



**Ullensvang  
kommune**

# **Strategisk handlingsplan for reiselivet**

**2020 - 2022**



Vedteke i utval for samfunn, plan og næring 02.09.2020 SAK 090/20

### **Innhald**

1. Føremål med dokumentet
2. Bakgrunn
  - Planar og vedtak
  - Kort om situasjonen for reiselivet i kommunen
3. Strategiske grep for reiselivssatsinga fram til 2022
4. Lokale målbilete
5. Strategiske vegval for reiselivet i Ullensvang
6. Strategiske handlingar i påvente av vedteken reiselivsstrategi
7. Tilhøve for vidare diskusjon



## 1. Føremål med dokumentet

Med auka besøkstall aukar forventningane til profesjonalitet hjå næringsaktørane. Gjennom sosiale medier endrast spelereglane for marknadsføring av kommunen og regionen. Kontaktnettlet får direkte kjennskap til gjesten si oppleving av reisemålet. Eit viktig suksesskriterium for reiselivsnæringa vil vera å tilby riktig oppleving til riktig gjest. Reiselivsnæringa er i sterk vekst, men og i endring. Med dette er det naudsynt å sikre at utviklinga tener lokalsamfunnet på ein best mogleg måte. Det er mange som no peikar på at det er behov for å få utarbeidd ein reiselivsstrategi.

Det går igjen ulike begrep som til dømes reiselivsplan, strategisk reiselivsplan og reiselivsstrategi. Uklår begrepsbruk gjev behov for å gjera tydelege begrepsavklaringar, og forklåre skilnaden på ein reiselivsplan, reiselivsstrategi og ein strategisk handlingsplan for reiselivet;

-Ein strategi gir overordna retning for eit fagfelt eller område og skal peike ut vegval, satsingsområde og eventuelt mål. Den inneheld ikkje handlingsprogram eller tiltak, men ein bør likevel konkretisere korleis strategien skal følgast opp.

-Temaplanar kan utarbeidast for fagfelt der kommunen som tenesteproducent eller samfunnsutviklar har stor påverknad ut mot samfunnet. Prosess- og formkrava i plan- og bygningslova gjeld ikkje for temaplanar. Temaplanar skal bidra til samordna innsats og bruk av verkemiddel og inneheld oftast ein tiltaksdel.

I dette dokumentet er dei peika ut strategiske handlingar. Med dette er det råd å iverksetja og å fylgje opp vedtak og naudsynte tiltak på kort sikt. Samstundes blir det peika ut strategiske vegval, satsingsområde og mål, for å sikre ein god og samkjørt inngang til arbeidet med å utvikle ein reiselivsstrategi.

## 2. Bakgrunn

### Planar og vedtak

-Kommuneplanen blir liggjande ute på høyring til september, og fråsegna skal vurderast før den går til endeleg handsaming i kommunestyret. Planen inneheld fleire tilhøve som omhandlar reiseliv.

-Etter at kommunenplanen er vedteken, kan kommunen iverksetja og handsame ein reiselivsstrategi eller reiselivsplan (temaplan), der det er viktig med brei involvering. Då er vi nær sommaren 2021 før vi nærmar oss vedtak.

-Alternativt kan Visit Hardangerfjord iverksetja utarbeiding av ein reiselivsstrategi. Visit Hardangerfjord har tatt til orde for at dei kan utvikle ein reiselivsstrategi for regionen.

-Det vil ta tid dersom det skal sikrast brei involvering, samt politisk handsaming i den einskilde kommune. Det er viktig at det blir sikra solid eigarskap både i næringa og i aktuelle kommunar.

-Innovasjon Norge har fått oppdrag frå regjeringa om å lage ein ny reiselivsstrategi. Den nye reiselivsstrategien skal vera klar i løpet av 2020. Strategien skal konkretisera regjeringa sin reiselivspolitik, som har som mål å utvikle norsk reiseliv i ei meir lønsam og bærekraftig retning.



-I tillegg til dei temaplanane som er omtalt i Utviklingsplan for Vestland 2020-2024 gjer fylkesrådmannen framlegg om å innarbeide at reiseliv blir del av Regional plan for innovasjon og næringsutvikling.

-Trolltunga AS, vedtekter, formål:

Å drifte og utvikle ikonet og reisemålet Trolltunga. Trolltunga AS skal sørge for at Trolltunga blir ein motor for utvikling av reiselivet i Odda (Ullensvang) som heilskap. Målsettinga er reiseliv som næring på heilårsbasis. Vedtak i styremøte i Trolltunga AS;

**Sak 18/20 Oppfølging av modell for organisering av reiselivet i Ullensvang kommune**  
PwC har laget to ulike forslag til organisering av reiselivet i Ullensvang i forhold til om Trolltunga AS fikk skattefritak eller ikke. Trolltunga AS har fått skattefritak. Næringsjefen i Ullensvang kommune, Inge Håvard Aarskog fulgte opp modell for organisering av reiselivet i Ullensvang fra forrige styremøte.

**Vedtak:**

Styret i Trolltunga AS anbefaler Ullensvang kommune å starte opp arbeidet med en strategisk reiselivsplan.

Arbeidet må forankres hos lokale reiselivsbedrifter, Visit Hardangerfjord, Vestland fylkeskommune og andre relevante aktører.

En strategisk reiselivsplan skal analysere nå-situasjonen og beskrive en ønsket fremtidig situasjon.

En naturlig del av oppstarten av arbeidet med en strategisk reiselivsplan er å lete etter tilsvarende prosesser gjennomført med godt resultat andre steder i Norge eller internasjonalt. I arbeidet med å iverksette en ferdig utarbeidet strategisk reiselivsplan er det naturlig å se på hvilke oppgaver som skal gjennomføres, av hvem og hvordan dette skal organiseres for å bevege seg nå-situasjonen til en ønsket fremtidig situasjon.

Om Ullensvang kommune ønsker det kan styret i Trolltunga AS ha en sentral rolle i et prosjektarbeid for en strategisk reiselivsplan for Ullensvang kommune.

Med dette er alle strategiske beslutninger i Trolltunga AS truleg utsatt med 1 år eller meir.

Kort om situasjonen for reiselivet i kommunen

Ullensvang er tett kopla til naturen og naturkreftene. Kommunen har relativt kort avstand til Stavanger og Kristiansand, og er plassert mellom to store byar; Oslo og Bergen. Dette er fire viktige byar for innreise til landet, og desse byane representerar i seg sjølv med sitt omland nær halvparten av Norge sine innbyggjarar. Slik kan Ullensvang bli nådd i løpet av nokre få timar frå kvart av desse fire områda. Ullensvang med sitt omland har eineståande attraksjonar i verdsklasse, og det er mange av dei. Med dette er det mogleg å legge opphaldet sitt til Ullensvang, og ha dagsreiser (dagstursona er 2 -3 timar ein veg) frå Ullensvang og ut til eit mangfald av opplevingar i og utanfor Ullensvang. Dette gjør at Ullensvang har ein potensiell dobbel funksjon både som gjennomfartsstad og som ein basedestinasjon (hub), med dei høve og forpliktingar dette gjev.

I Norge er det fleire aktørar som sel sine produkt gjennom ulike bookingsystem. For desse selskapa er det viktig å kunne tilby attraktive produkt (attraksjonar) med tilhøyrande fasilitetar. Desse produkta blir kopla saman med ulike transportløyser, og det blir tilbydd pakkar. På denne måten vil slike pakkar kunne innehalde tilbod frå Ullensvangområdet. I dag er det i liten grad slike større komplette pakke- og bookingløyser med lokalt eigarskap i Ullensvangområdet, men det eksisterar enkelte aktørar med egne bookingløyser. Dette gjeld i hovudsak dei som har større trafikk. Det finst ikkje reine bookingselskap i vårt område.



Med dette er det i hovudsak eksterne aktørar som sit med gevinsten på booking, og som “eig gjesten” og styrer reisandestraumane.

### 3. Strategiske grep for reiselivssatsinga fram til 2022

Kommunen følger opp vedtaket frå styret i Trolltunga AS, ved å legge inn reiselivsstrategi som eit tiltak i handlingsprogrammet for kommuneplanen. Følgjande grep bør iverksetjast;

1. Det bør utviklast ein reiselivsstrategi for Hardanger. Visit Hardangerfjord blir oppmoda om å invitera inn dei andre medlemskommunane i Visit Hardangerfjord til å utvikle ein reiselivsstrategi for Hardanger. Visit Hardangerfjord blir oppmoda om å etablere eigne ressursgrupper i den einskilde kommune der medlemsverksemdar i Visit Hardangerfjord, kommunen, Ullensvang Reiseliv, Nasjonalparkstyre og andre sentrale og strategisk viktige samarbeidspartnarar blir invitert inn. Involvering av næringsaktørane er svært viktig når det skal utviklast ein reiselivsstrategi.
2. Som grunnlag for reiselivsstrategien må det først utarbeidast ei reiselivsmelding med ulike scenario.
3. Reiselivsstrategien for Hardanger skal som eit minimum innehalde følgande;
  - Introduksjon av reiseliv i Hardanger og den einskilde kommune
  - Strategi for ei framtidsnæring
  - Om strategien
  - Forankring
  - Destinasjonsleiing \*
  - Utfordringsbilete
  - Ullensvang med lokal tilhørigheit i Hardanger
  - Visjon for Hardanger
  - Målbilete
  - Visit Hardangerfjord sine strategiske vegval for reiselivet i Hardanger
4. Ullensvang kommune utviklar;
  - Visjon for Ullensvang - Friluftshovudstaden
  - Lokale målbilete
  - Ullensvang kommune sine strategiske vegval for reiselivet i Ullensvang
  - Virkemidler for reiselivsutviklinga; døme; kapital, fondsbruk, transport, miljø mv
5. Ullensvang kommune søker om status som nasjonalparkkommune etter nye retningslinjer og om Jondal fortsatt kan ha status som nasjonalparklandsby.

### 4. Lokale målbilete

Reiselivsutviklinga i Ullensvang kommune skal ha som føremål å:

- A. gje kvalitative ringverknader, der produkt og tenester produsert for lokalbefolkninga og er til nytte for besøkande.
- B. sikre at mest mogleg av verdiskapinga blir verande igjen i lokalsamfunnet
- C. sikre at bærekraft må vera gjennomgåande
- D. at verksemdene som tar del i utviklingsarbeidet skal ha auka fortjeneste
- E. utvikle fleire heilårsarbeidsplassar
- F. bidra til auka aktivitet og attraktivitet i kommunen
- G. utvikle Ullensvang som eit reisemål for base ferie-fritidsreisande (ein hub)



- H. nytte potensialet hjå gjennomreisande
- I. kunne handtera straumen av reisande gjennom “å eige gjesten” (booking)
- J. utvikle Ullensvang kommune som Norge sin Friluftshovudstad

## 5. Strategiske vegval for reiselivet i Ullensvang

Reiselivsnæringa er i sterk vekst, men og i endring. Ei reiselivsnæring i vekst fører til auka bruk av fellesgode. Fellesgode er reiselivsrelatert infrastruktur og fellesoppgåve som og kjem innbyggjarane til gode. Vekst medfører auka bruk av naturen og andre allmenningar. Dette stiller monaleg sterkare krav til destinasjonsleiing\* gjennom strategisk og gjennomgripande planlegging både frå myndigheiter, destinasjonsselskapa og dei seriøse aktørane i reiselivsnæringa.

Verdiskapinga og sysselsettinga som næringa bidreg med i dag og potensialet framover må bli synleg. Vi må syne korleis næringa både brukar, men og kan bidra til realisering av fellesgoder på ein slik måte at veksten i reiselivsnæringen blir eit gode for Ullensvangsamfunnet. Ved å nytte lokal mat, historieforteljing, naturopplevingar, kunst- og kulturarrangement og andre ting, som vi ofte tar for gitt i eigen kvardag, ynskjer vi å syne korleis reiselivet bidreg til skape auka forståing av vår eigen region og oss sjølve.

Verksemder med smalt kundesegment og smalt produktspekter kan vera meir utsatt ved endringar i marknad og etterspurnad. For å sikre at næringa har tilgang til fleire marknader, er det naudsynt å ha diversitet i gjestesegmenta og tilboda. Med andre ord; vi må ha fleire bein å stå på. Diversitet i tilboda vil kreve at heile næringa arbeider for å sikre god sameksistens mellom dei ulike produkta/tilbydarane. Dette vil kreve god destinasjonsleiing\*.

Potensialet i reiselivet må bli tatt på alvor, og strategien skal nyttast til å syne forventingane vi har til reiselivsnæringa i framtida. Utviklinga i reiselivsnæringa skal bidra til å styrke oss som samfunn. Ved å utvikle nye samhandlingsformer basert på ein felles visjon om ei berekraftig reiselivsnæring, vil vi styrke næringa sin tillit i Ullensvangsamfunnet. Det må legges til rette for ei samfunnsplanlegging tilpassa dei lokale, og dimensjonert for dei besøkande. På den måten skaper vi relasjonar som styrker regionen sin identitet og integritet. Dette vil bidra til å gje våre gjester ei best mogleg oppleving.

Eit av dei viktigaste punkta i reiselivsstrategien er å peike retning for ei ynskja samfunnsutvikling. Dette er tiltak som styrker Ullensvang og Hardangerregionen som reisemål, samtidig som vi realiserar verdiskapingspotensialet reiselivsnæringa har i regionen. Vi skal kombinera kortsikte behov med langsiktige løysingar. Dette gjør vi gjennom at strategien i tillegg til verdiskaping og miljø, også har sterkt fokus på sosial og kulturell bærekraft. Vi vil at næringa skal bidra til ei økonomisk, sosial, kulturell og miljømessig berekraftig framtid.

## 6. Strategiske handlingar i påvente av vedteken reiselivsstrategi

Det vil ta noko tid å utvikle ein reiselivsstrategi. I påvente av strategien er det turvande å iverksette tiltak som tener eit eller fleire av føremåla. I denne situasjonen er det naudsynt at



kommunen gjer tiltak. Trolltunga AS må setjast i stand til å vera ein katalysator for reiselivet i Ullensvang kommune og må sørge for ei heilskapleg utvikling av dei ulike områda av reiselivet i regionen, og ikkje berre rundt Trolltunga. Utviklinga i reiselivet skjer kontinuerleg, og med dette er det viktig å vera mest mogleg i forkant. Følgjande handlingar må iverksetjast og følgast opp;

**A.** Trolltunga AS som aktivt selskap for utvikling av reiselivet i kommunen. Jfr KS-sak 091/20 Tiltakspakke Ullensvang og høyringsforslag i kommuneplanen;

#### Transport

Ullensvang kommune skal vera best i klassen på turisttransport - både på reiseliv og klima. Knytta saman destinasjonar/produktområde og redusera at folk må reisa med eigen bil. Utvikle båttilbod på fjorden og transport på veg. Utvikle dette gjennom Trolltunga AS.

#### Booking

Å i større grad sikre at meir av verdiskapinga blir verande i Ullensvang. Utvikla felles bookingløyising for reiselivet i kommunen.

#### Produktområde

Engasjere seg og fasilitera i utviklinga av andre produktområde som td, Fonna, Dronningstien mfl. og kople desse saman i marknadsføring, tilrettelegging, transport booking mv.

#### Engasjement i aktivitetar/tiltak

Det kan og vera andre aktivitetar som selskapet kan engasjera seg i. Det oppmodast om at selskapet igangsetter overnemnde aktivitetar/tiltak og engasjerar seg i aktuelle tiltak/prosjekt som bidreg til utviklinga i reiselivet i kommunen. Der selskapet ikkje har kapital til å få igangsatt desse aktivitetane, kan kommunen stille med lån på gunstige vilkår.

**B.** Drift av turistinformasjon i medhald av KS-vedtak

**C.** Utvikle samarbeid med næringa og Visit Hardangerfjord

**D.** Tydeleggjera kva kommunale selskap skal ha som formål, og gå grensegangar mellom kommune og næringsliv

**E.** Fellesgode - følge utviklinga i fellesgodefinansiering (verdsarvområda)

**F.** Utvikle Friluftshovudstaden

**G.** Overnattingskapasiteten og serveringstilbodet må styrkast

**H.** Utvikle attraksjonar og nye tilbod tett på overnattingstilboda og base-ferie områda.

**I.** Utvikle eit tiltaksretta moglegheitstudie for reiseliv i Røldal - fokus på sumarhalvåret

**J.** Reiselivsstrategi for Hardanger - utviklast av Visit Hardangerfjord

**K.** Koronasituasjonen må overvakast og naudsynte tiltak må følgast opp

**L.** Marknadsaktivitetar må avklarast og samkøyrast mellom Trolltunga AS og Visit Hardangerfjord

**M.** Trolltunga AS må utgreie produktutviklinga i samarbeid med aktuelle lokale fagmiljø





**N.** Det må utviklast tilbod for dei reiselivsverksemdene som har behov for auka profesjonalitet.

**O.** Vurdera å få Ullensvang godkjent av [Merkeordningen bærekraftige reisemål](#). Må vurderer kven som skal gjera dette. Visit Hardangerfjord vil vera naturleg.

## 7. Tilhøve for vidare diskusjon

Reiselivsnæringa er samfunnsgjennomgripande. Det er fleire tilhøve som er svært krevande og i enkelte tilfelle ikkje kan løysast åleine i lokale strategiar og handlingsplanar. Løysningane er i spennet mellom næringa, innbyggjarar, kommunen som tilretteleggjar, samfunnsutviklar og myndigheitsutøvar, andre forvaltningsnivå og aktørar.

Dersom reiselivsnæringane sitt potensial for vekst, verdiskaping og samfunnsutvikling skal bli tatt på alvor, er det naudsynt at fleire diskusjonar blir vidareført i tida framover;

- Kva scenarie har vi for reiselivsutviklinga Ullensvang?
- Korleis sikrar vi heilårs reiseliv og heilårs arbeidsplassar?
- Kva forpliktelsar er realistisk å forvente av kommunen og næringa?
- Korleis ta i vare grunneigarar og lokalbefolkning sine interesser når det kjem ukontrollerte mengder med gjester inn "på tunet". Korleis ta i vare den private sfæren?
- Kva ansvar bør reiselivsaktørane som i sine produkt brukar naturen ta for fellesgodene?
- Korleis sikrer vi finansiering til etablering, drift og vedlikehald av fellesgode?
- Gjer sterk vekst at turist-/miljøskatt er aktuelt, etter prinsippet «brukar betaler»?
- Kva verkty har vi for å regulera ferdsel? Korleis ynskjer vi å nytte dei?
- Kva type reiselivsverksemdar/tilbod ynskjer vi å utvikle -versus- kva gjester ynskjer vi å ha?
- Korleis sikrer vi at intensjonen med allemannsretten vidareførast?
- Korleis handterer vi utviklinga av landbasert reiseliv versus sjøbasert (cruise) reiseliv?
- Produkt med mengd og produkt med nisje - er dei avhengige av kvarandre?
- Korleis utvikle ei god destinasjonsleiing\*

Momenta for vidare diskusjon må følgjast opp gjennom faste møte med Ullensvang kommune, medlemsverksemdar i Visit Hardangerfjord, Ullensvang reiseliv og andre sentrale og strategisk viktige samarbeidspartnarar. Det må utviklast strategiar for kva prosessar som må gjennomførast for å få svar på desse spørsmåla.

### \*Destinasjonsleiing

“De aktørene som sammen, formelt eller uformelt, leder utviklingen av reiselivet på reisemålet. Aktørene i destinasjonsledelsen kan være destinasjonsselskap, reiselivslag, eller reiselivsrettet næringsselskap, kommunen(e) og i enkelte tilfeller sentral(e) reiselivsbedrift(er). Begrepet destinasjonsledelsen brukes om funksjonen og samarbeidet mellom flere aktører, som kommune og destinasjonsselskap. Uavhengig av organiseringen er et godt samarbeid mellom kommunen og reiselivsnæringen en forutsetning for å lykkes med en bærekraftig reisemålsutvikling.”

Kjelde; <https://www.innovasjon norge.no/globalassets/0-innovasjon norge.no/vare-tjenester/reiseliv/merket-for-bar-ekraftig-reiseliv/definisjoner-og-begreper.pdf>

