

BESØKSFORVALTNING – hvorfor og hvordan?

Et informasjonsskriv fra Nordland fylkeskommune
om hvordan kommuner kan håndtere reiselivsutvikling

Nordland



NORDLAND HAR RESSURSER I VERDENSKLASSE

Det moderne, bærekraftige reiselivet utspiller seg i lokalsamfunnet og i samspill med lokalsamfunnet. Møter med lokalbefolkninga er dessuten blitt en viktig del av reiseopplevelsen for mange.

Besøksforvaltning handler om hvordan vi kan ta vare på ressursene våre slik at våre barnebarn kan gi morgendagens gjester de samme fantastiske opplevelsene i Nordland.

INNHold

Mye er forandret etter koronakrisen.....	6
Hvordan blir livet etter korona?.....	8
La oss rigge oss for en bedre framtid!.....	9
Reiseliv = dynamitt!.....	10
Hva er reiseliv?	11
Drivere i det nye reiselivet.....	12
Reiselivet er kommunenes beste venn	13
...men vær oppmerksom på skjulte kostnader!	14
Hva betyr reiselivet for Nordland i dag?	16
Veksten kommer!	18
Et bærekraftig reiseliv er et felles ansvar.....	20
Hva er besøksforvaltning?	22
Kunsten å ta vare på.....	23
3 hovedprinsipper for besøksforvaltning.....	24
Hva er destinasjonsledelse?	25
Involvering av innbyggerne – Ny reiselivsplan på Vega	26
Helhetlige løsninger – Parkering i Torsfjorden	28
3 forutsetninger for å lykkes.....	30
Hvordan jobbe med besøksforvaltning i praksis?	33
Lokalt handlingsrom	34
Besøksforvaltning i lys av FNs bærekraftsmål.....	36
5 spørsmål å starte med	38
10 spørsmål å fortsette med	40
VÅRT STED – en arbeidsmetode for kommunal besøksforvaltning	42
Kontakter og veien videre.....	43



MYE ER FORANDRET ETTER KORONAKRISEN

I mars i 2020 kom koronapandemien til Norge, og samfunnet ble totalt forandret på noen få dager.

Reiselivet i Norge og resten av verden er blant de næringene som ble hardest rammet. Med reisebegrensninger på grunn av smittevern hensyn ble markedet for en av verdens største næringer borte over natta.

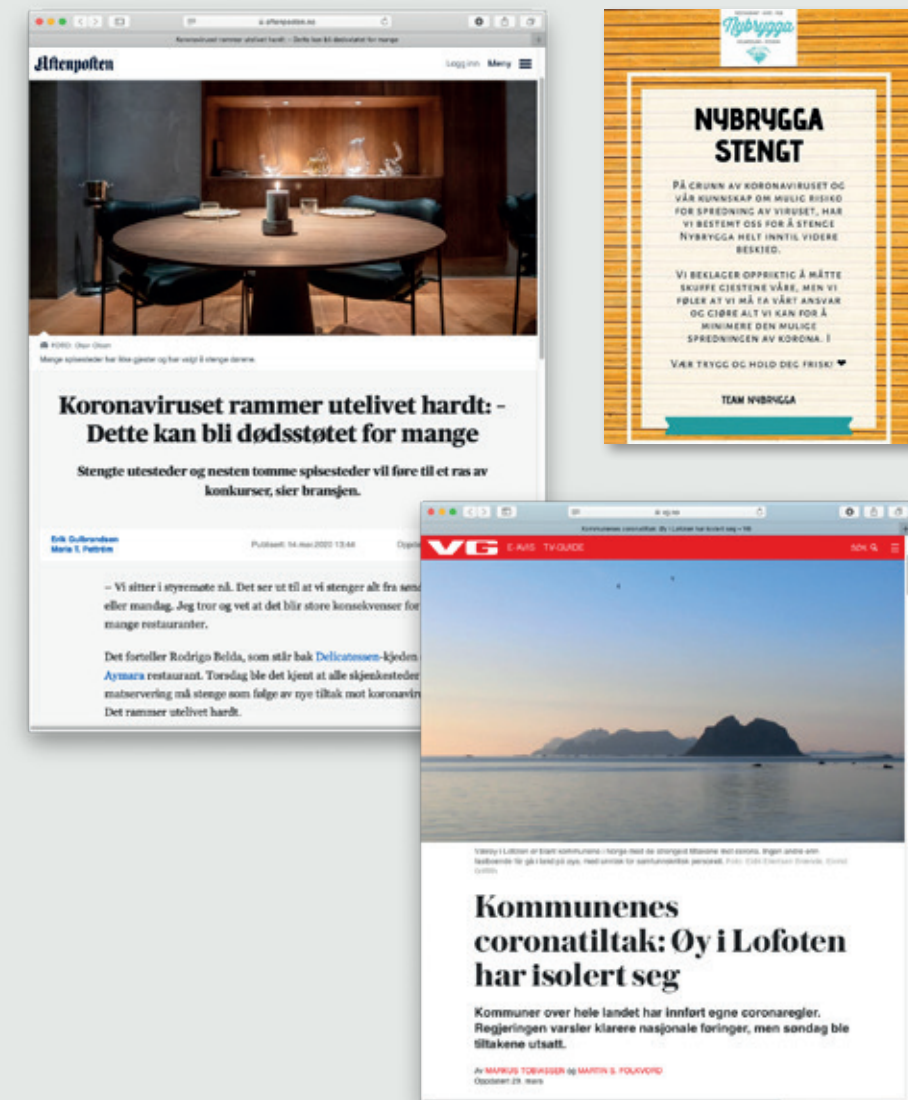
Gjennom koronakrisen er vi blitt mer bevisst på at vi lever i en global verden der alt henger sammen i integrerte nettverk. På lokalt nivå er det mulig å utvikle en politisk kurs som ser samfunnsutviklingen i et mer helhetlig perspektiv.

Vi er nå inne i en tid der vi har friheten til å stille nye spørsmål i jakten på bedre løsninger for et mer bærekraftig reiseliv og mer livskraftige lokalsamfunn.

Da er *prinsippene for god besøksforvaltning* mer relevante enn noen gang!

Det kinesiske tegnet for krise består av to tegn. Det ene står for fare, det andre for muligheter. Enhver krise rommer også store muligheter for endring.

危机



Nordlän

Hvordan blir livet etter korona?

Business as usual eller en ny mulighet for bedre planlegging og samhandling?

Visjoner

I stedet for å spørre hvordan framtida vil bli, kan vi stille spørsmålet: *Hvordan vil vi at framtida skal bli i våre lokalsamfunn?*

Bærekraftige forretningsmodeller

Samarbeide om kortsiktige løsninger som peker fram mot langsiktige målsetninger.



Besøksforvaltning

Finne frem til løsninger som balanserer vern og bruk av natur og kulturressurser.

Aktive dialogsamfunn

Utvikle arenaer for dialog og samarbeid mellom alle deler av samfunnet; enkeltpersoner, organisasjoner, bedrifter og kommune.

La oss rigge oss for en bedre framtid!

Vi inviterer til refleksjon og lokale initiativ rundt følgende 4 veier framover:

1. Styrke **dialog** som verktøy i lokalsamfunnets beslutningsprosesser.
2. Sette kurs mot en mer økologisk **samfunnsmodell**.
3. Motivere til bærekraftige og mer lokalsamfunnsvennlige **forretningsmodeller** i næringslivet.
4. Bruke **besøksforvaltning** aktivt for å bygge en bedre framtid for både reiselivet og lokalsamfunnet.

Bærekraft er mer enn å ikke skade miljøet. **Bærekraft** handler om tiltak som virker stimulerende, livgivende og utviklende for individ, samfunn og natur.

Nordlän

REISELIV = DYNAMITT!

Reiselivet er en viktig næring for Nordland og for de fleste kommunene i fylket vårt. Og enda viktigere kan den bli. Reiselivet har kraft i seg til å skape attraktive lokalsamfunn og stor lokal verdiskaping. De siste 20 årene har det globale reiselivet vokst eksplosivt.

Men eksplosiver er ikke bare til nytte og glede, det er også farlig!

Korona-krisen har endret på mye, men reiselivet vil ta seg opp igjen. Nordland fylkeskommune ønsker derfor å samarbeide med kommunene om besøksforvaltning slik at det blir enklere å håndtere sprengstoffet i turismen og lykkes med en ønsket lokalsamfunnsutvikling.

Dersom kommunen ikke sikrer seg en viss lokal kontroll over turismen, øker faren for å gå på en smell for både folk og miljø.

Hva er reiseliv?

Reiseliv brukes som en samlebetegnelse for næringsvirksomhet som dekker etterspørsel fra reisende som befinner seg utenfor eget hjemmeområde. Dette inkluderer også forretningsreiser, kongresser, studiereiser osv.

Lokalbefolkning benytter seg av reiselivstilbud, og tilreisende benytter seg av tilbud til lokalbefolkninga. Definisjonen av reiseliv blir derfor i praksis noe glidende.

Reiseliv defineres ofte i følgende hovedgrupper:

1. Transport
2. Overnatting
3. Servering
4. Opplevelser, kultur- og aktivitetstilbud
5. Formidling og salg (informasjon, guiding, markedsføring, utvikle salgbare pakker, booking m.m.)



Hva gjør reiseliv annerledes?

Reiselivet skiller seg ut fra en del andre næringer ved at den ikke har noen tydelig og lineær verdikjede, og at en rekke helt ulike interessenter er involvert. Reiselivsnæringa fungerer som en nettverksøkonomi eller et samskapende økosystem der alle aktører er avhengig av flere ressurser enn sine egne for å levere. Reiselivsaktørene samarbeider på ulike måter, i ulike sammenhenger og med ulik grad av formelle avtaler. I et slikt system er det lett å unnsnippe ansvar for helheten. Dermed er reiselivet også spesielt utsatt for systemsvikt.

Nordland

Drivere i det nye reiselivet

Også reiselivet endrer seg. Overgangen fra tjenestøkonomi til opplevelsesøkonomi har satt sitt tydelig preg på både reiselivs- næringa og markedet. Tre sentrale drivere som får konsekvenser for lokalsamfunnene er:

1. **Opplevelsestilbudet og tilgangen på autentiske lokalsamfunn skaper attraksjonskraft og driver utviklinga**

Ergo: Lokalsamfunnet og innbyggerne blir i seg selv en sentral del av det moderne reiselivsproduktet. Den som leverer de beste og de fleste opplevelsene styrker sin konkurransekraft.

2. **Hurtig vekst med økende volumer av besøkende gjennom hele året**

Ergo: Helårsturismen vokser og består i økende grad av individuelle gjester som reiser på egenhånd.

3. **Markedsføringa digitaliseres og overtas i stor grad av de reisende selv**

Ergo: Reisemålene får mye gratis markedsføring, men de mister også mye av kontrollen på kommunikasjonen av sitt reisemål og sine attraksjoner.



Opplevelsesferie for noen, er hverdagsliv for andre.

Reiselivet er kommunenes beste venn

Den opplevelsesbaserte verdiskapingen har økt betydelig siden årtusenskiftet. I Norge skaper satsningen på opplevelses- turisme store verdier i en rekke regioner. Norsk reiseliv bidrar i dag med **flere arbeidsplasser enn olje, fiskeri og landbruk til sammen.**

Alle prognoser for videre utvikling av internasjonal turisme spår fortsatt vekst. Samtidig viser analyser av forbruksmønstre at forbruket dreies fra varer og ting til smarte tjenester og meningsfulle opplevelser. Dette er gode nyheter for reiselivs- Norge og for Nordland.

1. Arbeidsplasser

Reiselivet er distriktsvennlig fordi folk må reise dit tilbudene er for å oppleve dem. Her ligger det en stor mulighet for å skape lokale arbeidsplasser og verdi- skaping i lokalsamfunnet. Det er også arbeidsintensivt og har en høy andel arbeidsplasser for kvinner og innvandrere.

2. Bolyst, lokal identitet og stolthet

Et sted som er godt å leve på, er også et godt sted å besøke. Reiseliv setter steder på kartet og gir ofte svært positiv oppmerksomhet. Det bygger igjen stolthet hos innbyggerne og gir bolyst.

3. Lokal verdiskaping og skatteinntekter

Reiselivet gir betydelige skatteinntekter til kommunene og store ringvirkninger til andre næringer.



...men vær oppmerksom på skjulte kostnader!

1. Økonomisk lekkasje og overforbruk av ressurser

Overforbruk eller manglende kontroll av lokale ressurser, kort-siktige valg og svak bærekrafttenking kan gi uheldige konsekvenser for innbyggerne og for øvrige næringer som er avhengig av de samme ressursene. Eksterne aktører som tar med seg det meste av verdiskapingen hjem, kan gi en turisme som ikke bidrar til lokale arbeidsplasser og kommunale skatteinntekter.

2. Økt belastning på lokal infrastruktur

Flere besøkende gir økt belastning på den offentlige infrastrukturen og de kommunale tjenestene som ofte er dimensjonert for innbyggertallet i kommunen. Det kan påvirke kapasiteten på fritidsområder, helsetjenester, veier, vann og kloakk, politi og beredskap med mer.

3. Lavere trivsel og dugnadsvilje

Lokalbefolkningen kan reagere negativt på de besøkendes adferd slik at trivselen blir lavere og interessen for å bidra til fellesskapet mindre. Innbyggerne kan oppleve at de lever på utstilling eller at turistene ikke opptrer i tråd med lokale eller nasjonale verdier. Her er særlig volum, steds- og tidsintensitet kritiske faktorer.

Se video: *Invisible burden of tourism*,
https://www.youtube.com/watch?v=ON_wVykiVL0

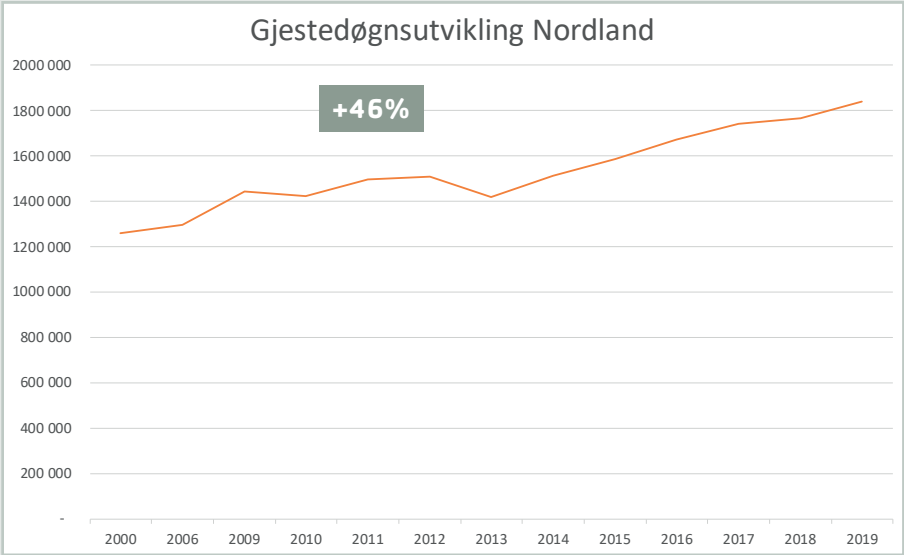


Hva betyr reiselivet for Nordland i dag?

Reiselivsnæringen i Nordland omsatte for i overkant av 9,7 milliarder kroner i 2018. I tillegg til dette tallet kommer ringvirkningene av reiselivet, f.eks. reiselivsrelatert varehandel. Sysselsettingen utgjorde 8 168 årsverk i 2018.

Statistisk Sentralbyrå innhenter tall fra alle kommersielle reiselivs-bedrifter over en viss størrelse. Nordland har hatt en vekst på 46 % i antall kommersielle gjestedøgn i perioden 2000-2019. I Nordland hadde vi over 1,8 millioner gjestedøgn i 2019.

Nettsteder med mer reiselivsstatistikk:
Statistisk Sentralbyrå: <https://www.ssb.no>
Visit Norway: <https://business.visitnorway.com/no/>
Statistikknett Reiseliv: <https://statistikknett.no>



Kilde: SSB

	Antall sysselsatte	Omsetning i mill. kroner
Finnmark	2 534	2 850
Troms	6 540	7 171
Nordland	8 168	9 742
Sum	17 242	19 762

Kilde: Statistikknett

Betydelig vekst i kommersiell overnatting

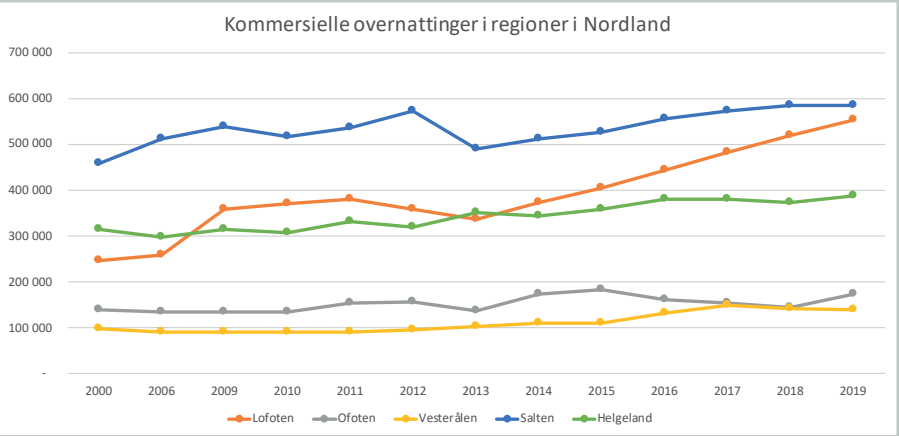
Samtlige regioner i Nordland har opplevd en økning i kommersielle gjestedøgn siden år 2000.

Veksten har vært mest markant i Lofoten, og da særlig de siste 5 årene. Denne regionen har mer enn fordoblet antallet kommersielle gjestedøgn fra 2000-2019 (+110 %).

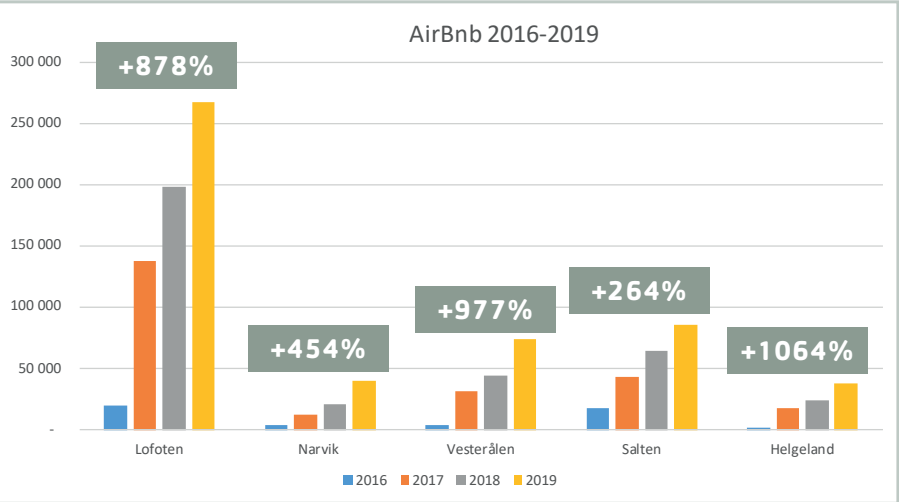
Betydelig vekst i privat kommersiell overnatting

I tillegg til de kommersielle overnattingene på hotell, camping og pensjonat, kommer privat utleie av hus og rom. Den største aktøren på dette markedet er AirBnB, som finnes i nesten 200 land. Slår vi sammen tallene for AirBnB og kommersielle gjestedøgn, var det totalt registrert 821 894 gjestedøgn i Lofoten i 2019.

Statistikk fra AirBnB viser at denne typen overnatting utgjorde ca en tredjedel av alle gjestedøgn i Lofoten i 2019, dvs. 267.647 gjesteovernattinger.



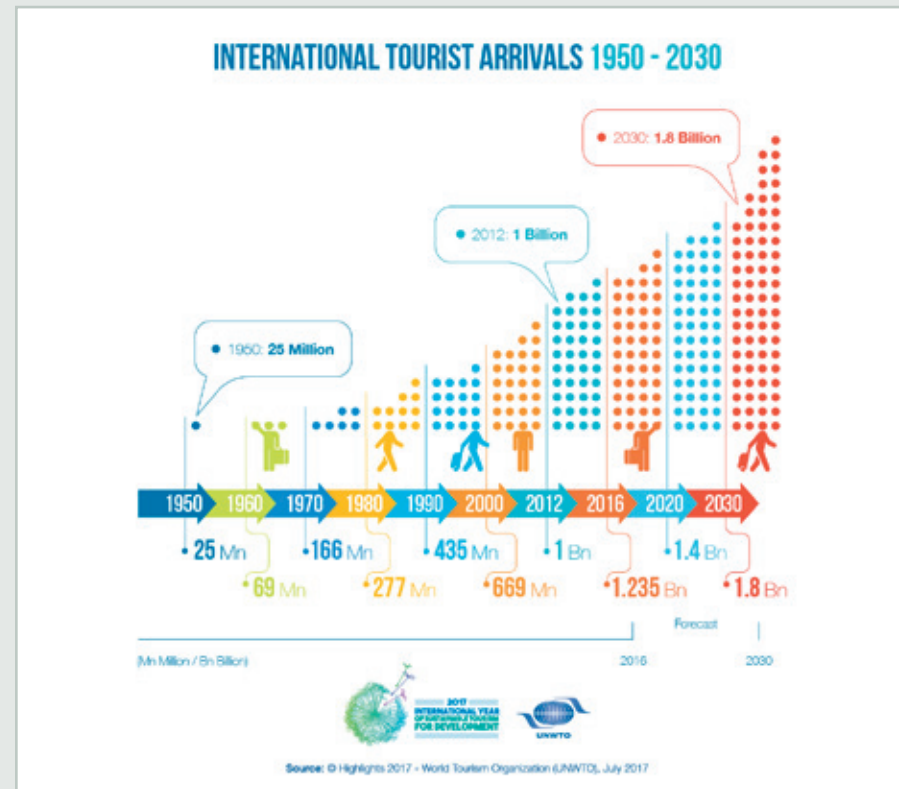
Kilde: SSB



Kilde: Capia



Veksten kommer!



Reiseliv er allerede en av verdens største næringer. Undersøkelser fra FNs reiselivsorganisasjon (UNWTO) stipulerer at veksten kommer til å øke kraftig i tiden framover. Samtidig viser tall fra Euromonitor International at gjennomsnittlig forbruk pr gjest til Europa går ned.

Koronakrisen har endret på mye, men reiselivet vil ta seg opp igjen. Vi kan bruke denne "ventetida" til å forberede oss godt, og utvikle den turismen vi ønsker oss.

Spørsmålet blir hvilke utviklings- og suksesskriterier vi i Nordland skal velge!



ET BÆREKRAFTIG REISELIV ER ET FELLES ANSVAR

Mye tyder altså på at veksten kommer, om vi vil ha den eller ikke. Erfaring har dessuten vist at besøkende ikke uten videre kan fordeles jevnt utover året eller flyttes til de områdene og attraksjonene vi selv ønsker å prioritere.

Reiselivet er også en industri. Det kan være store forskjeller på hvordan ulike typer turister bidrar til den lokale verdiskapingen og hvilke behov for lokal tilrettelegging og forvaltning de trenger.

Å bidra til et bærekraftig reiseliv innebærer at vi har en hensikt med å satse på reiseliv. Hva skal turismen gjøre for oss og vårt sted? Selv om vi ikke kan påvirke vinden, altså de harde trendene og veksten i reiselivsindustrien, kan vi “justere seilene” og manøvrere gjennom krevende farvann.

Skal vi sikre en bærekraftig reiselivsframtid er det mange diskusjoner som bør tas. Kommunen kan velge å ta en aktiv rolle i å finne gode lokale løsninger og være i forkant utfordringene.

”*Vi kan ikke snu vinden,
men vi kan justere seilene.*”

Ordtak

Hva er besøksforvaltning?

**Bærekraftig
besøksforvaltning**

**Landskap
og miljø**

**Lokalsamfunn
og stadkjensle**

**Næringsliv
og marked**



Kunsten å ta vare på

Besøksforvaltning handler grunnleggende sett om **å ta vare på verdiene og ressursene våre** – også for de som kommer etter oss.

Besøksforvaltning betyr at man sikrer en bærekraftig utvikling som er innenfor grensene til det natur, landskap, miljø, lokalsamfunn og lokal kultur tåler, samtidig som det gir grunnlag for sunn næringsdrift og lokal verdiskaping.

Reiselivet er en industri som bruker fellesgoder som natur, kultur og levende lokalsamfunn for å skape verdier. Besøksforvaltning handler derfor også om samfunnsutvikling, og kan ikke overlates til den kommersielle reiselivsnæringa alene.

For å lykkes med å ta vare på verdiene og samfunnsutviklinga vår, må vi ha et samspill mellom offentlige og private aktører, mellom det kommersielle og det ikke-kommersielle. Dette samspillet mellom mange aktører for å nå en ønsket utvikling av et reisemål kaller vi **destinasjonsledelse**.

Besøksforvaltning i praksis dreier seg i stor grad om å avklare roller og ansvar og å sikre en omforent reisemålsledelse som over tid kan utvikle et forpliktende og effektivt samspill mellom det

offentlige, lokalsamfunnet og næringsaktørene. Det handler også om politisk vilje til å engasjere seg i utviklinga i en tidlig fase, til å løse lokale utfordringer både i forkant og når de oppstår, og til å sikre nødvendig finansiering av fellesgoder.

Kommunen må dermed ta i bruk hele sin politiske verktøykasse for å lykkes med en god besøksforvaltning.

Definisjon fellesgode

“Et fellesgode betyr at godet – eller fordelene av godet – ikke kan gjøres eksklusiv for en person/ kunde eller bedrift. Fellesgodene vil ofte være nyttige både for besøkende, lokalbefolkning og opplevelsesnæringene (f.eks. tilrettelagte besøkspunkt, merkede stier, toalett, felles destinasjonsselskap, generell markedsføring m.m.).”

Strategi for reiseliv- og opplevelsesnæring i Nordland 2017-2021

Nordland

3 hovedprinsipper for besøksforvaltning

1. Bygg livskraftige lokalsamfunn!

All reiselivsvirksomhet skal bidra til å bygge gode, livskraftige lokalsamfunn gjennom å ivareta både natur, kultur og lokal lønnsomhet.

2. Driv reiseliv på innbyggernes premisser!

All reiselivsvirksomhet skal planlegges, utvikles og drives i et omforent lokalsamfunnsperspektiv, der innbyggerne tas på største alvor.

3. Sikre forpliktende samhandling og gode løsninger!

Det private og det offentlige på hvert reisemål må samhandle med hverandre i forpliktende og langsiktige løp, og samtidig sikre best mulig samhandling regionalt og nasjonalt. Hvert reisemål bør ha en godt fungerende destinasjonsledelse.

Gruvearbeid var farlig for liv og helse. Arbeiderne var utsatt for brann og gassforgiftning, noe som også var vanskelig å oppdage før det var for sent. Kanarifugler ble løsningen på problemet. De var ømfintlige for gasser i lufta og varslet fare i tide. Innbyggerne er reiselivsindustriens kanarifugler.

Hva er destinasjonsledelse?

Destinasjonsledelse brukes om funksjonen og samarbeidet mellom de aktørene som i fellesskap, formelt eller uformelt, leder utviklingen på reisemålet.

En god destinasjonsledelse utøves på lokalsamfunnsnivå i et forpliktende samarbeid mellom med de private næringsaktørene, de lokale interessentene og det politiske beslutningsnivået.

En fungerende destinasjonsledelse er ofte en forutsetning for å lykkes med besøksforvaltning.



På et velfungerende, bærekraftig reisemål ser det politiske beslutningsnivået seg selv som en del av destinasjonsledelsen, og tar beslutninger som blir strategisk riktige, juridisk bindende og som har budsjetter knyttet til seg. Reiselivsnæringa på sin side ser seg selv som lokalsamfunnsaktører og tenker og handler deretter. Reisemålets strategier legges og utøves i fellesskap på lokalsamfunnsnivå.

Nordlän



Involvering av innbyggerne – Ny reiselivsplan på Vega

Utgangspunkt:

Vega kommune har behov for en ny reiselivsstrategi. Kommunen ønsker å være offensiv og lage en helt ny plan, en strategi som i større grad bygges på lokalbefolkningens premisser.

Løsning:

I denne planen ble man enig om å ta utgangspunkt i;

- Hva vil Vega med reiselivet?
- Hva vil Vega egentlig at turismen skal gjøre for sine innbyggere og lokalsamfunn?
- Hvilke tilretteleggingstiltak er nødvendige?
- Hvilke konsekvenser vil de få?

Spørsmålene ble debattert på en serie møter kommunen hadde med lokalbefolkninga i bygdene i kommunen. Den endelige strategien ble vedtatt i kommunen og skal selvsagt forankres i andre relevante planer og planprosesser.

Les mer "Ny generasjon reiselivsplan på Vega:"

<https://www.nfk.no/besoksforvaltning/delprosjekter/planarbeid/en-ny-generasjon-reiselivsplan.1023048.aspx>

Øverst: Møte med lokalbefolkningen på Hysvær.

Under: Det nye verdensarvsenteret. Til høyre: Utsikt mot bygda Eidem.



Overføringsverdi:

Sosial bærekraft er ofte det første som kommer under press på reisemål med rask vekst i antall besøkende. Start med en bred diskusjon om hvorfor deres reisemål ønsker besøk – det gir et tydelig formål med turismen. Formålet gir retning for hvilke tiltak som skal settes i gang og, like viktig, hvilken retning dere ikke ønsker. Mange blir berørt av reiselivsvirksomhet og bør derfor få mulighet til å bli hørt og sett. Det skaper både engasjement og forebygger konflikter.



Helhetlige løsninger – Parkering i Torsfjorden

Utgangspunkt:

Den vakre sandstranda Kvalvika i Flakstad kommune tiltrekker seg stadig flere besøkende. Turstien til stranda starter i Torsfjorden med svært begrensede parkeringsmuligheter. Besøkende parkerer langs veiskulderen til tross for parkering forbudt-skilt. Lokalbefolkninga i nabobygda Fredvang, frykter redusert framkommelighet, særlig med tanke på utrykningskjøretøy. Fredvang jobber bygda med utvikling av sitt lokalsamfunn og ønsker å få mer igjen for besøk som gjøres i området.

Løsning:

- Kommunen tok tak i problemstillinga. Det ble foreslått å løse problemet med å bygge ny parkeringsplass med plass til 200 biler. Forslaget skapte debatt i lokalavisene. Lokalbefolkninga på Fredvang mente tiltaket ville føre til mer belastning på Kvalvika og ønsket andre løsninger.
- Fylkeskommunen fikk oppstartsvarsel på detaljregulering for området og gjorde i sitt innspill oppmerksom på at planene kunne komme i konflikt med prinsipp for god besøksforvaltning.
- Pilotprosjektet samarbeidet med grendelaget Samstræv om å gjennomføre et "kræsjkurs i besøksforvaltning". I kurset ble problemstillinger diskutert nøye og nye løsninger ble foreslått.

- Grendelaget bearbeidet problemstillingen og satte ord på hva de ville. Slik ble det lettere å gå i en konstruktiv dialog med planleggere og politikere i kommunen.
- Kommunen etablerte en bredt sammensatt besøksforvaltningsgruppe som skulle komme fram til bedre og mer helhetlige løsninger for området. Rapporten fra gruppa er behandlet i kommunestyret og gitt en formell status som kommunal temaplan.
- Kommunen skal ha videre dialog med grendelaget Samstrev, næringsaktører på Fredvang, Lofotodden Nasjonalpark og mulige andre naturlige samarbeidspartnere om oppfølging av mål og tiltak i planen
- Kommunen søker i forståelse med grendelaget og Lofotodden nasjonalpark om å gjøre stiene fra Fredvang til nasjonal turiststi.



Overføringsverdi:

Det kan være lurt å stagge "løsningsiveren" i starten. Ved å se utfordringen i en større sammenheng kan man finne enda bedre og mer helhetlige svar på utfordringene. Innspill fra lokalbefolkninga har stor verdi og bidrar til bedre innsikt. Samarbeidet mellom kommune og lokalbefolkning har vært avgjørende for å finne løsninger som alle er fornøyd med i Torsfjorden.

Les mer "Best når bygda får være med å bestemme:"
<https://www.nfk.no/besoksforvaltning/delprosjekter/kra-sjkurs-for-lag-og-foreninger/best-nar-bygda-far-vare-med-a-bestemme.1023047.aspx>

Over til høyre: Artikkel i Lofotposten 27.07.18
Midten til høyre: Artikkel i Lofotposten 24.02.19.
Under til høyre: Første skisse til parkeringsløsning.



3 forutsetninger for å lykkes

1. Felles ansvar for reisemålet

Kommunen og det lokale reiselivet må begge erkjenne at de har – og vil ta – et reelt ansvar for den lokale besøksforvaltningen gjennom en felles, kompetent, forpliktende og lang-siktig destinasjonsledelse.

2. Ansvarlig markedsføring

All markedsføring av reisemålet må være forankret i lokalsamfunnets behov og tålegrenser og gjøres i samsvar med en lokal visjon for reisemålet og planer for den lokale besøksforvaltningen. Dette innebærer bl.a. en bevissthet rundt bildebruk og hva vi kommuniserer i forkant av besøket

3. Måle suksess på flere kriterier

Reisemålsutviklingen må følges kontinuerlig gjennom definerte måleindikatorer som også tar høyde for trivsel i lokalsamfunnet, lokal verdiskaping og økonomisk verdilekasje, kompetanse med mer. Slik kan man kontinuerlig tar temperaturen på hele reisemålet.





HVORDAN JOBBE MED BESØKSFORVALTNING I PRAKSIS?

Lokalt handlingsrom

Hvilket handlingsrom har lokalpolitikerne? Hva kan dere gjøre for å skape den utviklingen dere ønsker innen økonomisk, kulturell, sosial og miljømessig verdiskaping?

Det er tre forhold som særlig påvirker det politiske handlingsrommet:

- 1. Plan- og bygningsloven.
- 2. Andre sektorlover.
- 3. Kommunens egen evne og kapasitet til å handle.

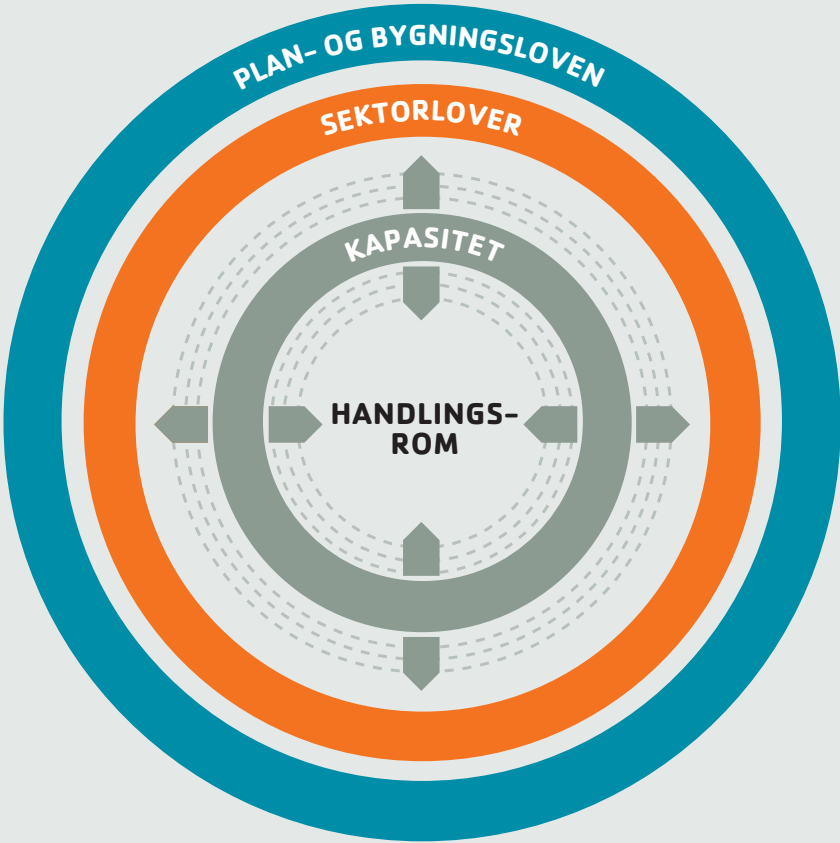
Det er viktig at kommunen som organisasjon steller seg slik at den får inntekter som kan brukes til å tilrettelegge og drifte de felles godene man har ansvar for å ta vare på.

NB – det handler om å se hele bildet. Planene tar for seg noen viktige punkt, men dekker ikke alt. Politikerne har en viktig rolle som utviklingsaktør og må ha fokus på framtidsbildet.



Kilde: KS – Kommunesektorens organisasjon.

- 1. **Plan- og bygningsloven** utgjør selve rammen for kommunenes handlingsrom. Innenfor den har kommunene ansvar for å drive samfunnsplanlegging og styre over sitt eget areal. Dette er en prosesslov, hvilket betyr at den ikke sier noe om hva som skal være sluttresultatet, men hva som er de overordnede intensjonene som loven skal bidra til. Den peker også på prosessene som skal sikre at intensjonene med loven kan oppfylles. Målet er å oppnå en bærekraftig utvikling basert på lokale strategier.
- 2. **Andre viktige sektorlover.**
For besøksforvaltning kan dette for eksempel være friluftslivsloven med allemannsretten, naturmangfoldloven, motorferdselsloven m.fl. særlig sentrale.
- 3. **Handlingsrommet** kan variere ut fra hvilken kapasitet kommunen har til å handle. Handlingsevnen påvirkes blant annet av involverte mennesker, motivasjon og evne til samhandling, samt rolleavklaringen mellom politikk og administrasjon. En slik handlingskapasitet finnes både i kommuneorganisasjonen, i næringslivet og blant innbyggerne i lokalsamfunnet.



Kilde: KS – Kommunesektorens organisasjon.

Besøksforvaltning i lys av FNs bærekraftsmål

FNs 17 bærekraftsmål er i ferd med å bli en etablert plattform som brukes både lokalt, nasjonalt og internasjonalt. Det vil være naturlig at både kommune og reiselivsnæring formulerer reiselivets roller, potensial og utfordringer opp mot disse målene.

Moderne reiseliv bruker natur- og kulturressurser både på land og til vanns. Det er en økonomisk virksomhet som bringer kundene til produksjonsstedet og som på den måten foregår i store og små samfunn over hele landet. Dette gir i seg selv svært mange berøringspunkter med FNs 17 bærekraftsmål.

I åra som kommer vil det bli viktig å tydeliggjøre dette for alle, både de som er i reiselivsnæringa og de som, bevisst eller ubevisst, blir en del av det verdiskapende økosystemet.

Arbeidet med besøksforvaltning kan knyttes direkte opp mot FNs 17 bærekraftsmål. Se f.eks. punktene:

- **8.9:** Innen 2030 utarbeide og iverksette politikk for å fremme en bærekraftig turistnæring som skaper arbeidsplasser og fremmer lokal kultur og lokale produkter
- **12.b:** Utvikle og innføre metoder for å overvåke konsekvensene av en bærekraftig utvikling på en turistnæring som er bærekraftig, skaper arbeidsplasser og fremmer lokal kultur og lokale produkter



5 spørsmål å starte med

Mange steder ønsker seg mer verdiskaping fra reiselivs- og opplevelsesnæringene. De spør seg hvordan de kan få flere gjester. Hvis man ønsker en smart reisemålsutvikling er det **avgjørende å stille spørsmål i riktig rekkefølge**. I Irland har de utviklet en metode, som går ut på at reisemålet i fellesskap besvarer 5 grunnleggende spørsmål om besøkende:

1. Hvorfor trenger vi dem?

Hva skal turisme gjøre for oss? Svaret gir oss et formål med turismen og definerer hvilken rolle og verktøy turismen skal være for lokalsamfunnet.

2. Hva har vi?

Hva har vi som gjør at turister ønsker å besøke oss. Det er viktig å ikke stille spørsmålet den andre veien, for da kan vi lett overlate kontrollen til eksterne aktører. Hvilke lokale ressurser er det vi ønsker å bygge på?

3. Hvor og når vil vi ha dem?

Dette er to spørsmål som henger sammen. Når er det akseptabelt at de besøkende kommer? Når ønsker vi ikke besøkende? Dette bør også diskuteres med andre næringer for å unngå potensielle konflikter

4. Hvem vil vi invitere hjem?

Selv i privat sammenheng er det kanskje ikke alle vi gleder oss like mye til å få besøk av. Noen passer vi bedre sammen med enn andre. Også i reiselivet er det viktig å reflektere over hvilke målgrupper vi skal invitere hjem til vår kommune.

5. Hvordan får vi tak i dem?

Til sist kan vi stille spørsmålet hvordan får vi tak i de besøkende for nå vet vi hva vi har å tilby, hvem vi ønsker skal komme, hva vi vil de skal se og gjøre osv. Dermed blir dette et veldig målrettet spørsmål basert på den langsiktige visjonen for reisemålet.

Kilde: The Method of Persistent Enquiry, Cillian Murphy, Loop Head Peninsula.

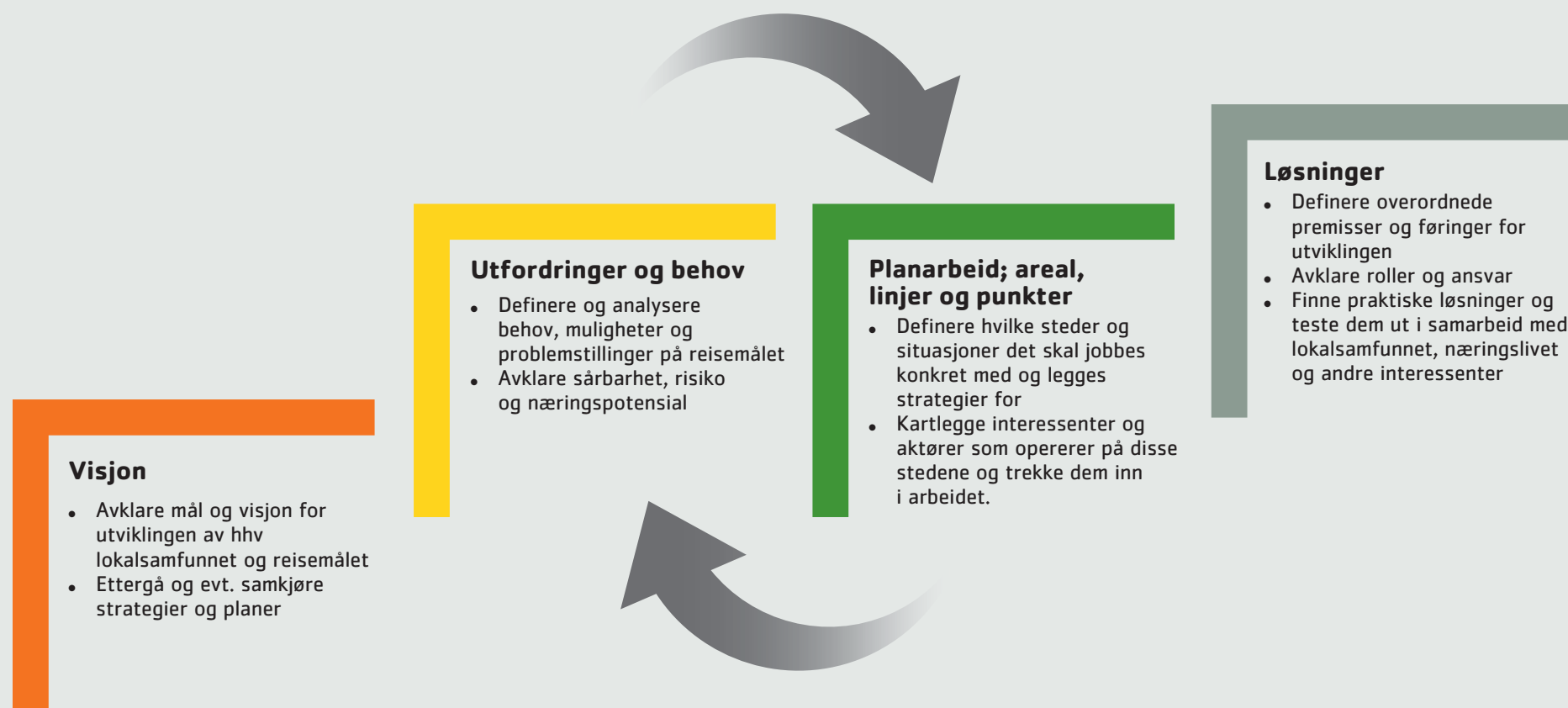


10 spørsmål å fortsette med

- 1. Hva er utfordringene i dag?**
Hva kan bli utfordringer i morgen?
- 2. Hva er viktigst for oss?**
Hvordan skal vi måle om vi lykkes eller ikke?
Hvilke mål og suksessparametere skal vi styre etter?
- 3. Hvordan og i hvilke kanaler kan vi best diskutere reiselivet med innbyggerne i vår kommune?**
- 4. Hvem skal vi samarbeide med?**
Hvem er de mest sentrale reiselivsaktørene i vårt lokalsamfunn og hvem er de viktigste premissgiverne for en videre utvikling?
Hvordan involverer vi dem i vårt arbeid?
- 5. Hvordan skal vi legge tilrette for besøksforvaltning gjennom planarbeidet i kommunen?**
Hvor tydelig vil vi være i våre prioriteringer?
- 6. Hvem samarbeider i vår kommune i dag?**
Hvordan kan vi etablere mer forpliktende samarbeid mellom aktørene og mellom det private og det offentlige?
Og hvordan kan vi smøre det daglige samspillet?
- 7. Hvor har vårt handlingsrom?**
Hvordan klarer vi å koble planer og økonomi for å sikre gjennomføring?
- 8. Hvilke nasjonale rammebetingelser og systemer trenger vi for å bygge en solid og effektiv destinasjonsledelse på vårt reisemål?**
Hva kan vi som lokal- og partipolitikere gjøre for å påvirke det regionale og nasjonale systemet?
- 9. Hvordan sikrer vi en ansvarlig markedsføring av vårt reisemål?**
- 10. Er reisemålsutviklingen vi legger til rette for bærekraftig over tid?**
Eller ødelegger vi ressursene for våre barnebarn?



VÅRT STED – en arbeidsmetode for kommunal besøksforvaltning



Kontakter og veien videre

Les mer om pilotprosjektet for besøksforvaltning på:
www.nfk.no/besoksforvaltning

Kontaktpersoner:

Nordland fylkeskommune ved pilotprosjekt besøksforvaltning ved:

Ann Heidi Hansen:

telefon: 756 50 316 / 47 65 62 12,
e-post: annhan1@nfk.no

Hanne Lykkja:

telefon: 756 50 303 / 48 27 21 52,
e-post: hanlyk@nfk.no

KS Nord ved:

Mona E. Halsbakk:

telefon: 99 51 87 49,
e-post: mona.halsbakk@ks.no

Hva er neste steg for din kommune?

- Hvilke arenaer innen politikk og administrasjon skal besøksforvaltning tas opp og inkluderes i det daglige arbeidet?
- Hvilke planer i kommende planperiode er det aktuelt å inkludere besøksforvaltning i?
- Bør det lages spesifikke saker til kommende kommunestyremøter?
- Er det utvalg eller arbeidsgrupper som bør involveres i større grad?
- Kommer det opp konkrete saker framover der besøksforvaltning kan være et tema?

Nordland

Dette heftet er utviklet av Nordland fylkeskommune i samarbeid med KS (Kommunesektorens organisasjon) og Mimir AS. I tillegg har professor Ove D. Jakobsen og førsteamanuensis Vivi M.L. Storsletten fra Nord Universitet bidratt. Kommersiell bruk av innholdet skal avklares med Nordland fylkeskommune i forkant.

Versjon 1 - mai 2020

Foto: Side 1: Chris Craggs-nordnorge.com. Side 2-3: Adobe Stock. Side 4-5: Espen Mortensen-esmefoto.no-nordnorge.com. Side 6: Bård Løken-nordnorge.com. Side 10: Adobe Stock. Side 11: CH-visitnorway.com, Jonas Berglund- Helgeland Reiseliv-nordnorge.com, Kjell Ove Stovik-Loftr Vikingmuseum, Johnny Mazzilli-nordnorge.com, Marten Bril-visitvesteralen.com. Side 12: Trond Isaksen-nordnorge.com, Ernst Furuhatt-nordnorge.com, Magnus Strøm-samisafaricamp.no-nordnorge.com, Terje Rakke- Nordic-Life-nordnorge.com. Side 13: Terje Rakke- Nordic-Life-nordnorge.com. Side 15: Våganavis, Hanne Lykkja, Alf Kenneth Johansen, Kolberg Naturfoto. Side 19: John Stenersen. Side 20-21: Terje Rakke- Nordic-Life-nordnorge.com. Side 22: Tofoto-nordnorge.com, Kristin Folsland Olsen-nordnorge.com, Marius Fiskum-Norges Sjømatråd-nordnorge.com. Side 24: Jim West / Alamy Stock Photo. Side 25: Magnus Strøm-nordnorge.com, Espen Mortensen-esmefoto.no-nordnorge.com, Krisitan Nashoug-lofoten.info-nordnorge.com, Tommy Andreassen-nordnorge.com. Side 26: Hilde Wika. Side 27: Øyvind Flatmo-visithelgeland.com-nordnorge.com. Side 28: AdobeStock, Jørn Nyseth Ranunt. Side 30: Sverre Nilsen-visithelgeland.com-nordnorge.com, Bård Løken-nordnorge.com, Ernst Furuhatt-nordnorge.com, Arne Slett Larsen-nordnorge.com. Side 31: Terje Rakke- Nordic-Life-nordnorge.com. Side 32: Roy Mangersnes-wildphoto-nordnorge.com. Side 33-34: Bård Løken-nordnorge.com. Side 37: Espen Maruhn. Side 39: Espen Mortensen-esmefoto.no-nordnorge.com. Side 41: Roger Johansen-nordnorge.com. Side 43: Eskil Olsen-visithelgeland.com-nordnorge.com. Side 44: Øystein Lunde Ingvaldsen-nordnorge.com

Nordland