

# FØRST MOT FREMtiden 2010-2016

REGIONAL DELPLAN FOR REISELIVET I BUSKERUD  
– KORTVERSJON –



Det er ikke den sterkeste arten som overlever, heller ikke den mest intelligente, men derimot den som best tilpasser seg forandringer i omgivelsene. C. Darwin

Vedtatt i fylkestinget 29.04.2010

## Kortversjon

Dette er kortversjonen av den regionale delplanen for utvikling av Buskeruds reiseliv mot 2016. En fullstendig rapport finnes på [www.bfk.no/reiseliv](http://www.bfk.no/reiseliv)



### Bakgrunn og rammer

Buskerud er det første fylket i Norge som utarbeider en regional delplan for reiselivet. Planen er forankret i Plan og bygningsloven. Den er dermed et mer forpliktende verktøy både for offentlige og private aktører.

Den regionale delplanen skal gi en ramme for utviklingen av reiselivet i Buskerud frem til 2016. Formålet med planen er å utvikle reiseliv som næring, herunder også potensialet for næringsutvikling knyttet til private fritidsboliger.

Planen tar for seg området der aktørene og det offentlige har behov for å samarbeide. Den skal være tydelig, men overordnet nok til å gi handlingsrom for ulike typer aktører, regioner og ift endringer i markeds- og konkurranseforhold.

Planen slår fast at bærekraft skal ligge i bunnen for all fremtidig reiselivsutvikling i Buskerud. I tillegg peker den ut følgende satsningsområder; område- og reisemålsutvikling, strategiske allianser, markedsføring og - utvikling, produkt- og konseptutvikling, samferdsel, kompetanse og rolledeling.

Arbeidet med planen har fulgt lovens krav om planprogram og høringsrunder. I tillegg har det vært en prosess med åpne møter der både offentlige og private aktører har gitt innspill til arbeidet.

Planen skal følges opp av årlige handlingsplaner. Her kan det også gjøres tydeligere prioriteringer innenfor satsningsområdene. Første handlingsplan skal foreligge 1.9.2010 og skal vare til 31.12.2011.

### Buskerud som reiselivsfylke

Buskerud er ett av de største reiselivsfylkene i Norge. Gjestegrunnlaget varierer med lokalisering og sesong. De fleste destinasjoner og reiselivsbedrifter må derfor være i stand til å tilpasse seg skiftende kundebehov.

Reiselivet er en viktig næring i Buskerud. Aller viktigst er den i Hallingdal, der reiselivsarbeidsplassene utgjør 33 % av alle arbeidsplasser.

I følge Transportøkonomisk institutt (TØI, 2005) hadde Buskerud i 2005 7,3 mill gjestedøgn i private og kommersielle anlegg<sup>1</sup>. Det er stor forskjell både i volum og type gjester i de ulike regionene. Alle har imidlertid vesentlig flere gjestedøgn i fritidsboliger enn i kommersielle anlegg. Dette bidrar til at både etterspørsel- og aktørsituasjonen på destinasjonene endres. For å sikre sterke destinasjoner er det behov for både ny kunnskap og nye samhandlingsmønstre.

Transportøkonomisk Institutt (TØI, 2005) beregnet turistkonsumet til 4,7 milliarder i 2005. Halvparten av konsumet er relatert til typiske reiselivstjenester, den andre halvparten tilfaller handels- og servicebransjer utenfor reiselivet (såkalte overrislingsnæringer). Nesten 90 % av konsumet er relatert til nordmenns feriereiser.

### Et bærekraftig reiseliv

Brundtlandkomisjonen (1987) definerer bærekraft som; "En bærekraftig utvikling er en utvikling som tilfredsstiller dagens generasjoners behov uten at det går på bekostning av fremtidige generasjoners muligheter til å tilfredsstille sine behov".

Bærekraft betyr å handle ansvarlig i et langsiktig perspektiv. Et bærekraftig reiseliv er et reiseliv som strekker seg lengre enn til kortsiktige prioriteringer. Et bærekraftig reiseliv fokuserer ikke bare på fordelene for de reisende, men også reiselivets innvirkning for mennesker på stedene som besøkes, og for verdiene i natur, kultur og lokalsamfunn.

Reiseliv involverer aktiviteter som gjør at man ikke kan si at reiseliv som satsingsområde kan være bærekraftig i seg selv. Samtidig er det en stadig økende etterspørsel etter reiser og opplevelser. Denne planen skal derfor bidra til MER bærekraft i alle ledd av næringskjeden, og således redusere negativ påvirkning på omgivelsene som følge av reiselivsaktivitet.

Bærekraftutfordringen krever at man tenker nytt for å være konkurransedyktig. Den betinger også omstilling og innovasjon for å være i forkant av antatt kommende restriksjoner og pålegg.

Innovasjon Norge og NHO har på oppdrag i regjeringens reiselivsstrategi tilpasset UNWTOs 12 mål for å oppnå et bærekraftig reiseliv til norske forhold. De tre temaene og ti prinsipper er definert på neste side.



<sup>1</sup> Svakheter i statistikk materialet for selvhusholdenheter og private fritidsboliger gjør at dette tallet sannsynligvis er høyere. Dette beskrives nærmere i planen. Der foreslås også et tiltak for å forbedre statistikken.



I bærekraftbegrepet er alle tre temaene likestilt. Det er altså like viktig for virksomheten å ta hensyn til samfunnet og økonomi som til miljøet.

Det er viktig at aktørene får hjelp til å få innhold i bærekraftbegrepet. I tillegg er det viktig å få frem budskapet om at det nytter og at man kan starte med enkle og konkrete handlinger.

### Buskerud "først mot fremtiden"

Målet om et bærekraftig reiseliv, innspill fra aktørene og sentrale trender viser at reiselivet står foran store omstillinger. Kundene blir mer krevende, noe som fører til stadig tøffere konkurranse. Samtidig vil fokuset på bærekraft gjøre at både hensyn til bedriften, miljøet og lokalsamfunnet må ivaretas. Dette gjør at virksomheter som skal "henge med" må ha evne og vilje til utvikling og omstilling. Kompetanse både hos eiere og ansatte samt kapital blir en kritisk faktor. På bakgrunn av dette peker planen ut følgende tre hovedutfordringer for reiselivet i Buskerud:

- Bli mer bærekraftig
- Omsette kundebehov i kjøpbare produkter
- Bli attraktiv for arbeidstakere og investorer

Dette er utfordringer som gjelder alle i reiselivet. Kompetansen i fylket, tradisjonen for samarbeid gjennom partnerskap og den regionale delplanen gjør nå at Buskerud kan bli det første fylket som jobber systematisk med disse utfordringene. Visjonen for planen er dermed at Buskerud skal bli "først mot fremtiden".

#### Hovedmålet for planen er:

"reiselivet i Buskerud skal være det beste i landet på kvalitet, verdiskapning og internasjonal konkurransekraft. Utviklingen skal være bærekraftig".

### Mål og strategier

Planen fastsetter mål både for bærekraft og for de syv satsningsområdene. Nedenfor gjengis målene og de strategiske tiltakene.

## Bærekraft

### MÅL

- Buskerud skal ligge i forkant når det gjelder kunnskap om og verktøy for bærekraft i forhold til natur, kultur og økonomi. Hensynet til natur, samfunn og økonomi skal gjenspeiles i alle satsninger
- 90 % av tilbyderne av kommersielle reiselivsprodukter skal være sertifisert innen 2016. Målet gjelder både bedrifter og destinasjoner
- Offentlige aktører skal ha høy kompetanse på bærekraft slik at de kan fremstå som gode premissleverandører

Reiseliv involverer aktiviteter som gjør at man ikke kan si at reiseliv som satsingsområde kan være bærekraftig i seg selv. Samtidig er det en stadig økende etterspørsel etter reiser og opplevelser. Denne planen skal derfor bidra til MER bærekraft i alle ledd av næringskjeden, og således redusere negativ påvirkning på omgivelsene som følge av reiselivsaktivitet.

#### Strategiske tiltak:

- Program for utvikling av bærekraft i bedrifter og på destinasjoner. Målet med programmet skal være "hjelp til selvhjelp" som ender med sertifisering. Tiltak skal gjelde alle områdene innen bærekraftsbegrepet, også den sosiale delen. Sentrale elementer i programmet er kunnskap, veiledning og informasjon. I tillegg skal det utvikles verktøy for å måle andel av sertifiserte bedrifter. Det legges inn incentiver til bedrifter og destinasjoner
- Offentlige aktører skal fremme bærekraft gjennom sitt arbeid som utviklingsaktør og premissleverandør
- Utvikle kriterier for hvordan bærekraft skal ivaretas i søknads- og planbehandlingen hos offentlige aktører. Målet med dette er å gjøre det enklere for søkere å ta nødvendige hensyn og fremskaffe riktig informasjon tidlig i prosessen

## Områdeutvikling/reisemålsutvikling

### MÅL

- Buskerud skal ha velfungerende, bærekraftige reisemål som lykkes i internasjonal konkurranse
- Lovforankret løsning på fellesgodeproblematikken innen 2014

Hovedutfordringen for destinasjons- og reisemålsutviklingen er knyttet til økt bærekraft og attraksjonskraft. Kritiske forutsetninger for dette er gode arealløsninger og et robust system for finansiering av viktige fellesgoder. Slike løsninger vil også bidra til å øke interessen fra eksterne investorer. Strategien for planen må derfor være å utvikle gode, helhetlige planer med verktøy for gjennomføring.

#### Strategiske tiltak:

- Stimulere til utvikling og oppdatering av langsiktige utviklingsplaner (Masterplaner) og partnerskap som gir forutsigbarhet for aktører, det offentlige og potensielle investorer
- Bistå i utviklingen av bærekraftige destinasjoner, gjennom program for bærekraft se punkt 6.1
- Oppdatere og videreutvikle hytteveilederen som verktøy for offentlige og private aktører, samt kurs i praktisk bruk
- Fellesgodeutfordringen løftes slik at den finner en politisk løsning innen 2014
- Innhente/skaffe til veie kunnskap om konsekvenser av reduksjon eller press på varme senger, og hvordan denne utfordringen kan håndteres
- Øke kunnskapen om hvordan utviklingen av private fritidsboliger fører til endringer på destinasjonene og hvilke muligheter og utfordringer disse endringene gir

## Strategiske allianser

### MÅL

- Reiselivsnæringen skal gjennom målrettet bruk av strategiske allianser settes i stand til å øke sin konkurransekraft

Målrettet bruk av strategiske allianser bidrar til økt internasjonal konkurransekraft, og innebærer en holdning om at sammen kan vi få til mer. Det er en arbeidsform som gir ny kompetanse og løsninger på viktige utfordringer. Målet for den regionale delplanen er å øke bevisstheten om mulighetene knyttet til strategiske allianser og legge til rette for økt bruk av slike.

### Strategiske tiltak

- Bruke triple-helix som arbeidsmodell på bedrifts-, destinasjons- og klyngenivå
- Knytte allianser mellom destinasjoner, mellom næringen og fagopplæringsinstitusjoner og organisasjoner, mellom bedrifter mm
- Stimulere til større fellesprosjekter som for eksempel Arenaprojekter og bedriftsnettverk
- Bevisstgjøre aktører og vitalisere møteplasser som muliggjør allianser og stimulere til allianser og samarbeid mellom ulike aktører
- Informere om relevante programmer og satsninger som finnes i regi av institusjoner og programmer som EU programmer, Interreg, Forskningsrådet, Innovasjon Norge
- Stimulere til sterkere allianser mellom reiseliv og skog- og landbruket for å fremme lønnsomheten i næringene
- Norske Fjell, Norske Spor og Sykkelturisme i Norge (STIN) er eksempler på viktige nasjonale allianser som kan videreutvikles

## Markedsføring og markedsutvikling

### MÅL

- 3 % økning i norske og 4% økning i utenlandske gjestedøgn innen 2016. Målsettingene betinger mer ressurser til markedsføring og aktiv bruk av strategiske allianser

Markedsføringen er reiselivsaktørenes ansvar. Strategien i den regionale delplanen er derfor å sette aktørene i stand til å jobbe systematisk og fremtidsrettet. Mål for volumvekst kommer etter innspill fra reiselivsnæringen i Hallingdal. Det synes realistisk å overføre dette til å gjelde hele Buskerud. Måloppnåelse krever systemer for økt kunnskap om gjestene, evne til å omsette kunnskapen i tilbud og konsepter, kunnskap om salgs- og kommunikasjonskanaler, samt evne til å utvikle gjester til ambassadører. Målet om å øke antall internasjonale gjester og internasjonal konkurransekraft betinger også at nasjonale bevilgninger til Innovasjon Norge styrkes.

### Strategiske tiltak:

- Stimulere til mer systematisk bruk av gjesteundersøkelser og andre former for innhenting av markedsinformasjon generelt. Bidra til å etablere metoder og systemer for undersøkelse og evaluering
- Gjøre markedsundersøkelser og annen viktig informasjon tilgjengelig for aktørene på [www.bfk.no/reiseliv](http://www.bfk.no/reiseliv)
- Kompetansetiltak for destinasjoner og bedrifter innenfor temaer som markeds kunnskap, markedskanaler, internasjonalisering, kulturforståelse, nye medier, segmentering, bruk av PR, pakking og salg
- Pilotmidler til markedsbearbeiding og markedstiltak som andre aktører kan lære av. Midlene kan brukes både til metodeutvikling, utvikling av samarbeidsallianser, testmarkedsføring, markedskanaler og tiltak. Tiltakene må være nyskapende og ikke preget av drift. Fokus ligger på å øke internasjonale gjestedøgn og internasjonal konkurransekraft. Satsingen på bærekraft bør være et aktivt element i markedsføring av destinasjoner og tilbud i Buskerud

## Produkt- og konseptutvikling

### MÅL

- Buskerud skal bli best på å omsette kundebehov til kjøpbare produkter. Dette skal skape ny attraksjonskraft både nasjonalt og internasjonalt

Den regionale delplanen betrakter markeds- og produktutvikling som to sider av samme sak. Planen bidrar aktivt til at det utvikles nye tilbud og konsepter som sterkere rettes inn mot definerte kundebehov. Behovet for kontinuitet gjør at informasjonsinnhenting og utviklingsarbeidet må bli en del av den ordinære virksomheten og ikke bare knyttet til prosjekter. Målet om å bli "best på å omsette kundebehov til kjøpbare produkter", oppnås ved en tung satsning innen produkt-/konsept- og markedsutvikling. Reiselivet må være ekte, autentisk og tuftet på natur- og kulturgitte regionale fortrinn.

### Strategiske tiltak:

- Stimulere til systematisk bruk av gjesteundersøkelser og andre former for markedsdata som grunnlag for produkt- og konseptutvikling. Bidra til å etablere systemer for evaluering og måling, samt tilgjengeliggjøring av kunnskap fra gjesteundersøkelser
- Årlige gjesteundersøkelser gjennomføres i et samspill mellom destinasjoner/regioner, FoU miljø og fylkeskommunen. Kunnskapen om gjestene vil øke kompetansen om kundebehov og gi kunnskap for å målrette markedsarbeidet
- Etablere triple helix utviklingsprosjekt innen markedsrettet produkt-/konseptutvikling. Tiltaket forutsetter deltakelse fra sentrale aktører
- Stimulere til bærekraftig næringsutvikling knyttet til verneområder

## Samferdsel

### MÅL

- Infrastrukturen i Buskerud skal sikre konkurransekraft på lik linje med sammenliknbare regioner og destinasjoner
- Samferdselstilbudet skal utvikles på en miljømessig god måte og kundeperspektivet skal ivaretas

Strategien for den regionale delplanen er å betrakte samferdsel ut fra ulike kundebehov knyttet til reisen som transport, reisen som opplevelse og intern-transport på destinasjonen. Målet er at både bærekraft og kundeperspektiv ivaretas. Det forutsettes at regionene Buskerud har en samferdselsmessig infrastruktur som er minst på nivå med sammenliknbare regioner. Bilbruk vil i nær framtid fortsatt være foretrukket transportløsning for kundene, noe som gjør at fortsatt fokus på bedring av veier er nødvendig i planperioden.

### Strategiske tiltak

- Påvirke til økt og bedre koordinert kollektivtransport til/fra destinasjonene. Stimulere til utvikling av gode konsepter og servicetilbud som sikrer effektive og behagelige reiseopplevelser
- Vei og reisetid er en avgjørende konkurransefaktor for reiselivet. RV7/RV52 er viktigste veien for reiselivet i Øvre- Buskerud, og fortsatt fokus på forbedringer på denne er avgjørende. Det er avgjørende med vinteråpen RV7 over Hardangervidda
- Satse på utvikling av Bergensbanen/Ringeriksbanen og ekspressbusser mellom kommunikasjonsknutepunkt og destinasjonene
- Stimulere til miljøvennlig transportløsninger internt på destinasjonene, herunder også sykkel og vandretiltak som gir økt opplevelseskvalitet
- Videreføre prosjekt for skjøtsels- og informasjonstiltak langs sentrale strekninger. Ha oppmerksomhet på informasjon som gir mersalg og gjensalg fra rundreiseturistene
- Etablere rasteplasser og stoppesteder som dekker kundens behov langs hovedveiene i fylket. Investering og drift ses i sammenheng

# Kompetanse

## MÅL

- Reiselivsnæringen skal betraktes og utvikles som en kompetansenæring

Kompetanse er den aller viktigste forutsetningen for at reiselivet skal ta ut sitt potensial fremover. Denne planen behandler både utfordringene knyttet til rekruttering av kompetent arbeidskraft, tilgang på markedsinformasjon og FoU som kan gi grunnlag for bedre beslutninger.

### Strategiske tiltak:

- Kartlegge kompetansenivået i næringen i Buskerud
- Tilgjengeliggjøre og stimulere til deltakelse i eksisterende kompetanse- og ledelsesprogrammer
- Program for rekruttering av kompetent arbeidskraft og ledelse
- Etablering av et tyngre forsknings- og kompetansesenter for reiseliv i Buskerud som kan tilføre aktørene relevant, anvendbar kunnskap og forsterke triple-helix-arbeidet
- Utvikle samspillet mellom reiselivet og utdanningsinstitusjoner på alle nivåer, herunder også videregående skoler. Søke tettere samarbeid mellom bransjeorganisasjonene, bedriftene og opplæringsinstitusjonene
- Legge til rette for godt skoletilbud innenfor reiseliv, både i videregående opplæring, i egne kurs- og skoletilbud for reiselivsnæringen, og på høghskolenivå i regionen
- Utvikle et skreddersydd system for jevnlig måling og analyse av reiselivsnæringen i Buskerud, herunder også indikatorer for bærekraft
- Pådriverrolle for å endre grunnlaget for reiselivsstatistikk hos SSB, da denne pr i dag er dokumenterbart feil
- Opplæring i reiselivsplanen, innhold og muligheter for aktørene, samt god og komprimert informasjon om planen på internett

# Rolledeling

## MÅL

- Styrke reiselivsutviklingen gjennom god rolledeling og oppgaveforståelse hos aktørene  
- Handlingsplan for 2010 og 2011 presenteres senest 1.9.2010

Strategien for den regionale delplanen er å øke kunnskapen og tydeliggjøre hvilke roller de ulike aktørene har gjennom informasjon og kompetansetiltak.

### Strategiske tiltak:

- Bruke eksisterende planer og verktøy (Masterplaner, Hytteveileder med mer) til å tydeliggjøre rolledeling og ansvar i praksis
- Informasjonsrunde til alle formannskap/kommunestyre, destinasjonsselskap, regional stat og virkemiddelaktører når regional delplan reiseliv er ferdig. Presentere plan og bevisstgjøre på rolledeling, muligheter og utfordringer, herunder også behov for mer langsiktige virkemidler og forenkling i søknadsprosess og rapportering
- Årlige møter med reiselivspartnerkapet om resultat av årets handlingsprogram og innhold/arbeid med handlingsplan for kommende år
- Opprettholde og utvikle Team reiseliv som viktig arena for samspill og avklaring mellom aktørene. Inkludere kommunene/regionenes representanter i Team reiseliv
- Etablere et organ for hvordan planen kan stimulere det industrielle reiselivet og innhente innspill til handlingsplanene
- Brukerforum i regi av fylkesmannens prosjekt "Samarbeid Stat-næringsliv Buskerud"
- Jobbe for at distriktsområdene i Buskerud bør likestilles med Valdres og ha en arbeidsgiveravgiftsone på 6,4 i stedet for nåværende 10,6. For å oppnå dette kreves politisk påvirkning