

BESØKSFORVALTNING – hvorfor og hvordan?

Et informasjonsskriv fra Nordland fylkeskommune om hvordan kommuner kan håndtere reiselivsutvikling





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.

Nordland har i dag ressurser i verdensklasse og flere internasjonalt kjente reisemål. Det er likevel ingen selvfølge at vi klarer å forvalte ressursene og reisemålene våre godt. 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 som vi gjør i dag.

INNHold

Reiseliv som samfunnsutvikler	6
Hvordan vil vi at framtida vår skal bli?	8
La oss rigge oss for en bedre framtid!	9
Reiseliv = dynamitt!	10
Hva er reiseliv?	11
Det nye reiselivet	12
Reiselivet bidrar til steders attraktivitet og konkurransekraft	13
Vær oppmerksom på skjulte kostnader!	14
Overturisme eller underturisme?	18
Et bærekraftig reiseliv er et felles ansvar	20
Hva er besøksforvaltning?	20
Kunsten å ta vare på	23
Innbyggerne er reiselivets varslere – 3 prinsipper for bedre besøksforvaltning	24
Hva er reisemålsledelse?	25
Tre veier til suksess	26
Hvordan jobbe med besøksforvaltning i praksis?	29
Ta handlingsrommet!	30
Ta besøksforvaltning inn i kommuneplanens samfunnsdel	31
Besøksforvaltning og FNs bærekraftsmål	32
5 spørsmål å starte med	34
Trinn i prosessen	36
Kommunale besøksforvaltningsgrupper	38
Vestvågøy kommunes besøksforvaltningsgruppe	39
Vågan kommunes besøksforvaltningsgruppe	40
Flakstad kommunes besøksforvaltningsgruppe	41
Involvering av innbyggerne – Ny reiselivsplan på Vega	42
Helhetlige løsninger – Parkering i Torsfjorden	44
Kræsjkurs for grendelag – verktøy for praktisk besøksforvaltning for de som har skoene på	46
Kontakter	47



Nordlan

REISELIV SOM SAMFUNNSUTVIKLER

Vi lever i en global verden der mye henger sammen. Klimakrisen er en felles utfordring som alle må forholde seg til. FNs bærekraftsmål er i ferd med å bli etablert som en plattform som brukes både lokalt, regionalt og internasjonalt. Skal vi ha sjanse til å løse problemene og nå disse målene, må vi gjøre noe annerledes enn det som har ført oss inn i dagens situasjon. Vi må stille nye spørsmål i jakten på bedre løsninger.

I Nordland er målet å bygge et regenerativt reiseliv, altså en reiselivsnæring som går fra et mål om å ikke gjøre skade (do no harm) til et engasjement for å gjøre godt for omgivelsene (do good). Det handler om tiltak som virker stimulerende, livgivende og utviklende for individ, samfunn og natur.

Gjestene ønsker heller ikke å være med på å ødelegge det de kommer for å oppleve. Markedsundersøkelser viser økning i antall reisende som er opptatt av bærekraft. God besøksforvaltning handler om å sikre at vi får rett antall av rette gjester på rett sted og til rett tid i forhold til de verdiene vi vil ta vare på for framtida.

Det er viktig å lage beskrivelser av hvilken framtid vi ønsker å virkeliggjøre. Det bidrar til å finne løsninger på dagens utfordringer og gir også inspirasjon til å utvikle et bedre samfunn.

I dette heftet presenterer vi verdiene, metodikken og prinsippene bak besøksforvaltning, samtidig som vi gir eksempler fra kommuner som allerede har tatt tenkningen i bruk. Håpet er å inspirere til en politisk kurs som ser samfunnsutviklingen i et mer helhetlig perspektiv.

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

Reiselivet som samfunnsutvikler fremheves også i:

- Nordland fylkeskommunes "Strategi for reiseliv og opplevelser i Nordland 2023-2027" (2023).
- NOU 23:10 "Om reisemålsutvikling og besøksforvaltning i norske kommuner" (2023).
- Den nasjonale reiselivsstrategien, "Store inntrykk, små avtrykk" (2021).





Hvordan vil vi at framtida vår skal bli?

Visjoner

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

Verdier

I stedet for å gå rett på mål og strategier, kan vi først spørre
hvilke verdier vi vil tufte den lokale utviklinga på.

- Hvilke verdier legger vi til grunn for lokalsamfunnsutviklinga og forvaltning av ressursene våre?
- Hvordan skaper vi dialog og partnerskap lokalt?
- Hvordan kan vi sikre at besøkende bidrar med mer enn de tar?
- Hvordan kan reiselivet bidra til lokalsamfunnsutviklinga?
- Hvordan kan innbyggerne involveres og inviteres til å bidra og å være med og ta ansvar?



La oss rigge oss for en bedre framtid!

Vi inviterer til dialog, refleksjon og lokale initiativ rundt følgende strategiske temaer::

- Styrke **dialog** som verktøy i lokalsamfunnets beslutningsprosesser.
- Sette kurs mot en mer økologisk **samfunnsmodell**.
- Motivere til bærekraftige og mer lokalsamfunnsvennlige **forretningsmodeller** i næringslivet.
- 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, de er også farlige!

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.

Reiselivet bruker lokalsamfunnene som arena for verdiskaping, og lokalbefolkninga benytter seg av det lokale reiselivstilbudet. Reiselivet kan derfor bidra både til lokal verdiskaping og til bolyst.

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.



Nordløn

Det nye reiselivet

Det nye reiselivet er drevet av opplevelser og relasjoner, ikke bare serviceleveranser og tradisjonelle tjenester. Gjestens behov settes i sentrum, samtidig som lokale verdier og bærekraftige lokalsamfunn vektlegges. Å finne den gode balansen mellom bruk og vern av et steds ressurser må avklares lokalt og i dialog med alle berørte parter. Tre sentrale drivere som får konsekvenser for lokalsamfunnene er:



Foto: Trond Isaksen-nordnorge.com



Foto: Ernst Furuhatt-nordnorge.com

*Opplevelsesferie for noen,
er hverdagsliv for andre.*



Foto: Terje Rakke-Nordic Life-nordnorge.com

1. **OPPLEVELSER SKAPER VERDIER**
Opplevelsestilbudet, vakker natur og autentiske lokalsamfunn skaper attraksjonskraft.

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

2. **KLIMA OG BÆREKRAFT**
Klimaendringer og endrede holdninger til naturen driver reisende til nye steder og skaper nye reise-mønstre og behov i markedet.

Ergo: Helårsturismen vokser og er mer preget av gjester som reiser på egenhånd. Nye bærekraftige tjenester og opplevelser etterspørres.

3. **DIGITALISERING**
Digitaliseringa gjør at gjester i større grad finner fram på egenhånd, og overtar mye av markedsføringa. Fotogene reisemål og attraksjoner prioriteres ofte.

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

Reiselivet bidrar til stedsattraktivitet og konkurransekraft

I Norge bidrar reiselivet med flere arbeidsplasser enn olje, fiskeri og landbruk til sammen. <https://www.nhoreiseliv.no/vi-mener/kommentar/2018/reiseliv-kommunenenes-bestevenn/>

I Nordland skaper opplevelsesturisme store verdier i flere regioner. Et godt forvaltet reiseliv gir dessuten trivsel og puls i by og bygd og bidrar til bolyst og stedsutvikling.

Reiselivet vil trolig fortsette å vokse, men ikke nødvendigvis jevnt på alle reisemål. For å oppnå ønsket balanse og konkurransekraft blir det derfor viktig å planlegge og styre gjestestrømmene og utvikle nye bærekraftige reiselivstilbud. Dette vil kunne gi kommunene større mulighetsrom. Vi kaller denne tilnærmingen "4R": Rette volumer av Rette gjester på Rett sted til Rett tid.

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 verdiskaping 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 økt lokalt tjenestetilbud, betydelige skatteinntekter til kommunene og store ringvirkninger til andre næringer.



Vær oppmerksom på skjulte kostnader!

1. Økonomisk bærekraft

Overforbruk, handelslekkasje og manglende kontroll av lokale ressurser, kortsiktige valg og svak bærekraftttenking kan alle 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 ut av området, kan gi en turisme som ikke bidrar til lokale arbeidsplasser og kommunale skatteinntekter.

2. Naturmessig bærekraft

Flere besøkende gir økt belastning på naturen og på den lokale infrastrukturen. Antallet gjester kan påvirke kapasiteten på fritidsområder, tilrettelagte naturområder, veier, vann, kloakk og beredskap med mer.

3. Kulturell og sosial bærekraft

Flere besøkende gir økt belastning på lokale helsetjenester og bruk av offentlige rom. Besøkende kan påvirke innbyggernes opplevelse av egen by og identitet. Lokalbefolkningen blir oppgitt over en bruk som sliter ned det de har bygd opp sammen, og 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.

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



Foto: Våganavis



Foto Hanne Lykkja



Foto: Alf Kenneth Johansen



Foto: Kolberg Naturfoto

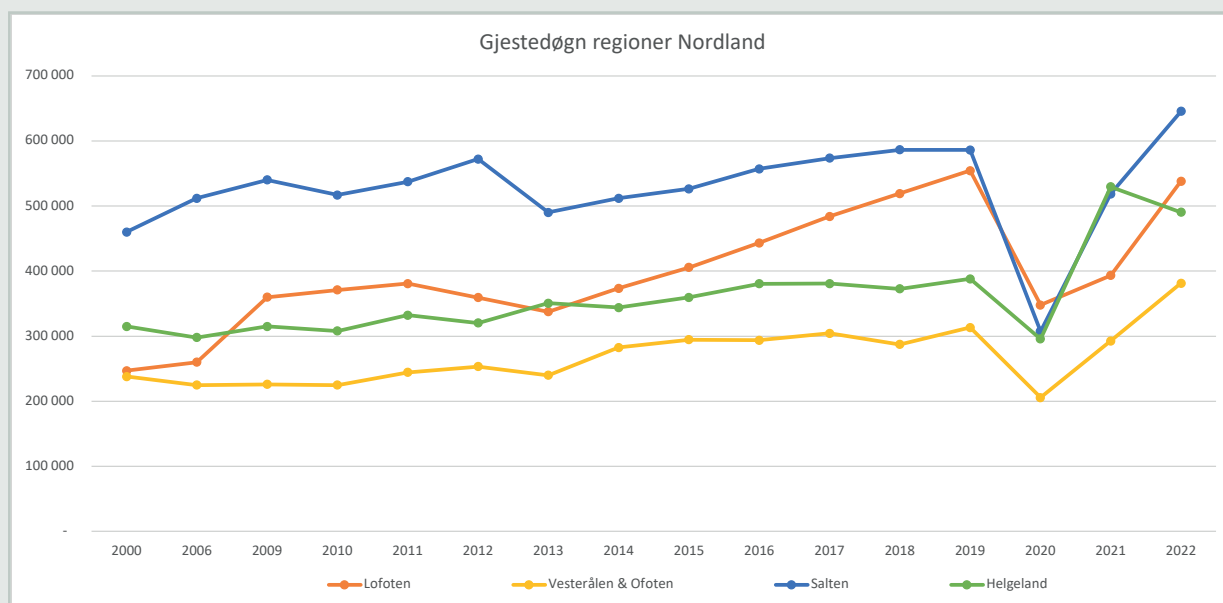
Hva betyr reiselivet for Nordland i dag?

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. Det er ikke gjort egne beregninger på disse tallene etter 2018. Statistisk Sentral-

byrå innhenter tall fra alle kommersielle reiselivsbedrifter over en viss størrelse.

Nordland har hatt en vekst på 63 % i antall kommersielle gjestedøgn i perioden 2000-2022. I Nordland hadde vi over 2 millioner gjestedøgn i 2022.



Kilde: SSB

Nettsteder med mer reiselivsstatistikk:

Statistisk Sentralbyrå:
<https://www.ssb.no>

Visit Norway:
<https://business.visitnorway.com/no/>

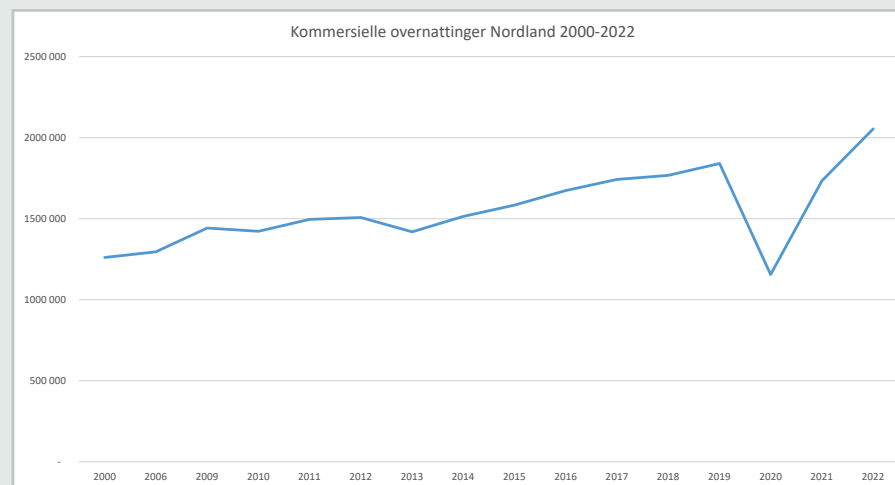
Statistikknett Reiseliv:
<https://statistikknett.no>
(har oppdaterte tall til og med 2019)

Vekst over tid

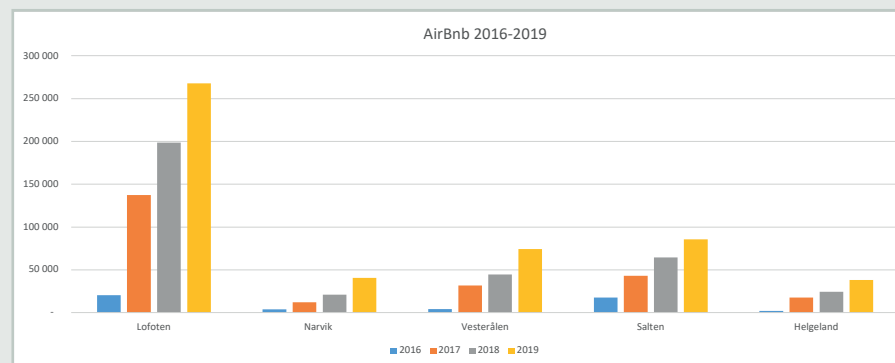
Samtlige regioner i Nordland har opplevd en økning i kommersielle gjestedøgn siden år 2000. Disse tallene inkluderer trafikk fra ferie og fritid, kurs og konferanser, samt yrkestrafikk. Veksten har vært mest markant i Lofoten, og da særlig de siste 5 årene. Denne regionen har mer enn fordoblet antallet kommersielle gjestedøgn fra 2000–2022 (+118 %) I tillegg til de kommersielle overnattningene 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. Nordland fylkeskommune kjøpte regionale tall fra AirBnB for perioden 2016–2019 (se illustrasjon). Slår vi sammen tallene for AirBnB og kommersielle gjestedøgn, var det totalt registrert 821 894 gjestedøgn i Lofoten i 2019.

Omstilling pågår

Omstillingen har pågått både i næringa og i markedet siden pandemien kom i 2020, og den fortsetter med full kraft. Mye tyder på at vi vil få en annen type turisme i framtida, der bærekraft, mangfold og lokal verdiskaping står sterkt. Det kan bli nødvendig for reiselivet å ha flere bein å stå på samtidig som tilbudene må utvikles i forpliktende partnerskap med lokalbefolkning, andre næringer og kommunen.



Kilde: SSB

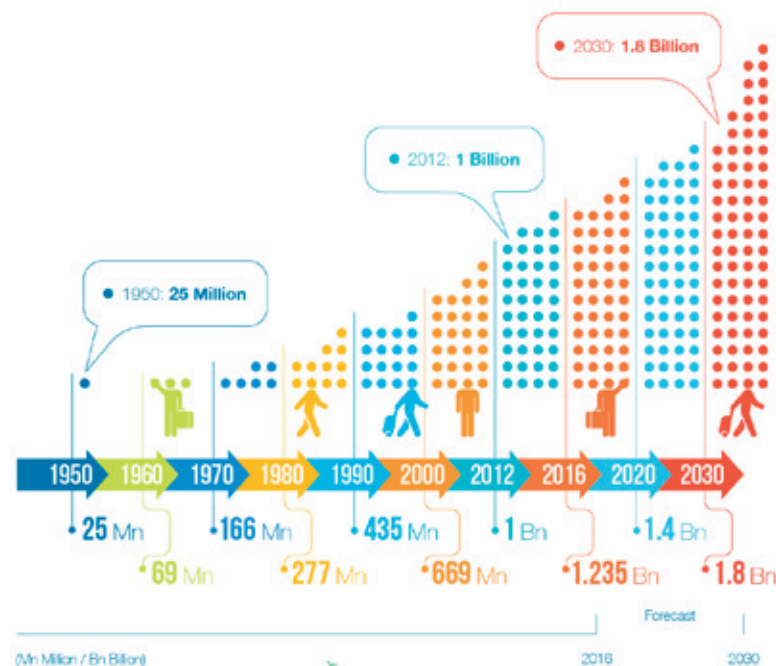


Statistikk fra AirBnB viser at denne typen overnatting utgjorde ca en tredjedel av alle gjestedøgn i Lofoten i 2019, dvs. 267.647 gjesteovernattinger.

Kilde: Capia

Overturisme eller underturisme?

INTERNATIONAL TOURIST ARRIVALS 1950 - 2030



Source: © Highlights 2017 - World Tourism Organization (UNWTO), July 2017

Noen reisemål har for mange gjester som kommer samtidig, andre har for få til å skape et bærekraftig tilbud og levedyktige bedrifter. Besøksforvaltning er et relevant verktøy i begge situasjoner.

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.

Krig og dyrtid gjør også situasjonen mer krevende og uoversiktlig. Trafikkstrømmene og etterspørselen vil trolig endre seg over tid. Både overturisme og underturisme vil bli relle problemstillinger for mange reisemål. Uansett vil vi måtte bestemme oss for hva slags turisme vi ønsker i de ulike lokalsamfunnene og legge til rette for å lykkes med det som passer hvert enkelt sted best.

Spørsmålet blir hvilke mål og framtidsvisjoner vi i Nordland skal velge, og hvilke utviklings- og suksesskriterier vi velger å jobbe etter.



Nordlän

ET BÆREKRAFTIG REISELIV ER ET FELLES ANSVAR

Besøkende kan ikke uten videre fordeles jevnt utover året eller flyttes til de områdene og attraksjonene vi selv ønsker å prioritere. Utfordringen blir å finne den gode miksen mellom de lokale valgene som er rett for innbyggerne og behovene og etterspørselen i markedet.

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 av 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. 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.

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.

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 **reisemålsledelse**.

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 destinasjons-selskap, generell markedsføring m.m.).”¹

1 Strategi for reiseliv- og opplevelsesnæring i Nordland 2017-2021

Nordland

Innbyggerne er reiselivets varslere

– 3 prinsipper for bedre 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. Involver innbyggerne i utviklingen!

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 reisemålsledelse.



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 reisemålsledelse?

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

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

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

Reiselivet kan ikke utvikle seg videre i sin egen boble, og kommunene kan ikke overlate reisemålsutviklingen til reiselivet alene.

På et velfungerende reisemål:

- er kommunen og lokalpolitikken en selvsagt del av reisemålsledelsen
- er reiselivsnæringa en bevisst lokalsamfunnsaktør
- lages og utøves reisemålets strategier i et lokalsamfunnsperspektiv
- samhandler aktørene med hverandre og lokalsamfunnet i forpliktende partnerskap



Foto: Ernst Futuhatt - nordnorge.com



Foto: Simon Fossheim - Visit Helgeland

Reisemålsledelse

Begrepet brukes om funksjonen og samarbeidet mellom de mange aktørene som, formelt eller uformelt, leder utviklingen på et reisemål. En god reisemålsledelse utøves på lokalsamfunnsnivå i et forpliktende samarbeid mellom næringsaktører, innbyggere og det politiske beslutningsnivået. Reisemålsledelse er derfor ikke det samme som destinasjonsselskap, som er medlemsbaserte organisasjoner.

Uavhengig av den lokale organiseringen, er et godt samarbeid mellom kommunen og reiselivsnæringen en forutsetning for å lykkes med en bærekraftig reisemålsutvikling.



Tre veier til suksess

1. Felles ansvar for reisemålet

Kommunen og det lokale reiselivet erkjenner at de har – og vil ta – et reelt ansvar for den lokale besøksforvaltningen gjennom en felles robust og langsiktig reisemålsutvikling og reisemålsledelse.

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 ta temperaturen på hele reisemålet.



Nordlao



A puffin with a black back, white belly, and a large, colorful beak stands on a grey, mossy rock. In the background, a calm body of water stretches to the horizon, dotted with several green, rocky islands under a cloudy sky. The overall scene is a coastal landscape.

HVORDAN JOBBE MED BESØKSFORVALTNING I PRAKSIS?

Ta handlingsrommet!

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

Flere forhold påvirker det politiske handlingsrommet:

1. Plan- og bygningsloven er et viktig verktøy for å drive samfunnsplanlegging, styre over sitt eget areal og for å få til god medvirkning.
2. Andre sektorlover som har betydning er f.eks. friluftsløven med allemannsretten, naturmangfoldloven, motorferdselsloven m.fl.
3. Nasjonale og internasjonale trusler og politiske føringer om bærekraft, beredskap, sikkerhet osv.
4. Forventninger og press fra lokalt næringsliv og innbyggere.

Til syvende og sist er det kommunenes økonomi, vilje til å prioritere og deres evne og kapasitet til å handle som definerer det reelle handlingsrommet. For å skape en god sirkel i utviklingen er det særlig viktig at kommunene tilrettelegger og drifter de fellesgodene de har et ansvar for.

Lenke til foredrag av og intervju med forfatteren og journalisten Elizabeth Becker: www.nfk.no/besoksforvaltning/del-prosjekter/rapporter-og-foredrag/elizabeth-becker-the-global-perspective-on-tourism.31842.aspx

Utfordringer for kommunal sektor



Trangere økonomiske rammer



Rekruttering og arbeidsliv



Lokaldemokratiet utfordres



Klima sterkere på dagsorden



Store endringer i befolkningssammensetning



Digitalisering – dypere endringer
Digital sårbarhet



Utenforskap
Mer mangfold – økt ulikhet



Samfunns- og næringsutvikling

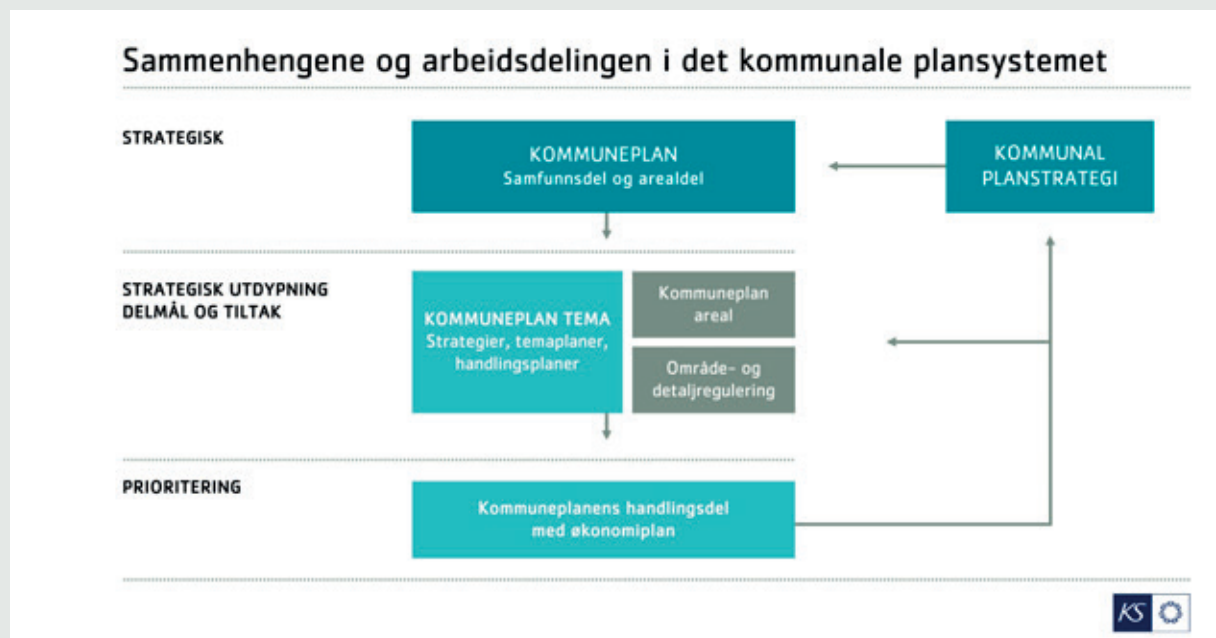
Kilde: KS - Kommunesektorens organisasjon.

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.

Ta besøksforvaltning inn i kommuneplanens samfunnsdel

Samfunnsdelen i kommuneplanen er kjernen i det å planlegge langsiktig. Her vil kommunen ta stilling til langsiktige utfordringer og legge mål og strategier. Den skal også vise kommunestyrets vilje til utvikling, identitet og visjoner. Samfunnsplanens hand-

lingsdel kobles med kommunens økonomiplan. Reiseliv og besøksforvaltning bør være en del av dette overordnede bildet. Det betyr at det også tas inn i handlingsdelen og økonomiplanen.



Kilde: KS – Kommunesektorens organisasjon.

Nordlån

Besøksforvaltning og FNs bærekraftsmål

FNs 17 bærekraftsmål har blitt en etablert plattform som brukes både lokalt, nasjonalt og internasjonalt. Arbeidet med besøksforvaltning kan også hjelpe kommunene til å levere bedre på bærekraftsmålene. 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 ansatt i reiselivsnæringa og de som, bevisst eller ubevisst, bidrar til den lokale verdiskapinga i reiselivet.

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 måle effekten av bærekraftig reiseliv som skaper arbeidsplasser og fremmer lokal kultur og lokale produkter



Kilde: FN-sambandet (fn.no)



Svartisen sett fra Meløy. Ser du menneskene på breen?

Nordløn

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**. På Loop Head Peninsula 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 aktivt skal invitere hjem til vår kommune.

5. Hvordan får vi tak i dem?

Til sist kan vi stille spørsmål om hvordan vi får 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 en målrettet strategisk øvelse basert på den langsiktige visjonen for reisemålet.

Se foredraget med den irske reisemålsutvikleren Cillian Murphy:

<https://www.nfk.no/besoksforvaltning/delprosjekter/rapporter-og-foredrag/cillian-murphy-whose-place-is-it-anyway.31844.aspx>

og les intervjuet vi gjorde med ham:

<https://www.nfk.no/besoksforvaltning/om-prosjektet/intervju-med-cillian-murphy.31818.aspx>

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



Nordliva

Trinn i prosessen

1. Hva er situasjonen i dag?

Hvordan ser forholdene ut i dag og hvilke trusler og muligheter ligger foran oss? Hva er dagens handlingsrom?

2. Hvem er interessentene på reisemålet?

Hvem er de sentrale reiselivsaktørene og premissgiverne for en videre utvikling? Hvordan er samspillet mellom aktørene og mellom kommune og næringsliv?

3. Hva er verdiene våre og hva vil vi oppnå?

Har vi definerte verdier vi kan samle oss rundt? Har vi en reisemålsstrategi eller en plan med definerte mål og suksessparametere vi kan måle oss på og styre etter? Hvilke rammebetingelser og systemer trenger vi? Hvordan sikrer vi en god dialog med aktørene og innbyggerne i lokalsamfunnet?

4. Hvordan når vi målene våre?

Hvordan kan vi etablere en effektiv reisemålsledelse og hvordan fordeler vi roller og ansvar? Hvilke verktøy, planer og systemer må vi ha på plass for å sikre en bedre besøksforvaltning? Hvordan markedsfører vi oss på ansvarlig vis? Hvem involverer vi i arbeidet og hvilke planer får vi dette inn i? Hvilke føringer og varslingssystemer trenger vi?

5. Hvilke tiltak og prioriteringer må på plass?

Hvor tydelige vil vi være i våre prioriteringer? Hvordan kobler vi strategier og planer til finansiering og økonomisk handlingskraft?



Nordlån

KOMMUNALE BESØKS- FORVALTNINGSGRUPPER

Mange forventer at kommunene skal ordne opp når det oppstår akutte eller langvarige utfordringer knyttet til besøkende. Kommuneadministrasjonen har en viktig rolle, men ansvaret for de praktiske oppgavene kan være uklart.

For å få til bedre løsninger kan det etableres en tverrfaglig arbeidsgruppe i kommuner. Vestvågøy, Vågan og Flakstad kommuner i Lofoten har gjort dette på ulike måter. Det er viktig at hver kommune finner sin løsning og tilpasser gruppa etter lokale forhold, oppgavenes omfang, samt egne ressurser og ambisjonsnivå. **Start med det lokale behovet og den planprosessen dere er i nå!**



Vestvågøy kommunes besøksforvaltningsgruppe:

Fokus:

Utfordringer og helhetlige løsninger for de lokale pressområdene.

Formål:

Å bidra til en tydelig ansvarsfordeling, god informasjonsflyt og strategisk håndtering av besøksforvaltningen innenfor kommunens ansvarsfelt.

Kommunikasjon:

De bygdene som får mye besøk får én kontaktperson i gruppa med oppfølgings- og koordineringsansvar som de kan forholde seg til.

Organisering:

Deltakere fra kommunen er ansvarlige innen plan, miljø, næring og eiendomsdrift. I tillegg deltok eksterne aktører fra destinasjonsselskapet, friluftsrådet, og Nordland fylkeskommune (pilotprosjektet). Næringssjefen er leder for gruppa



Foto: Kristian Nashooug Olsen-nordnorge.com



Foto: Hanne Lykkja

Møte på Teams under korona pandemien – besøksforvaltningsgruppa i Vestvågøy.

Les mer:

<https://www.vestvagoy.kommune.no/naring-og-havn/reiseliv/besoksforvaltning/>

Vågan kommunes besøksforvaltningsgruppe:

Fokus:

Gruppa, kalt «Samarbeidsrådet for besøksforvaltning og reiseliv», har utarbeidet en tiltaksplan for besøksforvaltning som er vedtatt av kommunestyret. Det er satt klare mål om aktiv besøksforvaltning i kommuneplanens samfunnsdel.

Formål:

Å ta besøksforvaltning inn i den overordnede planleggingen og samordne tiltak med andre driftsoppgaver.

Kommunikasjon:

Gruppa skal ha god dialog med nærings- og utdanningsaktører innen reiseliv, samt frivillige organisasjoner tilknyttet friluftsförvaltning, aktører innen beredskap, offentlige myndigheter og forvaltning, innbyggerforeninger, grunneiere m.fl.

Organisering:

Deltakere fra kommunen har vært enhetsleder, planlegger og teknisk etat/drift, samt politikere (formannskap og utvalg for miljø, plan og næring). Eksterne aktører er destinasjonsselskapet, næringsforeningen, næringsaktører og friluftsrådet. Samarbeidsrådet er ledet av varaordføreren.

Les mer:

<https://vagan.kommune.no/kommunal-planlegging/overordnet-planlegging/besoksforvaltning.39518.aspx>



Møte i samarbeidsrådet for besøksforvaltning og reiseliv i Vågan.

Flakstad kommunes besøksforvaltningsgruppe:

Fokus:

Å jobbe med konkrete og praktiske spørsmål knyttet til besøksforvaltning gjennom ulike prosjektgrupper.

Formål:

Å utvikle en helhetlig plan for besøksforvaltning og verdiskaping for bygda Fredvang.

Organisering:

Deltakere fra kommunen har vært samfunnsplanlegger, byggesaksbehandler og næringssjef. Bygdelaget har vært kontaktpunkt i den enkelte bygd. Det har vært tett kobling til Lofotodden nasjonalpark. Flere av deltakerne har deltatt i flere av gruppene.

Les mer:

<https://flakstad.kommune.no/naring-og-utvikling/reise-liv/helhetlig-plan-for-besoksforvaltning-og-verdiskaping-pa-fredvang.45662.aspx>



Involvering av innbyggerne – Ny reiselivsplan på Vega

Utgangspunkt:

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

Løsning:

I strategiarbeidet stilte de seg følgende spørsmål:

- 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 tiltakene kunne 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.

Øverst: Folkemøte på verdensarvsenteret.
Under: Det nye verdensarvsenteret.



Foto: Ann Heidi Hansen



Foto: Kathrine Sørgård-nordnorge.com

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.

Les mer "Ny generasjon reiselivsplan på Vega:"

<https://www.nfk.no/besoksforvaltning/delprosjekter/planarbeid/en-ny-generasjon-reiselivsplan.31897.aspx>



Nordlan

Helhetlige løsninger – Parkering i Torsfjorden

Utgangspunkt:

Den vakre sandstranda Kvalvika i Flakstad kommune tiltrekker seg stadig flere besøkende. En av turstiene til stranda starter i Torsfjorden i Flakstad i Lofoten. Her er det svært begrensede parkeringsmuligheter. Besøkende parkerer langs veiskulderen til tross for parkering forbudt-skilt. Lokalbefolkninga i nabobygda Fredvang, frykter slitasje og forsøpling av utmarka si, og i tillegg redusert framkommelighet, særlig med tanke på utrykningskjøretøy. Her 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, økt besøk på Kvalvika og ønsket andre løsninger.
- Fylkeskommunen ga som innspill til detaljreguleringen at planene kunne komme i konflikt med prinsipp for god besøksforvaltning.
- Pilotprosjektet samarbeidet med grendelaget 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, 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.



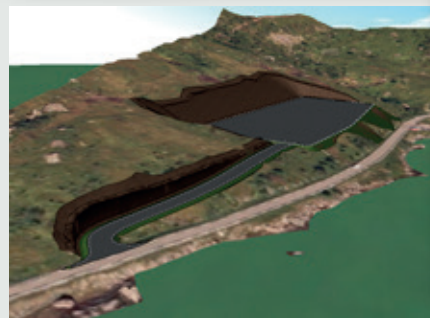
Foto: Jørn Nyseth Ranum

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.31866.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.



Nordløn

Kræsjkurs for grendelag

– verktøy for praktisk besøksforvaltning for de som har skoene på

God besøksforvaltning må ta utgangspunkt i lokalbefolkningas behov. Gjennom kræsjkurs slipper de lokale stemmene til. De vet utmerket godt hvor skoen trykker. De har følelser for området de bor i. De kan oppleve fordeler og gleder ved turismen, og de vil at turistene skal ha det hyggelig. Men blir det for mange besøkende er det ikke så lett for lokalbefolkningen å håndtere det. De som bor på populære destinasjoner bekymrer seg for hva både naturen, dagliglivet og de fastboende selv tåler av besøkstrykk.

Kompetanse på besøksforvaltning må bygges opp og styrkes lokalt slik at innbyggere, grunneiere og grendelag blir i stand til å ta en mer aktiv rolle i besøksforvaltningen og får redskaper som kan målbære deres verdier, ønsker og behov. Pilotprosjektet har utviklet et verktøy for praktisk besøksforvaltning på grendenivå. Kursdeltakerne rekrutteres hovedsakelig fra grendelag og andre frivillige lag og foreninger.

Kurset blir vanligvis gjennomført som fire enkeltstående ettermiddagsøkter, hvor deltakerne jobber videre med temaet mellom samlingene. Gjennom gruppearbeid diskuteres de grunnleggende fem spørsmålene (se side 34). Kart som viser hvilke områder som passer til ulike typer aktiviteter er godt egnet til å illustrere verdiene som er under press.

Skissene som utvikles på kursene kan senere danne grunnlag for søknader og innbyggernes innspill til næringsliv og myndigheter. Det kan være lurt å få hjelp av en tjenstedesigner i dette arbeidet. I tillegg bidrar prosessen til at stadig flere engasjerer seg i stedets utvikling.

Kurshefte, instruksjonsvideoer og informasjon om hvordan dette kan gjøres i praksis kan lastes ned fra pilotprosjektets hjemmeside:
<https://www.nfk.no/besoksforvaltning/aktuelt-besoksforvaltning/last-ned-kurs-krasjkurs-i-besoksforvaltning.63636.aspx>



Kontakter

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

Dette heftet er utviklet av Nordland fylkeskommune i samarbeid med KS (Kommunesektorens organisasjon). I tillegg har Nord Universitet bidratt med innspill og Mimir AS med tekst og design.

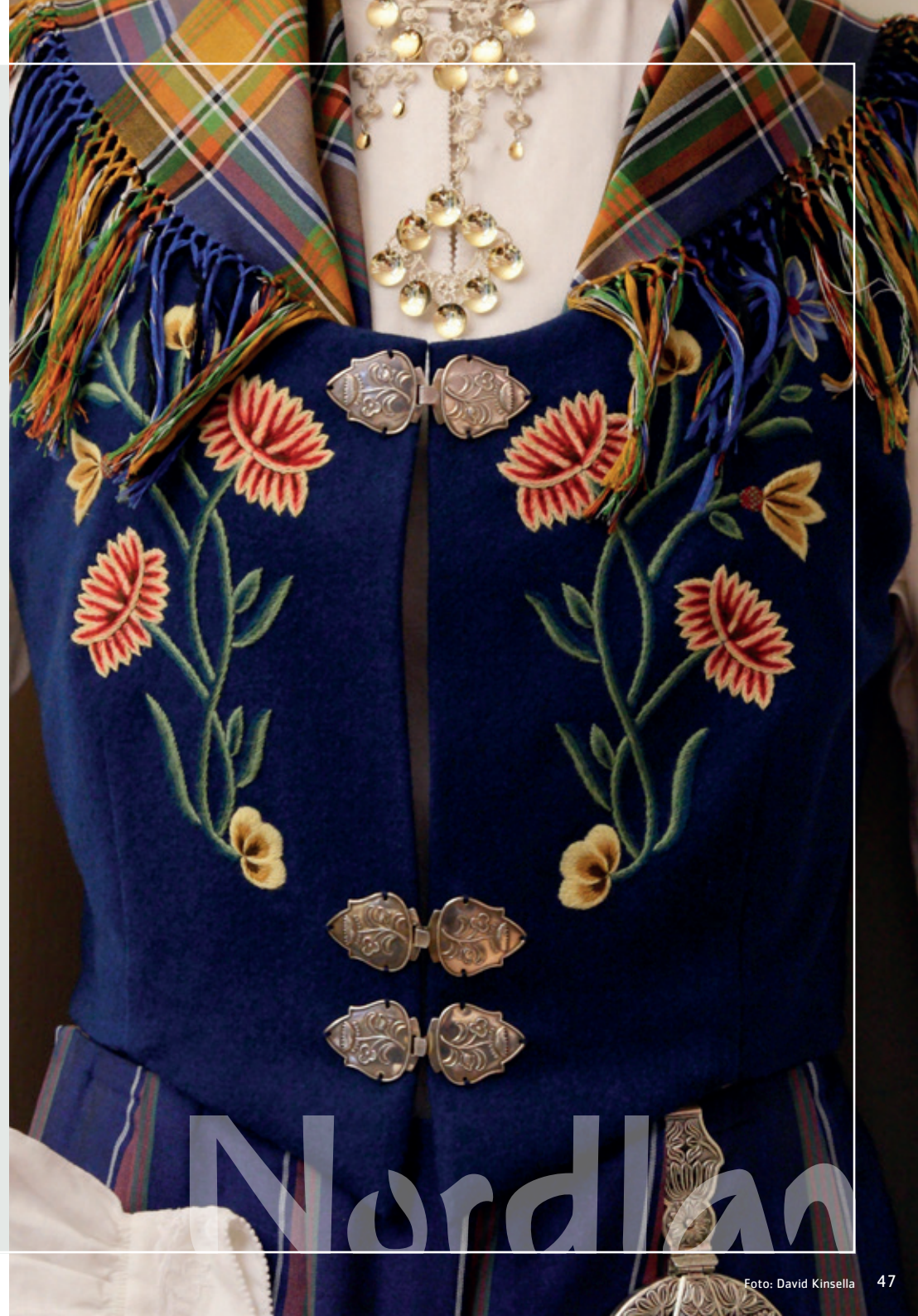
- Nordland fylkeskommune og pilotprosjekt på besøksforvaltning ved prosjektleder Ann Heidi Hansen og prosjektmedarbeider Hanne Lykkja
- KS Nord ved seniorrådgiver Mona E. Halsbakk
- Nord Universitet ved professor Ove D. Jakobsen og førsteamanuensis Vivi M. L. Storsletten
- Mimir AS ved seniorrådgiver Ann-Jorid Pedersen

Kommersiell bruk av innholdet skal avklares med Nordland fylkeskommune i forkant.

Kontaktpersoner i Nordland fylkeskommune:

Rannveig Klæboe Essarti,
rådgiver på avdeling for samfunnsutvikling
Telefon: 75 65 03 17
E-post: raness@nfk.no

Ann Heidi Hansen
Telefon: 76 65 03 16
E-post: annhan1@nfk.no



Nordland

