

Høringssvar - NOU 2026:9 «Veien mot et bedre og mer forutsigbart skattesystem»

Fra: Norske alpinanlegg og fjelldestinasjoner

Til: Finansdepartementet

Høringsfrist: 24. september 2026

Økt moms på heiskort og skiundervisning er feil vei å gå

Norske alpinanlegg og fjelldestinasjoner viser til høringen av NOU 2026:9 «Veien mot et bedre og mer forutsigbart skattesystem».

Organisasjonen har 210 alpinanlegg og 7 av de største destinasjonsselskapene i fjellene som medlemmer, og representerer dermed brorparten av norsk vinterreiseliv - fra små, ideelt drevne bakker til de store kommersielle destinasjonene.

Vi støtter målet om et enklere og mer forutsigbart skattesystem. Men forenkling kan ikke være et mål i seg selv dersom resultatet er dårligere konkurransekraft, høyere priser på fysisk aktivitet, svekkede distriktsarbeidsplasser og vanskeligere rammevilkår for frivillig drevne alpinanlegg.

Skattekommisjonens forslag rammer norsk alpin- og fjellnæring på flere områder samtidig.

Den reduserte merverdiavgiftssatsen på heiskort foreslås økt fra 12 til 15 prosent. Overnatting rammes av den samme økningen. Samtidig foreslås det å fjerne avgiftsunntaket skiskole, noe som vil innebære at kommersiell skiundervisning går fra 0 til 25 prosent merverdiavgift.

For en norsk fjelldestinasjon er dette ikke én avgiftsøkning.

Det er et samlet avgiftssjokk mot hele vinterproduktet.

Norske alpinanlegg og fjelldestinasjoner mener forslagene er dårlig begrunnet og mangelfullt konsekvensutredet.

Vi ber derfor om at forslagene ikke gjennomføres.

1. Alpinanlegg er både reiseliv, idrett og folkehelsearenaer

Norge har mer enn 200 alpinanlegg. Om lag halvparten drives ideelt med betydelig frivillig innsats, som representerer en samfunnsøkonomisk verdi som ikke kommer frem i anleggenes regnskaper.

Anleggene spenner fra noen av Nordens største internasjonale fjelldestinasjoner til små lokale bakker drevet på dugnad. Felles for dem alle er at de skaper aktivitet.

De store alpinanleggene er motorer for reiseliv, eksportinntekter og distriktsarbeidsplasser. De små anleggene er lokale møteplasser og arenaer for barn, unge, familier, idrett og folkehelse. For mange norske lokalsamfunn er alpinanlegget et av svært få organiserte aktivitetstilbud utendørs gjennom vinteren. Det er derfor for snevert å behandle heiskort som en hvilken som helst kommersiell tjeneste.

Et heiskort er inngangsbilletten til fysisk aktivitet. Å øke avgiften på heiskort er dermed også å øke avgiften på aktivitet.

2. Vi bør gjøre det billigere å være i aktivitet - ikke dyrere

Norge har store utfordringer knyttet til fysisk inaktivitet, særlig blant barn og unge.

Samtidig foreslår Skattekommisjonen å gjøre det dyrere å bruke en av landets største vinterarenaer for fysisk aktivitet. Det henger dårlig sammen. Alpinanleggene gir barn og unge mulighet til å være ute, oppleve mestring og utvikle ferdigheter. De skaper aktivitet gjennom hele vinterhalvåret og bidrar til at familier gjør noe aktivt sammen. Dette er folkehelse i praksis.

For de små anleggene er dette perspektivet enda tydeligere. De har ofte ingen kommersielle tilleggsinntekter fra hoteller, restauranter eller omfattende utleievirksomhet. Inntektene kommer i hovedsak fra heiskort.

Vi mener diskusjonen bør gå i motsatt retning: Hvordan kan skatte- og avgiftssystemet stimulere flere barn, unge og familier til aktivitet?

Vårt svar er ikke høyere moms. Det er lavere moms.

3. Momsen på heiskort bør reduseres til 10 prosent

Den reduserte momssatsen på heiskort er allerede økt betydelig. Satsen ble økt fra 8 til 10 prosent i 2016 og videre til 12 prosent i 2018. En økning til 15 prosent innebærer at satsen nesten er doblet på litt over ti år.

Dette kommer i en periode hvor alpinanleggene samtidig har opplevd kraftig kostnadsvekst knyttet til blant annet energi, snøproduksjon, drivstoff, lønn, preparering og vedlikehold.

Tre forhold har bidratt særlig til denne kostnadsveksten: høye strømpriser, økte drivstoffkostnader og en kraftig svekket kronekurs mot euro.

Heisanlegg, snøproduksjonsutstyr og tråkkemaskiner er i stor grad avhengige av deler fra Tyskland, Italia og Østerrike. Når kronekursen mot euro har svekket seg fra rundt 8 til opp mot 12 kroner, kommer dette i tillegg til at delekostnadene også har økt av andre grunner. Samlet har dette gitt en kraftig fordyring av deleinnkjøp for anleggene. Dette rammer særlig hardt de anleggene som ikke har hatt en tilsvarende kompenserende økning i utenlandsk trafikk som følge av den svake kronen.

Samtidig står norske alpinanlegg og fjelldestinasjoner foran betydelige investeringer i snøsikkerhet, energioptimalisering, elektrifisering og klimatilpasning - nettopp de tiltakene myndighetene ønsker at næringen skal gjennomføre, og som er avgjørende for å styrke Norges konkurransekraft og bærekraftig drift. Svekket lønnsomhet reduserer investeringsevnen i disse tiltakene, og forslaget risikerer dermed å motvirke sine egne mål.

Alpinanleggene er kapitalintensive virksomheter med høye faste kostnader. Samtidig er inntektsgrunnlaget sesongavhengig og påvirkes av vær, snøforhold og korte vintersesonger. Det er grenser for hvor mye av kostnadsøkningene som kan veltes over på gjestene.

Derfor mener Norske alpinanlegg og fjelldestinasjoner at momsens på heiskort bør reduseres til 10 prosent.

Det vil bringe Norge nærmere flere av våre viktigste europeiske konkurrenter, og samtidig være et tydelig signal om at myndighetene ønsker å stimulere til aktivitet, folkehelse og levende lokalsamfunn.

Under ingen omstendighet må den økes til 15 prosent.

4. Norge må ikke gjøre konkurrentenes jobb enklere

For de kommersielle fjelldestinasjonene handler dette også om internasjonal konkurransekraft.

Norsk vinterreiseliv konkurrerer direkte med Sverige, Finland og Alpene. Gjestene vurderer ikke merverdiavgift isolert. De vurderer hva ferien totalt koster.

Og de kan velge.

Utenlandske gjester kjøper i praksis norske eksporttjenester når de legger igjen penger på norske fjelldestinasjoner. Når konkurranseevnen svekkes, påvirkes derfor ikke bare inntektene fra heiskort og overnatting isolert sett, men også Norges mulighet til å øke eksportinntektene utenfor olje og gass.

En momssats på 15 prosent på heiskort vil plassere Norge høyere enn en rekke sentrale konkurrentland. Sammenligningen i vårt grunnlagsmateriale viser blant annet 10 prosent i Østerrike, Frankrike, Italia og Spania og 6 prosent i Sverige.

Land	Heiskort	Utleie	Skiskole	Overnatting
Norge (dagens sats)	12 %	25 %	0 %	12 %
Norge (NOU 2026:9, foreslått)	15 %	25 %	25 %*	15 %
Andorra	2,5 %‡	4,5 %	4,5 %	4,5 %
Østerrike	10 %	20 %	20 %	10 %
Catalonia (Spania)	10 %	21 %	21 %	10 %
Finland	13,5 %	25,5 %	25,5 %	13,5 %
Frankrike	10 %	20 %	0/20 %†	10 %
Tyskland	7 %	19 %	19 %	7 %
Italia	10 %	22 %	5 %	10 %
Polen	8 %	23 %	23 %	8 %
Slovenia	9,9 %	22 %	22 %	9,5 %
Spania	10 %	21 %	21 %	10 %
Sverige	6 %	25 %	6 %	12 %
Sveits	8,1 %	8,1 %	8,1 %	3,8 %

Kilder: sammenstilling fra FIANET

* Under forutsetning av at NOU 2026:9 gjennomføres som foreslått og dagens fritak for skiskole (0 %) fjernes. Tabell mva.pdf

Dette er en reell konkurranseulempe.

En svensk, dansk, nederlandsk eller tysk familie som vurderer vinterferien, trenger ikke velge Norge. Familien kan velge Sverige eller Alpene. Blir Norge for dyrt, reiser de et annet sted.

Da forsvinner ikke bare inntekten fra heiskortet. Hele gjestens forbruk forsvinner ut av Norge.

En vintergjest genererer omsetning langt utover heiskortet: overnatting, restaurantbesøk, skiutleie, handel, transport, aktiviteter, håndverkstjenester og eiendomsutvikling. Den samfunnsøkonomiske effekten av redusert gjestetrafikk kan derfor bli langt større enn det isolerte merprovenyet en momsøkning gir staten.

Det er dårlig eksportpolitikk og dårlig distriktpolitikk å bruke skattesystemet til å gjøre norske fjelldestinasjoner mindre konkurransedyktige.

5. Skiskole fra 0 til 25 prosent er særlig alvorlig

Vi reagerer særlig på forslaget som kan innebære full merverdiavgift på kommersiell skiundervisning. Skiundervisning er ikke en luksustjeneste. Det er der barn og voksne lærer å stå på ski. Skiskolen er inngangsporten til alpinsporten for svært mange mennesker som ikke har foreldre eller familie som kan lære dem å stå på ski.

For reiselivsgjestene er kommersielle skiskoler helt avgjørende. Det lokale idrettslaget er ikke et reelt alternativ for en familie som kommer til en fjelldestinasjon på ferie.

Dette har også en direkte eksportdimensjon. Norske Instruktører og Guider (NIG), som representerer skiskoler og instruktørbedrifter over hele landet, opplyser at en svært stor andel av gjestene hos medlemsbedriftene er utenlandske - i enkelte virksomheter opp mot 90 prosent. Skiundervisning er dermed ikke bare et folkehelseiltak for norske familier, men også en betydelig eksportinntekt for norsk reiseliv.

Den Norske Ski- og Snøbrettskole (DNS/Snowsports Norway) har i eget høringsinnspill redegjort grundig for konsekvensene av å fjerne momsfritaket for skiundervisning, herunder virkningen for skiinstruktørenes levekår, rekruttering til yrket og tilgangen til skiopplæring for barn og familier. Norske alpinanlegg og fjelldestinasjoner støtter DNS sine vurderinger fullt ut.

Norske Instruktører og Guider (NIG) har i eget høringsinnspill formidlet samstemte tilbakemeldinger fra medlemsbedrifter i blant annet Geilo, Hemsedal, Trysil, Narvik, Kvitfjell, Hafjell og Oslo, som bekrefter det samme bildet.

«Det er drastisk å gå fra 0 til 25 prosent over natten. [...] Dette vil være som å si at de som har råd kan lære å stå og gå på ski. Dette er åpenbart ikke folkehelsepolitikk.» - Bjørn-Tore Staurset, avdelingsleder skiskole, aktivitet og event, Hafjell AS (sitert i NIGs høringsinnspill)

En overgang fra 0 til 25 prosent moms vil enten gjøre skiskolen betydelig dyrere eller redusere lønnsomheten hos aktørene som leverer tilbudet. Begge deler er negativt for rekrutteringen til alpinsporten.

Det gir liten mening først å gjøre heiskortet dyrere og deretter legge 25 prosent moms på tjenesten som lærer barn å bruke heiskortet. Dagens momsfritak for skiundervisning bør derfor videreføres.

6. De minste anleggene tåler minst

En avgiftsøkning rammer ikke alle alpinanlegg likt. De store kommersielle destinasjonene har større omsetning og flere inntektskilder. Mange små anlegg har ikke det. De drives av idrettslag eller andre lokale organisasjoner, ofte gjennom en kombinasjon av noen få ansatte og et stort antall dugnadstimer.

For mange er økonomien allerede svært krevende. De har ingen stor økonomisk buffer og få muligheter til å kompensere for høyere kostnader. Hvis avgiftsbelastningen øker ytterligere, står de i realiteten overfor tre alternativer: høyere priser, redusert aktivitet eller nedleggelse.

Det siste alternativet har konsekvenser langt utover virksomhetens eget regnskap. Når et lokalt alpinanlegg forsvinner, forsvinner også en møteplass, en rekrutteringsarena og et aktivitetstilbud for barn og unge.

Dette må inngå i den samfunnsøkonomiske vurderingen av forslaget.

7. Grensen mellom ideell og kommersiell virksomhet må avklares

Vi støtter prinsippet om at ideell aktivitet og frivillighet skal skjermes. Men norsk alpinvirksomhet passer ikke nødvendigvis inn i et enkelt skille mellom «ideell» og «kommersiell».

Et ideelt drevet alpinanlegg kan være organisert i ulike selskapsformer. Det kan ha ansatte som er nødvendige for sikker drift, samtidig som hundrevis eller tusenvis av timer utføres på dugnad. Selskapsformen sier derfor ikke nødvendigvis noe om virksomhetens reelle karakter. Regelverket må sikre at reelle frivillighets- og dugnadsbaserte anlegg ikke faller utenfor et unntak fordi de av sikkerhetsmessige eller praktiske årsaker har ansatte eller en bestemt organisasjonsform.

8. Hele fjellferien rammes samtidig

Skattekommisjonens forslag må vurderes samlet, ikke avgift for avgift.

En familie på vinterferie kjøper en totalopplevelse: **overnatting + heiskort + skiskole + servering + utleie + aktiviteter.**

Den reduserte momsen foreslås økt på både overnatting og heiskort. Samtidig kan skiundervisning gå fra null til full merverdiavgift.

Servering har allerede 25 prosent moms i Norge, mot 15 prosent på take-away og dagligvare. Flere europeiske land beveger seg motsatt vei på nettopp servering: Frankrike og Italia har 10 prosent moms på restaurant- og serveringstjenester, og Tyskland innførte fra 1. januar 2026 en permanent redusert sats på 7 prosent.

For fjelldestinasjonene betyr det at flere av de viktigste komponentene i ferieproduktet får en høy eller økende avgiftsbelastning samtidig. Dette perspektivet er særlig viktig fordi det er **totalprisen** gjesten sammenligner med Sverige eller Alpene.

En vintergjest kjøper en samlet ferieopplevelse, og når flere av hovedelementene blir dyrere samtidig, forsterkes konkurranseulempen.

Vi ber Finansdepartementet vurdere den samlede avgiftsbelastningen på vinterproduktet før det eventuelt fremmes forslag om endringer.

9. «Forenkling» er ikke tilstrekkelig begrunnelse

Vi stiller også spørsmål ved hvor tungt hensynet til administrativ forenkling bør veie.

Moderne kasse-, booking- og regnskapssystemer håndterer ulike merverdiavgiftssatser automatisk. Dette er daglig praksis i store deler av norsk næringsliv. Samtidig har Stortinget åpnet for et nytt kommunalt besøksbidrag, hvor kommuner kan innføre en egen avgift på overnatting.

Det fremstår derfor som et paradoks dersom en etablert nasjonal lavmomssats skal fjernes eller økes av hensyn til «forenkling», samtidig som det etableres et helt nytt lokalt avgiftssystem for den samme næringen.

Forenkling kan ikke brukes som argument for avgiftsøkninger dersom resultatet samtidig er et mer komplisert samlet avgiftssystem og dårligere konkurransekraft.

10. Dette er også distriktpolitikk

Alpinanlegg finnes i rundt en tredjedel av norske kommuner.

Mange ligger i distrikter hvor vinterreiselivet er en viktig del av grunnlaget for arbeidsplasser, bosetting og lokalt næringsliv. De store fjelldestinasjonene skaper betydelige ringvirkninger. De små anleggene skaper aktivitet og bolyst.

Flere destinasjoner arbeider aktivt for å bli helårsdestinasjoner, med sikte på å skape arbeidsplasser også utenfor vintersesongen. Redusert lønnsomhet i kjernevirksomheten kan forsinke eller stoppe nettopp disse satsingene.

Begge deler er viktig for distrikts-Norge.

Når rammevilkårene for alpinanlegg svekkes, rammer det derfor langt mer enn én bransje. Det rammer lokalsamfunn.

11. Våre anbefalinger

Norske alpinanlegg og fjelldestinasjoner ber Finansdepartementet og regjeringen om å:

1. **redusere merverdiavgiften på heiskort til 10 prosent**, begrunnet i folkehelse, fysisk aktivitet, frivillighet, distriktsutvikling og internasjonal konkurransekraft,
2. **videreføre dagens momsfristak på skiundervisning og avvise en økning til 25 prosent**,
3. **sikre at ideelle og reelt frivillighetsbaserte alpinanlegg skjermes, uavhengig av formell organisasjonsform**,
4. **gjennomføre en grundigere konsekvensanalyse av forslagens virkninger for barn og unge, folkehelse, frivillighet og små distriktsanlegg**,
5. **vurdere den samlede avgiftsbelastningen på fjell- og vinterreiselivet og effekten på norsk reiselivs internasjonale konkurransekraft før nye avgiftsøkninger gjennomføres.**

Avslutning

Over 200 Norske alpinanlegg representerer noe langt mer enn salg av heiskort. De er arbeidsplasser og eksportnæring. De er distriktsutvikling. De er idrett og rekruttering. De er frivillighet. Og de er noen av Norges viktigste arenaer for vinteraktivitet og folkehelse.

Derfor mener vi at Skattekommisjonens forslag starter i feil ende.

Norge trenger ikke høyere avgifter på aktivitet. Vi trenger flere barn og unge i aktivitet.

Norge trenger ikke å gjøre fjellferien dyrere. Vi trenger et norsk reiseliv som kan konkurrere med Sverige og Alpene.

Og distriktene trenger ikke dårligere rammevilkår. De trenger arbeidsplasser, aktivitet og levende lokalsamfunn.

På dette grunnlaget ber Norske alpinanlegg og fjelldestinasjoner regjeringen om å avvise forslaget om økt moms på heiskort og overnatting og videreføre momsfritaket for skiundervisning.

Vår anbefaling er samtidig å gå et skritt videre:

Sett momsen på heiskort ned til 10 prosent. Det vil være god folkehelsepolitikk, god distriktspolitik og god næringspolitikk.

Med vennlig hilsen

Camilla Sylling Clausen
Generalsekretær
Norske alpinanlegg og fjelldestinasjoner