



Temaplan reiseliv i Vestland 2023-2025

Nyskapande og berekraftig reiselivsutvikling

Innhald

Innleiing	4
1.0 Om temaplanen.....	6
1.1 Om planprosessen - involvering.....	6
2.0 Reiseliv i Vestland – ein viktig drivar for gode samfunn	8
2.2 Arbeidsplassar og verdiskaping	8
2.3 Samspel mellom by og distrikt i Vestland.....	9
2.4 Verdiskaping generert av reiselivet	10
2.5 Reiselivsorganisasjonar og samarbeidsformer.....	10
2.6 Forum for dialog og samarbeid	11
3.0 Premiss for utviklinga	12
3.1 Berekraft	13
3.2 Det grønne skiftet.....	13
3.3 Effekt av koronapandemi, endra energimarknad og auka levekostnader	14
4.0 Visjon: Nyskapande og berekraftig reiselivsutvikling i Vestland	15
4.1 Synlegheit.....	15
4.2 Forretningsmodell og struktur	16
4.3 Omstilling og utvikling – mot ei ny framtid for reiselivet i Vestland	17
4.4 Heilårs aktivitet er løysinga på fleire berekraftutfordringar	19
4.5 Attraktive, lokale arbeidsplassar.....	20
4.6 Besøksforvaltning: Positiv stads- og næringsutvikling med reiseliv som drivar.....	20
5.0 Verkemiddel og verktøy.....	22
6.0 Oppfølging av konkretisering gjennom årlege tiltaksplanar	23
7.0 Resultatmåling og evaluering	24
8.0 Definisjonar/omgrepsbruk	25

Innleiing

Vestland fylke er i dag eitt av dei største fylka når det gjeld verdiskaping generert av reiseliv, og har unike naturlege føresetnader for å kunne vidareutvikle reiselivsnæringa i regionen til å bli det fremste reisemålet i Norge. Kombinasjonen vakker natur, inngangsporten og motoren Bergen og eit bygde- og distriktsmiljø rikt på kultur, tradisjon og matopplevingar er i tråd med visjonen om å være eit nyskapande, attraktivt og berekraftig reisemål. Alt reiselivsarbeid i Vestland skal være tufta på berekraftig utvikling, og kongstanken *Attraktivitet gjennom berekraft* står fast. Vestland fylkeskommune har ei rolle som samfunnsutviklar, tilretteleggjar og kan bidra til samlingspunkt for reiselivsnæringa i Vestland. Kommunane, reiselivsorganisasjonane og næringsaktørane er sentrale i utviklinga av dei ulike delane av fylket. Dei fleste kommunane i fylket seier tydeleg at dei ynskjer fleire gjestar.

Temaplanen tar føre seg dei største arbeidsoppgåvene føre oss for å nå dette målet. Desse er omtala i kapittel 4. Planen er med vilje laga med kort horisont. Fylket vårt er nytt og koronapandemien har gjort det vanskeleg for reiselivsnæringa og fylkeskommunen å gå i gang med nybrottsarbeid i ein periode der fokus har vore på at næringa skulle overleve. I 2025 vil vi være i betre posisjon til å leggje meir langsiktige planar for vidare arbeid.

Planen peikar på nokre av dei største utfordringane reiselivsnæringa i Vestland og Noreg har føre seg, og viser kva som skal til for å løyse desse. Ein eigen tiltaksplan med konkrete handlingspunkt blir laga for kvart år.

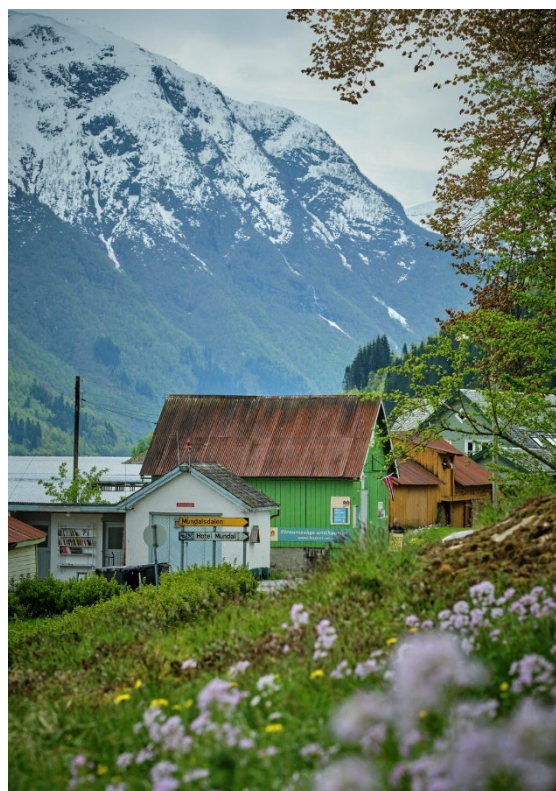


Foto: Morten Wanvik/Vestland fylkeskommune

Oppsummering

Reisemålet Vestland skal være attraktivt for den rette gjesten fordi vi lukkast i å utvikle ein destinasjon som er berekraftig når det gjeld økonomi, sosiale tilhøve og som oppfyller dei krava til miljø og klima som Norge og Vestland har forplikta seg til under Parisavtala. Gode system for besøksforvaltning kan gjere at reiselivsaktiviteten får høgare kvalitet og minkar ulempe for lokalbefolkninga på særleg utsette stader, gjennom betre fordeling av gjestane og høgare lokal verdiskaping.

Når ein legg til rette for besøkande gjennom produkttilbod, marknadsføring og sal må utviklinga gjerast med tanke på lokale interesser. Lokale verdiar og identitet må være førande for utviklinga. Det må være eit mål å tiltrekke seg gjestar som har god betalingsevne- og vilje, som blir lengre på staden og ynskjer eit opphald som harmonerer med lokalt verdigrunnlag. Skal verdiskapinga komme lokalsamfunnet til gode, må reisemålsselskap og aktørar praktisere ansvarleg marknadsføring og ta omsyn til lokale interesser i utviklinga av destinasjonen. Gjestar som i hovudsak kjem for å oppleve naturen, kan i langt større grad bli freista til å bli lengre og bruke meir ved at vi gjer mat- og kulturopplevingar meir tilgjengelege for turistane. Ein må ta særleg omsyn til behovet for universell utforming der det kan la seg gjere.

Heilårs aktivitet i bedriftene er nøkkelen til auka verdiskaping. Næringa er i stor grad prega av sesongaktivitet. Lukkast ein i å trekkje nok gjestar til reisemålet til å oppretthalde eit attraktivt tilbod heile året får ein betre inntening for bedriftene, betre vilkåra for tilsette og fleire heilårs busette i kommunen. Dette vil føre til at næringa blir meir profesjonell og meir attraktiv for arbeidstakarar, og merkevara blir styrka gjennom auka merksemd og ei vidare kundegruppe. Innbyggjarane er ei viktig kundegruppe, og ved å produktutvikle også for desse kan ein sikre viktig aktivitet året rundt.

Det må setjast i verk tiltak for gjere det meir attraktivt for unge å søkje reiselivet som yrkesveg. Utdanningstilbodet må være tilpassa næringa sine behov, og det må jobbast systematisk for ta grep som kan hjelpe bedriftene å få inn nok tilsette med rett kompetanse. Heilårs sysselsetting er viktig. Det offentlege har eit særleg ansvar for å leggje til rette for kunnskapsbasert utvikling av reiselivet.

I tråd med standard for «Merket for bærekraftig reisemål» skal det utviklast gode modellar for reisemålsleiing i norske destinasjonar. Vestland fylkeskommune skal leggje til rette for at ein kan finne gode løysingar for dette også i Vestland.

Visjon:

Nyskapande og berekraftig reiselivsutvikling i Vestland.

Hovudmål:

Vestland fylke skal gjennom berekraftig reiselivsutvikling vere eit attraktivt val for gjestar som bidreg til lokal verdiskaping.

Delmål:

Synlegheit

- Marknadsføring retta mot målgrupper som bidreg best i tråd med planen sine intensjonar.
- Marknadsføringa av Vestland skal være basert på ansvarleg turisme.

Forretningsmodell og struktur

- Ein tydeleg struktur med klart mandat og tilhøyrande finansiering for destinasjonsleiing på reisemålet.
- Tydeleg rollefordeling mellom lokalt, regionalt og nasjonalt nivå i reiselivsorganiseringa.

Omstilling og utvikling

- Omstilling til styrka økonomisk berekraft.
- Omstilling til styrka sosial berekraft.
- Omstilling til ei meir miljø- og klimavenleg reiselivsnæring.

Heilårsaktivitet

- Fleire bedrifter og reisemål som er tilgjengelege heile året.
- Vestland fylke skal betre legge til rette for at også barnefamiliar skal kunne besøke Vestland og få varierte tilbod til ein overkommeleg pris.

Attraktive, lokale arbeidsplassar

- Auke rekrutteringa til reiselivet i Vestland.
- Fleire med rett kompetanse i reiselivsnæringane.

Besøksforvaltning

- Utvikle ein modell for overordna berekraftig besøksforvaltning gjennom eit samarbeid mellom fylkeskommune, kommune og reiselivsorganisasjonar.

1.0 Om temaplanen

I juni 2021 vedtok fylkestinget regional plan for innovasjon og næringsutvikling 2021-2033, «[Berekraftig verdiskaping](#)». Vidare vedtok fylkestinget at det skulle startast opp arbeid med fire temaplanar. Ein av desse er temaplan for reiseliv. Temaplanar kan utarbeidast for fagfelt der fylkeskommunen som tenesteprodusent eller samfunnsutviklar har stor påverknad ut mot samfunnet. Høyringsinnspela til «Berekraftig verdiskaping» uttrykte tydeleg at det er naudsynt å gå djupare inn i tematikken som trengs for å utvikle reiselivsnæringa i Vestland. Temaplanar er heimla i kommunelov eller sektorlov og skal utarbeidast på grunnlag av regional planstrategi eller regional plan.

Regional plan for innovasjon og næringsutvikling («Berekraftig verdiskaping») sitt hovudmål er at Vestland skal være det leiande verdiskapingsfylket basert på berekraftig bruk av naturressursar, grøn næringsutvikling og innovasjon. Temaplan reiseliv skal bidra til å oppfylle desse måla. FN sine prinsipp for berekraft skal være førande for alle planprogram i Vestland fylkeskommune.

Temaplan for reiseliv skal bidra til samordna innsats og bruk av verkemiddel og det vil bli utarbeida ein årleg tiltaksplan for konkrete oppgåver. Temaplanen konkretiserer korleis fylkeskommunen vil arbeide for utviklinga av berekraftig reiseliv i Vestland gjennom eigne økonomiske verkemiddel, rolla som fagleg rådgjevar og som legg til rette for samarbeid mellom dei ulike aktørane som har ei rolle for reiselivsutviklinga. Kommunane har eit særleg ansvar for eigne reisemål og utviklinga av desse. Andre sentrale aktørar er destinasjonsselskap, landsdelsselskap og næringa sjølve. Planperioden er 2023-2025.



Foto: Morten Wanvik/Vestland fylkeskommune

1.1 Om planprosessen - involvering

Planprosessen har i stor grad basert seg på nasjonale og regionale dokument som er utarbeida saman med reiselivsnæringa. Temaplanen blir arbeida fram i tett dialog med reiselivsnæringa ved destinasjonsselskapa i fylket, landsdelsselskapet Fjord Norge AS, Innovasjon Norge, Statsforvaltaren, NHO Vestland og kommunane. Reiselivsforum Vestland har vore referansegruppe i arbeidet.

Styringsgruppa har bestått av Statsforvaltaren, Innovasjon Norge og Vestland fylkeskommune.

I 2021 kom ny Nasjonal reiselivsstrategi 2030, som blei arbeida fram av Innovasjon Norge på oppdrag frå Nærings- og fiskeridepartementet. Strategidokumentet «Sterke inntrykk med små avtrykk» er særst godt forankra i næringa etter gode rundar med djupneintervju og open høyringsprosess. Innspel frå referansegruppa og næringa elles har tydeleg gitt til kjenne at ein ynskjer at fylkeskommunen bruker omgrepa frå nasjonal strategi. Tiltaka frå vestlandsregionen sitt eige scenarioprojekt Scenario Fjord Norge

2030 – Attraktivitet gjennom berekraft er å finne att i den nasjonale planen.

Temaplan reiseliv for Vestland fylke baserer seg derfor på dei strategiske måla og tiltaka som er løfta fram i **Nasjonal reiselivsstrategi 2030**, og særskilte innspel frå reiselivsorganisasjonane i Vestland. Det overordna målet med temaplanen for reiseliv skal støtte opp under Vestland fylkeskommune sin regionale plan Berekraftig verdiskaping.

2.0 Reiseliv i Vestland – ein viktig drivar for gode samfunn

Reiseliv som næring består av fleire bransjar som tilbyr varer og tenester til menneske på reise. Dei viktigaste er transport, overnatting, aktivitetar, attraksjonar, servering, møter og arrangement, kultur og underhaldning, informasjon og formidling, samt handel og tenester knytt til denne¹.

Verdiskapinga av reiselivsaktivitet i Noreg har i stor grad vore fokusert på volum, med talet på gjestedøgn og reine omsetjingstal som indikatorar. I seinare tid er det auka merksemd på å styrke bedriftene si verdiskapingsevne gjennom andre tiltak enn stadig aukande volum. For det enkelte reisemålet er det også vesentleg at det er lagt til rette for at ein kan optimalisere ringverknadane av reiselivsaktiviteten på staden. I tillegg til omsetning hos bedriftene, arbeidsplassar, skatt og avgifter fører også reiseliv med seg eit marknadsgrunnlag for å oppretthalde tilbod som dei lokale har bruk for og glede av, slik som butikk, aktivitetstilbod og serveringstilbod. Fleire nemner også det positive i at gjestar bringer med seg liv og røre til eit lokalsamfunn. Slik blir det meir attraktivt å busetje seg på staden.

Reiseliv skil seg frå andre næringar ved at produksjon og forbruk av produktet skjer på same stad, ofte der folk bur, jobbar og leikar. Tenester og opplevingar blir produsert i takt med etterspørselen, og kan ikkje lagrast. Produksjonen av reiselivstilbod er avhengig av ei rekkje andre samfunnstenester, som transport, felles infrastruktur i tettbygde område og i

naturen og anna infrastruktur som i utgangspunktet er tilrettelagt med dei fastbuande i tankane. Å utvikle reiselivstilbodet i eit lokalsamfunn er ein del av samfunnsutviklinga. Der utvikling og tilrettelegging blir gjort på ein god måte, er reiselivsaktivitet eit gode for innbyggjar og kommune.



Foto: Morten Wanvik/Vestland fylkeskommune

2.2 Arbeidsplassar og verdiskaping

Reiselivet er ein viktig arena for sysselsetting og skapar arbeidsplassar innan fleire næringar. I 2019 var det rekna med at rundt 44 000 personar

¹ [Nasjonal reiselivsstrategi 2030](#)

var tilsette i reiselivsnæringa i dei tre vestlandsfylka, Fjord Norge-regionen. Av desse reknar vi med at omlag 21 000 var tilsett i Vestland fylke². Reiselivet gir eit mangfald av moglegeheiter for sysselsetting, både heiltid/deltid og sesong. Det er også ein viktig arena for integrering og for kvinner i arbeid³. Reiselivsnæringane har ein høg andel kvinner, og særleg hotellbransjen har tradisjonelt hatt høg andel kvinnelege leiarar. Næringa er for mange unge også eit første møte med arbeidslivet, spesielt i Vestland. På landsbasis svarar 72% av medlemmar i NHO Reiseliv at dei tilbyr unge sommarjobbar, medan talet i Vestland fylke er på 87%.

I NHO Reiseliv si nyaste medlemsundersøking seier 58% av medlemmar i Vestland at dei manglar personell, på landsbasis er talet 60%⁴. Tal frå SSB for 2021 viser eit tal på omlag 37 000 tilsette i Fjord Norge-regionen. Særleg er det færre lønstakarar innan overnattings- og serveringsverksemdar i 2021 enn i 2019. For lønstakarar som ikkje er busette i den respektive kommunen, er endringa på nesten 20%.

Tal frå Innovasjon Norge si verdiskapingsanalyse anslår at reiseliv genererte ei verdiskaping på NOK 10 909 058 i 2019. Tal frå Vestland fylke sin rapport om Grøn Region viser til ei samla verdiskaping for Vestland fylke på NOK 315 259 297. Vestland har ei rekkje store næringar i vår region, og verdien av reiseliv ligg derfor litt under det nasjonale snittet – 3,6 % av verdiskapinga i Vestland samanlikna med 4,5% av BNP. Det er verdt å merke seg at personskatt frå tilsette i reiselivsnæringa er ein svært viktig del av inntektene til kommunane, sidan næringa er arbeidsintensiv.

2.3 Samspel mellom by og distrikt i Vestland

Regionen har alt å vinne på at samspelet mellom by og bygd er godt. Gjesten bryr seg ikkje om kommune- og fylkesgrenser. By og bygd utfyller

² Menon, 2019

³ [Nasjonal reiselivsstrategi 2030](#)

kvarandre til eitt betre, meir tilgjengeleg produkt med større potensiale for verdiskaping. Vestland består ikkje berre av 7 enkeltstående destinasjonar – heile regionen er eit reisemål sett med gjesten sine auge.

Av innfartsårene til regionen er Bergen den viktigaste, med bilferjer frå kontinentet, hurtigbåtar som koplur fylket saman, Flesland lufthamn, togsamband og snuhamn for cruiseselskap. I Bergen finn ein også store kulturaktørar som trekkjer godt betalende gjestar i tillegg til attraksjonar for store og små. For svært mange gjestar som reiser vidare ut i regionane, blir reisa planlagt i turistinformasjonen i Bergen. Ein viktig del av Bergen sin attraksjonskraft er regionane som omkransar byen.

I distrikta rundt om i fylket finn ein fjord- og fjellandskapet regionen er kjent for, eit levande bygdeliv og kvalitetar som svarar til verdiar som skårar høgt hjå kundane: Vakker natur, autentiske opplevingar gjennom kontakt med bygder og innbyggjarar, rein luft, god plass og lokal identitet som gjerne blir omtala som det ekte livet gjestane kjem for å sjå. Levande lokalsamfunn og det norske kulturlandskapet er ei eksotisk oppleving for gjestar frå andre land. I distrikta finn ein også den rike kulturhistoria som skildrar vestlendingen si reise frå husmann og fiskarbondar til industriell innovatør. Dette er kvalitetar som bør vidareutviklast som tilgjengelege produkt. Internasjonale fyrtårn som t.d. UNESCO-status ulike stader i fylket er med å setje Vestland på verdskartet.



Foto: Morten Wanvik/Vestland fylkeskommune

Offentlege transportmidlar koplur saman dei ulike delane av fylket, og tiltak som Travel like the

⁴ NHO Reiseliv, medlemsundersøkelse juni 2022

locals kan bidra til å gjere kollektivtransporten meir tilgjengeleg for tilreisande. Eit aukande tal turistar ynskjer å bruke lokale framkomstmiddel, både av miljøomsyn og fordi dei ynskjer å komme tettare på det vanlege livet ved reisemålet. Offentlege transporttilbod, både langs veg og på sjøen er særleg løfta fram som eit vesentleg forbetringspunkt for ei berekraftig utvikling av reiselivet, både når det gjeld miljø og klima og verdiskapingspotensiale.

Skyss er Vestland fylkeskommune sitt eige kollektivselskap. Det er positivt at Skysskortet er tilgjengeleg og prisstruktur lik for heile fylket. Vestland fylke har framleis mykje å gå på når det gjeld å gjere kollektivtransportmidla attraktive for tilreisande, både når det gjeld billettøysingar, koplingar mot andre transportløysingar og mogelegheit for å ta med bagasje, sykklar og ski på transportmiddelet. Løysingar som Entur, som koplar saman transportløysingar på tvers av fylkesgrensene, bør styrkast.

2.4 Verdiskaping generert av reiselivet

Eit kjent problem når ein skal synleggjere verdiskapinga i reiselivet er underrapportering på grunn av mange svært små aktørar. Vidare er det ikkje nødvendigvis slik at reiselivsaktivitet kjem tydeleg fram gjennom NACE-kodane. Det har lenge vore eit ynskje i reiselivsnæringa å få på plass eit betre system for å samle kunnskap og ein betre monitor for reiseliv. Regjeringa har i 2021 løyvd midlar til oppstart av eit slikt arbeid.

Før pandemien viste tal frå SSB at reiselivsnæringane i Vestland hadde ei verdiskaping frå reiselivsaktivitet unntatt transport på 6 milliardar kroner. Dette var ein stor auke frå 2016 då verdiskapinga var på kr 3,68 milliardar⁵. Det er verdt å merke seg at doblinga kom frå den delen av reiselivsbransjen som ikkje inkluderer transport, medan tala frå transportsegmentet var meir eller mindre uendra. Prognosar legg til grunn at reiseaktiviteten, særleg for ferie- og fritidssegmentet, vil ta seg opp igjen til same nivå som før pandemien og halde fram å vekse⁶. Totalt genererer dei sysselsette innan reiselivet 593,4 millionar kroner⁷ i kommunale

⁵ Asplan Viak, 2019

⁶ Menon, 2021

skatteinntekter. Reiselivsnæringa står for ein stor del av direkte og indirekte verdiskaping både gjennom kjøp av varer og tenester direkte av forbrukar, men også gjennom leveransar til reiselivsbedriftene.

2.5 Reiselivsorganisasjonar og samarbeidsformer

Vestland fylkeskommune (og Hordaland og Sogn og Fjordane tidlegare) har eit mangeårig samarbeid med enkelte destinasjonsselskap i fylket. Destinasjonsselskapa i fylket er ulike i storleik og organisasjonsform.

Fylkeskommunen samarbeider tett med dei selskapa som omfattar fleire kommunar i kvart selskap og der det i ei årrekke har vore felles innsats mellom kommunar, medlemmar, fylke og destinasjonsselskap. Dei 7 destinasjonsselskapa Vestland fylkeskommune har eit samarbeid med er Visit Bergen, Visit Fjordkysten og Sunnfjord, Visit Hardangerfjord, Visit Nordfjord, Visit Sognefjord, Visit Voss og Visit Sunnhordland.



Foto: Morten Wanvik/Vestland fylkeskommune

Fjord Norge AS er landsdelsselskapet for fylka Rogaland, Vestland og Møre og Romsdal. Vestland fylke er største eigar i Fjord Norge AS. Vestland fylkeskommune har saman med Rogaland og Møre og Romsdal fylkeskommune ei avtale med Fjord Norge AS om å

⁷ Menon, 2019

marknadsføre vestlandsregionen internasjonalt og nasjonalt. Ei felles avtale regulerer tilskota frå fylka til landsdelsselskapet.

2.6 Forum for dialog og samarbeid

Innovasjon Norge Vestland, Statsforvaltaren i Vestland og Vestland fylkeskommune utgjer den såkalla partnerskapen i Vestland og har eit utbreidd og mangeårig samarbeid innafor reiseliv, lokalsamfunnsutvikling, landbruk og fleire andre fagfelt.

Reiselivsforum Vestland møtest to gonger i året og er Vestland fylkeskommune sitt høyringsorgan for reiselivsnæringa i fylket. Destinasjonsselskapa, Fjord Norge AS, partnerskapen, samt NHO Vestland og Hanen utgjer Reiselivsforum Vestland.

Dei tre fylka i Fjord Norge-regionen har eit tett samarbeid når det gjeld reiseliv, t.d. med å følgje opp Fjord Norge AS, Vestlandet sitt arbeid med cruise og gjennom Næringsstrategi for Vestlandet.

3.0 Premiss for utviklinga

Næringa er internasjonal og blir påverka av både globale og nasjonale endringar. Reiselivsnæringa må ta omsyn til både internasjonale og nasjonale reguleringar og rammeverk. Mål om å redusere utslepp av klimagassar spelar inn på handlingsrommet, særleg når det gjeld transportsektoren. I tillegg er det endringar i turoperatørar og gjesten sitt forbruksmønster både når det gjeld vilje og evne til kor mange og kor lange reiser dei besøkande tar, og når det gjeld grøne val knytt til sjølve opphaldet.

Fleire reisemål opplever også auka slitasje på fellesområde og felles tenester som følgje av turisme, utan at ein har godt nok handlingsrom til å dimensjonere for toppane som kjem i høgsesong. Noreg har, ulikt mange andre land, ikkje ein eigen turistskatt som kan gå til å betale for slitasjen eit reisemål blir påført av turisme (den såkalla fellesgodeproblematikken). I Hurdalsplattforma er det opna for pilotprosjekt for å introdusere ei form for besøksbidrag som skal bidra til å oppretthalde nødvendig kvalitet og dimensjonering av fellesgode. Vestland fylke ynskjer eit pilotprosjekt om slik besøksbidrag, også kjent som fellesgodefinansiering velkomen i vår region.

Reiselivsnæringa har hatt to svært krevjande år som følgje av pandemien. Ei rekkje faktorar spelar inn på korleis bedriftene klarer å ta att det tapte. Krigen i Ukraina har mellom anna ført til at flyruter er endra eller stansa. Marknader som er særleg viktige for Noreg med tanke på sesongforlenging assosierer i større grad eit besøk til Europa med auka risiko. Stigande kraftprisar påverkar også transportprisane, samtidig som reiselivsnæringa slit med bemanninga. Behovet for nullutslepp-løysingar er aukande, men dei gode løysingane er i liten grad tilgjengelege enda. Auka rente og levekostnader er venta å ha ein negativ effekt på reisemønsteret framover.

Dei mest sentrale av FN berekraftsmål for planen:



Berekraft som premiss:

Alle FN sine berekraftsmål med undermål er overordna og førande for samfunnsutviklinga i Vestland. For å legge til rette for berekraftig utvikling må arbeidet ta i vare tre perspektiv:

- Miljømessig berekraft
- Økonomisk berekraft
- Sosial berekraft

3.1 Berekraft

FN sine berekraftsmål er integrert i nasjonale og internasjonale lovar og reglar. Dei tre pilarane klima og miljø, sosiale tilhøve og økonomisk berekraft er alle vesentlege element. Reiselivsnæringane bør prioritere målgrupper med lågt avtrykk. Dette betyr å fokusere på gjestar som bidreg minst mogeleg til utslepp og slitasje, bidreg mest mogeleg til lokal verdiskaping og som i størst mogeleg grad er eit positivt innslag i lokalmiljøet.

Ansvar for å utvikle reisemålet på mest mogeleg berekraftig måte ligg hovudsakleg på lokale og offentlege aktørar. Utviklar ein reisemålet med tanke på lokale verdiar og høg kvalitet, vil ein i større grad tiltrekke seg betalingsvillige gjestar som blir nøgde med opphaldet. Ei vidareføring av prosjektet «Ei rikare reise», med fokus på lokale mat- og kulturopplevingar, er eit godt døme på slik utvikling.

Dei fleste destinasjonane i Vestland fylke har, eller er i ferd med å gå gjennom Innovasjon Norge si sertifiseringsordning «Merket for bærekraftig reisemål». Denne ordninga er forvalta av Innovasjon Norge og er eit verkøy for reisemål som ynskjer å jobbe langsiktig og fokusert med berekraft i reiselivet. For reisemål som inkluderer cruisehamner er det eit sett med tilleggskriterium som gir føringar for korleis reisemålsleiinga skal handtere miljøavtrykket av cruiseanløp. Her viser ein til at reisemålsleiing og hamn må være samde om kva samla belastning (sjø- og landbaserte ankomster) som er berekraftig for reisemålet.

Enkelte stader opplever uforholdsmessig stor slitasje, samtidig som trafikken utløyser lite verdiskaping lokalt. Regjeringa har opna for at det kan bli aktuelt å gjennomføre pilotprosjekt for ei ordning om Fellesgodefinansiering, basert på prinsippet om at den som forureinar, skal betale. Her er Verdsarvfjordane og Lofoten peika ut som potensielle pilotområde. «Slitasje» gjeld ikkje berre for infrastruktur, men også for element som blir oppfatta som forstyrrende, som trengsel, kø og krenking av privatlivets fred. Besøksforvaltning som arbeidsmetode må

utviklast for å bidra til betre struktur for handtering.

3.2 Det grønne skiftet

Noreg sitt mål om å bli eit lågutsleppssamfunn innan 2030 og redusere CO₂-utsleppa med minst 50% gjer det nødvendig å setje fart på endring og innovasjon på alle nivå. 75% av klimaavtrykket for reiselivet er anslått å komme frå transport, hovudsakleg flyreisene til og frå reisemålet. Mengda av norske CO₂-utslepp frå flyreiser er langt høgare for nordmenn som reiser til utlandet, som det utlendingar på besøk til Noreg genererer⁸.

Etter flytransport er det passasjer- og cruiseskip som står for den største delen av utslepp for transportsektoren. I 2018 vedtok Stortinget at skip og ferjer skal segle utsleppsfritt i norske verdsarvfjordar seinast innan 2026. For Vestland gjeld dette Flåm hamn og Nærøyfjorden verdsarvområde. Til tross for at nullutsleppsteknologiar er velutprøvd i nokre segment innan maritime næringar, vil det i 2026 ikkje finnast skip tilsvarande dagens cruiseskip eller lasteskip som kan nytte nullutsleppsløysingar i verdsarvfjordane. Tiltaket får dermed store økonomiske konsekvensar for nokre avgrensa geografiske område, samstundes som den totale miljøbelastninga er uendra, eller til og med negativ. Det er venta at cruiseskipa vil nytte kai eller tender utanfor verdsarvfjordane og busse gjestene inn til Flåm og Geiranger. Dette betyr at det er nødvendig å både omstille næringa på desse stadene til andre målgrupper, og samtidig vidareutvikle løysingane for straum i hamneområda.

Overnatting, servering og opplevingar står for ein liten del av utsleppet. Samtidig må det lokale reiselivet halde fram med å redusere utslepp på tvers av alle ulike bransjar. Stadig fleire krev at selskapet dei skal kjøpe tenester av, er miljøsertifisert og kan vise til eit grønt verdigrunnlag. Reiselivet må ta sin del av ansvaret og gjere medvitne val for bestilling og kjøp av varer og tenester, slik at etterspørselen etter «grønne» leveransar blir styrka.

⁸ Klimagassutslipp knyttet til norsk reiseliv (NHO/Stakeholder 2019), Vestlandsforskning mfl.

3.3 Effekt av koronapandemi, endra energimarknad og auka leviekostnader

Koronapandemien førte til krise i reiselivet etter at samfunnet i stor grad stengte ned i mars 2020. Med full stans i drift av overnattingsstader, transportselskap, serveringsstader og dei fleste opplevingstilbod har reiselivsnæringane hatt to vanskeleg år. Offentlege hjelpetiltak, godt hjelpte av ein betre enn frykta sommarsesong generert av den norske marknaden gjorde at relativt få selskap gjekk konkurs. Særleg dei nyetablerte bedriftene, som har mindre eigenkapital, er svakare stilt. Det er likevel optimisme i marknaden og pilane peikar oppover.

Den største utfordringa no er manglande arbeidskraft, og NHO sin situasjonsanalyse blant eigne medlemmar viser i juni 2022 at 6 av 10 bedrifter manglar tilsette. Dette medfører store konsekvensar i høve til bedriftene si innteningskraft. Bemanninga til arbeidsintensive næringar er påverka av at mange utanlandske arbeidstakarar returnerte til heimlandet då

pandemien starta, og har ikkje komme tilbake. Mange lokalt tilsette som blei permitterte eller mista jobben under pandemien har gått over i nye næringar og valt å ikkje gå tilbake til reiselivet.

I andre halvdel av 2021 auka energiprisane i Europa dramatisk. Transportselskapa som er avhengig av fossil energi blir særleg råka av auka drivstoffprisar og desse kostnadane må ein vente blir overført til forbrukaren i form av høgare prisar. Ein annan effekt av dette er at innovasjonskrafta og investeringsviljen i fornybarsektoren er auka, sidan ei rekkje prosjekt som tidlegare ikkje var sett som lønsame no kjem betre ut.

Ein må også vente at auken i leviekostnader, med høgare pris på forbruksvarer i tillegg til venta renteauke vil få konsekvensar for forbrukarane sine ferieval. Denne effekten er venta å bli synleg i 2023. Medan hovudferien framleis blir prioritert, vil ein i vanskelegare tider velje vekk ferie nummer to og tre. Dette får ein særleg effekt når det gjeld reiser i lågsesong. For norske reiselivsbedrifter som slit med ettereffekten av koronapandemien, kan derfor 2023 bli vel så krevjande som 2022.

4.0 Visjon: Nyskapande og berekraftig reiselivsutvikling i Vestland

Hovudmål:

Vestland fylke skal gjennom berekraftig reiselivsutvikling vere eit attraktivt val for gjestar som bidreg til lokal verdiskaping.

Vestland er godt stilt for å kunne ta ein leiande posisjon som eit reisemål som står støtt på dei tre berekraftspilarane i framtida. Kvalitetar som frisk luft, god plass, kombinasjonen by og bygdemiljø og høve til å være i vakker natur er punkt som blir løfta fram som særleg interessante for gjestar i den tida vi lever i. Noreg blir oppfatta som eit velregulert og trygt samfunn å besøke, og reisemåla i Vestland kan gi gjesten opplevingar som blir oppfatta som autentiske for den som ynskjer å besøke det «ekte» Noreg.

For å kunne ta denne posisjonen må vi utvikle og forvalte reisemålet Vestland på ein slik måte at produkttilbodet har høg kvalitet, er tilgjengeleg for gjesten og er til glede og nytte for lokalsamfunnet der aktiviteten finn stad. Det offentlege har ei særleg rolle med å hjelpe konkurransedyktige bedrifter med å utvikle og utnytte eige forretningspotensiale. Vidare skal det offentlege være ein støttespelar for reiselivsorganisasjonane i deira arbeid. Det er eit stort behov for produktutvikling som treff betalingssterke gjestar, helst også dei som har ynskje om og høve til å reise miljøvenleg. Særleg

er det viktig med produktutvikling som gjer reisemålet meir attraktivt utanfor hovudsesong. Kultur- og matsegmentet er særleg interessant, og potensialet er her ikkje henta ut. Slik produktutvikling inkluderer transportløysingar fram til reisemålet. Skal ein lukkast med dette, må det være vilje og evne hos aktørane på staden, og støtteordningar som hjelper aktørane som går i gang.

4.1 Synlegheit

Delmål 1: Marknadsføring retta mot målgrupper som bidreg best i tråd med planen sin intensjon.

Gjennom langt og godt arbeid med å marknadsføre Norge og Vestlandet som reisemål er det norske fjordlandskapet blitt Noreg si sterkaste merkevare nasjonalt og internasjonalt. Vestland fylkeskommune stør Fjord Norge AS og destinasjonsselskapa sitt arbeid gjennom årlege samarbeidsavtalar, tilskot og prosjektstøtte.

For at gjesten skal kunne velje Vestland og Vestlandet som reisemål, er det nødvendig med ei samla, målretta og langsiktig satsing på synleggjering av reisemåla og tilboda.

Marknadsføring er eit fag som utviklar seg raskt, og ny teknologi og endringar i lovverket gjer at det er nødvendig å ha god og oppdatert kompetanse kombinert med dei rette verktøya og verkemidlane for å nå fram med budskapet. Kommunikasjonen skal fokusere på heilårs aktivitet og på eit kvalitetssøkande turistsegment. Gjesten må ha tilgang på god og treffsikker informasjon både før, under og etter reisa.

Delmål 2: Marknadsføringa av Vestland skal være basert på ansvarleg turisme i Vestland

Ansvarleg marknadsføring handlar om å ha eit samsvar mellom det tilbodet som eksisterer, og den budskapet som blir kommunisert til gjesten. Tilbodet som blir utvikla og kommunisert må være forankra i lokale interesser og identitet. For å oppnå dette, må det være gode koplingar mellom lokalsamfunnet, kommunen, lokale næringsaktørar og marknadsføraren. Informasjonsarbeid knytt til naturopplevingar må synleggjere gjesten sitt ansvar for eigen tryggleik og respekt for natur, dyr og gjeldande forskrifter og reglar.



Foto: Vestland fylkeskommune

4.2 Forretningsmodell og struktur

Delmål 1: Ein tydeleg struktur med klart mandat og tilhøyrande finansiering for destinasjonsleiinga på reisemålet

Dei ulike regionane i Vestland og elles i Noreg organiserer reiselivsarbeidet sitt på ulike måtar. Alle stader har kommunen og reiselivsnæringa nøkkelroller. Reiselivsnæringa er oftast representert gjennom destinasjonsselskapet, som har ulike rollar ut frå medlemmar og kommunar sine behov og finansielle rammer. Destinasjonsselskapa sine oppdrag og finansiering frå kommunen har typisk i liten grad endra seg over tid, samtidig som det er komme nye forventningar til oppgåver som må løysast for å utvikle reisemålet i berekraftig retning. I omgrepet «Destinasjon 3.0» skildrar nasjonal strategi viktigeita av å vurdere rolla som *destinasjonsleiing* i dei ulike reisemålet, og sikre gode rammer for dette.

Kommunen i det enkelte reisemålet må være tett involvert som mandatgivar og ansvarshavande for utvikling. Reisemålsleiinga må ha eit tydeleg oppdrag med tilhøyrande finansiering, for å sikre rett kompetanse og kopling mellom reiselivskunnskap og plan- og utviklingsarbeid. Innovasjon Norge-prosjektet «Merket for bærekraftig reisemål» stiller no som krav for sertifisering at destinasjonsleiing skal være på plass. Dette vil også gjelde for regionar som allereie har oppnådd merket, men som skal resertifisere. Fleire regionar nasjonalt arbeider no med å kartlegge og foreslå løysingar for reisemålsleiing. Tilsvarande arbeid er også nødvendig å gjere i Vestland.

Delmål 2: Tydeleg rollefordeling mellom lokalt, regionalt og nasjonalt nivå i reiselivsorganiseringa

I dag blir det jobba med marknadsføring og sal på nasjonalt nivå, på landsdelsnivå, på destinasjonsnivå og gjennom andre aktørar både i grupper og enkeltvis. Noreg er ein liten

nasjon i reiselivssamanheng om ein nå fram i konkurranse med konkurrentane er det viktig at ein samlar kreftene til målretta felles innsats. Nasjonal marknadsføring må støtte opp om regionale omsyn og det er viktig at felles verktoy innafor tema som statistikk blir utvikla på overordna nivå for å unngå lokale variantar som gjer det uråd å samanlikne like for like. På regionsnivå er det viktig å byggje nettverk og samhandling mellom dei ulike delane av fylket. Vestland består ikkje berre av 7 reisemål, men er også ein felles destinasjon med eit felles ansvar for kunden si totaloppleving.

Det er hensiktsmessig å samle kreftene rundt sams tilnærming til kunnskap og kompetanse, data, bruken av felles sertifiseringsordningar og felles løysingar. Offentlege aktørar bør være særleg bevisst korleis tildelingar og tilskot blir strukturert for å unngå at ein støtter same arbeid på ulike nivå, der samla innsats er meir hensiktsmessig. Arbeidsoppgåvene er meir samansette enn tidlegare. Dei ulike organisasjonane må utfylle kvarandre slik at ein samla har god kompetanse og nok ressursar til å hente ut potensialet.



Foto: Rolf M. Sørensen/Sogn og Fjordane fylkeskommune

4.3 Omstilling og utvikling – mot ei ny framtid for reiselivet i Vestland

Nasjonal strategi viser til behovet for REIS21, eit aktørdrive nasjonalt strategiarbeid på oppdrag frå regjering eller departement for å fremje kunnskapsbasert verdiskaping.

Hurdalsplattforma slår fast at regjeringa vil igangsette forslaget om REIS21 som eit verkemiddel for kunnskapsbasert innovasjon og omstilling i norsk reiseliv. Utfordringane reiselivet i Vestland må ta fatt i er ikkje unike for vår region. Vestland fylke har god tradisjon for å samarbeide med andre fylke og aktørar. Vi må også nytte eigne verktoy til å ta fatt i dei punkta som er særleg utfordrande i vår region.

Delmål 1: Omstilling til styrka økonomisk berekraft

Heilårsopne tilbod er nøkkelen til auka verdiskaping, betre vilkår for både bedrift og tilsett og eit gode for lokalsamfunnet. Utfordringa gjeld særleg for distrikta, der det er lengre mellom tilboda og der ein har utfordringar i form av vinterstengte vegar og reduserte transporttilbod. Reisemålet må være synleg og tilgjengeleg for gjesten, og være attraktivt med eit utval av opplevingar og tilbod som samla kan utløyse reiselyst og vilje til å bruke dei lokale tilboda. Vestland fylke har eit særleg potensiale for å utvikle produkt innafor tema mat, kultur og historieforteljing, som vist i forprosjektet «Ei rikare reise». Dette er tilbod som er attraktive for ei kjøpesterk kundegruppe som også vil reise utanfor den travlaste sommarsesongen.

508 reiselivsbedrifter i Fjord Norge-regionen hadde negativ eigenkapitalandel i 2019, og serveringsstader utgjør nesten tre av fire av desse. Det bør granskast nærare kva som kan gjerast for å utbetre denne situasjonen. Ein kan

styrke kvaliteten til reiselivsproduktet gjennom å ha faste tilsette med rett kompetanse for jobben over tid. Frå nasjonalt hald blir det jobba med sertifiseringsordningar for m.a. guidetenester i Noreg. Ved å krevje sertifisering av enkelte oppgåver kan ein auke tryggleiken for opplevingar, og bidra til at yrke som guide får høgare status. Det er nødvendig å styrke tilgangen på relevant og tilgjengelege kompetansehevande tiltak for arbeidstakarar.

Delmål 2: Omstilling til styrka sosial berekraft

I ei undersøking blant kommunane i Vestland i 2021, seier det store fleirtalet av respondentane at dei ynskjer fleire turistar velkomne. Samtidig seier fleire at det på enkelte dagar kan være for stort trykk på enkelte stader. Det må være eit mål at regionane er rusta for å handtere turistbesøk på ein slik måte at lokal verdiskaping er styrka og at gjestane blir spreidd i tid og rom i regionen. Tydelege reglar for ønska oppførsel og god tilrettelegging for m.a. sanitær, parkering, søppel og turvandring vil bidra til å hindre unødig slitasje og irritasjon for dei fastbuande.

Lokalbefolkninga bør ha ei sterkare stemme i utviklinga av reisemålet, og korleis staden blir marknadsført. LivOGLyst-programmet inkluderer metodikk og nettverk som er godt eigna for lokal forankring. Mange LivOGLyst-prosjekt har reiseliv på ulike nivå som tema. Ein god modell for destinasjonsleiing vil inkludere omsynet til reisemålet si sosiale berekraft. Sosial mobilisering og lokalt engasjement i lokalsamfunnet har viktige synergjar mot attraksjonen til reisemålet, ved å dyrke fram lokal identitet og eigarskap og ta aktive val i høve til kvar ein ynskjer å leie turistane.

Delmål 3: Omstilling til ei meir miljø- og klimavenleg reiselivsnæring

Etter ein vanskeleg periode har reiselivsnæringane eit sterkt behov for å komme raskt tilbake i økonomisk god aktivitet. Samtidig

er det nødvendig å utvikle næringa i miljø- og klimavenleg retning. Ei slik omstilling er nødvendig på fleire frontar. Klimaendringane med meir ekstremvær vil også ha ein effekt på det tradisjonelle naturbaserte reiselivet i Noreg, og ein konsekvens er at det vil være nødvendig for næringa å tilpasse produkt og aktivitetar.

Berekraft i alle ledd må liggje til grunn, og det er nødvendig å balansere økonomisk og sosial effekt med behovet for å redusere belastninga på miljø og klima. Miljøvenlege transportmål må gjerast meir attraktive for gjesten. Produktutviklinga må rettast mot gjestar som bidreg mindre til miljøbelastning, som blir lengre og bidreg meir til lokal verdiskaping. Overnatting, servering og opplevingar står for ein svært liten del av klimagassutslepp, men det være eit mål å auke delen av reiselivsbedrifter som er miljøsertifisert.

Reiselivsnæringane må være ein drivar for at det blir utvikla og valt transportmiddel som er så miljøvenlege som råd er. Offentlege aktørar har ei rolle som leverandør av offentlege tenester og som premissgivar i anbod. Fylkeskommunen er ansvarleg for kollektivtilbodet i Vestland. Regional Transportplan 2022-2033 for Vestland er ambisiøs når det gjeld krav til klima og miljø for det regionale transportsystemet. Det er nødvendig å følge planen opp med investeringsvilje og innovasjonskraft til å realisere måla i planen. Gode grep er tatt når det gjeld ferjer, bussar og hurtigbåtar. Omsyn til miljøvenlege løysingar bør være eit element i tildelinga av konsesjonar. Vestland fylke må være ei tydeleg stemme inn mot regelverket på dette punktet.

Luftfart er ein del av EU sitt kvotehandelssystem, der målet er at utsleppa skal reduserast med 55% innan 2030. Elektrifisering av kortbanenettet på Vestlandet ligg litt lengre fram i tid, men opnar for spennande løysingar for Widerøe sine ruter. Kabinfaktoren må være høg for å gi maksimal utnytting av dei flyrutene som finst. Flyselskapa jobbar stadig med å utvikle meir energieffektive fly, og det er antyda at større fly med låg- eller nullutslepp kan komme innan 2035.

4.4 Heilårs aktivitet er løysinga på fleire berekraftutfordringar

Delmål 1: Fleire bedrifter og reisemål som er tilgjengelege heile året

Det norske reiselivet er prega av sesongar og ujamn etterspurnad gjennom året, og må i større grad bli ei heilårsnæring. Skal ein lukkast med dette, må ein utvikle gode sesongrelaterte tilbod som er attraktive for gjestar som reiser utanfor høgsesong. Heilskapen av fleire ulike tilbod i tillegg til synleggjering av tilbodet gjer reisemålet eit reelt val for gjesten. Tilgjengelegheit, både når det gjeld transportløysingar, informasjon og opne dører, er avgjerande. Aktivitetar som baserer seg på lokale kultur- og matopplevingar er særleg verdifulle i periodar med krevjande vær. Skal ein sikre heilårsaktivitet, vil ein i stor grad være avhengig av gjestar som kjem frå internasjonale marknader som opplever Noreg som eksotisk uavhengig av vær.

Ved å leggje til rette for heilårs aktivitet får kommunen fastbuande arbeidstakarar og betre fordeling av turiststraumen i området. Bedriftene kan byggje kompetanse og få meir effektiv drift. For næringane er føreseielege tilhøve avgjerande for at dei skal kunne tilby produktet sitt til turoperatørar og andre som planlegg reisa lang tid på førehand. Dette er eit langsiktig arbeid som vil krevje innsats, ressursar og samarbeid på tvers over tid. Det er eit faktum at det ikkje er realistisk å få til heilårs aktivitet alle stader. Mindre bedrifter kan være ei perle som er viktige for andre aktørar rundt, og for reisemålet sitt omdømme. Uavhengig av om aktiviteten er sesongbasert eller heilårs, eller om bedrifta er stor eller liten, er det viktig at leveransen er av høg kvalitet og profesjonelt levert.

Delmål 2: Vestland fylkes skal betre legge til rette for at også barnefamiljar skal kunne besøke Vestland og få varierte tilbod til ein overkommeleg pris.

⁹ Turistar med barn under 18 år i Danmark, Sverige, Tyskland, Frankrike, England og Nederland

Når reisemålet skal utvikle seg til å kunne vere attraktivt i heilårsperspektiv, er eigne lokale innbyggjarar ei viktig kundegruppe. Vi seier ofte at «ein god stad å bu er ein god stad og besøke». Å utvikle tilbod som er interessante og moglege å nytte seg av for dei som bur på ein stad, bidreg både til å gjere reisemålet til ein kjekkare plass å bu, og til å utvide kundegrunnlaget på ein god måte. Barnefamiljar har litt andre behov for ferien sin enn reisande der alle gjestane er vaksne. Barnefamiljar leitar jamnleg etter tilbod som kan underhalde familiens yngste, samtidig som det er kjekt for dei vaksne å vere med. Tilreisande gjestar med barn lar seg lokke av tilrettelagt overnattingstilbod, gode leikeplassar og «lågterskel» aktivitetar som er tilpassa fleire aldersgrupper. Tilbod retta mot lokale innbyggjarar må i dei fleste tilfelle ha ordningar som eigne tilbod, rullerande aktivitetar eller særskilte prisordningar om ein skal kunne ta ut potensialet for gjenkjøp.

Innovasjon Noreg sin merkevareundersøkelse frå 2020 viser at det er aukande interesse blant barnefamiljar for Noreg som ferieland. I 2019 var det 25% av dei spurte i denne kategorien⁹ som svarte at dei mest sannsynleg vil besøke Noreg.

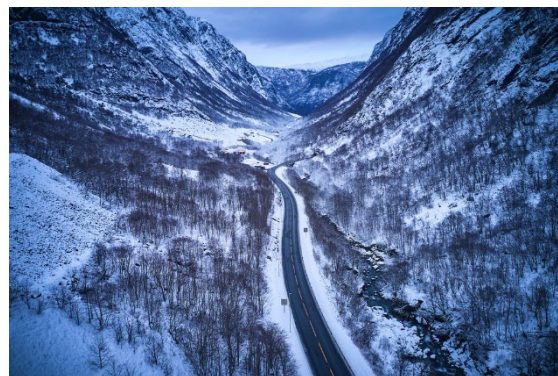


Foto: Morten Wanvik/Vestland fylkeskommune

4.5 Attraktive, lokale arbeidsplassar

Reiselivet i Vestland skal ha eit god omdøme med høg kompetanse og god rekruttering. Reiselivsnæringa er i vekst, og det er stort behov for rekruttering og auka kompetanse. I reiselivet er det mange arbeidsoppgåver som er samansette og stadig i endring, det er difor kontinuerleg behov for at kompetanseheving er tilgjengeleg for arbeidstakaren. Tilgang på arbeidskraft til næringa er ei utfordring som har forverra seg som følgje av pandemien, og mange bedrifter slit med å tiltrekke seg tilsette med rett kompetanse. Det er særleg nødvendig å stimulere fleire til å velje restaurant og serveringsbransjen, der det er stor mangel på faglærde, særleg kokkar. Det er og for få unge som vel reiselivet som yrkesveg. Næringa har ei utfordring både når det gjeld arbeidstid, status, løn og sesongdrift. Sesongdrifta gjer det også vanskeleg å sikre og halde på tilsette med rett kompetanse. Tryggleik er viktig for arbeidstakaren.

Delmål 1: Auke rekrutteringa til reiselivet i Vestland

For å få fleire til å velje reiseliv som karriereveg må dei mange moglegheitene og positive sidene ved næringa løftast fram. Det er mange varierte og spanande arbeidsoppgåver i reiselivet i heile fylket, og vegen frå nyttilsett til høgare stillingar kan være kort. Det er nødvendig å vite meir om kva som gjer at ungdommar i Vestland ikkje vel reiselivsrelaterte fag, slik at ein kan setje inn tiltak for å betre situasjonen. Fleire bedrifter som kan tilby heilårs sysselsetting vil også her bety betre jobbtryggleik, som er særleg viktig for unge. Lærlingordninga er ein god veg inn i reiselivsnæringane, og ordninga må styrkast.

Delmål 2: Fleire med rett kompetanse i reiselivsnæringane

Det er viktig å sikre tette band mellom utdanningsinstitusjonar og næringa slik at

tilbodet på utdanning og kurs er dekkande og tilpassa nye utfordringar og kompetansebehov. Fylkeskommunen har ei særleg rolle som ansvarshavande for vidaregåande opplæring, fagskulane og lærlingordninga.

Utdanningstilbodet må vere tilpassa både vanlege studieløp og etterutdanning gjennom tilgang til gode kurs- og kompetansetilbod. Fleire vidaregåande skuler i Vestland tilbyr reiseliv som ei studieretning, samt restaurant- og matfag og kokk- og servitørfag.

I tillegg til høgare utdanning ved Høgskulen i Vestland bør ein vurdere om det er behov for å opprette eit fagskuletilbod for reiseliv i fylket. Opplæring og utdanning innafor kulturbasert reiseliv og språk bør løftast. For å styrke rekrutteringa er det viktig med eit godt utdanningstilbod som gir nye arbeidstakarar eit realistisk bilete av arbeidssituasjonen som ventar, og kompetanse som skal til for å sikre kvalitetsleveransar innafor ei rekkje oppgåver.

Fylkeskommunen skal arbeide for å nå måla for rekruttering og kompetanse ved å sikre tette og gode koplingar internt mellom fagfolk som arbeidar med reiseliv og opplæring, og med eksterne i reiselivsforum Vestland. Kompetanseforum Vestland er eit viktig organ i vidare arbeid.

I samband med rekruttering og rett kompetanse er det også viktig å sjå på kva bedriftene kan gjere for å tiltrekke seg arbeidskraft.

4.6 Besøksforvaltning: Positiv stads- og næringsutvikling med reiseliv som drivar

Delmål: Utvikle ein modell for berekraftig besøksforvaltning gjennom eit samarbeid

mellom fylkeskommune, kommune og reisemålsorganisasjonar

Besøksforvaltning handlar om å leggje til rette for at den samla bruken av areal og tilbod skal ligge til grunn for korleis ein utviklar lokalsamfunnet, uavhengig av om brukaren bur i kommunen eller er på besøk. Besøksforvaltning er derfor ein del av kommunane sine samfunnsplanar og arealplanar. Turiststraumane medfører eit behov for heilskapleg styring og langsiktig planlegging for handtering av turismen hos regionale og lokale aktørar. Dette gjeld ikkje berre på stadar med høgt besøkstrykk, men òg for reisemål som ønskjer å være i forkant og planlegge for ei berekraftig utvikling. Dei siste åra har mange kommunar i Vestland opplevd auka bruk av naturområde og fellesareal, samt at fleire stadar har erfart trengsel i by og bygdemiljø og slitasje på fellesområde og fellesgode. Fleire kommunar har kontakta fylkeskommunen for råd for korleis dei skal handtere desse utfordringane. Vestland fylkeskommune planlegg derfor ei større satsing på besøksforvaltning.

Ei meir heilskapleg og strategisk tilnærming til korleis handtere trafikkstraumar, og korleis

leggje til rette for god arealbruk og løysingar for fellesgode blir eit viktig verktøy i det framtidige arbeidet. Her skal ein arbeide vidare med ulike satsingar som er naudsynte for å få det ynskja resultatet. Oppgåvene inkluderer betre offentleg samhandling, auka kompetanse innafor temaet besøksforvaltning, og ei verktøykasse for kommunar og andre som jobbar med besøksforvaltning. Reisemål som opplever ein sterk vekst i innbyggjartalet på travle dagar, kan få særlege utfordringar med beredskap ved ulukker, sjukdom eller naturkatastrofar. Det er viktig at lokale planar tar omsyn til dette.

Kommunane har mandatet for utvikling av eigne regionar og er derfor sentrale i arbeidet. Kommunane må være aktivt med i arbeidet med destinasjonsleiing, både som planmyndigheit og som bidragsytar til reisemålsleiinga. Destinasjonsleiinga må være dimensjonert for å jobbe med destinasjonsutvikling i tillegg til andre oppgåver. Fylkeskommunen kan bidra i arbeidet og leie eit større prosjekt om tematikken.

5.0 Verkemiddel og verktøy

For å nå måla i planen er ulike verkemiddel og verktøy viktige. Bruk av verkemiddel må vere dynamisk og basert på behov. Verkemidla må verke godt saman og utfylle kvarandre. I motsetning til mange former for fylkeskommunal innsats er reiseliv ikkje ei lovpålagt oppgåve. Det er ikkje eigne midlar sett av i nasjonale budsjett for fylkeskommunane og kommunane sitt reiselivsarbeid. Ambisjonsnivå og framdrift er avhengig av tilgjengelege ressursar og politiske føringar for verkemiddelbruk. Dei årlege tiltaksplanane må vere realistiske i høve til nivået på desse. I tillegg til å være ei kjelde til økonomisk støtte, har fylkeskommunen også ei viktig rolle som rådgjevar, ei stemme opp mot nasjonale nivå, som høyringspart og som fasilitator som kan samle dei ulike aktørane i regionen

Medan reiselivsnæringane er viktig for samfunnet med omsyn til arbeidsplassar og verdiskaping, er det ein liten del av reiselivsbedriftene som har eigne økonomiske ressursar til å finansiere eige omstillings- og innovasjonsarbeid, som er tidkrevjande og krev

særleg kompetanse. Det offentlege må derfor ta ei betydeleg rolle her. Særleg gjeld dette for kunnskapsgrunnlag og forskingsprosjekt, både nasjonale og internasjonale. Her kan offentlege aktørar ta ei leiande rolle som prosjektpartner på vegne av næringa. Mange av utfordringane som er skildra i dette dokumentet er felles for reiselivet både i Noreg og i utlandet, og dei krev innsats over lang tid for å løyse.

Det ligg store mogelegheiter for å styrke den grønne konkurransekrafta, styrke handteringsevna og auke lønsemda i næringane gjennom digitalisering. Reiselivsnæringane nyttar i det store og heile i liten grad potensialet som ligg i digitalisering av store og kompliserte prosessar som t.d. utnytte stordata på tvers av ulike miljø. I Vestland fylke bør vi leggje til rette for at reiselivsnæringane koplar seg tettare på innovasjonsmiljø frå andre næringar som i større grad kan vise veg på dette feltet.

6.0 Oppfølging av konkretisering gjennom årlege tiltaksplanar

Temaplan for reiseliv i Vestland er ein 3-årig plan. Prioriteringane blir konkretisert gjennom årlege tiltaksplanar.

Temaplan er på overordna og strategisk nivå. I årlege tiltaksplanar skal vi konkretisere tiltak for å nå måla, og sikre at tiltak blir følgd opp. Det er viktig å styre etter langsiktige mål, samtidig som vi evnar å snu oss rundt når det er behov for det.

7.0 Resultatmåling og evaluering

Ved slutten av planperioden skal det gjerast ei evaluering av tiltak som er gjort i planperioden, og ei vurdering av korleis desse har bidratt til at måla i temaplanen er nådd. Dette skal gjerast tidsnok til at erfaringane kan nyttast inn i arbeidet med rullering av plan.

8.0

Definisjonar/omgrepsbruk

Berekraftig reiseliv	Berekraftig Innovasjon Norge baserer sin definisjon av eit berekraftig reiseliv på UNTWO (FN sin reiselivsorganisasjon) sin definisjon med tre hovudområde: bevaring av natur, kultur og miljø, styrking av sosiale verdiar og økonomisk levedyktigheit. Ut fra desse hovudområda er det forma ti prinsipp som til saman skal sikre ei berekraftig utvikling innafor reiselivet. De ti prinsippa finn du på Innovasjon Norge sin webside Innsikt .
Digitalisering	Bruke teknologi til å forbetre, forenkle og fornye. Blir nytta om store prosessar som handterer mellom anna stordata, automasjon, robotisering og kunstig intelligens
Destinasjonsselskap	Den juridiske eininga som er gitt eit ansvar for felles finansiering, utvikling og marknadsføring av reisemålet. Gjerne medlemsbasert og gjerne med hovudoppgåver som marknadsføring, men også ei rolle som ei samlande eining i møte med kommune og andre samarbeidspartar. Ofte ansvarleg for å drive turistinformasjon på vegne av kommunane dei omfattar.
Destinasjonsleiing	Dei aktørane som saman, formelt eller uformelt, leier utviklinga av reiselivet på reisemålet. Aktørane i destinasjonsleiinga kan være destinasjonsselskap, reiselivslag, eller reiselivsretta næringssekskap, kommunane og i enkelte tilfelle sentrale reiselivsbedrifter. Omgrepet destinasjonsleiinga blir nytta om funksjonen og samarbeidet mellom fleire aktørar, som kommune og destinasjonsselskap. Uavhengig av organiseringa er eit godt samarbeid mellom kommune og reiselivsnæring ein føresetnad for å lukkast med ein berekraftig reisemålsutvikling.
Besøksforvaltning	Besøksforvaltning handlar om å sikre ei berekraftig utvikling av reiselivsnæringa slik at ho gir eit positivt bidrag til lokalsamfunnet der reiselivet finn stad. I dette dokumentet viser vi til besøksforvaltning på eit overordna nivå der kommunalt planarbeid, lokale interesser og næringsaktivitet er koplå tett saman for eit større område.

NACE-kodane	Ein felles europeisk standard for næringsgrupper, som er mykje brukt i statistikk og som er nødvendig i tilsynsrapportering til myndigheitene.
Partnarskapen	I Vestland brukar vi nemninga «partnarskapen» om samarbeidet mellom Innovasjon Norge Vestland, Statsforvaltaren i Vestland og Vestland fylkeskommune

