte en forsterking av det maritime eksportarbeidet rettet mot segmentet fartøy til havvind og crossover offshore i Nord-Europa og Sørøst-Asia.**

**Mål:** Norsk maritim leverandørindustri tar en sterk posisjon i det voksende eksportmarkedet for fartøy til havvind og crossover offshore i Nord-Europa og Sørøst-Asia.

**Tiltak:** En segmentbasert satsing mot fartøy til havvind og crossover offshore iverksettes mot markedene i Nord-Europa og Sørøst-Asia. Satsingen styrkes med prosjektledelse, spisset fagkompetanse og/eller lokalt ansatte tilknyttet Innovasjon Norge, i henhold til næringens behov.

- ▶ Sekretariatet startet arbeidet med å få havvindfartøy inn i programmet i forbindelse med det offisielle kongebesøket til Danmark juni 2023. Danmark-Norge har begge sine styrker og det ble lagt vekt på samarbeidsmuligheter.
- ▶ Videre ble det utarbeidet en rapport «Offshore wind vessel supply chain opportunities» (høst 2024) utført av Green Ducklings på muligheter for norske underleverandører. Rapporten ble presentert til industrien i Ålesund, Bergen og Oslo. Dette arbeidet utførte Innovasjon Norge i samarbeid med relevante klynger og andre partnere. Partnere var GCE Blue Maritime, Norwep, GCE Ocean Technology og Rederiforbundet.
- ▶ Det ble ansatt en ny ressurs i Danmark som skulle styrke satsingen på havvindfartøy i tett samarbeid med Innovasjon Norges lokale ressurser.
- ▶ På bakgrunn av rapporten og dialog med industrien ble det gjennomført to markedsbesøk med norske selskaper («trade missions») til Spania og Portugal.
- ▶ Tilstedeværelse er økt på de viktigste arenaene, herunder SMM, Wind Europe, Marintec.
- ▶ Grunnet at mange av prosjektene i Nord-Europa (særlig Danmark) ble satt på vent, endret man noe fokus. Basert på funn og erfaring bl.a. fra Norsjøbassenganalysen som ble utført av havvindsatsningen, så man store muligheter for norsk teknologi til havner og strategiske samarbeid på tvers av landegrensene. Et resultat av dette ble et søkelys på havner og havneinfrastruktur – hvor Norge har mange leverandører – i Danmark, UK, Portugal og Frankrike.
- ▶ I etterkant ser man at det burde vært samarbeidet enda tettere i satsningene på havvind og grønn maritime for å hente ut ytterligere synergier på tvers av bransjene.

**Sekretariatet håper satsingen kan videreføres, særlig i lys av den europeiske avtalen om leveranse av 100 gigawatt havvind i Nordsjøen, signert januar 2026.**

### 3.2.3 Cruisemarkedet i EU og USA

**I rapporten Mer og grønnere maritim eksport ble følgende tiltak foreslått:**

- ▶ Satsing i USA og utvalgte land i Europa med næringsdrevet initiativ ledet av spisset maritim kompetanse innen segmentet utstyr og tjenester til cruiseskip
- ▶ Næringsdrevet initiativ med prosjektleder fra næringen og lokal spisskompetanse gjennom konsulenter (Miami) og/eller lokalt ansatte tilknyttet Innovasjon Norge (Europa). Kompetanse-/rekrutteringskriterier definert av næringen ved klyngene og Maritim Bransjeforening.

Innovasjon Norge har ikke kontor i Miami. For å kunne jobbe mer målrettet mot cruisemarkedet i både EU og USA, ble det derfor gjennomført en offentlig anbudskonkurranse for å engasjere eksterne rådgivere med relevant spisskompetanse og etablerte nettverk. Konkurransen ble vunnet av GCE Blue Maritime, i samarbeid med eksterne ressurser basert i Miami og Europa. Cruise and Ferry er en gruppe bestående av 34 selskaper med interesse for dette segmentet. Styringsgruppen for Cruise and Ferry har vært med å sette retningen for aktiviteter og sikret at arbeidet er basert på innspill fra industrien. Hovedfokus har vært å tilegne seg markedsinformasjon gjennom kjøp av rapporter og databaser, deltagelse på messer og konferanser basert på innspill fra industrien, samt koordinerte trademissions med besøk til potensielle kjøpere av norske varer og tjenester.

Markedsinformasjon hentes inn gjennom Team Norway ute og formidles til industrien gjennom Maritimt Eksportkontor og klyngene via digitale møter, nyhetsbrev og LinkedIn.

Gjennom satsingen har det blitt ansatt en ressurs i Frankrike med delt fokus på cruise og grønt maritimt skifte i Europa.

Via bruk av eksterne konsulenter har satsingen fått tilgang til spesialkompetanse og nettverk i Europa og USA. Sammen med industrien er det etablert en tydelig retning og strategi for hvordan markedet best kan tilnærmes. Aktivitetsnivået har økt, og i løpet av siste halvdel av 2025 har man begynt å se effektene av det gjennomførte arbeidet. Store rederier tar nå kontakt for å få bistand til å identifisere nye teknologiske løsninger som de selv ikke har kjennskap til, men som utvikles i Norge. Selv om satsingen er avsluttet, vil det være viktig å videreføre denne arbeidsformen fremover. Prosjektlederoppdraget som ble tildelt GCE Blue Maritime, hadde en varighet på 1+1 år fra 1. april 2025. Det anbefales at prosjektet videreføres, slik at planlagte aktiviteter kan gjennomføres og den økte aktiviteten innen dette segmentet opprettholdes.

### 3.2.4 Grønt maritimt skifte i Europa

Det europeiske markedet representerer et betydelig eksportpotensial for norsk maritim teknologi. Etterspørselen etter grønnere og mer energieffektive løsninger øker raskt, drevet av reguleringer og kommersielle krav. Norske leverandører har et dokumentert fortrinn, forutsatt at posisjoneringen opprettholdes og forsterkes.

#### Nasjonalt eksportråd anbefaler:

Etablering av «prosjekt grønt maritimt skifte i Europa», som et sentralt tiltak i satsingen på mer og grønnere maritim eksport. Segmentet europeisk nærskipfart og vannveier representerer eksportmuligheter for alle grupper innen maritim næring, og særlig små- og mellomstore bedrifter (SMB). En større SMB-andel vil styrke norsk eksport, og bidra til ambisjonen om et bredere eksportengasjement.

Målet var å utarbeide en strategisk plan for hvordan norsk maritim næring kan øke sine markedsandeler gjennom et europeisk grønt maritimt skifte. Det ble i denne forbindelse gjennomført en anbudskonkurranse om prosjektledelse på nærskipfart som ble vunnet av Maritime CleanTech. De har rapportert og arbeidet tett sammen med sekretariatet. I tillegg har man også samarbeidet med de andre maritime klyngene, andre

maritime aktører, samt INs internasjonale kontorer og ambassader.

I løpet av perioden er det etablert og operasjonalisert strukturer for tett og løpende bedriftskontakt, samhandling med Innovasjon Norges internasjonale kontorer, dialog med europeiske næringsmiljøer samt koordinering med næringsorganisasjoner og klynger. Prosjektet har beveget seg raskt fra planlegging til aktiv markedsbearbeiding. Samtidig har interessen fra maritime bedrifter i Norge økt markant, både fra etablerte eksportører og fra nye aktører som nå posisjonerer seg for grønne leveranser i det europeiske markedet.

Prosjektet er gjennomført med tydelig vekt på bedrifts- og markedsrelevans. Det er etablert en felles oversikt over norske leverandører, systemer for løpende markedsinnsikt og faste samarbeidsflater med Innovasjon Norge og resten av Team Norway-nettverket. Hovedfokus har vært å tilegne seg mer markedsinformasjon gjennom kjøp av rapporter og databaser samt ved innhenting av markedsinformasjon via INs kontorer og relevante ambassader. Markedsinformasjonen har blitt formidlet til industrien gjennom Maritimt Eksportkontor og klynger i form av analyser, online-møter, nyhetsbrev og LinkedIn-portal.

Innovasjon Norge hadde i forkant av satsningen

utarbeidet en rapport om muligheter i Sør-Europa. Disse mulighetene ønsket man å operasjonalisere, og det ble derfor blant annet ansatt en ny ressurs i Frankrike. Det anbefales å ansette maritime ressurser i flere europeiske markeder basert på den maritime satsingens forslag til stipendiatordning.

Innovasjon Norge og Maritime CleanTech har blant annet gjennomført målrettede markedsdialoger med maritime aktører i Frankrike, Italia, England, Skottland, Spania, Portugal, Tyskland, Finland og Hellas – ofte i samarbeid med våre ambassader. Totalt har det blitt gjennomført ca. 50 arrangementer.

#### Av disse kan nevnes følgende eksempler:

Det ble arrangert seminar i Brussel som samlet industri og beslutningstakere i EU for å drøfte hvordan passasjertransport til sjøs kan avkarboniseres i takt med EUs kommende strategier for maritim industri og havner. Seminaret ble arrangert på et tidspunkt der EU spisser sine politiske virkemidler, og målet var å dele konkrete erfaringer fra næringen og tydelige forventninger til videre rammebetingelser. Et sentralt budskap har vært at teknologien allerede finnes: batterielektriske ferger, landstrøm, smartere energisystemer, autonome løsninger og pilotprosjekter med nullutslippsdrivstoff er i gang. Erfaringene viser at styrket infrastruktur er avgjørende for

“ Møteplasser og pitching arenaer, særlig i forbindelse med Nor Shipping 2025 og internasjonale delegasjoner, har gitt lavterskeltilgang til internasjonale kontakter og konkrete forretningsmuligheter ”

**Martin Hennem**  
Klyngeleder Ocean Hyway Cluster



å utvikle hele verdikjeder, og at samspill mellom politikk, offentlige anskaffelser og industri er en forutsetning for å lykkes. Fergesektoren ble løftet frem som et eksempel på et segment der forutsigbare og skalerbare ruter har gjort det mulig å ta i bruk nye løsninger raskt, samtidig som det bygger europeisk kompetanse og robusthet. Seminaret har også synliggjort hvordan europeisk samarbeid gjennom konkrete prosjekter bidrar til innovasjon og raskere gjennomføring. Hovedbudskapet har vært at skipsfarten kan avkarboniseres ved å ta i bruk løsninger som allerede virker, standardisere raskt og utvikle de første markedene i fellesskap på tvers av landegrenser.

EUROMARITIME 2026 i Marseille ble valgt ut som et strategisk arrangement for satsingen, der den europeiske maritime næringen samles til faglige diskusjoner, forretningsutvikling og nettverksbygging. Gjennom deltakelse på Norway Pavilion, sammen med industrien, har aktørene synliggjort norske løsninger for ren energi som allerede er utprøvd og klar for oppskalering. Hovedbudskapet fra seminaret var at maritim avkarbonisering ikke kan baseres på en «vent og se»-tilnærming. Teknologien er tilgjengelig, og utviklingen går nå fra pilotprosjekter til kommersiell utrulling i større skala. Det ble særlig fremhevet at europeisk samarbeid, blant annet gjennom prosjekter som FLAGSHIPS, bidrar til å dokumentere og modne utslippsreducerende

løsninger. Et sentralt poeng i diskusjonene med franske og europeiske interessenter har vært at aktører som tar tidlig posisjon, vil være med på å forme fremtidige industristandarder og nye verdikjeder.

Under konferansen Zero Emission Ferries UK, var formålet å styrke samarbeidet mellom Norge og Storbritannia om elektrifisering av fergesektoren og å posisjonere norske løsninger i det britiske markedet. Gjennom dialog med britiske aktører var målet å dele erfaringer fra den norske elektrifiseringen av ferger og synliggjøre at teknologien er moden og tilgjengelig for utrulling. Deltakelsen hadde også som hensikt å identifisere muligheter og barrierer i det britiske markedet, særlig knyttet til nettkapasitet og elektrisk infrastruktur i havnene, som er avgjørende for videre fremdrift. Fokus var å legge til rette for økt markedsadgang og konkrete forretningsmuligheter for norske leverandører innen null- og lavutslippsløsninger.

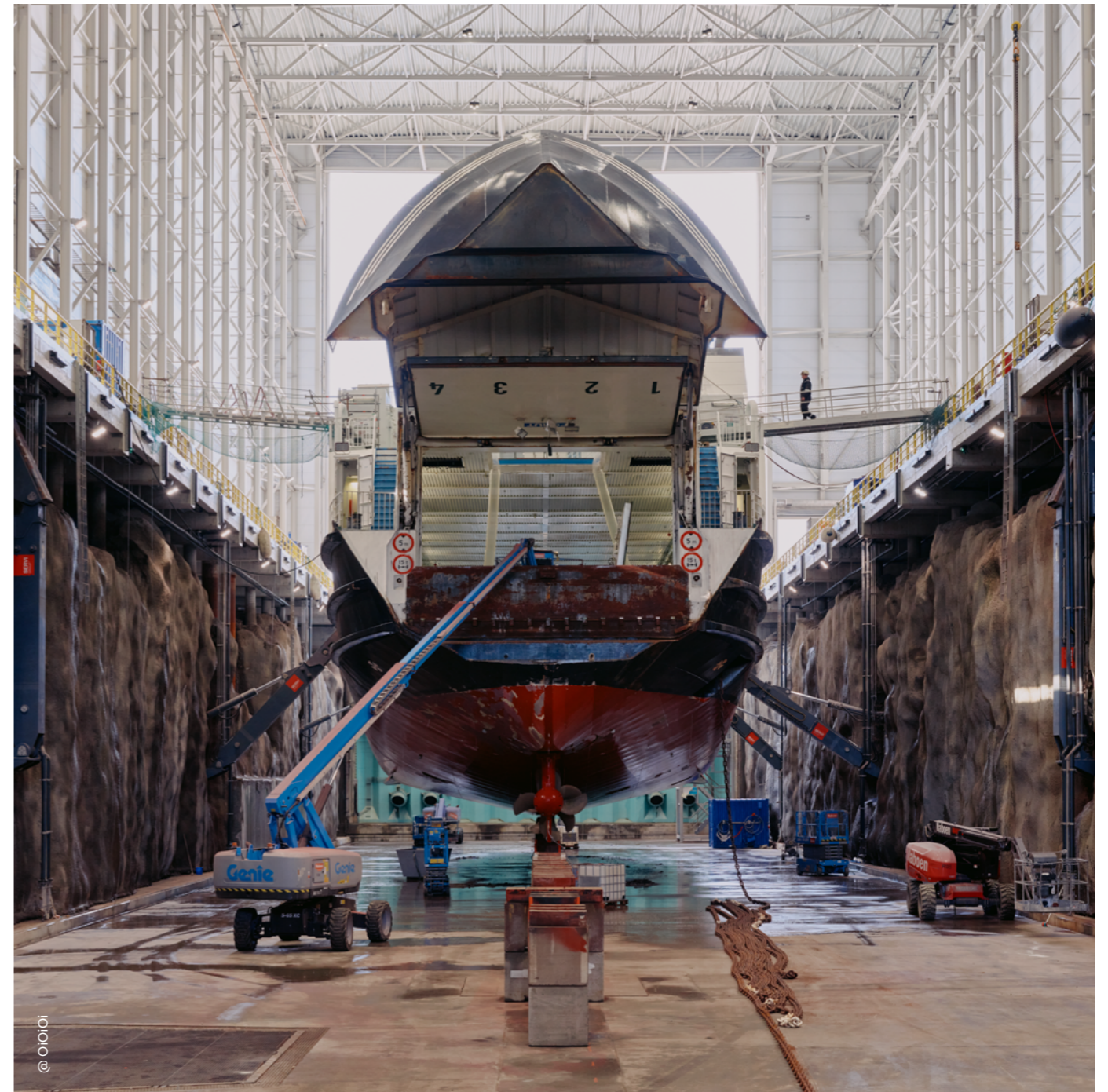
I samarbeid med den norske ambassaden i Athen har det blitt identifisert segmenter og teknologi med eksportpotensial og en felles forståelse av hvordan norsk maritim industri kan lykkes i det greske markedet. Det er utarbeidet en skisse til et program for strukturert dialog om politiske og markedsmessige virkemidler for å legge til rette for elektrifisering av ferger og passasjerbåter i Hellas. Programmet legger opp til videre dialog

“ Fundamentet er bygget, økosystemet er operativt, og markedsinntreden er i gang. Å stoppe nå ville ofre betydelige verdier ved terskelen til avkastning ”

**Pierre Yann Major**  
Klyngeleder  
Blue Maritime Cluster



@ Anne Marthe Vestre Berge



mellom relevante aktører i begge land rundt konkrete kontraktmuligheter.

DNV og Menon har gjort analyser basert på industriens behov. Det vil gjennomføres et program for formidling av denne type informasjon i de viktigste maritime regionene i Norge.

### 3.3 Strategisk posisjonering og merkevarebygging

Arbeidet med strategisk posisjonering har vært en viktig faktor for norsk maritim næring, gjennom samlede budskap i et mer komplekst globalt marked. Med utgangspunkt i regjeringens eksportreform, har målet vært å utvikle en felles merkevare og strategisk posisjon som tydeliggjør Norges ledende rolle i det grønne skiftet.

#### 3.3.1 Grunnlaget i Brand Norway: «Stronger Together»

Posisjoneringsarbeidet er bygget på det nasjonale fundamentet for Brand Norway med kjernekonseptet «Stronger Together». Dette konseptet har fungert som en rød tråd gjennom kommunikasjonen med mål om å posisjonere Norge som foretrukket samarbeidspartner for grønn teknologi og bærekraft.

- ▶ **Pionerrollen:** Den norske maritime sektoren er posisjonert som en global pioner som bidrar til å akselerere overgangen til lav- og nullutslippsløsninger.
- ▶ **Verdikjeden:** Budskapet fremhever Norges unike styrke: et komplett maritimt økosystem der designere, verft, utstøpsprodusenter og rederier samarbeider tett for å levere fremtidens løsninger.
- ▶ **Budskap:** Kommunikasjonen har vært konsentrert rundt fire pilarer: lederskap innen bærekraftig teknologi, et komplett økosystem, sterkt samarbeid innen FoU, samt dokumentert erfaring gjennom over 200 år med maritim ekspertise.

#### 3.3.2 Strategisk profilering, ressurser, og materiale

Det er gjennomført flere prosjekter for å sikre tilstrekkelig strukturkapital og profileringsmateriale av høy kvalitet. Gjennom samarbeid med aktører i virkemiddelapparatet og næringen er det utviklet briefere, infoskriv,

salgsmateriale, verktøy, maler, retningslinjer, samt foto- og videomateriale. Gjennom bruk av verktøykasser (Industry Toolkits) med alt fra profileringsbudskap, tydelig retorikk og profesjonelle ressurser, har det bidratt til økt kunnskap og mer stolthet hos alle aktører som representerer norsk maritim bransje internasjonalt.

**Nasjonal mediabank:** Prosjektene har resultert i en stor mengde dokumentasjon, illustrasjoner, foto- og videomateriale som fremmer moderne løsninger og grønn teknologi. Materialet er gjort tilgjengelig gjennom Brand Norway's **Brand Centre**, slik at både det offentlige virkemiddelapparatet og selskapene kan benytte seg av profesjonelt profileringsmateriale og styrket effekt av eksportarbeidet.

#### I 2025 ble det gjennomført to omfattende prosjekter som har bidratt til unik internasjonal eksponering og etterlatt seg verdifulle ressurser for virkemiddelapparatet og næringen:

- ▶ Deltakelsen i den globale dokumentarserien [Transforming Tomorrow](#), produsert av BBC StoryWorks, representerer et av de mest sentrale profileringstiltakene i satsingsperioden. At et verdenskjent og høyt respektert varemerke som BBC løfter frem den norske grønne maritime næringen som et globalt eksempel til etterfølgelse, gir en eksponering med betydelig strategisk verdi.
- ▶ Parallelt ble det gjennomført et prosjekt for å styrke posisjonen til norske verft internasjonalt. Målet var å vise hvordan norske verft leverer teknologisk ledende og grønnere løsninger enn internasjonale konkurrenter. Dette resulterte i kvalitetsressurser som profilerer konkurransefortrinn blant annet innen havvind, fiskeri og service/ombygging. Næringen har med dette fått en verdifull visuell ressursbank. [The Norwegian shipbuilding industry / Brand Norway / Point](#) Alt materiell (filmer, råopptak, bilder) er tilgjengelig for verftene og virkemiddelapparatet i den nasjonale mediebanken.

#### 3.3.3 Business Norway – Den skalerbare digitale spydspissen

Som et ledd i satsingen er **Business Norway**, Norges offisielle digitale plattform for eksportfremmende tiltak, tatt i bruk og videreutviklet. Plattformen fungerer som et bindeledd mellom globale selskaper, partnere og investorer og den norske maritime industrien.

- ▶ **Et globalt utstillingsvindu:** Business Norway har gitt norske maritime bedrifter en arena for å vise frem innovative løsninger. Plattformen gjør det enklere for virkemiddelapparatet å vise frem den totale kompetansen og helheten av hva den norske næringen kan levere. Samtidig gjør plattformen det enklere for internasjonale skipsredere, havner og verft å oppdage og forstå norske løsninger.
- ▶ **Synlighet og tillit:** Ved å presentere Norge som en verdensleder for bærekraftig skipsfart, har plattformen bidratt til å bygge den nødvendige tilliten som kreves for å tiltrekke seg internasjonale partnerskap og investeringer. Kontinuerlig aktivitet gjennom satsingsperioden har resultert i rundt 300 landingssider om maritim sektor på Business Norway, bestående av artikler, løsningsbeskrivelser, selskapsprofiler og arrangement sider. Dette bidrar til synlighet i søkemotorer og sosiale medier, og driver trafikk til plattformen. Business Norways LinkedIn-profil, nå med over 30 000 følgere, har vært et av verktøyene for å nå beslutningstakere i internasjonale arenaer.

#### 3.3.4 Verdi for norsk eksport

Det strategiske posisjoneringsarbeidet har lagt et solid fundament for å nå målene innen maritim eksport. Arbeidet har bidratt til å senke terskelen for at norske selskaper – særlig små og mellomstore bedrifter – kan lykkes i internasjonale markeder. Arbeidet bidrar til at Norge fremstår som en synlig og attraktiv samarbeidspartner når globale aktører søker grønne maritime løsninger.

### 3.4 Nye aktiviteter i regi av satsingen

Gjennom satsingen har det vært mulig å tenke nytt og gjennomføre aktiviteter som ellers ikke ville blitt realisert.

#### 3.4.1 Operativ prosjektplattform

Satsingen har etablert en operativ Teams plattform der alle maritime eksportrettede aktiviteter registreres. I første fase av utviklingen av plattformen har relevante medarbeidere i Innovasjon Norge samt administrasjonen i GCE Blue Maritime, Maritime Cleantech og Ocean Hyway Cluster hatt tilgang. Erfaringer etter seks måneders drift viser at informasjonsflyten fra eksportmarkedet, via Innovasjon Norge og klynger, til eksportørene, har blitt vesentlig bedre. Det er en effektiv arbeidsform som sikrer at så mange som mulig har riktig informasjon om eksportaktiviteter, og som samtidig gjør det enklere for virkemiddelapparatet og privat sektor å planlegge aktiviteter i de enkelte markedene. Det er ønskelig at arbeidet med plattformen videreføres også etter satsingen er avsluttet, og at andre bransjer og sektorer får innsyn og eventuelt kan ta løsningen i bruk i sitt arbeid. Ambisjonen er at Utenriksdepartementet og Eksfin også tar plattformen i bruk, slik at hele virkemiddelapparatet blir bedre koordinert innen maritime sektor.

#### 3.4.2 Playbook

Det er utarbeidet en [Green maritime playbook](#), tilgjengelig gjennom Brand Norway's Brand Centre. Dette er en omfattende veileder for Team Norways strategiske planlegging og gjennomføring av grønne maritime eksportinitiativer.

#### I Green Maritime Playbook finner man:

- ▶ Sammendrag
- ▶ Bakgrunn for det nasjonale eksportinitiativet
- ▶ Den norske grønne maritime næringen: Et sektorinnblikk
- ▶ Vårt fokus: Prioriterte markeder og ressurser
- ▶ Hvem vi er: Team Norway, industriklynger og andre interessenter
- ▶ Hvordan vi jobber: Planleggingsprosessen
- ▶ Tilleggsressurser og kontaktinformasjon for globale bransjeteam

### 3.4.3 Cruise and Ferry Newsletter

Det er etablert et Nyhetsbrev som administreres av GCE Blue Maritime. Det utgis månedlig og omfatter informasjon som kommer gjennom klyngens kanaler i tillegg til at Innovasjon Norges utekontorer samler relevant markedsinformasjon i sine markeder. Det er lagt opp til at også øvrige utenriksstasjoner kan bidra med innhenting av relevant informasjon til nyhetsbrevet. Bedriftene må selv abonnere på nyhetsbrevet, som inntil videre har vært kostnadsfritt. Nyhetsbrevet gis ut 6-8 ganger i året. Mottagere av nyhetsbrevet får også tilgang til relevante markedsrapporter og databaser som er finansiert av satsingen. Det er fremforhandlet avtaler med rettighetshavere slik at informasjonen kan deles med norske eksportører.

### 3.4.4 LinkedIn

Maritime Cleantech har etablert en LinkedIn-gruppe med en maritim nyhetsfeed. Her publiseres relevant informasjon for eksportører. Det er særlig fokus på anbud og kontraktsmuligheter som kan formidles til eksportørene fortløpende.

### 3.4.5 Klassifisering av de viktigste norske eksportbedrifter

Som del av satsingsarbeidet har Innovasjon Norge metodisk identifisert maritime selskaper med betydelig eksportpotensial – særlig der målrettet innsats gjennom satsingen kan være utløsende for videre vekst. Innovasjon Norge hentet ut en fullstendig oversikt over maritime virksomheter som har mottatt lån eller tilskudd de siste ti årene, totalt mer enn 21 000 selskaper. Listen ble deretter filtrert ved hjelp av relevante næringskoder (NACE) og supplert med manuell vurdering for å avdekke hvilke aktører som faktisk opererer i den maritime verdikjeden. Dette dannet grunnlaget for en prioritering av selskaper i tre kategorier basert på grad av maritim aktivitet og internasjonalt potensial.

Tilnærmingen er også tilpasset Innovasjon Norges nye strategi fra 2025, hvor det – uavhengig av sektor – er et særlig fokus på High Growth Companies (HGC, etablerte vekstbedrifter med dokumentert

internasjonal skaleringssevne) og Potential High Growth Companies (PHGC, bedrifter med tydelig internasjonalt vekstpotensial, men som ennå ikke har tatt steget inn i høyvekstsegmentet). Disse kriteriene ble innlemmet i klassifiseringen for å identifisere hvilke maritime virksomheter som vil ha særskilt nytte av økt internasjonal eksponering og tettere oppfølging av virkemiddelapparatet.

Resultatet er en konkret liste med 375 prioriterte maritime selskaper. Listen kan både skaleres opp og ned etter behov, og fungerer nå som et praktisk verktøy for Innovasjon Norge og de maritime klynger i mobiliseringsarbeidet. Listen gjør det enklere å nå ut til relevante bedrifter med informasjon om internasjonale markeds- muligheter, samt å koble dem til eksportrettede aktiviteter, rådgivningstjenester og finansieringstilbud gjennom Innovasjon Norge og Team Norway. Klassifiseringen vil dermed først og fremst bidra til bredere deltakelse, bedre treffsikkerhet i mobiliseringstiltak og økt tilgang til relevante virkemidler for maritime virksomheter med ambisjoner om videre eksportutvikling.



## 4. Resultatoppnåelse

Følgende avsnitt er basert på analyse gjennomført av Menon Economics og gir grunnlag for å vurdere effekten av eksportsatsingen og tilhørende aktiviteter, sett opp mot målsettingen om en økning på 51 prosent - fra 85 milliarder kroner i 2022 til 128 milliarder kroner i 2030. Det bemerkes at populasjonen er oppdatert sammenlignet med tidligere analyser. Enkelte selskaper som tidligere var inkludert i maritim næring, er tatt ut, ettersom de i senere år i hovedsak leverer varer og tjenester til offshore leverandørindustri. Justeringen er gjort konsistent for hele tidsserien, og eksporttallene er derfor revidert tilbake i tid. Dette forklarer nedjusteringen av samlet eksport i 2021 fra 85 milliarder kroner (tall oppgitt i Mer og grønnere maritim eksport) til 81 milliarder kroner.

Den maritime industrien har hatt en sterk eksportvekst i perioden. Samlet økte eksporten med 58 prosent fra 2021 til 2024, og fra 2024 til 2025 estimeres en ytterligere vekst på om lag 10 prosent, særlig drevet av økt eksport fra skipsverftene. Totalt har eksporten økt fra 81 milliarder kroner i 2021 til anslåtte 141 milliarder kroner i 2025, tilsvarende en samlet vekst på 73 prosent. Allerede i 2024 ble målet om å nå 128 milliarder kroner i eksport nådd.

**Utstysproducentene** har hatt en vedvarende vekst i eksportinntekter i perioden. Eksporten økte fra 43 mrd. kroner i 2021 til estimerte 77 mrd. kroner i 2025, tilsvarende en vekst på 80 prosent.

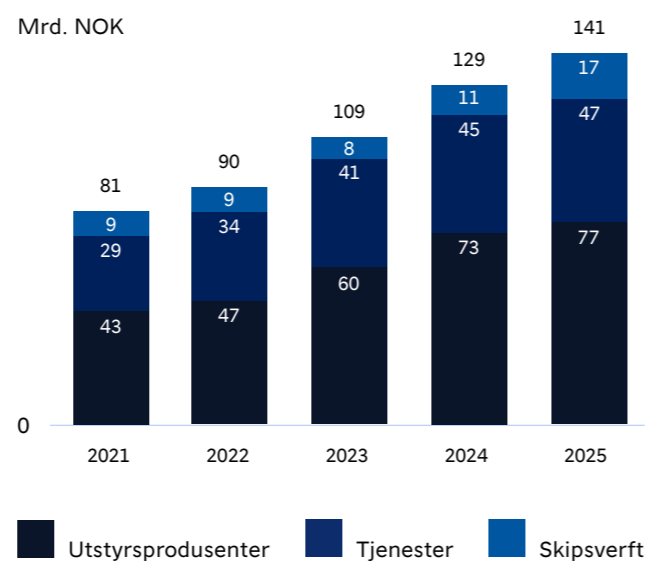
**Tjenesteleverandørene** har i likhet med utstysproducentene, hatt en vedvarende vekst i eksportinntekter, men noe mer moderat. Deres eksportinntekter har økt fra 29 milliarder kroner i 2021, til estimerte 47 milliarder kroner i 2025, tilsvarende en vekst på 60 prosent.

**Skipsverftene** har hatt en mindre stabil utvikling i eksportinntekter i perioden. Eksporten lå rundt 9 milliarder kroner i 2021 og 2022, før den falt til 8 milliarder kroner i 2023. Deretter økte eksporten til 11 milliarder kroner i 2024. For 2025 ventes eksporten fra skipsverftene å ligge på 17 milliarder kroner, en økning på 58 prosent fra 2024.

### Maritim Verdiskapingsrapport 2026

**Eksportinntekter for årene 2021-2025, for henholdsvis utstysproducenter, tjenesteleverandører og skipsverft. Omsetningstall for 2025 er estimert.**

Kilde: Menon Economics



Den maritime industrien har hatt en økende eksportandel i perioden 2022 til 2025. Samlet har eksportandelen økt fra 40 prosent i 2022 til anslåtte 49 prosent i 2025. Økningen i eksportandeler innebærer en sterkere vekst i eksportinntekter sammenliknet med vekst i hjemmemarkedet.

Utviklingen drives i hovedsak av utstysproducentene, som har økt sin eksportandel i perioden. For utstysproducentene økte eksportandelen fra 68 prosent i 2021 til 74 prosent i 2025, noe som understreker næringens sterke internasjonale posisjon og høye eksportretting.

Skipsverftene hadde en eksportandel på om lag 32-35 prosent i perioden 2021 til 2024, før andelen økte til 49 prosent i 2025. Økningen henger sammen med høy leveranseaktivitet mot utenlandske kunder og økt internasjonal etterspørsel etter spesialiserte fartøy, særlig til havvindsoperasjoner.

Maritime tjenesteleverandører har gjennom perioden hatt den laveste eksportandelen, og utviklingen har vært relativt stabil. Eksportandelen har ligget mellom 28 og 31 prosent i hele perioden, noe som reflekterer at en betydelig del av tjenesteleveransene er rettet mot det norske markedet.

Gjennom perioden har eksportørens interne verdiskapingsgrad samlet sett vært stabil på i overkant av 30 prosent. Verdiskapingsgraden måles som verdiskaping som andel av samlet omsetning. Gitt at det ikke er en noen vesentlig forskjell mellom eksportmarkeder og hjemmemarked med henblikk på intern verdiskapingsgrad, er dette et godt uttrykk for eksportvirksomhetens bidrag til Norges BNP.

I denne rapporten forstås verdiskaping i tråd med Menons metodikk som den økonomiske verdien maritim næring skaper i Norge, målt gjennom næringens bidrag til BNP. Verdiskaping beregnes som omsetning fratrukket kjøp av varer og tjenester, tilsvarende summen av lønnskostnader og driftsresultat før renter, skatt, av- og nedskrivninger.

“ We actively use Business Norway to showcase our solutions and expertise within the energy transition. Being present on the platform has increased our visibility and led to contact with potential customers who might not have found us otherwise ”

**Rune Holmedal**  
Business Development Manager,  
PSWE Power & Automation



# 5. Aktiviteter

I løpet av satsingen har Innovasjon Norge registrert 198 betalende bedriftskunder. De har betalt for 83 arrangementer som har generert 453 leads (estimert basert på input fra Innovasjon Norges internasjonale kontorer som har koordinert aktivitetene), og som har ført til deltagelse for norske selskaper i 23 internasjonale anbud. Totalt har disse aktivitetene generert 26 eksportkontrakter. Det er ikke etablert systematisk rapportering som knytter inngått kontrakter direkte til enkeltaktivitetene. Aktivitetene gir likevel eksponering og merverdi for norske maritime eksportører, ved at det tilstrebes å promotere næringen og det maritime økosystemet som helhet i arrangementene.

**Følgende typer aktiviteter har blitt gjennomført:**

- ▶ Trade missions (markedsbesøk med grupper av norske bedrifter)
- ▶ Næringslivsdelegasjoner (statsbesøk, kongelige besøk o.l.)
- ▶ Global Growth-programmer (lengre programmer rettet mot spesifikke internasjonale markedssegmenter)
- ▶ Seminarer
- ▶ Individuell rådgivning til enkeltbedrifter
- ▶ Innkommende og utgående delegasjoner

I tillegg kommer større, internasjonale messer.



“Hyke is very pleased with the trade mission to Manila and Singapore. It was well-organized, highly relevant and lead to several promising commercial dialogues with both private and public stakeholders. We're looking forward to the continued collaboration with the Innovation Norway-team in Singapore”

**Mikael Linnander**  
Trade Mission participants to Singapore and Manila - CTO HYKE

## Vedlegg 1

### Erfaringer fra Ocean Hyway Cluster vedrørende Maritimt eksportkontor 2025-2026



Ocean Hyway Cluster har deltatt i prosjektet til det maritime eksportkontoret siden oppstart, og vårt samlede inntrykk er positivt. Klyngen er etablert med hovedkontor i Florø, men klyngeleder er basert i Drammen.

Samarbeidet har vært preget av profesjonalitet, åpenhet og en tydelig vilje til å skape verdi innenfor de rammene som har vært gitt.

Vårt bidrag i prosjektet har hovedsakelig vært å fungere som sparringspartner og som leverandør av kunnskap, faglige innlegg og konkrete koblinger til relevante norske selskaper i den maritime verdikjeden. Gjennom dette arbeidet har prosjektet gitt oss en verdifull arena for tettere samarbeid med Innovasjon Norge, samtidig som vi har fått bedre innsikt i og relasjoner til øvrige aktører i det maritime økosystemet. Både fysiske møteplasser og digitale samhandlingsarenaer har fungert godt og bidratt til effektiv kunnskapsdeling.

Noe av det vi er aller mest fornøyde med, er muligheten til å delta på og holde innlegg for internasjonale delegasjoner, blant annet fra Brasil, USA og andre markeder. Dette har vært svært verdifullt, både for oss og for norsk maritim næring. Vi vil også spesielt trekke frem innsatsen i forbindelse med Nor-Shipping 2025, hvor det maritime eksportkontoret gjennomførte svært gode pitching-sesjoner og etablerte velfungerende møte- og minglearenaer. Slike arenaer er av stor betydning for medlemsbedrifter og næringsliv, da de gir lavterskel tilgang til internasjonale kontakter og konkrete forretningsmuligheter. Det er også en type arrangement som samlet sett bidrar til en mye mer effektiv promotering av norsk næringsliv enn hvis alle aktører skulle ha henvendt seg til det samme publikummet med forskjellige arrangementer.

Når det gjelder forbedringspunkter, opplever vi at prosjektets varighet har vært for kort. Med lengre tidshorisonnt kunne mandatet i større grad blitt utviklet og justert basert på erfaring underveis. Det kunne også vært en fordel med økt fleksibilitet knyttet til bruk av midler på møteplasser og samhandlingsarenaer. Videre ser vi et potensial for enda sterkere samarbeid på tvers av økosystemet, for eksempel gjennom mer strukturerte felles samlinger mellom klynger og andre relevante aktører. En videreutvikling over tid tror vi kunne ha medført flere enda mer operasjonelle leveranser og/eller delegasjoner til flere internasjonale markeder.

## Vedlegg 1

### Erfaringer fra Ocean Hyway Cluster vedrørende Maritimt eksportkontor 2025-2026

Avslutningsvis vil vi understreke at vi er fornøyde med både prosjektet og sekretariatets arbeid. Prosjektet har vært verdifullt innenfor gitte rammer, og vi opplever samarbeidet med sekretariatet som både profesjonelt, tillitsfullt og utviklende.

På vegne av Ocean Hyway Cluster,

Drammen 9.3.2026



Martin Hennum  
Klyngeleder

Fugleskjærgata 11 – 6905 Florø - [Post@hubforocean.no](mailto:Post@hubforocean.no) - Telefon: +47 976 98 785



## Vedlegg 2

### Maritim eksportsatsing – Hele Norge eksporterer

Verdivurdering av delprosjekt for Markedet for cruise og større ferger

#### Innledning

Denne rapporten tar for seg status i delprosjekt for Markedet for cruise og større ferger som var lansert og startet opp ifm. Nor-Shipping – juni 2025 og frem til medio januar 2026. På denne tiden er alle strukturer som var tiltenkt etablert i prosjektet på dette tidspunktet etablert og vi opplever en stadig økende interesse fra maritime bedrifter i hele Norge rundt prosjektet.

#### Sammendrag

Det maritime eksportprosjektet representerer en strategisk investering som har nådd et kritisk vendepunkt. Etter år med grunnleggende arbeid leverer økosystemet målbare resultater. Å stoppe nå vil innebære å gi fra seg akkumulert momentum og institusjonell kunnskap akkurat når høstingen skulle begynne.

#### Bakgrunn

##### Prosjektet og prosjektgjennomføring

Prosjektet har som overordnet mål å øke bedriftenes eksport mot Cruise og større ferger. Dette er gjort gjennom fire hovedvirkemidler: Markedsdata, markedsbesøk, eksterne markedseksperter og eksportstrategiprogram rettet imot cruise.

**Markedsdata** – Prosjektet har inngått en avtale en av verdens mest renommerte bransjetidsskrift, **Cruise Industry News**. Her er markedsrapporter foreslått av styringsgruppen kjøpt inn på en slik måte at de kan deles vederlagsfritt med bedriftene som er tilknyttet prosjektet. Her har vi mottatt svært gode tilbakemeldinger, og dette viser hvordan klyngene har andre muligheter enn Innovasjon Norge og hvordan man utfyller hverandre til bedriftenes beste.

Videre har GCE Blue Maritime Clusters World Orderbook – med alle Verdens skipsbyggingsordrer blitt oppdatert med Cruise and Ferries views. Denne databasen er i hovedsak hentet fra BRL Ship consultants og gir et helhetlig bilde av eksportmulighetene. Flere bedrifter sier de benytter denne som et koordineringsverktøy for salg og eksportarbeid.

Til slutt arbeider prosjektet nå sammen med Norske Maritime Eksportører (NME) om å få gjort en markedsundersøkelse av norske maritime eksportører for å forstå enda mer av hva de trenger i markedet.

**Markedsbesøk** – Siden oppstart har ett markedsbesøk vært avholdt. Italia (Oktober 2025), og flere er nå under planlegging. Prosjektet utnytter hele bredden av Team Norway i disse diskusjonene, fra utekontorene til Innovasjon Norge, til klyngenes domenekunnskap og de tilknyttede markedseksperterene. Vi ser at markedseksperterens kontaktnettverk blir benyttet til å få innpass hos verft og rederier på en god måte, og sette de norske bedriftene i kontakt med de riktige personene hos kundene sine.

I tillegg har prosjektet påtatt seg representasjonsroller som under konferansen Zero Emission Cruise i Bergen November' 25. Neste planlagte markedsbesøk er Tyskland (Mars'26) og USA-Miami (April'26)

Markedseksperter – Å benytte seg av **eksperter som kjenner markedene har vist seg å være en effektiv måte å komme i kontakt med norske bedrifters kunder, og en døråpner for**



## Vedlegg 2

### Maritim eksportsatsing – Hele Norge eksporterer

Verdivurdering av delprosjekt for Markedet for cruise og større ferger



**markedsbesøkene.** Vi har vært vertskap for en fysisk Innovation Norway Industry Day, der 20 utenrikskontorer presenterte maritime markedsmuligheter for 20 norske bedrifter. Arrangementet ble fulgt opp av to tematiske webinarer for å utdype prioriterte markeder og konkrete forretningsmuligheter. Erfaringene har vært svært gode, og vi anbefaler å videreføre og gjenta denne modellen, med en mulig oppskalering av mobilisering og arrangement, ettersom formatet gir betydelig merverdi både for næringslivet og utenriksstjenesten.

**Eksportstrategiprogram** rettet mot cruise og fergemarkedet er ikke gjennomført da dette var tiltenkt gjennomført i år no. 2 av prosjektet. I prosjektets første år ble det gjennomført et større nettverkstreff/webinar om bord cruiseskipet AIDA ova. Totalt 90 personer fra mer enn 40 forskjellige bedrifter fra hele Norge deltok. Fra Carnival Cruises er det uttrykt ønske om at dette kan gjøres til en årlig aktivitet, og prosjektet er knyttet opp imot Carnival Cruises Sustainability Development program som er planlagt igangsatt i 2026.

**Nyhetsbrev** – De fire pilarene er formidlet gjennom et nyhetsbrev hvor vi også har fått samlet Innovasjon Norges mest sentrale utekontors innsikt, slik at totalbildet blir helhetlig formidlet. Nyhetsbrevet inneholder også de siste Cruise og Ferge kontraktene i verden og kommende viktige aktiviteter internasjonalt og nasjonalt.

Nyhetsbrevet krever påmelding av den enkelte som ønsker det, og er behandlet eksklusivt. Dette forsikrer oss om at vi har med kun de bedriftene som ønsker det, og samtidig gir det oss en mulighet til å dele markedsdata på en kontrollert måte (som er påkrevd av kundene). Per 15.01.2026 mottas nyhetsbrevet av 70 forskjellige norske bedrifter og rundt 200 personer - som har meldt sin interesse inn imot cruise og fergemarkedene. Veksten i mottakere har vært jevn og vedvarende.

I tillegg til nyhetsbrevet har vi lansert en egen kunnskapsdatabase – som bedriftene kan logge seg på og få tilgang til innkjøpt markedsdata, samt åpen data fra andre relevante kilder – som utvikling av grønn teknologi i cruise og fergesegementet som det har vist seg at der er gjort mange rapporter på allerede.

### Nøkkelresultater og verdiskaping

**Økosystemintegrasjon:** Offentlig anbud til private aktør har muliggjort et enestående integrert samarbeid mellom Innovasjon Norge, Maritime Cleantech, Blue Maritime Cluster og den norske maritime klyngen. Dette skaper et helhetlig, effektivt, koordinert tilbud til norske maritime eksportører—som erstatter fragmenterte innsatser med strategisk samordning. Måten prosjektet er satt kombinerer Innovasjon Norges globale tilstedeværelse med klyngens detaljkunnskaper om bedriftene på en slik måte at vi har fått bedriftenes perspektiver mer synlige. Cruiseprosjektets styringsgruppe, bestående utelukkende av bedriftsrepresentanter, har bidratt direkte til hvilken data de trenger og hvilke markeder man skal besøke – noe som har gitt engasjement, langsiktighet og rask tilpasningsevne til nye funn og markedsmuligheter.

**Kunnskapsoverføring:** Systematisk kunnskapsoverføring med Innovasjon Norges utekontorer (NYC, Hamburg, Milano) har skapt komplementære kapasiteter: de har markedstilgang og lokale nettverk; Norge har verdensledende maritime leverandører. Denne symbiosen er nå operativ og genererer muligheter.

World Orderbook er en etterspurt lead-genererende kanal som hjelper bedrifter å planlegge deres salgs- og eksportaktiviteter. Den digitale kunnskapsbasen har vist seg som en effektiv måte å spre kunnskap om marked og teknologi til bedrifter i den norske maritime klyngen, med god tilgangskontroll.

## Vedlegg 2

### Maritim eksportsatsing – Hele Norge eksporterer

Verdivurdering av delprosjekt for Markedet for cruise og større ferger



**Presis Markedstilgang:** Med Innovasjon Norge som prosjektleder og klyngene som grensesnitt til hundrevis av maritime eksportører, leverer vi presis målretting—matching av spesifikke leverandørkapasiteter med cruise/ferge-operatorers behov gjennom trade missions og

### Verdiene som ville falle bort

*Å stoppe nå vil avslutte prosjektet for det har nådd sitt rette potensial.*

- Norske leverandørers momentum og tillit til koordinert eksportstøtte ville degradere og *Team Norway* og *Made-in—Norway* varemerket ville svekkes
- År med relasjonsbygging med cruise-ledere og verft ville oppløses og andre land vil kunne ta vår posisjon.
- Utekontorenes norske maritime ekspertise og kontaktnettverk ville forvitte.
- Integret økosystem mellom offentlige og private aktører ville fragmenteres tilbake til siloer
- Målrettet forberedelse av Eksporttreningprogram og messemobilisering ville være gjort forgjeves

### Strategisk Betydning

Markedet for Cruise- og større ferger representerer betydelig eksportpotensial for norsk maritim teknologi. Spesielt er det et behov for grønnere og mer energieffektive løsninger som tvinges frem strengere miljøkrav et område som favoriserer norske leverandører.

Dette prosjektet har bygget den institusjonelle arkitekturen som trengs for å fange den muligheten. Nedleggelse ville ikke bare pause fremgangen—det ville demontere år med omhyggelig nettverkskultivering og markedsposisjonering akkurat som resultatene begynner å materialisere seg.

### Anbefaling

**Fortsett innenfor etablert ramme.** Fundamentet er bygget, økosystemet er operativt, og markedsinntreden foregår. Å stoppe nå ville ofre akkumulert verdi ved terskelen til avkastning på investeringen. Prosjektet bør fortsette gjennom 2025-2026 for å konsolidere gevinster og demonstrere vedvarende effekt.

Ålesund 16. januar 2026

Pierre Yann Major  
Klyngeleder  
Blue Maritime Cluster

## Vedlegg 3

### Maritim eksportsatsing – Grønn maritim nærskipfart Europa

Rapport og anbefaling videre satsing fra 2026



#### Innledning og sammendrag

Dette notatet redegjør for status i eksportsatsingen rettet mot Europas nærskipfart. Arbeidet ble lansert og igangsatt i forbindelse med Nor-Shipping i juni 2025, og omfatter perioden frem til utgangen av januar 2026.

I løpet av perioden er det etablert og operasjonalisert strukturer for tett og løpende bedriftskontakt, samhandling med Innovasjon Norges utekontor, dialog med europeiske næringsmiljøer samt koordinering med næringsorganisasjoner og klynger. Prosjektet har beveget seg raskt fra planlegging til aktiv markedsbearbeiding. Samtidig har interessen fra maritime bedrifter i Norge økt markant, både fra etablerte eksportører og fra nye aktører som nå posisjonerer seg for grønne leveranser i det europeiske markedet.

Prosjektet er nå i en fase der koordinering, markedsnær tilstedeværelse og tillitsbasert relasjonsbygging gir konkret uttelling. Dette markerer overgangen fra oppstart til faktisk markedsinntreden i et Europa som i økende grad blir avgjørende for norske eksportbedrifter.

Koordineringen som er etablert er målrettet og sektorspesifikk. Den er bygget over tid, tett på markedet, og gir norske aktører en reell konkurransefordel i et europeisk marked preget av rask omstilling, skjerpede krav og høy etterspørsel etter dokumenterte og skalerbare grønne løsninger.

Å stoppe satsingen nå vil innebære å gi fra seg opparbeidet momentum og verdier idet investeringen begynner å gi avkastning. Prosjektet har etablert en fungerende og tillitsbasert samhandling mellom norske leverandører, Innovasjon Norge, Team Norway-strukturen, utenriksstasjonene og sentrale europeiske markedsaktører.

#### Prosjekt og prosjektgjennomføring

Prosjektet er gjennomført med tydelig vekt på bedrifts- og markedsrelevans. Det er etablert en felles oversikt over norske leverandører, systemer for løpende markedsinnsikt og faste samarbeidsflater med Innovasjon Norge og resten av Team Norway-nettverket.

De siste månedene er det gjennomført målrettede markedsaktiviteter, delegasjoner og møter med rederier, verft og beslutningstakere, samt deltakelse på sentrale europeiske arenaer. Parallelt er det etablert digitale møteplasser som legger til rette for kontinuerlig informasjonsdeling, mobilisering av næringen og rask respons på konkrete markedsmuligheter. Dette er direkte svar på behovene som eksportbedriftene selv har meldt inn.

Prosjektet har dermed gått fra etableringsfase til å fungere som et operativt eksportverktøy. Relasjoner er bygget, tillit er etablert, og norske aktører er i aktiv dialog med kunder og partnere som nå står foran investeringsbeslutninger. Det er etablert en fungerende eksportplattform som bør enda kommuniseres mer ut.

## Vedlegg 3

### Maritim eksportsatsing – Grønn maritim nærskipfart Europa

Rapport og anbefaling videre satsing fra 2026



#### Strategisk betydning og veien videre

Det europeiske markedet representerer et betydelig eksportpotensial for norsk maritim teknologi. Etterspørselen etter grønnere og mer energieffektive løsninger øker raskt, drevet av reguleringer og kommersielle krav. Norske leverandører har et dokumentert fortrinn, forutsatt at posisjoneringsopprettholdes og forsterkes.

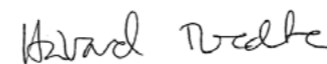
Prosjektet har bygget den institusjonelle arkitekturen som er nødvendig for å realisere dette potensialet. En avvikling nå vil demontere etablert koordinering, nettverk, kompetanse og tillit, samtidig som andre land aktivt styrker sine posisjoner i et europeisk marked som akselererer raskt de kommende årene.

#### Anbefaling

Satsingen anbefales videreført innenfor etablert ramme for perioden april 2025–april 2027. Fundamentet er bygget, økosystemet er operativt, og markedsinntreden er i gang.

Videreføring vil gjøre det mulig å konsolidere posisjoner, realisere konkrete eksportkontrakter og dokumentere effektene av den koordinerte innsatsen. Dette er tidspunktet for å utnytte verdien av det som er bygget opp og forsterke innsatsen, ikke for å avslutte den.

Stord 31. januar 2026



Håvard Tvedte

konst. direktør

Maritime CleanTech

# Sluttrapport Den nasjonale eksportsatsingen på grønn maritim