



Områdeutvikling



6

*Regjeringen har som mål
å bidra til å fremme utvikling
av helhetlige og gode
opplevelser i reiselivet.*

De reisende som kommer til Norge ønsker å realisere en feriedrøm og velger sitt reisemål etter hvilke totalopplevelser som tilbys. Helhetlig reisemålsutvikling handler om å skape et variert tilbud innen overnatting og servering, naturopplevelser, kunst og kulturliv, attraksjoner og andre tilrettelagte aktiviteter, samt handels- og servicetilbud. Områdeutvikling er ikke et entydig begrep. Med områdeutvikling menes her utvikling av et reisemål med et felles tematisk eller geografisk utgangspunkt, som nordområdene, kyst, fjell- og innland og storbyene. Infrastruktur og andre kollektive goder er lokale forutsetninger for områdeutvikling og omtales derfor også.

Når det henvises til områdeutvikling, er det vesentlig å ha fokus på utvikling av reiselivsprodukter, særlig produkter som kan bidra til helårig drift. Dette kan bidra til økt lønnsomhet for bedriftene og stabile arbeidsplasser. Ettersom de ansatte og deres kompetanse og erfaringer utgjør en særdeles viktig ressurs i reiselivssammenheng, vil helårig virksomhet også ha stor betydning for kvaliteten på produktet. Varierte arbeidsplasser og tjenester bidrar til utviklingen av levedyktige distrikter.

Hovedansvaret for positiv områdeutvikling ligger hos næringsaktørene selv. Lokalt initiativ, engasjement og samarbeidsvilje er avgjørende. Kommune- og fylkesgrenser er uten betydning for de besøkende, og reisemålsutvikling forutsetter samarbeid på tvers.

6.1 Kollektive goder som forutsetning for områdeutvikling

6.1.1 Samferdsel

Tilgjengelig og trygg transport er avgjørende for å gi de reisende gode opplevelser av Norge som reise-mål. Regjeringen bruker transportpolitikken aktivt for å styrke næringslivets konkurransekraft. Nasjonal transportplan (NTP) er det viktigste verktøyet for å gi næringslivet helhetlige og langsiktige rammevilkår på transportsiden. Regjeringen vil legge frem Stortingsmeldingen om NTP 2010–2019 i desember 2008. For å styrke dialogen med næringslivet, har Samferdselsdepartementet gjennomført en regional møteserie med deltakere utpekt av ulike næringsorganisasjoner.

Flere direktefly fra utlandet til ulike deler av Norge gir muligheter for vekst i norsk reiseliv. Avinor arbeider med norske og utenlandske flyselskaper med å få opprettet nye flyruter til Norge fra Europa og Asia. En av de nyeste rutene er flyvningen mellom Tromsø og London. Asia-satsingen gjennomføres som et samarbeidsprosjekt med Innovasjon Norge og Scandinavian Tourist Board i Asia. Avinor er også med på å initiere oppstart av regionale ruteutviklingsfond.

I alt 18 utvalgte strekninger, fra Varanger i nord til Jæren i sør, skal utvikles til Nasjonale turistveger innen utgangen av 2015. De nasjonale turistvegene skal være strekninger der veifarende turister blir presentert for det ypperste av norsk natur, og selve kjøreruten skal ha høy visuell kvalitet. I 2008 er det bevilget 100 millioner kroner til prosjektet. For å oppnå raskere samfunnmessige gevinster av turistvegsatsingen og legge til rette for at andre aktører følger opp innenfor sine områder, har regjeringen foreslått at prosjektet blir gjennomført i to faser, med 2011 som milepæl. Dette innebærer at konseptet Nasjonale turistveger kan markedsføres samlet allerede fra 2012. Næringsaktørene har ansvar for å skape aktiviteter og tilby opplevelser som støtter opp om strekningenes



egenart. Statens vegvesen, NHO Reiseliv og Innovasjon Norge har inngått en samarbeidsavtale for å utvikle et strategisk samarbeid for å styrke produktutviklingen og markedsføringen av reiselivsproduktet rundt turistattraksjonen Nasjonale turistveger med klar ansvarsdeling og tett kontakt mellom partene.

De viktigste jernbanene i reiselivssammenheng er Bergensbanen, Flåmsbana, Raumabanen og Ofotbanen. NSB har utviklet en strategi som reiselivstransportør, som leverandør av togbaserte opplevelsesreiser og som deltaker i virksomheter i reiselivet. Selskapet samarbeider med Flåm Utvikling om driften av turisttogene på Flåmsbana. Fra 2008 vil NSB kjøre turisttog på Raumabanen i samarbeide med Raumabanens Utviklingsselskap. Det finnes fortsatt uutnyttede muligheter i samarbeidet mellom NSB og reiselivsnæringen.



Jernbanelivet arbeider med å tilrettelegge seks bane-strekninger for fredning og museal bruk som dermed gis en høyere verdi som kulturminner og turistattraksjon. Dette gjelder Urskog – Hølandsbanen, Krøderbanen, Setesdalsbanen, Flekkefjordbanen, Gamle Vossebanen og Thamshavnbanen.

Norge har i dag flere ruter tilrettelagt for sykkelferie. Statens vegvesen arbeider med å skilte nasjonale sykkelruter og stiller krav til en tilfredsstillende trafikk-sikkerhets- og fremkommelighetsstandard. Rutene er merket med egne sykkelskilt, og det er utarbeidet kart, rutebeskrivelse og annet nødvendig informasjonsmaterie. Langs rutene finnes servicetilbud og mange attraksjoner. Stiftelsen Sykkelturisme i Norge utvikler Norge som sykkeldestinasjon i samarbeid med lokale, regionale og nasjonale aktører, blant annet Innovasjon Norge og Statens vegvesen.

Flåmsbana

SIVA besluttet for ti år siden å teste ut sin modell for utvikling av industri- og innovasjonsmiljø også i utvikling av reiseliv i distriktene gjennom et pilotprosjekt med fokus på reisemålsutvikling. I samarbeid med kommune og en lokal bank ble Aurland Ressursutvikling AS dannet. SIVA la i utgangspunktet inn 40 prosent av kapitalen. Fretheim Hotell ble utbygd til et førsteklasses konferanse- og turisthotell. Flåm Utvikling AS, som er datterselskap av Aurland Ressursutvikling AS, overtok produktutvikling og markedsføring av Flåmsbana fra NSB, samtidig som kommunen bygget ut cruisekai. SIVA støtter også en næringshage i Aurland som spesialiserte seg på bedrifter innen mat og reiseliv. Flåm har i dag nærmere 600 000 besøkende per år. I 2006 anløp 135 cruiseskip, og Aurland Ressursutvikling AS hadde et overskudd på 16 millioner kroner.

6.1.2 Natur og kultur

Reiselivet fører til stort press på arealene i våre kyst- og fjellområder. Det er viktig at hytteområder og alpindestinasjoner får en god utforming slik at ikke vakre landskap, natur og kulturarv ødelegges og områdenes verdi for friluftsliv reduseres. Det er en utfordring å forvalte kulturminnene, som representerer sårbare, ikke fornybare verdier, på en bærekraftig måte. Det er også viktig å sikre et godt vedlikehold av bygninger, anlegg og landskap som ivaretar kulturminneverdiene og samtidig sikrer dem som ressurser for reiseliv. De mest besøkte kulturminnene må beskyttes mot for eksempel slitasje og brannfare. Mange arkeologiske kulturminner ivaretas best om de får ligge i fred.

Regjeringen ønsker at nasjonalparker og andre verneområder skal kunne tas i bruk for reiselivet på en bærekraftig måte og prioriterer derfor arbeidet med disse områdene (se omtale i kapitlet om et bærekraftig reiseliv). Natur- og kulturlandskapet utgjør en viktig del av det norske reiselivet og må ivaretas på en god måte. Regjeringens mål for kulturminnepolitikken er at kulturminner og kulturmiljøer skal tas vare på som bruksressurser og grunnlag for kunnskap, opplevelse og verdiskapning. Et representativt utvalg av kulturminner skal gis varig vern gjennom fredning. Det bevilges



94,5 millioner kroner til arbeidet med nasjonalparker og andre store verneområder i 2008. Det innebærer en økning på 27 millioner kroner fra 2007.

De siste årene er det igangsatt flere prosjekter i Norge som tar utgangspunkt i natur- og kulturparker som konsept for lokalsamfunnsutvikling. Natur- og kulturparkmodellen innebærer å skape merverdi ut fra lokale fortrinn og kvaliteter knyttet til kulturlandskapet og natur- og kulturarven og utnytte ressursene på en bærekraftig måte. Natur- og kulturparkene kan brukes som ramme for utvikling og profilering av reiselivsprodukter. Regjeringen har iverksatt et arbeid for etablering av et erfarings- og kompetansenettverk for lokale og regionale myndigheter som vil prøve ut natur- og kulturparkprosjekter. To parker er så langt etablert: Valdres natur- og kulturpark og Aurland verdsarvpark.

Landbruket produserer landskap og verdier knyttet til blant annet biologisk mangfold og kulturminner. For å sikre at vi tar vare på ulike typer kulturlandskap for fremtiden, har regjeringen startet et arbeid med å plukke ut et kulturlandskapsområde i hvert fylke. Det

inngås så avtaler mellom grunneierne og myndighetene om hvordan områdene skal ivaretas. Landskapene kan som attraksjoner medvirke til å styrke reiselivet i de respektive kommunene. I tillegg har regjeringen inngått et samarbeid med Norsk Kulturarv om utdeling av en nasjonal kulturlandskapspris. Den ble første gang utdelt i 2007. Lokalsamfunn og ildsjeler gjør et viktig arbeid for å ta vare på det særpreget som landbrukets kulturlandskap lokalt utgjør.

Verdensarvområdene har et særlig potensial knyttet til stedsutvikling og reiseliv. Norge har nå til sammen syv steder på UNESCOs verdensarvliste: *Urnes stavkirke*, *Bryggen i Bergen*, *Røros Bergstad*, *Bergkunsten i Alta*, *Vestnorsk fjordlandskap (Nærøyfjorden og Geirangerfjorden)*, *Vegaøyen* og *Struvemeridianen*. Statusen som verdensarvområde stiller høye krav til forvaltningen av natur- og kulturverdiene. Regjeringen vil at de norske verdensarvområdene skal utvikles som fyrstårn for den beste praksisen innenfor natur- og kulturminneforvaltning, og det bevilges 40 millioner kroner til dette i 2008. Primærnæringene i disse områdene er i tilbakegang, og det er behov for å se på hvordan jordbruket kan

drives og utvikles slik at kulturlandskapet blir ivarettet for fremtiden. Det er derfor satt av tre millioner kroner til en egen verdensarvsatsing over Jordbruksavtalen. Midlene skal ses i sammenheng med tiltak for andre sektorer.

Natur- og friområder er viktige i reiselivssammenheng, og det er viktig å sikre muligheten til friluftsliv. Offentlig oppkjøp og sikring av friluftsområder for allmenn bruk er et prioritert område for regjeringen, og regjeringen har økt satsingen på å sikre og tilrettelegge attraktive friarealer og strandområder. I budsjettet for 2008 settes det av 27,5 millioner kroner til tilrettelegging, drift og skjøtsel av de sikrede friluftsområdene. Direktoratet for naturforvaltning har gitt tilsagn for i alt 100 millioner kroner til omtrent 100 nye områder. I tillegg føres en streng praksis i forbindelse med saker om bygging i strandsonen.

Det er utarbeidet verneplaner for våre 14 nasjonale festningsverk. Verneplanene vil, i tillegg til å utgjøre et viktig grunnlag for fredning av festningene, også ha betydning for forvaltning og utvikling av festningene til etterbruk for kulturelle formål, næringsvirksomhet og opplevelser. Utfordringene er å finne brukere som kan bidra til å levendegjøre festningene samtidig som man oppnår en økonomi i balanse. Leieinntekter fra ny etterbruk vil kunne være en betydelig kilde til drift av anleggene. Det finnes eksempler på vellykket samvirke med lokale myndigheter som har hatt positive ringvirkninger på det lokale næringsliv. Det investeres i inneværende år midler til rehabilitering og modernisering av arealer til overnattingsgjester for å bidra til økt bruk, og på sikt økt inntjening.

Koblingene mellom kultursektoren og reiselivsnæringen er tette. De ulike delene av kultursektoren bidrar på mange områder til innholdet i reiselivsproduktene, og kultursektoren har kompetanse som kan støtte opp om kreativitet og innovasjon i reiselivsnæringen. Samtidig er kunst og kultur, som for eksempel museer, konserter og festivaler, ofte en attraksjon i seg selv. En rekke kulturattraksjoner er helt eller delvis offentlig finansiert. Regjeringen lanserte i juni 2007 en handlingsplan for kultur og næring som skal styrke samarbeidet mellom kultur- og næringslivet og styrke verdiskapingen i kulturbaserte næringer. Forholdet mellom kultursektoren og næringssektoren er nærmere beskrevet i denne hand-

lingsplanen. Handlingsplanen skal stimulere til at utviklingspotensialet mellom de to næringene skal kunne bli realisert og utviklet for å bidra til innovasjon og verdiskaping i alle deler av landet. Handlingsplanen skal videre bidra til å styrke samarbeidet mellom kultur- og næringslivet for å oppnå mer kreativitet og omstillingsdyktighet. Flere av handlingsplanens tiltak er relevante for reiselivsnæringen, som konkrete næringsutviklingstiltak og tiltak knyttet til kulturbasert næringsutvikling, utenlandssatsing, kunnskaps- og kompetansebyggingstiltak.

6.1.3 Finansiering av spesielle fellesgoder for reiselivsnæringen

En undersøkelse utført av Samfunns- og næringslivsforskning AS (SNF), viste at reiselivsnæringen anser internasjonal markedsføring og kompetanseheving som de to viktigste fellesgodene. Disse fellesgodene kompenserer regjeringen allerede for, og bevilgningen har økt betydelig de siste årene. Ordinære offentlige budsjetter dekker fellesgoder som også kommer reiselivsnæringen til gode, som for eksempel utbygging og vedlikehold av veier og bevilgninger til kulturnæringene.

Noen kommuner har i brev av 3. april 2006 søkt om at det utarbeides en lovhjemmel som gir kommunene adgang til å kreve inn en særskilt skatt for å finansiere fellesgoder for reiselivet. En slik prøveordning kunne ha hatt positive effekter for reiselivsnæringen, men det er likevel mange prinsipielle og økonomiske motforestillinger. Det er et grunnleggende prinsipp i Norge at kommunene skal ha et likt skatte- og avgiftssystem. Regjeringen åpner derfor ikke for en slik prøveordning for finansiering av fellesgoder for reiselivet.

Regjeringen har åpnet for at kommunene kan kreve inn eiendomsskatt både på boliger, fritidseiendommer og næringsseiendommer. Regjeringen har også økt bevilgningene til kommunene betydelig. Dette har gitt kommunene større handlingsrom.

Kommunene kan etablere frivillige ordninger for å finansiere fellesgoder. Dette setter krav til samarbeid. Regjeringen er innstilt på at Innovasjon Norge kan delta med finansiering i ett eller flere prosjekter der frivillig fellesgodefinansiering er en del av finansieringen av prosjektet.

6.2 Verktøy for helhetlig reisemålsutvikling

Det er viktig å synliggjøre og styrke reiselivet i kommunal og regional planlegging, både som grunnlag for partnerskap i ulike utviklings- og infrastrukturtiltak, og som grunnlag for en god arealbruk for reiselivet. Det er plan og bygningsloven som regulerer arealbruk. Et bærekraftig reiseliv innebærer at bygging av reiselivsbygg og hytter ikke må gå på bekostning av landskapsverdier knyttet til natur og kulturarv og at de arealpolitiske mål som Stortinget har sluttet seg til må vektlegges (se også omtale i kapitlet om et bærekraftig reiseliv). Regjeringen vil utarbeide veiledningsmateriale og støtte pilotprosjekt som viser hvordan kommunenes arealforvaltning i tilknytning til reiseliv og tilknyttede aktiviteter kan gjøres på en bærekraftig måte.

En helhetlig og langsiktig plan samt evnen til å gjennomføre den er en viktig forutsetning for utvikling av lønnsomme reisemål. Innovasjon Norge har utviklet en metodikk for hvordan reisemålsutvikling kan foregå. En vellykket reisemålsutviklingsprosess forutsetter evne til å ta strategiske valg, vilje til å prioritere tid og penger til en planprosess, at arbeidet er markedsorientert og at både offentlige og private interessenter er med i prosessen. Reisemålsutviklingsprosessene bør gjennomføres i samarbeid med reiselivsbedriftene, handelsnæringen, grunneiere, andre aktører og kommunen på hvert enkelt sted og må sees i sammenheng med øvrig kommunal- og fylkeskommunal planlegging.

6.3 Nordområdene

Regjeringens nordområdestrategi ble lagt frem i desember 2006. Strategien legger opp til en helhetlig, koordinert og langsiktig nordområdepolitikk. Reiseliv er i økende grad en kilde til sysselsetting og verdiskaping i nordområdene. Reiselivet i nord har utviklingsmuligheter knyttet til ren og frisk natur, levende kystkultur og muligheter for naturbaserte opplevelser. Som i andre områder, er en samlet organisering og tett samarbeid mellom aktørene sentralt.

Regjeringen ser nordområdene som Norges viktigste strategiske satsingsområde i årene fremover. Reiseliv har en naturlig plass i denne satsingen. Minst fem millioner kroner av økningen i Nærings- og handelsdepartementets bevilgning til Innovasjon Norges arbeid med reiseliv skal

Lofoten som reisemål mot 2015

Lofoten har utviklet seg som reisemål basert på områdets unike natur, kystkultur og fiskeriene. For første gang siden Lofoten for omtrent 25 år siden begynte å utvikle reiseliv som næring, har man skapt en felles overordnet reiselivsstrategi for alle seks kommuner i øyriket etter mønster fra Innovasjon Norges reisemålsutviklingsprogram. Sesongutvikling som grunnlag for en mer helårig næringsvirksomhet er den mest kritiske utfordringen for bedre lønnsomhet og større verdiskaping i årene som kommer.

«Hunting the light»

«Hunting the light» er et eksempel på produkt- og konseptutvikling i reiselivet i nord. Prosjektet oppsto i 2006 da Hurtigruten samlet samarbeidspartnere, reiselivsleverandører, kulturpersonligheter og andre ressurspersoner for å diskutere om jakten på det magiske lyset i nord kunne brukes til å utvikle en reise gjennom Nord-Norge og bidra til sesongforlengelse. Resultatet ble et nyskapende tilbud der de reisende blant annet får ta del i vikingeblot i Lofoten, hundesledekjøring i Tromsø, presentasjoner av samisk kultur, trekking av kongekrabbeteiner sammen med lokale fiskere, snøscooterkjøring i Lappland og polarsirkeldåp.

gå til oppfølging av nordområdestrategien. Bedre samordning og samhandling mellom aktørene i nord vil være avgjørende for å få til en styrket satsing (se også omtale i kapitlet om organisering). Det er i tillegg bevilget to millioner kroner til Svalbard Reiseliv. Innovasjon Norge samarbeider med Svalbard Reiseliv AS om markedsføring av Svalbard som reisemål. Det er også bevilget midler over Kommunal- og regionaldepartementets budsjett til satsing i nord.

6.4 Reiseliv i samiske områder

Samiske områder på norsk side strekker seg fra Hedemark i sør til Finnmark i nord. Samisk reiseliv har hittil sitt største omfang i Finnmark fylke. Samisk reiseliv er



Foto: Terje Rakke/Nordic Life/Innovation Norway

avhengig av samarbeid med øvrige deler av reiselivet, og hensynet til identitet og ekthet ved utøvelse og markedsføring må veie tungt.

Målrettet innsats for å utvikle samisk reiseliv på en bærekraftig måte vil kunne gi et betydelig bidrag til verdiskaping i de samiske områdene. Innovasjon Norges kontor i Finnmark startet i 2006 sitt arbeid med å videreutvikle samisk reiseliv for å løfte samisk kultur og opplevelser som et reisemålsfyrtårn i fylket. Arenaprogrammet *ReiselivsArena Finnmark* tar utgangspunkt i natur- og kulturbasert reiseliv, og samisk reiseliv er et av innsatsområdene i prosjektet. Utfordringen er å også utvikle samisk reiseliv i de samiske områdene utenfor Finnmark. Det er viktig at det finnes kompetanse om samisk kultur og næringsliv i virkemiddelapparatet og at aktører innen samisk reiseliv benytter seg av de ulike virkemidlene som finnes.

Regjeringen ser det som viktig å utvikle en reiselivsnæring basert på natur og samisk kultur i samiske områder der samene selv legger premissene for presentasjon og formidling av samisk kultur. Regjeringen har foreslått at det fra 2008 etableres et verdiskapingsprogram for næringskombinasjoner i samiske strøk. Sametinget får ansvar for å administrere programmet. Gjennom dette gis Sametinget

muligheter til å være med på å utvikle samisk reiseliv i kombinasjon med andre næringer. Sametinget disponerer også midler som kan nyttes til reiselivsutvikling gjennom Samisk utviklingsfond.

Sametinget kan ha en sentral rolle sammen med fylkeskommunene, Innovasjon Norge, destinasjonsselskapene og reiselivsaktører i forhold til å skape arenaer for utvikling av samisk reiseliv.

6.5 Kysten

Få land har en like lang og variert kystlinje som Norge. Reiseliv er i dag en vekstnæring i mange kystsamfunn. Mens sysselsettingen innen den tradisjonelle fiskerier næringen reduseres gjennom økt effektivisering, vil satsing på reiseliv bidra til et mangfold med hensyn til sysselsetting og utviklingen av kystsamfunnene for øvrig.

Kystfiskeflåten har sitt hovedfiske på høsten og vinteren. Forholdene ligger således til rette for å skape reiselivsaktivitet med utgangspunkt i bruk av kystfiskefartøy om sommeren. Kombinasjonen kystfisker i vinterhavåret og reiselivsvært i sommerhalvåret vil også kunne være hensiktsmessig for å utvikle helårsarbeidsplasser



innen reiselivet og styrke inntektgrunnlaget for kystfiskerne. Fiskeri- og kystdepartementet vil i samarbeid med fiskesalgslagene utarbeide en ordning hvor besøkende som fisker fra registrerte fiskefartøy kan ta med seg denne fangsten ut av landet i tillegg til den ordinære utførselskvoten (se omtale i kapitlet om et bærekraftig reiseliv). Fangsten må avregnes mot fartøyets kvote og vil dermed bli registrert innenfor de fastsatte kvotene.

Regjeringen la høsten 2007 frem St.meld. nr. 40 (2006–2007) om Forvaltning av kongekrabbe. Den overordnede målsettingen for forvaltning av kongekrabben er å i størst mulig grad begrense videre spredning i norske havområder og sikre en lavest mulig bestand utenfor kommersielt område. En andel av totalkvoten på kongekrabbe avsettes hvert år til turistfiske og tildeles søkere som ønsker å bruke fangst av kongekrabbe som en attraksjon. De siste årene har kvoten til turistfisket vært på 2000 dyr. Flere aktører bruker denne muligheten, og ordningen har gitt nye muligheter for mange bedrifter fra Nordkapp og til grensen til Russland. Det er fri fangst av kongekrabbe og forbud mot å kaste dem ut utenfor det kommersielle området.

Landskap, bygninger, aktiviteter og tilbud av spisesteder er også med på å skape «helhetsopplevelsen» av kystturisme. «Fiskerbonden», og det særpreget som kombinasjonen av landbruk og fiske har satt på kysten, er et viktig kulturhistorisk element som bidrar til helhetsopplevelsen. Turer med fiskebåt, opplevelse av ekte foredlingsanlegg for eksempel for tørrfisk, fugle- og hvalsafari og kystkultur i form av tradisjoner og lokal historie, har stort potensial i reiselivssammenheng. Dette innebærer også å kunne nyte lokal sjømat og annen lokal mat. Regjeringen ønsker å utvikle samspillet mellom fiskeri- og havbruksnæringen og reiselivsnæringen og bidra til mer mat basert på marine råvarer på norske serveringssteder.

Regjeringen har utarbeidet en handlingsplan for kystkultur for å bidra til ny bruk og verdiskaping knyttet til kystens kulturminner. Et hovedtiltak er prosjektet *Fortellinger om kystnorge* som planlegges gjennomført 2009–2014 med sikte på å oppnå økt kunnskap og engasjement for kystens kulturhistorie, kombinert med kystens kulturarv som ressurs for reiseliv og annen verdiskaping. Det er også besluttet at fyrstasjoner fra og



med 2007 ikke lenger skal selges/overdras, men leies ut. Ved utleie skal eiendommene gjøres tilgjengelig for allmennheten. Det er dermed fullt mulig og ønskelig å bruke fyreiendommene i reiselivssammenheng.

Hurtigruten, sammen med de fylkeskommunale båtrutene, spiller en viktig rolle som regionalt transporttilbud langs kysten. Staten kjøper transporttjenester fra Hurtigruten for å opprettholde et godt transporttilbud på kysten av Vestlandet og Nord-Norge. Samtidig er ruten i seg selv en opplevelse, noe som besøkende har benyttet seg av i mange år. I 2006/2007 ble Hurtigruten kåret til «Verdens beste båtreise» av Lonely Planet, samt stemt frem blant verdens ti beste cruiseselskap for mindre cruiseskip av magasinet Condè Nast Traveller. I 2007 ble Hurtigruten også kåret til verdens beste leverandør av spesialcruise av anerkjente Travel Weekly. Hurtigruten samarbeider tett med lokale reiselivsprodusenter, og ved å tilby turer som kombinerer båtreise med opphold på land, bidrar Hurtigruten til lokal verdiskaping. I statsbudsjettet for 2007 foreslo regjeringen at sikkerhetsbemanningen om bord på Hurtigrutens skip tas inn under nettolønnsordningen med virkning fra 1. juli 2007.

Cruisenæringen har de siste 20 årene vært den delen av reiselivsnæringen med størst vekst. De siste årene har veksten vært spesielt stor for cruiseene i Nord-Europa, og rederiene investerer i nye, store skip. Byer som er snuhavner for cruiseskipene antas å få store økonomiske ringvirkninger. Det viktigste myndighetene kan gjøre for cruisenæringen, er å bidra til at det finnes spennende besøksmål og levende samfunn langs kysten.

Lokal mat og lokale attraksjoner kan bidra til å øke opplevelsen for passasjerene. Cruisenæringens markedselskap Cruise Norway og Innovasjon Norge har inngått en samarbeidsavtale om markedsføring av Norge som cruisedestinasjon.

6.6 Fjell og innland

Reiseliv i fjell og innland er ofte bygget rundt aktiviteter som jakt, innlandsfiske, gårdsturisme, vandring, sykling og vintersport. Det er utfordringer knyttet til store sesongsvingninger. Mange av satsingene rettet mot innovasjon i reiselivsnæringen har stor betydning for reiselivssatsingen i fjell og innland, for eksempel Arena-prosjektet Innovativ Fjellturisme, temasatsinger og Utviklingsprogram for innlandsfiske.

Rundt 2 500 virksomheter driver i dag bygdeturisme i Norge. Med utgangspunkt i jordbruksforhandlingene og med Landbruks- og matdepartementets strategi for næringsutvikling som bakteppe, har landbruket etablert et eget utviklingsprogram for grønt reiseliv med basis i gården og bygdenes ressurser. Satsingsområdene er produktutvikling, kompetanseutvikling, markedsføring og samarbeid/alliansebygging.

Potensialet for synergieffekter mellom lokale matprodusenter og reiselivsnæringen er stort. Landbruks- og matdepartementet la høsten 2007 frem sin matstrategi. Strategien skal få frem gode produkter basert på norske råvarer og få disse produktene frem til forbrukerne gjennom hoteller, restauranter, kafeer og butikker.



Foto: Øyvind Markussen/Scanpix Norway



Foto: Nancy Bunde/Innovasjon Norge

«Lokalmat på menyen» er et samarbeid mellom Landbruks- og matdepartementet, KSL Matmerk, Innovasjon Norge og Rica Hotels. Gjennom prosjektet har man funnet 69 lokale leverandører til Rica Hotels nye meny, og lokal mat settes nå inn på menyen i alle måltidstyper i de åtte Rica-hotellene som foreløpig er med i prosjektet.

Nær 50 prosent av statens grunn er statsallmenning. Statsallmenningene forvaltes etter fjelloven, og lokale, folkevalgte organ (fjellstyrer) administrerer blant annet jakt, fiske og jordbrukstilknyttede bruksretter. Statskog og fjellstyrene skal legge til rette for allmenhetens tilgang til jakt, fiske og annet friluftsliv og bidra til egen og andres verdiskaping i tilknytning til disse eiendommene. Både i statsallmenninger og på annen statsgrunn er det et mål å gjennom bærekraftig utvikling bruke arealene på en måte som styrker det lokale næringslivet.

6.7 Storbyene

Markedsføringen av Norge som reisemål er i dag i hovedsak fokusert på fjordene, fjell og villmark, kyst og kystkultur og det arktiske Norge. Storbyene, særlig Oslo og Bergen, representerer viktige innfallsporier til Norge og har et bredt og variert kultur-, utelivs- og handelstilbud. De er i seg selv også reiselivsmål med historiske bykjerner, særpregede bygningsmiljøer og viktige landemerker. Mange av de mest populære attraksjonene i Norge finnes i de store byene, som for eksempel Holmenkollen i Oslo og Bryggen i Bergen. Som hovedstad er Oslo et sentralt reisemål for mange, med mange viktige severdigheter og attraksjoner for de reisende. Regjeringen vil etablere et storbyprosjekt i regi av Innovasjon Norge, gjerne i form av et Arenasamarbeid hvor byene går sammen om et prosjekt med fokus på felles aktiviteter rettet mot storbyferie og utvikling av storbyene som reisemål. Det er viktig at også byene bidrar til finansiering av helhetlig, operativ markedsføring.

Markedet for møter, insentivturer, kongress og begivenheter (MICE, Meetings, Incentives, Congress/Convention/Conference and Events/Exhibitions) er et voksende segment. Forbruket i dette segmentet er høyere enn i markedet for feriereisende, og segmentet er mindre sesongavhengig. Samtidig kan dette også være en viktig rekrutteringsarena for fremtidige feriereisende. Det er i første rekke de store byene som er aktuelle for en satsing på kongresser. Regjeringen vil, gjennom Innovasjon Norge, forsterke arbeidet rettet mot markedet for møter, insentivturer, kongress og begivenheter.

Norges ti best besøkte attraksjoner

Innovasjon Norge har utarbeidet en liste over Norges 50 best besøkte attraksjoner for perioden 1. mai til 31. august 2007. De ti best besøkte attraksjonene var:

1. Holmenkollen Nasjonalanlegg og skimuseet (643 620 besøkende)
2. Kristiansand dyrepark (556 320 besøkende)
3. Flåmsbanen (501 042 besøkende)
4. Hadeland glassverk (475 600 besøkende)
5. Tusenfryd (445 537 besøkende)
6. Fløibanen (434 139 besøkende)
7. Vikingskiphuset (323 414 besøkende)
8. Fredriksten festning (268 600 besøkende)
9. Hunderfossen Familiepark (260 200 besøkende)
10. Blaafarveværket (236 225 besøkende)

6.8 Tiltak

- Regjeringen satser på reiseliv i nord, og det settes av fem millioner kroner til oppfølging av reiselivssatsingen i nordområdestrategien, samt to millioner kroner til Svalbard Reiseliv i 2008.
- Regjeringen vil at de norske verdensarvområdene skal utvikles som fyrstårn for den beste praksisen innenfor natur- og kulturminneforvaltning, og det settes av 40 millioner kroner til dette i 2008.
- Regjeringen vil prioritere satsingen på Nasjonale turistveger, og det settes av 100 millioner kroner til prosjektet i 2008.
- Regjeringen vil iverksette et turisttogprosjekt på Raumabanen i samarbeid med Raumabanens utviklingselskap fra 2008.
- Regjeringen legger i desember 2008 frem Nasjonal Transportplan for perioden 2010–2019.
- Regjeringen vil tilrettelegge for at fredede jernbanestrekninger kan brukes i reiselivssammenheng.
- Regjeringen legger til rette for bruk av fyrstasjoner i reiselivssammenheng.
- Regjeringen vil utarbeide veiledningsmateriale og støtte pilotprosjekt som viser hvordan kommunenes arealforvaltning i tilknytning til reiseliv og tilknyttede aktiviteter kan gjøres på en bærekraftig måte.
- Regjeringen ønsker å bidra til å realisere de muligheter som ligger i å utvikle en reiselivsnæring basert på natur og samisk kultur i samiske områder gjennom å etablere et verdiskapingsprogram for næringskombinasjoner i samiske områder.
- Regjeringen ønsker å utvikle samspeillet mellom fiskeri- og havbruksnæringen og reiselivsnæringen og bidra til mer mat basert på marine råvarer på norske serveringssteder. Satsingen på kobling mellom reiseliv og lokal mat fra landbrukssiden vil videreføres.
- Regjeringen vil, i samarbeid med fiskesalgslagene, utarbeide en ordning hvor besøkende som fisker fra registrerte fiskefartøy kan ta med seg denne fangsten ut av landet i tillegg til den ordinære utførselskvoten for turistfiske.
- Regjeringen ser at kystens kulturhistorie er en viktig ressurs for reiselivsnæringen og vil utvikle prosjektet *Fortellinger om kystnorge*.
- Regjeringen vil etablere et erfarings- og kompetansenettverk for lokale og regionale myndigheter som vil prøve ut natur- og kulturparkprosjekter.
- Regjeringen vil sette fokus på felles aktiviteter rettet mot storbyferie og utvikling av storbyene som reisemål og vil etablere et storbyprosjekt i regi av Innovasjon Norge.
- Regjeringen vil, gjennom Innovasjon Norge, forsterke arbeidet rettet mot markedet for møter, insentivturer, kongress og begivenheter.
- Regjeringen er innstilt på at Innovasjon Norge kan delta med finansiering i ett eller flere prosjekter der frivillig fellesgodefinansiering er en del av finansieringen av prosjektet.