

# KUNNSKAPSGRUNNLAG FOR STRATEGIARBEIDET RINGERIKSREGIONEN SOM REISEMÅL



Ringeriksregionen  
Framover sammen





Hadeland Glassverk, Jevnaker. Foto Ian Brodie.

# INNHold

Sammendrag.....	4
Begreper .....	5
<b>1.0 Bakgrunn og rammer for kunnskapsgrunnlaget .....</b>	<b>6</b>
1.1. Rammer for strategiprojektet .....	7
1.2. Metode og fokus i kunnskapsgrunnlaget .....	7
1.2.1. Næringspolitisk strategi .....	8
1.2.2. Merket for bærekraftig reisemål .....	9
1.2.3. Nasjonal reiselivsstrategi 2030 .....	11
1.2.4. NOU 2023:10 "Leve og oppleve" .....	12
<b>2.0 Hva kjennetegner reiselivet i Ringeriksregionen? .....</b>	<b>14</b>
2.1. En region, flere reisemål .....	16
2.2. Volumer og reisestrømmer .....	20
2.3. Kommersielle overnattinger.....	23
2.4. Airbnb og annen privat utleie .....	24
2.5. Fritidsboligturisme .....	24
2.6. Sysselsetting og verdiskaping .....	28
<b>3.0 Premisser for en helhetlig utvikling av reiseliv som næring og lokalsamfunnsbygger .....</b>	<b>32</b>
3.1. Hvem tar region?.....	33
3.2. Reisemålsledelse .....	34
3.3. Reiselivets økosystem .....	35
3.3.1. Hvem er en del av økosystemet? .....	35
3.3.2. Kort beskrivelse av viktige aktører i økosystemet .....	38
<b>4.0 Oppsummering og anbefalinger .....</b>	<b>44</b>
Kilder.....	48

# Sammendrag

Denne rapporten er et felles utvidet faggrunnlag for utarbeidelsen av "Strategi for Ringeriksregionen som reisemål". Bakgrunnen for strategien er at landbruk og reiseliv, bærekraftig næringsutvikling og omdømme og attraktivitet er viktige premisser i næringsstrategien for Ringeriksregionen "Framover Sammen".<sup>1</sup> Reiseliv er satt som premiss fordi det regnes som viktig for å styrke stedsattraktivitet, bolyst og blilyst.

Dette kunnskapsgrunnlaget er bygget opp av tre deler.

**I første kapittel** beskrives bakgrunn og rammer for kunnskapsgrunnlaget. Nasjonal reiselivsstrategi 2030 "Sterke inntrykk med små avtrykk" og NOU 2023: 10 "Leve og oppleve" (på høring)<sup>2</sup>, gir et viktig faglig utgangspunkt for forståelsen av reiseliv og reisemålsutvikling.

**I andre kapittel** beskrives sentrale kjennetegn ved reiselivet og de ulike reisemålene i regionen. Her ser vi at reiselivet i regionen kjennetegnes av en rekke ulike produkt- og markedskoblinger. Samtidig som mye av reiselivet er basert på friluftsliv, fritidsboliger og sesongbasert turisme er det også et rikt kulturliv, med noen av landets største attraksjoner innen kunst og kultur. Reisestrømmer, besøksvolum og verdiskaping varierer dermed en del fra sted til sted.

**I tredje kapittel** settes det en faglig ramme for det videre arbeidet med reisemålsutvikling. I NOU 2023: 10 ligger det en føring om at fremtidig reisemålsutvikling må skje etter regenerative prinsipper. I det ligger at reiselivet skal reparere og gjenoppbygge lokale økosystemer og styrke lokalsamfunnet. Utvikling i reiselivet skal støtte opp under lokale initiativ og langsiktig forvaltning av naturområder og kulturarv. For å få til det anbefales det å jobbe ut fra et perspektiv som forstår reiselivet som et økosystem. I et økosystem er ulike aktører og deltakere gjensidig avhengig av hverandre. Når et ledd ikke fungerer, påvirker det andre deler av økosystemet.

**I kapittel fire** oppsummeres funn og anbefalinger for det videre arbeidet. Rapporten viser at kombinasjonen av sterke enkeltbedrifter, godt etablerte reisemål, internasjonale idrettsarenaer med erfaring fra store arrangement, og kulturattraksjoner av internasjonal klasse gir tilgang til et unikt erfaringsgrunnlag som kan komme hele regionen til gode. Koblingen mellom næring, kompetansemiljø og offentlige aktører på tvers av bransjer og sektorer vil bidra til å styrke reiselivets omstillingsevne.

1 Ringeriksregionen 2022

2 NOU 2023:10 har per oktober 2023 vært ute på høring og dermed ikke er vedtatt enda



# Begreper

Denne oversikten redegjør for begrepsbruk i dette kunnskapsgrunnlaget. Begrepene bygger i stor grad på begrepsbruken i Nasjonal reiselivsstrategi 2030 "Sterke inntrykk med små avtrykk", Innovasjon Norges Merkeordning for Bærekraftige reisemål og NOU 2023: 10 "Leve og oppleve". Oversikten er utarbeidet sammen med arbeidsgruppen representert ved destinasjonsselskapene og regionrådet. Den reflekterer dermed også begrepsforståelsen i regionen slik de brukes i dag.

## 1. OM REISELIVET

**1.1. Reiseliv** er en samlebetegnelse for de næringer som dekker etterspørsel fra reisende som befinner seg utenfor eget hjemmeområde. Dette inkluderer også forretningsreiser, kurs og konferanse, studiereiser ol. Definisjonen tilsier at hvem som er reiselivsaktører varierer fra reisemål til reisemål. På steder med mange hytter vil for eksempel både handelsstand og bygg- og anleggsnæringen være viktige reiselivsaktører. Innen reiseliv finner vi transport, opplevelser, aktiviteter, overnatting og servering, formidling og informasjon.

**1.2. Reiselivsutvikling** omfatter utviklingen av reiselivet som næring, dvs. det arbeidet som pågår i og rundt bedriftene.

## 2. OM REGIONER

**2.1. Besøksregion.** Det geografiske området destinasjonsselskapet dekker. Vi bruker det her for å forklare bruken av region, jf. kommuneregioner, helseregioner, besøksregioner ol.

**2.2. Kommuneregion.** Forvaltningsmessig inndeling av kommuner i et fylke. En besøksregion kan sammenfalle med kommuneregion, men kan også strekke seg inn i flere kommuneregioner.

**2.3. Interkommunalt politisk råd for Ringeriksregionen** ble etablert 1.januar 2021 og er et politisk samarbeids- og interesseorgan for kommunene Ringerike, Hole, Jevnaker, Krødsherad og Modum. Betegnelsen interkommunalt politisk råd følger av Kommuneloven. I dagligtalen brukes navnet "Regionrådet for Ringeriksregionen" eller forkortelsen "IPR for Ringeriksregionen".

## 3. OM REISEMÅL

**3.1. Reisemål.** NOU 2023:10 Leve og oppleve bruker denne definisjonen på ett reisemål "Et reisemål er et geografisk sted som besøkes fordi stedet har noen kvaliteter, og stedet gir den besøkende noen opplevelser som gjør det verdt å besøke" (Kobro et al, 2013 s 27). Reisemålet er altså det samme som lokalsamfunnet, og omfatter alle aktørene som berøres av reiselivsaktiviteten, både næring (direkte, indirekte og indusert), innbyggere, frivillighet og kommuner/forvaltning.

**3.2. Reisemålsutvikling.** Det arbeidet som gjøres for å utvikle et reisemål som både har attraksjonskraft i markedet, som tar vare på natur og kultur og bidrar til et godt lokalsamfunn. Reisemålsutvikling er altså lokalsamfunnsutvikling og nærings-/ reiselivsutvikling sett som en helhet.

**3.3. Reisemålsledelse.** Et forum bestående av næringsliv (både reiseliv og annen næring), innbyggerrepresentanter, representanter fra frivilligheten og kommunene, ev også fylkeskommune. I besøksregioner med høy andel fritidsinnbyggere bør det vurderes om også fritidsinnbyggerne skal være representert. Reisemålsledelsen arbeider med muligheter og utfordringer knyttet til reisemålet nå og fremover. Målet er å oppnå en helhetlig utvikling på reisemålet/i besøksregionen som også bidrar til bosteds- og besøksattraktivitet.

## 4. OM DESTINASJON

**4.1. Destinasjon.** Destinasjon brukes av reiselivet som begrep på besøksregionen (se punkt 2.1.)

**4.2. Destinasjonsutvikling.** Utviklingsarbeidet som gjøres for reiselivet i besøksregionen. Arbeidet baseres på trender, kriterier i Merkeordningen for bærekraftig reisemål, klimaendringer ol. Målet er å utvikle tilbud og opplevelser som gir attraksjonskraft i markedet og som samtidig ivaretar hensynet til en bærekraftig utvikling.

**4.3. Destinasjonsselskap/Visit selskap.** Er den juridiske enheten som jobber med fellesoppgaver på vegne av medlemmene og/eller eiere. Jobber ofte med medlemsbasert aktiviteter som markedsføring, kompetanseheving og lignende, samt driver gjerne turistinformasjon. Mange destinasjonsselskap er også viktige møtepunkt mellom reiselivet, kommuner og andre samarbeidspartnere.

## KAPITTEL 1

# BAKGRUNN OG RAMMER FOR KUNNSKAPS- GRUNNLAGET

Dette kunnskapsgrunnlaget er utarbeidet som en del av arbeidet med strategien "Ringerike som reisemål". Målet med strategien er "å få et felles verktøy for å sikre regionens håndteringsevne slik at de besøkende skaper positive effekter for næringsliv, lokalsamfunn og miljø".<sup>3</sup> Strategien skal være førende for regionens innspill til regionale og nasjonale høringer.

Denne rapporten er et felles utvidet faggrunnlag for utarbeidelsen av en strategi for kommuneregionen som reisemål. Det er Mimir AS som har utarbeidet kunnskapsgrunnlaget, på oppdrag for Interkommunalt politisk råd = IPR for Ringeriksregionen.

Interkommunalt politisk råd for Ringeriksregionen er opprettet som et interkommunalt politisk råd i henhold til "lov om kommuner og fylkeskommuner" (kommuneloven) § 18-4. Følgende fem kommuner inngår i samarbeidet: Modum kommune, Krødsherad kommune, Hole kommune, Jevnaker kommune og Ringerike kommune. Regionrådets formål er "å initiere, utvikle og støtte politikk og tiltak som fremmer bærekraftig vekst og utvikling i regionen og styrker regionens posisjon som konkurransedyktig regionen innen Viken fylke og Oslo regionen". (Kilde: Samarbeidsavtale, Interkommunalt politisk råd for Ringeriksregionen, signert 2023)

## 1.1. Rammer for strategiprojektet

Den regionale reiselivsstrategien skal bygge på følgende underlag og premisser:

- Merket for bærekraftig reisemål
- Nasjonal Reiselivsstrategi 2030 "Sterke inntrykk med små avtrykk"
- NOU 2023:10 "Leve og oppleve"
- Fremover sammen – Næringspolitisk strategi for Ringeriksregionen – med tilhørende lokale handlingsplaner
- Kommuneplanens samfunnsdel 2021 – Modum kommune
- Kommuneplanens samfunnsdel 2018 – 2030 – Hole kommune
- Kommuneplanens samfunnsdel 2021 – 2030 – Ringerike kommune
- Kommuneplanens samfunnsdel 2022 – 2034 Jevnaker kommuner

- Kommuneplanens samfunnsdel 2019 – 2032 – Krødsherad kommune
- Rapport – trenger samarbeid uten å finne opp hjulet på nytt Ringeriksregionen (09.2021)
- Norefjell-regionen mot 2030 – mål, strategier og tiltaksplan for utvikling av opplevelsesnæringen i Krødsherad, Modum, Sigdal og Flå kommuner 2019, Visit Norefjell
- Strategi – og tiltaksplan 2018 – 25 Gjøvikregionen Hadeland Ringerike reiseliv 2018, Visit Øst-Norge, ny strategi og tiltaksplan er under utarbeidelse 2023

Det er med andre ord mye kunnskap og mange spennende utviklingsprosjekter på gang i regionen fra før. Målet med strategien er å imøtekomme nye føringer for reisemålsutvikling som følger opp Nasjonal Reiselivsstrategi, og den nylig publiserte NOU'en – "Leve og oppleve". Målsettingene for strategiarbeidet reflekterer ambisjonen om at regionsamarbeidet gjennom IPR kan underbygge en god lokalsamfunnsutvikling, der reiselivet kan ha en funksjon, i tillegg til verdiskaping og sysselsetting, som attraktivitetsbygger for innbyggere, besøkende, og andre næringer utenfor reiselivet.

## 1.2. Metode og fokus i kunnskapsgrunnlaget

I dette kunnskapsgrunnlaget er det gjort en rekke dokumentanalyser, med fokus på de som er lagt som rammer for strategiprosessen (ref. punkt 1.1.). Andre relevante underlag i dette arbeidet er "vekstbarometer for Ringeriksregionen"<sup>3</sup>, SWOT – analyse i forbindelse med utarbeidelse av næringsstrategien, gjesteundersøkelser i forbindelse med merket for bærekraftig reisemål, andre kommunale planer, relevante trendrapporter for reiselivet, med mer. Perspektivet i den faglige forståelsen av reiseliv og reiselivsutvikling er i tråd med Nasjonal reiselivsstrategi 2030 (vedtatt 2021) og NOU 2023:10.

Innenfor rammene av dette oppdraget er det et mål å skissere sentrale kjennetegn ved reiselivet i regionen, på tvers av kommuner og destinasjonsselskap og se koblinger opp mot lokalsamfunnsutvikling og regionale innsatsområder.

I det følgende presenteres derfor kort noen hovedpoeng fra de fire rapportene som i størst grad legger føringer for fremtidig utvikling av reiseliv og reisemål.

<sup>3</sup> Sak 16\_23 Ringeriksregionen, 12.05.23

### 1.2.1. Næringspolitisk strategi

Næringspolitisk strategi for Ringeriksregionen ble vedtatt i de fem kommunene i løpet av mai / juni 2022. Målet med strategien er å skape vekst i hele regionen innen verdiskaping og antall arbeidsplasser.

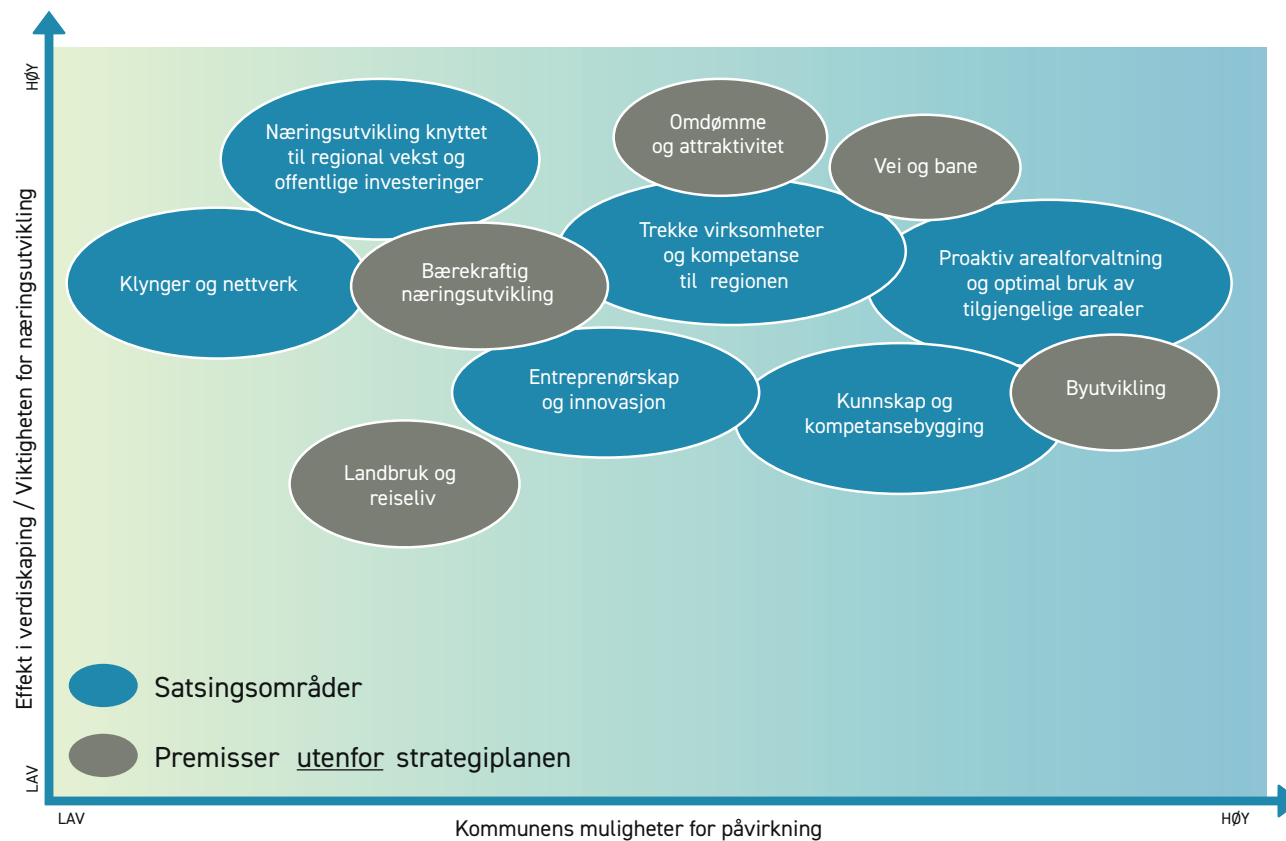
Gode samferdselsløsninger, spisset næringspolitikk og en proaktiv arealforvaltning er noen sentrale fokusområder i strategien.

Det overordnede målet i strategien er å skape *1 ny arbeidsplass per 2 netto nye innbyggere*.

For å nå disse målene er det definert seks prioriterte innsatsområder, basert på regionale utfordringer.

Landbruk og reiseliv er definert som premisser utenfor strategien. Reiseliv er satt som premiss i hovedsak fordi det regnes som en viktig faktor for å styrke stedsattraktivitet, og derigjennom for bolyst og etableringslyst. Reiselivets betydning for lokal verdiskaping er langt på vei overlatt til kommunene selv, men den regionale strategien legger opp til et felles løft med fokus på reiseliv som en del av lokalsamfunnsutvikling.<sup>4</sup>

4 Ringeriksregionen 2022 s. 10



Figur 1 Satsingsområder vs. premisser i regionens næringsstrategi (Kilde: Ringeriksregionen 2022 s. 10)



### 1.2.2. Merket for bærekraftig reisemål

Merkeordningen for bærekraftig reisemål forvaltes av Innovasjon Norge. Den er både en sertifisering og en strukturert arbeidsprosess frem mot godkjenning. Prosessen eies og drives av lokalt eller regionalt reisemåls- eller destinasjonsselskap. Et nært samarbeid med kommunen(e) er en kritisk suksessfaktor. Reisemålet med sitt destinasjonsselskap gir den geografiske avgrensningen i arbeidet, og både næringer, lokalsamfunn og kommune(r) er involvert i prosessen. Kriteriene bygger på de 10 prinsippene for et mer bærekraftig reiseliv som er utarbeidet av Innovasjon Norge, basert på FNs bærekraftsprinsipper (UNWTO). Nytt i den siste versjonen er at det legges ekstra vekt på fire av de ti indikatorene: naturmangfold, klimautslipp og tilpasning, lokal besøksstyring, lokal livskvalitet og engasjement.

I Ringeriksregionen er både Visit Norefjell og Visit Øst-Norge i Merkeordningen. Visit Norefjell oppnådde Merket for første gang høsten 2021 og er nå i gang med bemerk-

ingen som skal slutføres i 4. kvartal 2023. Visit Øst-Norge er i siste fase med å oppnå Merket i løpet av 4. kvartal 2023 samlet for alle sine 11 medlemskommuner.

I merkeordningen er det et krav om å få på plass en "destinasjonsledelse". Destinasjonsledelsen beskriver samarbeidet eller partnerskapet mellom kommunen, destinasjonsselskap og andre sentrale aktører som er relevante for reiselivsutviklingen. Prosessen krever et tverrfaglig samarbeid mellom destinasjonsselskap, kommune, næringen og andre interessegrupper. Merkeordningen gjør det tydelig at kommunene er viktige aktører i forbindelse med ansvaret for bærekraft og samfunnsutvikling lokalt.<sup>5</sup> Arbeidet med på de merkede reisemålene vil på den måten også få en sterkere kobling opp mot regionrådet. Destinasjonsledelse og reisemålsledelse slik det forstås i NOU 2023:10 er det samme. Mer om reisemålsledelse under punkt 3.2.

<sup>5</sup> Nærings- og fiskeridepartementet 2023, s. 64. (Heretter referert til som: NOU 2023:10)



Figur 2 10 prinsipper for et bærekraftig reiseliv v/ Innovasjon Norge, basert på UNWTO.

**Reisemålene må sikre en rekke krav for involvering for å sikre at reisemålsutvikling skjer i takt med lokalsamfunnet. Noen sentrale krav er: (NOU 2023:10 s. 64)**

- Bærekraftig reiseliv skal være *integret i relevante planer* og strategier regionalt og kommunalt.
- Det skal gjennomføres *innbyggerundersøkelser der lokalbefolkningen inviteres* til å gi innspill til reiselivsutviklingen (mange reisemål arrangerer folkemøter underveis i prosessen for å legge premisser for utvikling og opprettholde engasjementet).
- Reiselivsnæringen skal *øke bruken av lokale produkter og tjenester*, inkludert mat og drikke.
- Reisemålsledelsen må *kartlegge både verdiskaping og de samfunnsmessige ringvirkningene* reiselivet tilfører lokalsamfunnet.

**Kommunens rolle i arbeidet med "Merket for bærekraftig reisemål" knyttes til:**

- Generell tilrettelegging for reiseliv med hensyn til fellesgoder som avfallshåndtering og toaletter (utenfor privat eiendom), risikovurdering og beredskap, klimaplaner mm
- Viktig planleggingsarbeid gjennom kommuneplanen, eventuelle næringsplaner og arealplanen
- Bidra til besøksplanlegging med god balanse mellom gjester og innbyggere
- Å være en aktiv part i dialog med destinasjonsselskap, grunneiere og andre interessenter
- Næringsutvikling og innovasjon, også i reiselivet
- Standarden spør også om kommuneadministrasjonen er miljøsertifisert.

**Relevante oppgaver for kommunen i forbindelse med merkeordningen i prosjektfasen slik Innovasjon Norge beskriver det:**

- Være representert i styringsgruppe og referansegruppe og bistå administrativt med dokumentuthenting (kommunale planer, protokoller, tall og statistikk – bla fra Kostra)
- Delta på møter i prosjektet, herunder bidra med innspill til Handlingsplanen for prosjektet (senere handlingsplan under reisemålets reiselivsstrategi)
- Gjøre vedtak i kommunestyre(ne) om å være en aktiv bidragsyter til å oppnå merket for bærekraftig reisemål og sørge for minimum en årlig statusoppdatering i kommunestyre(ne) om utviklingen i reiselivet og arbeidet med bærekraftig reiselivsutvikling
- Kommunestyre(ne) skal vedta eller tilslutte seg Handlingsplanen som lages i prosjektperioden
- Kommunestyre(ne) kan beslutte å bidra med finansiering
- Være pådriver for gjennomføring av bærekraftiltak i egen organisasjon, som igangsetting av arbeid med Miljøfyrtårnsertifisering av kommunen
- Delta aktivt i relevante samarbeidsprosjekter som skal utvikle reisemålet i en bærekraftig retning
- Sammen med destinasjonsselskapet, beslutte organisering og finansiering av bærekraftarbeidet etter tildeling av merket og frem mot neste remerking

Mer om kommunenes rolle og ansvarsoppgaver ifbm. merkeordningen her: <https://business.visitnorway.com/no/barekraftig-reiseliv/merkeordning/roller/kommune/>  
Mer om kommunens rolle i reiselivsutvikling under punkt 3.3.2.

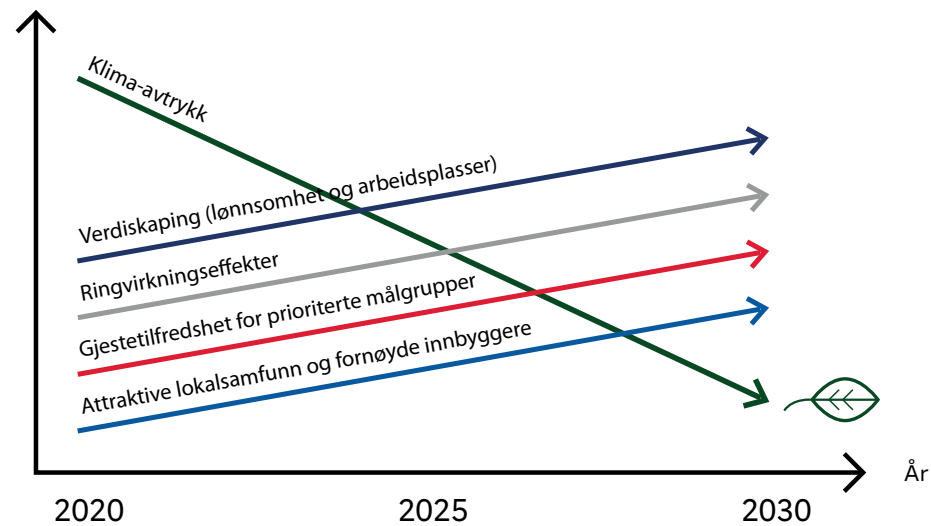
### 1.2.3. Nasjonal reiselivsstrategi 2030

Strategien ble utarbeidet da pandemien brøt ut, og lansert våren 2021. Den tar derfor innover seg "det nye reiselivet" og tydeligere krav til en helhetlig planlegging. Mandatet for strategien var å gi retning for den videre utviklingen av Norge som reise-mål, gjennom å fremheve hva som må til for å utvikle mer konkurransedyktige og lønnsomme reiselivsbedrifter, som skaper helårig sysselsetting og bidrar til en bærekraftig omstilling i næringen.

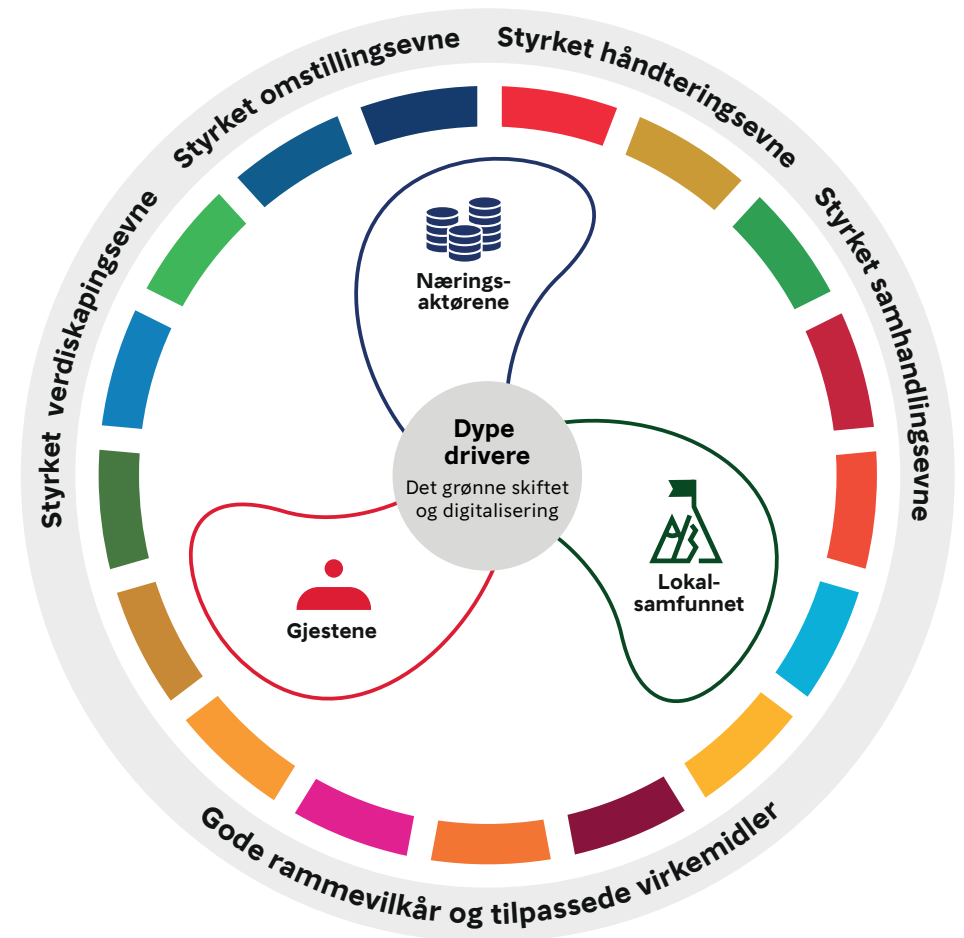
Det overordnede målet i strategien illustreres ved fire piler som peker opp; økt verdiskaping (herunder både lønnsomhet og arbeidsplasser), ringvirkningseffekter, økt gjestetilfredsheten og attraktive lokalsamfunn og fornøyde innbyggere.

En pil peker ned – den illustrerer at reiselivet skal bidra til at Norge blir et lavutslippsamfunn. Se figur 3.

Strategiens hovedgrep er å styrke reiselivets kapasitet – eller evne – til økt verdiskaping og bærekraftig vekst, noe som krever både omstilling og økt samhandling. Figur 4 illustrerer det strategiske grepet for norsk reiseliv mot 2030.



Figur 3 Pilene for norsk reiseliv mot 2030 (Nasjonal reiselivsstrategi 2030 s. 48)



Figur 4 Strategiske grep for norsk reiseliv mot 2030 (Nasjonal reiselivsstrategi 2030 s. 51)

#### 1.2.4. NOU 2023:10 "Leve og oppleve"

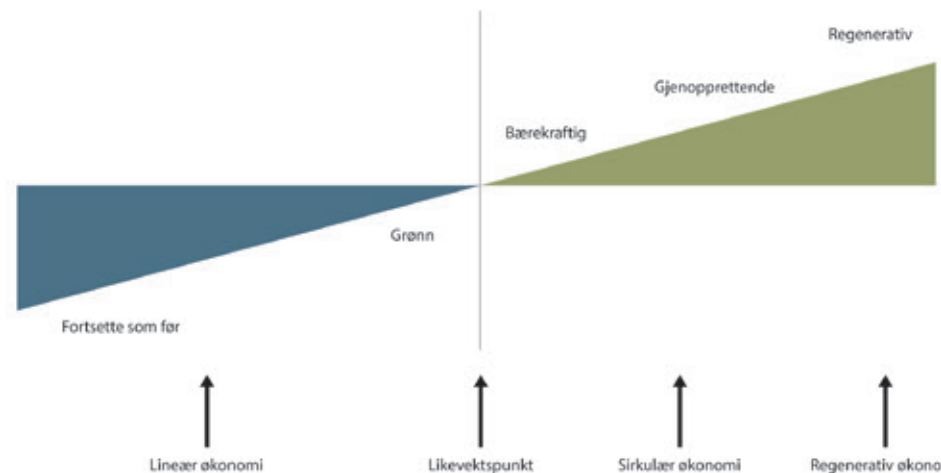
NOU 2023:10 ble avgitt til Nærings- og fiskeridepartementet mars 2023. Den har siden vært på høring og er pt. ikke vedtatt. NOUen bygger på målene i Nasjonal Reiselivsstrategi. I tillegg legger den i enda større grad et regenerativt perspektiv til grunn for fremtidig reiselivsutvikling. I det ligger at reiselivet skal reparere og gjenoppbygge lokale økosystemer og styrke lokalsamfunnet. Utvikling i reiselivet skal ikke skje på bekostning av innbyggernes trivsel eller slitasje på kulturarv eller i naturområder. Tvert imot skal reiselivet støtte opp under lokale initiativ og langsiktig forvaltning av naturområder og kulturarv (se figur 5).

Figur 6 illustrerer forholdet mellom lokalsamfunnsutvikling, næringsutvikling, besøksforvaltning og reisemålsledelsens rolle som koordinator. Det understrekes at lokalsamfunnsutvikling må ligge til grunn for reisemålsutviklingen. I det ligger at reisemålsledelsen må ta utgangspunkt i hvilken utvikling lokalsamfunnet ønsker. Bedrifter og destinasjonsselskap jobber gjerne på tvers av lokalsamfunn. Også besøksforvaltningsoppgaver kan strekke seg på tvers av lokalsamfunn. Det påpekes at det derfor må vurderes lokalt hvordan man mest hensiktsmessig skal organisere reisemålsledelsen, og hvilke aktører som skal inngå. Samtidig understrekes det at kommunene har det formelle ansvaret for å planlegge utviklingen av reisemålet som en del av samfunnsplanleggingen.

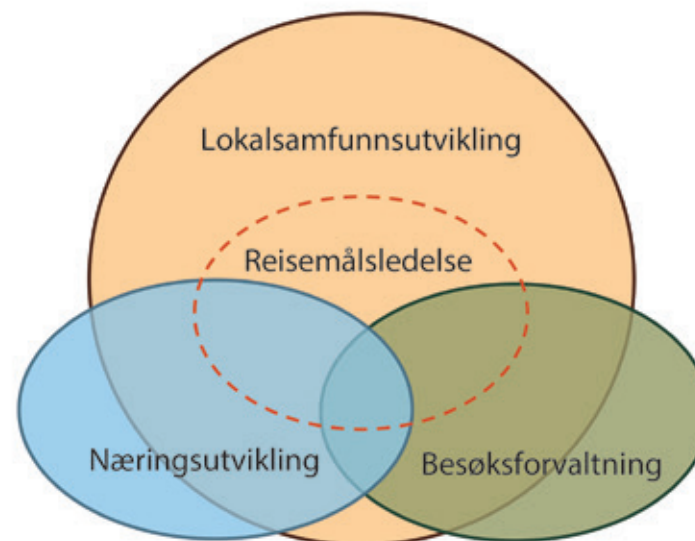
Utvalget foreslår en modell for organisering av bærekraftige norske reisemål som består av følgende hovedelement:

1. Det etableres en **reisemålsledelse** som er tilpasset lokale forhold og forankret i kommunene.
2. Reisemålsledelsen får i oppdrag å drive strategisk **besøksforvaltning** og håndtere utvikling og drift av fellesgoder på det enkelte reisemål basert på en bredt forankret besøksstrategi.
3. Arbeidet med reisemålsledelse, besøksforvaltning og fellesgoder finansieres gjennom et besøksbidrag som hentes inn nasjonalt, men som forvaltes regionalt og lokalt.

Utvalget mener at visjonen for fremtidens reiseliv må være "et økonomisk robust reiseliv, som minimerer reiselivsbedrifters og besøkendes klimagassutslipp, og som samtidig bidrar til å beskytte og gjenoppbygge miljøet, naturen og kulturarven. Reiselivet må utvikles på en måte som skaper attraktive lokalsamfunn for både lokalbefolkningen og de besøkende." (NOU 2023:10 s.46)



Figur 5 Modell for bærekraftig utvikling mot en regenerativ økonomi (NOU 2023:10 s. 29). Modellen er basert på Brown et al. (2018) og Gjørsvad (u.å.)



Figur 6 Forholdet mellom lokalsamfunnsutvikling, næringsutvikling og besøksforvaltning i reisemålsledelsen. (NOU 2023:10 s.46)



Blaafarveværket, Modum. Foto: Visit Norefjell.



## KAPITTEL 2

# HVA KJENNETEGNER REISELIVET I RINGERIKSREGIONEN?

The Twist, Kistefos museum, Jevnaker. Foto: Kistefos Museum - Laurian Ghinitoiu.

Attraksjoner kan i grove trekk deles inn i primær-, sekundær-, og tertiærattraksjoner. Avhengig av i hvor stor grad den i kraft av seg selv bidrar til å skape besøksstrømmer (se figur 7).

Besøksstrømmer og det som også beskrives som reiseruteperspektivet kan også være nyttig for å si noen om den stedlige turismen. Den deles gjerne inn i fire typer;

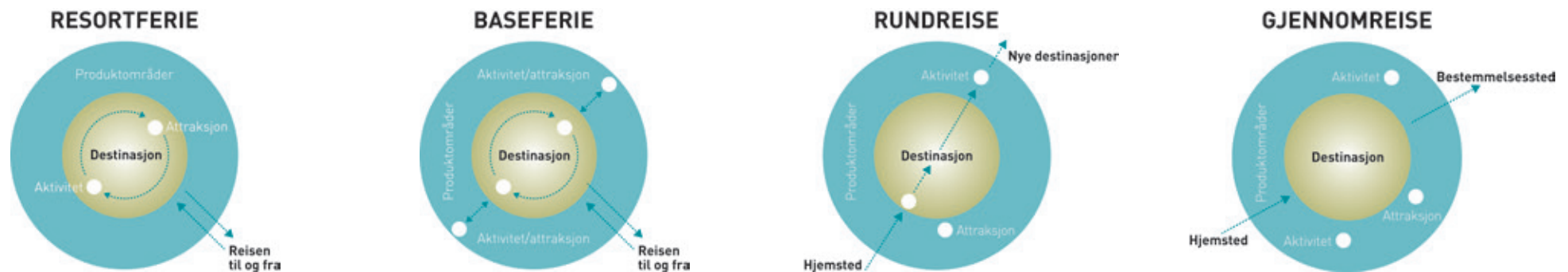
**1) Resortferie:** Resortferie er ofte motivert av ønske om å drive en spesiell aktivitet, for eksempel ski (som på Norefjell), fiske eller å drive med yoga. Turisten fokuserer på tilbudet på besøksmålet, og mesteparten av konsumet foregår på besøksmålet. Stedet domineres gjerne av en primærattraksjon, eks. Norefjell Ski og Spa.

**2) Baseferie:** turisten har en noe større bevegelsesradius enn ved resortferie. Norefjellregionen har og en del baseturisme. Turisten er opptatt av totalproduktet innenfor det som oppfattes som et "naturlig produktområde". Dagsturer er en form for baseferie, og dette er en betydningsfull del av reiselivet i Ringerike.

**3) Rundreise:** Veien er målet. Turisten er på rundreise med innlagte stopp. Spennende primærattraksjonene som Kistefos og Blaaifarveværket kan påvirke valg av reiserute.

**4) Gjennomreise:** Det legges inn stopp på veien på vei til eller fra prioriterte reisemål. Både Hole og Ringerike spesielt har en del gjennomreiseturisme, der for eksempel hyttegjesten eller skituristen har sine faste pauser på vei retning Hallingdal og Valdres. Stopp langs ruten er i stor grad knyttet til service og nødvendigheter.

Særegenhet, attraksjoner eller reisetekniske forhold (eks. passe avstand, lekeplass for barna, servering, åpningstider ol.) vil påvirke hvor folk bruker penger på veien. (figurene er hentet fra Hvitebok for reisemålsutvikling versjon per 2008, vedlegg 7).



Figur 8 Reiseruteperspektivet (Kilde: Innvoasjon Norge 2008, vedlegg 7)



Figur 7 Attraksjonspyramiden

Reiselivet i Ringeriksregionen er godt forankret i det norske markedet gjennom det man kan beskrive som et mangfold av produkt- og markedskoblinger som til dels fungerer uavhengig av hverandre.

I hele regionen er det flere primærattraksjoner, og da særlig innen kulturturisme. Både Blaaifarveværket, Kistefos og Hadeland glassverk kan særlig nevnes som attraksjoner med opplevelseskvaliteter i nasjonal og internasjonal klasse. I Krødsherad er det også mye kulturturisme, spesielt på sommeren, selv om hovedmerkevaren er knyttet til Norefjell og vinter. Også i Hole er det et spennende ressursgrunnlag innen kulturhistorie. Her er turismen først og fremst knyttet til volumer og verdiskaping

innen kurs og konferansetrafikken, samt en del gjennomreisetrafikken. Flere steder i regionen jobbes det med arrangementsutvikling for å styrke attraktiviteten gjennom året. Faste årlige arrangementer som Tour of Scandinavia (Modum og Krødsherad), World Cup skiflygning og Raw Air (Vikersund), Høstferie-fest (Krødsherad), Smaks-festivalen (Hønefoss), Hytteplan-mila (Hole), Randsfjordfestivalen (Jevnaker) og Ringeriksmaraton - en løpefest i åtte etapper gjennom flere av kommunene. I Hønefoss er arrangementsutvikling også en del av sentrumsutviklingsstrategien. Arrangement tiltrekker seg besøkende og deltakere fra både lokalbefolkning, hyttefolk og andre tilreisende gjester. Hele regionen drar nytte av betydelig dagstur-turisme på grunn av nærheten til byer og befolkningstette områder som Osloregionen, Drammen og omegn og Kongsberg.

Det er også en del fritidsboliger i kommunene, såkalte "kalde senger". Det vil si at en god andel av de som besøker regionen "eier senga si selv". Disse har et annet forbruksmønster enn besøkende til "varme senger", dvs. kommersielle overnattinger. I tillegg kommer utleie av private boliger og fritidsboliger via delingsplattformer som Airbnb og Finn. Dette gjør at det totale volumet av besøkende er langt større enn hva som kan leses ut av offentlig statistikk for kjernenæringene. I tillegg betyr det at regionen har mange faste gjester som kommer tilbake år etter år og som er gjenkjøpsorientert ift. hvilken aktivitet de kjenner til og foretrekker.

## 2.1. En region, flere reisemål

I prosjektbeskrivelsen for reisemålsstrategien heter det "Ringerike som reisemål". Definisjonen av et reisemål kan tolkes både i en mer generell forstand, og i lys av et organisert samarbeid, en reisemålsledelse. For å beskrive reiselivet i Ringerike gir det i utgangspunktet mer mening å se på Ringerike som en region med flere ulike reisemål. Både med utgangspunkt i den organiseringen som er i dag, og ut fra de forskjellige typene turisme som finnes i regionen. Ulike reisemål har ulike behov, ulikt aktørbilde og samarbeidskonstellasjoner.

Mangfoldet av natur- og kulturbaserte opplevelser gir et godt utgangspunkt for å jobbe målrettet med å spisse og foredle opplevelsene. For at Ringeriksregionen skal lykkes må de ulike kommunene lykkes innenfor sine respektive konkurransearenaer. Det blir derfor viktig å jobbe etter 4R prinsipper: "rette volumer av rette gjester på rett sted til rett tid" (figur 9).

Selv om regionen består av flere ulike typer reisemål med ulike typer attraksjoner (se pyramiden, fig. 7), vil det være flere fellesnevnerne i et regionalt perspektiv. Disse kan

med fordel kobles opp mot hovedgrepene i Nasjonal reiselivsstrategi 2030, som handler om å: 1) styrke reiselivets omstillingsevne, 2) styrke verdiskapingsevnen, 3) styrke håndteringsevnen, 4) styrke samhandlingsevnen 5) gode rammevilkår og tilpassede virkemidler (se figur se figur 4 under punkt 1.2.3.).

I sum handler det om å få på plass robuste systemer som kan kanalisere de besøkende til områder som tåler og trenger trafikk, og til å håndtere endringer og fremtidige behov. Det må være kapasitet i alle ledd der utviklingen skjer.



## Rette volumer av rette gjester på rett sted til rett tid

Mimir as

Figur 9 4R modellen. Mimir as



Her beskrives kjennetegn ved den enkelte kommunes eksisterende reiseliv.

### Krødsherad

I Krødsherad er det langt på vei et differensiert reiseliv, med flere ulike opplevelses- og overnattingstilbud. Likevel er Norefjell skisenter og Norefjell Ski & Spa de store motorene for reiselivet i kommunen, og regionen for øvrig. Norefjellregionen, et destinasjonssamarbeid mellom kommunene Flå, Sigdal, Krødsherad og Modum binder sammen Ringeriksregionen med Hallingdal. Mye av trafikken og verdiskapingen langs hovedferdselsårene er derfor også knyttet til reisende som skal videre, men der opplevelsene langs veien gjerne besøkes som en sekundær eller tertiærattraksjon. Eksempelvis er Krøderbanen en godt besøkt attraksjon, og Norges lengste museum-sjernbane som strekker seg over to kommuner.

En ringvirkningsanalyse ved Menon<sup>6</sup> viser at det har vært en tredobling av det kommersielle overnattingsmarkedet i Norefjellregionen siden 2005. Til tross for at vinteren ansees som høysesong i Norefjellregionen finner et flertall av overnattingene sted om sommeren. Det jobbes systematisk med sesongutvikling, og å styrke markedsposisjonen i eksisterende markeder, dvs. Norge og europeiske nærmarkeder. Krødsherad er også en av de kommunene i regionen som har flest fritidsboliger. Se punkt 2.5.

I arbeidet med strategiplanen "Norefjell mot 2030"<sup>7</sup> kom styringsgruppen frem til åtte ulike hovedutfordringer som må løses i reiselivsutviklingen for Norefjell-regionen. Se illustrasjon fig. 10. De åtte punktene som skisseres er kjente utfordringer i reiselivet, og overførbare også til andre steder i Ringeriksregionen.

<sup>6</sup> Engebretsen et al. 2020

<sup>7</sup> Norefjellregionen 2019



Villa Fridheim, Bjørøya i Krødsherad. Foto: Visit Norefjell.

Figur 10 Hovedutfordringer for reiselivsutvikling i Norefjell-regionen mot 2030 (Norefjell mot 2030 s. 8)

## Modum

Modum kommune utgjør også en del av Norefjellregionen, og har fått sin andel av både fritidsboligturisme, Airbnb-overnattinger og opplevelsesturisme. Modum har i likhet med Jevnaker en sentral plass på kartet for kulturturisme, med flere "primærattraksjoner" som Kittelsen-museet, Vikersundbakken og Blaaifarveværket. Blaaifarveværket med koboltgruvene er én av de mest besøkte attraksjonene i landet med 150 000 besøkende i 2022. Om lag 70% av de besøkende er fra Oslo, Akershus og Drammen. Markedsundersøkelser viser også at det er en høy andel gjenkjøp og trofaste gjester. Stiftelsen Vikersund, med verdens største hoppbakke, er viden kjent, nasjonalt og internasjonalt, og regnes både som en primær- og sekundærattraksjon. Modum har på lik linje med Krødsherad, Ringerike og Hole mye gjennomfartstrafikk. Utfordringen ligger i å ta ut potensialet blant fritidsinnbygger og innbygger og synliggjøre nærheten til de store attraksjoner.

## Ringerike

Ringerike er den kommunen som strekker seg lengst gjennom regionen. I tillegg til "eget reiseliv" nyter Ringerike også godt av trafikken tur retur Hallingdal og Valdres og de store attraksjonene på Jevnaker; Hadeland Glassverk og Kistefos Museum. Reiselivstilbudet består i stor grad av friluftslivsaktiviteter knyttet til store friluftsområder og fjellområder, fiske, langrenn, hytteliv, camping og handel- og kulturtilbudet i Hønefoss by. Hønefoss er trafikknutepunktet i regionen, og det jobbes systematisk med sentrumsutvikling. Byen omtales som "Kulturbyen ved fossen" og en av hovedstrategiene for byen er å utvikle arrangement som "fremmer Hønefoss by som regionalt kultur- og handelssenter".<sup>8</sup>

Ringerike er også kompetansesenteret i regionen, med tilbud innen "salg, service og reiseliv" fra VG1, og til studier på universitetet i Sørøst Norge (USN) campus Ringerike. Her foregår det også forskningsarbeid innen, "eventer, opplevelser og kulturbaserte næringer". I kommunens næringsplan beskrives reiselivet som en viktig næring for Ringerike. Fortetting og videreutvikling i Vikersund og andre etablerte områder for fritidsbebyggelse, samt økt bruk av fritidsboligene er en del av samfunnsplanen. Kommunen jobber tett med reisemålsutvikling gjennom Merkeordningen for bærekraftig reisemål i regi av Visit Øst-Norge. Ringerike er den største hyttekommunen i Ringeriksregionen målt i antall fritidsboliger, der spesielt Vikersund og Ringkollen er større hytteområder.

## Jevnaker

Hadeland Glassverk og Kistefos er de to store trafikkskaperne i kommunen, med over 700 000 besøkende årlig (2019 og 2020 tall). Overnattingstilbudet i kommunen er begrenset til Thorbjørnrud Hotell og Sløvika Camping. Attraksjonene betyr mye for å sette regionen på kartet innen kulturturisme, men mye av trafikken er knyttet til rundreise, og gjennomreise – og som dagstur fra Oslo. I prosjektplanen "Fjordlandsbyen Jevnaker som turistdestinasjon" beskrives utfordringer økt trafikk har hatt for håndteringskapasiteten i kommunen. Spesielt knyttet til trafikkavvikling og parkering. Som følge av økende besøkstrykk er det vedtatt i kommunale planer at Jevnaker skal defineres som "en turistdestinasjon i lokal og regional sammenheng". Et samarbeidsprosjekt som beskrives som vellykket er den kommersielle direkteruten med buss VY66 som går fra Oslo i høysesong på sommer og høst. I samfunnsplanen for Jevnaker er et av hovedmålene å utvikle kommunen fra "tettsted til Fjordlandsbyen Jevnaker", for å underbygge stedets egenart gjennom å knytte sentrum tettere på Randsfjorden.<sup>9</sup>

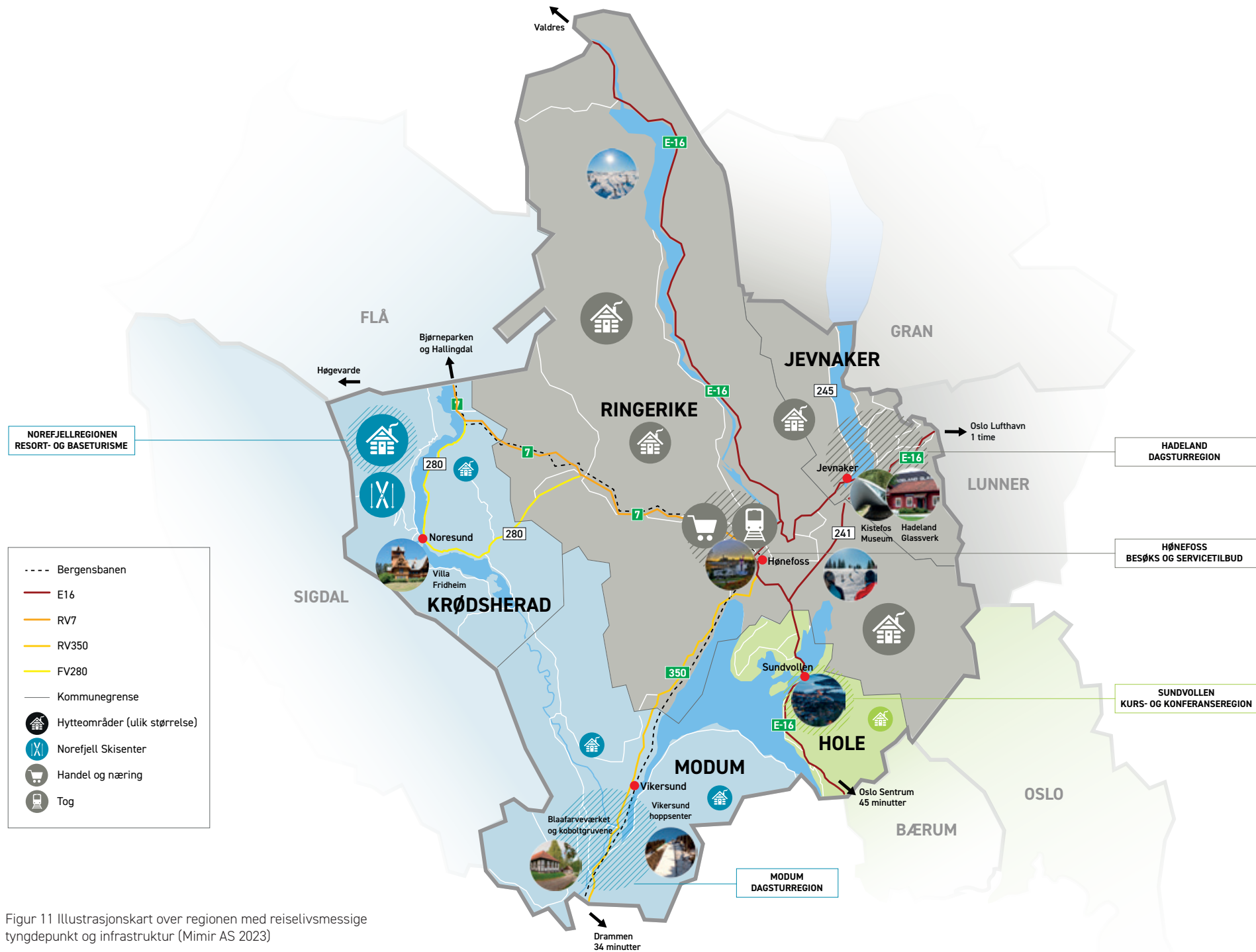
## Hole

Hole er ikke en del av det organiserte reiselivssamarbeidet via Visit Norefjell eller Visit Øst-Norge. Derimot er noen enkeltbedrifter medlem. Hole er den kommunen ved siden av Krødsherad som har flest kommersielle gjestedøgn. Med rik middelalderhistorie, og hjemstedet til Asbjørnsen og Moe sitt folkeeventyrsamarbeid har kommunen et rikt ressursgrunnlag innen kulturarv og kulturhistorie. Gjennom IKON (interregionalt kulturopplevelsesnettverk)<sup>10</sup> har Hole blant annet deltatt i arbeidet med å løfte frem noen utvalgte plasser med kunnskapsbaserte opplevelser om natur, kultur og historie. Sundvollen Hotell er en sentral reiselivsaktør med historie tilbake til 1648. I dag formidler de en rik kunstsamling og en rekke turer og opplevelser i området. Det regionale MICE markedet (møter, incentiver, kurs og evnet / kurs og konferanser) er særlig viktig for Sundvolden Hotel, Kleivstua Hotell og Utøya. Det er også tre campingplasser i Hole, tilknyttet Tyrifjorden. Helgelandsmoen er et næringsområde i Hole kommune som nå inneholder både helse, bad, kunstgalleri og flere aktiviteter som trekker både besøkende og lokalbefolkning. Reiseliv regnes også i det kommunale planverket som en viktig næring for kommunen. "Re-etablering av stolheisen i Kleiva vil bli en viktig motor for å utvikle næringen og underleverandører ytterligere" heter det i handlingsplan for næringsutvikling.

<sup>8</sup> Hønefoss by as 2023

<sup>9</sup> Jevnaker 2021

<sup>10</sup> Vestregionen 2012



Figur 11 Illustrasjonskart over regionen med reiselivsmessige tyngdepunkt og infrastruktur (Mimir AS 2023)

## 2.2. Volumer og reisestrømmer

### Tilgjengelighet og infrastruktur

Offentlig infrastruktur for transport er en viktig forutsetning for et konkurransedyktig reiseliv. Regionale (og nasjonale) prioriteringer og investeringer har stor betydning for hvor tilgjengelige ulike reisemål er og hvor trafikkstrømmen går. Gjennom Innovasjon Norges turistundersøkelser vet vi at sømløse og tilgjengelige transportløsninger er avgjørende for at reisende fra utlandet velger Norge som reisemål. I en sømløs

reise er det enkelt å planlegge, kjøpe og gjennomføre reisen. De fleste steder i Norge er dette ikke en realitet. Muligheten for å ta en ledende posisjon på destinasjonsnivå er noe Norefjell især har sett og jobber aktivt med.<sup>11</sup>

I en sømløs reise er det enkelt å planlegge, kjøpe og gjennomføre reisen.

11 NOU 2023:10 s. 15

### Utvalget for NOU 2023:10 trekker frem en rekke muligheter og anbefalinger mht. transportutvikling. Utvalget mener at:<sup>12</sup>

- det er en forutsetning å **få til en overgang til lav- og nullutslippskjøretøy** dersom målet om å halvere klimagassutslippene innen 2030 skal nås
- god **tilgjengelighet til, på og mellom norske reisemål** er sentralt for å sikre et konkurransedyktig reiselivstilbud
- **transportplanlegging** er en viktig del av besøksforvaltning på reisemål
- reiselivets transportbehov må **inkluderes i strategiske satsinger** på steds- og byutvikling
- videreutvikle og styrke **en digital og sammenhengende nasjonal reiseplanlegger**
- fylkeskommuner som har reisemål med mange tilreisende, bør **inkludere reiselivets transportbehov i anbudsgrunnet** for offentlige kjøp av transporttjenester – dvs. at fylkeskommunen må gå i dialog med reiselivsnæringen når de planlegger innkjøp av kollektivtransporttjenester
- **takstsystemet bør harmoniseres** slik at det er mulig å tilby sammenhengende billetter via en nasjonal reiseplanlegger for besøkende på tvers av fylkesgrenser
- løsninger for å ivareta reiselivets transportbehov og fastboendes reisebehov kan være **spleiselag mellom reiselivsaktører og det offentlige**, og smarte mobilitetstiltak

12 NOU 2023:10 s. 15



Hønefoss stasjon, Ringerike. Foto: Hans Haug.

I Næringspolitisk strategi for Ringeriksregionen er vei og bane definert som et premiss for å lykkes med de strategiske satsingsområdene. God infrastruktur og tilgjengelighet pekes på som et viktig fortinn for nærings- og boligutvikling i regionen.<sup>13</sup> Ny infrastruktur sees også på som viktig for tilgang på kompetanse i Osloregionen på en ny måte enn i dag.

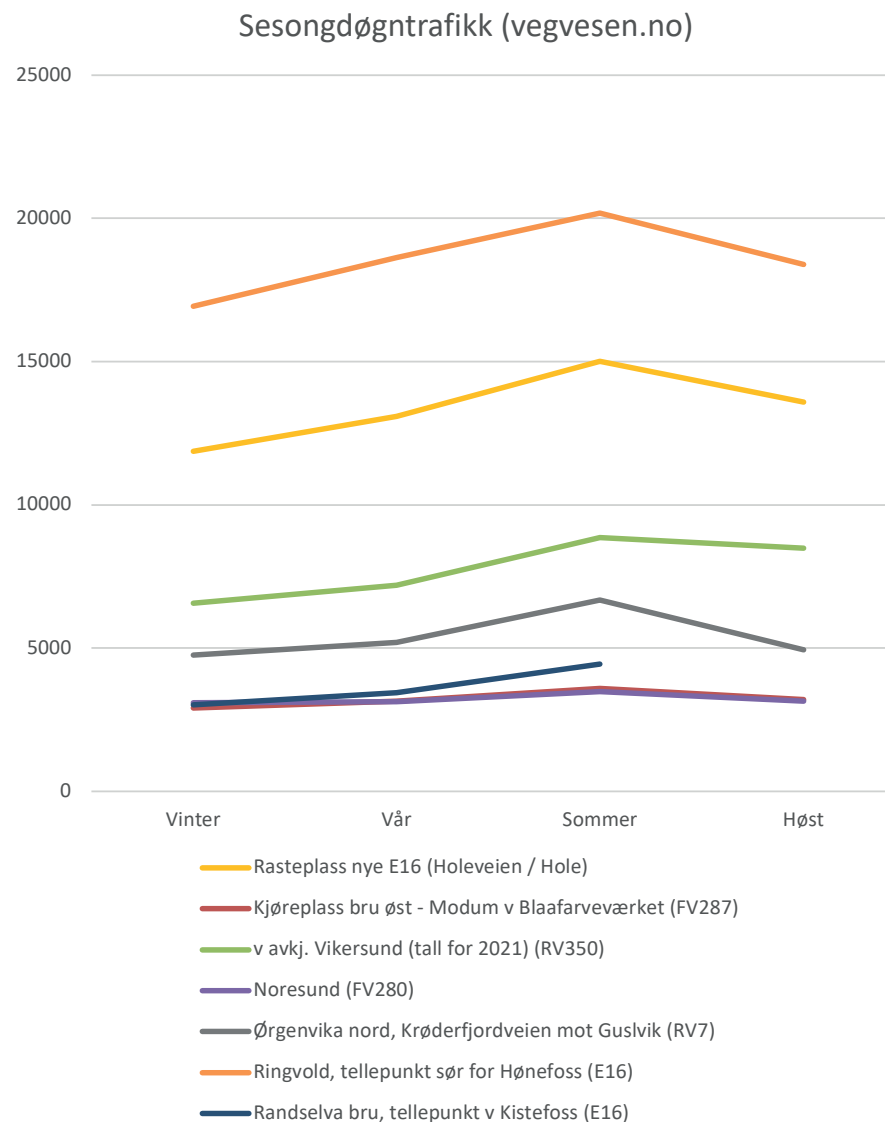
Bergensbanen stopper både på Vikersund stasjon og i Hønefoss med flere avganger daglig. Hønefoss er også knutepunktet for en rekke busskorrespondanser mellom øst og vest, samt retning Gardermoen lufthavn. Rutetilbudet i regi av Brakar er først og fremst basert på skoleruter og pendlere, og derfor noe redusert i ferieperioder. På destinasjonsnivå har mobilitetsprosjektet til Norefjell blitt langt merke til både nasjonalt og internasjonalt.<sup>14</sup> Gjennom mobilitetsprosjektet jobbes det med buss direkte til Norefjell i helger. Utfordringen her, i likhet med de fleste reisemål er "the last mile". Tilbudet til der hyttegjestene og de besøkende bor. Erfaringer herfra er gull verdt også for andre steder i regionen. Per i dag er det noen flaskehals i trafikkbildet som i særlig grad blir synlig når hyttebefolkningen og feriegjester er på vei til eller fra langhelgen eller feriene sine. Flere prosjekter er i gang for å dempe belastningen på lokalmiljøet og de reisende, deriblant langs E16 (fellesprosjektet og FRE16). Deler av veien får lavere fartsgrense "smal firefeltsvei" 90 km/t eller 100 km/t. Når prosjektet står ferdig, vil det være sammenhengende firefelts vei mellom Sandvika og Hønefoss.<sup>15</sup> Det er bred politisk oppslutning om at Ringeriksbanen og nye E16 Sandvika til Hønefoss vil bli realisert og stå ferdig rundt 2030. Tilrettelegging for persontransport på Randsfjordbanen er også blant tiltakene det pekes på i regional næringsstrategi som viktig for å bidra til vekst i hele regionen. En sømløs overgang mellom Randsfjordbanen og Ringeriksbanen vil styrke kollektivtilbudet, og i næringsstrategien heter det at "en samlet reisetid med tog på rundt 60 minutter mellom Vikersund og Oslo bør være et mål". En annen utfordring som nevnes er sømløsheten i kollektivtilbudet når fylkeskommunene skilles. Næringsplanen understreker behovet for å koordinere transporttilbudet også mot Oslo, både som en fordel for pendlere, innbyggere og besøkende.

Trafikktellinger fra utvalgte tellepunkt i regionen viser en tydelig topp i sommerseongen, preget av trafikken i fellesferien.

<sup>13</sup> Ringeriksregionen 2022

<sup>14</sup> Se opp til Norefjell / Informasjon om mobilitetsprosjektet

<sup>15</sup> Se opp til Norefjell / Informasjon om mobilitetsprosjektet



Figur 12 Sesongdøgntrafikk, trafikktellinger. (Kilde: vegvesen.no)

### 2.3. Kommersielle overnattinger

Det finnes kun begrenset offentlig tilgjengelig statistikk over kommersielle overnattinger i regionen, som følge av konfidensialitetshensyn. Det store bildet viser en andel på rundt 85% norske mot 15% utenlandske gjestedøgn. Dette bildet forsterkes også av gjesteundersøkelser og annen innsikt. Når det gjelder kommersielle overnattinger er Ringeriksregionen først og fremst en region for regional kurs- og konferansetraffikk, i tillegg til ferie- og fritidstrafikk til Norefjellsregionen, samt til en rekke små og mellomstore frittstående overnattingssteder spredt i hele regionen. Eksempelvis er det flere overnattingssteder i regionen som har posisjonert seg godt innenfor "bryllupssegmentet". Det er også en betydelig andel campingturisme i regionen.

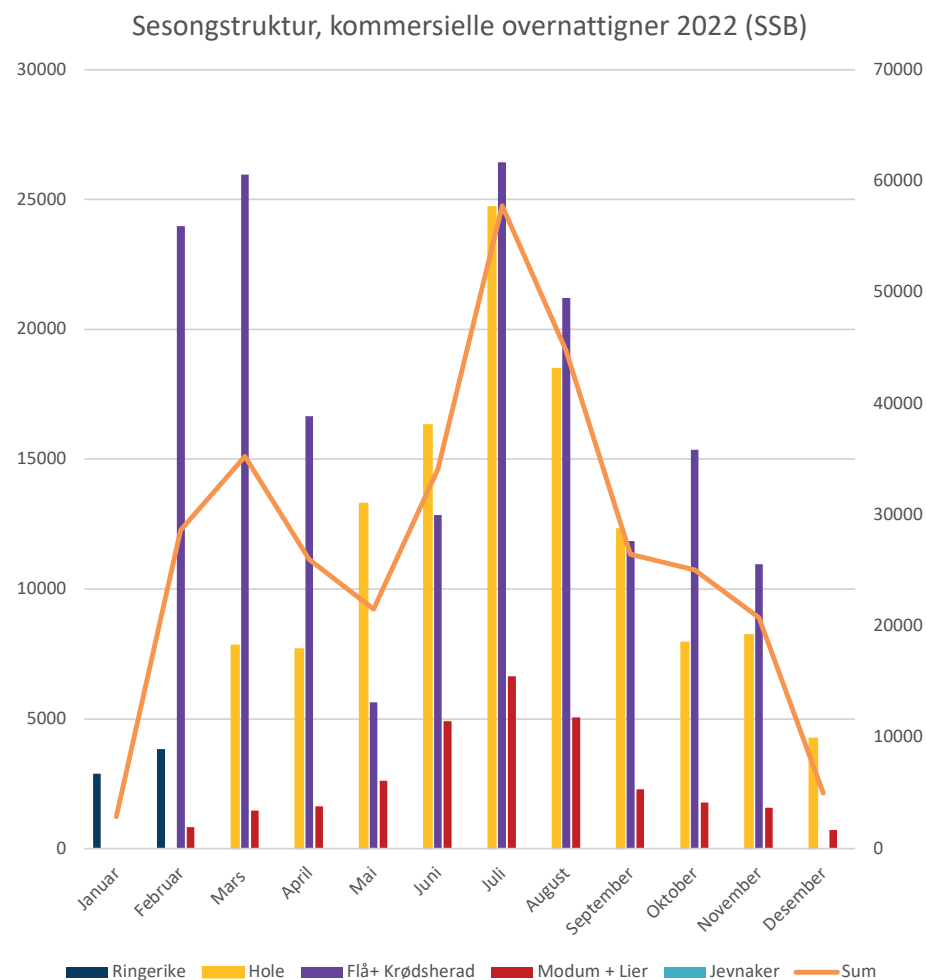
Yrkes-, kurs- og konferansetraffikken drar stor nytte av nærhet til befolkningstette områder som Osloregionen, Drammensregionen og Kongsbergregionen etc. Selv om Norefjellregionen bidrar sterkt til vinterturisme i regionen, er hovedvekten av overnattingene per idag, også her, knyttet til fellesferieperioden på sommeren.

Tabellen nedenfor gir et overblikk over antall bedrifter statistikken er basert på.

	Bedrifter, i alt	Rom / hytter	Uteplasser	Senger
Ringerike	8	322	230	636
Hole	6	366	648	831
Flå, Krødsherad	9	605	:	2604
Modum, Lier	4	75	:	280
Jevnaker	:	:	:	:
<b>Sum</b>	<b>27</b>	<b>1368</b>	<b>878</b>	<b>4351</b>

: = Viser ikke av konfidensialitetshensyn. Tall publiseres ikke for å unngå å identifisere personer eller virksomheter.

Kilde: <https://www.ssb.no/statbank/table/12893/tableViewLayout1/>



Figur 13 Grafen viser andelen kommersielle overnattinger gjennom året per kommune. (SSB 2022)

## 2.4. Airbnb og annen privat utleie

Veksten i utleie via nettbaserte markedsplattformer som Airbnb, Homaway ol. hvor brukere kan tilby, søke etter, bestille og benytte utleieenheter, har vært svært høy i Norge de siste årene. Det finnes ikke samlede tall for Ringeriksregionen, men tall for Norefjellsregionen viser at det har vært en vekst på 1400% (!) i perioden 2016 – 2021. I 2019 utgjorde antall gjestedøgn ved utleie gjennom Airbnb, Homaway ol. ca. 10 000 for Krødsherad, og ca. 4000 for Modum kommune. Til tross for den høye veksten utgjør utleie fremdeles kun ca. 1% av de samlede gjestedøgnene i Norefjellsregionen, og ca. 10% av kommersielle gjestedøgn.<sup>16</sup>

Tall fra Airdna.co viser at det per august 2023 var 350 utleieenheter i regionen totalt. En vekst på 64% i forhold til samme tid i 2022. Grafen i figur 14 viser antall utleieenheter per kommune i perioden april 2021 til og med august 2023. Her ser vi at det særlig i Krødsherad og til dels Ringerike har vært en markant vekst.

Airbnb utgjør flere steder et godt supplement til kommersiell overnatting der denne er begrenset. Samtidig kan utleie via Airbnb gå på bekostning av leiemarkedet, eller konkurrere med kommersielle aktører. Utleiere via Airbnb er også sjelden med i et destinasjonssamarbeid, eller som bidragsyttere til fellesgoder i reiselivet slik de kommersielle aktørene er.

## 2.5. Fritidsboligturisme

I mange kommuner, også i Ringeriksregionen er hyttebefolkningen, også gjerne omtalt som deltidsinnbyggere, blitt en viktig gruppe. Disse bidrar til lokal verdiskaping, og har gjerne et annet forbruksmønster enn annen type turisme.

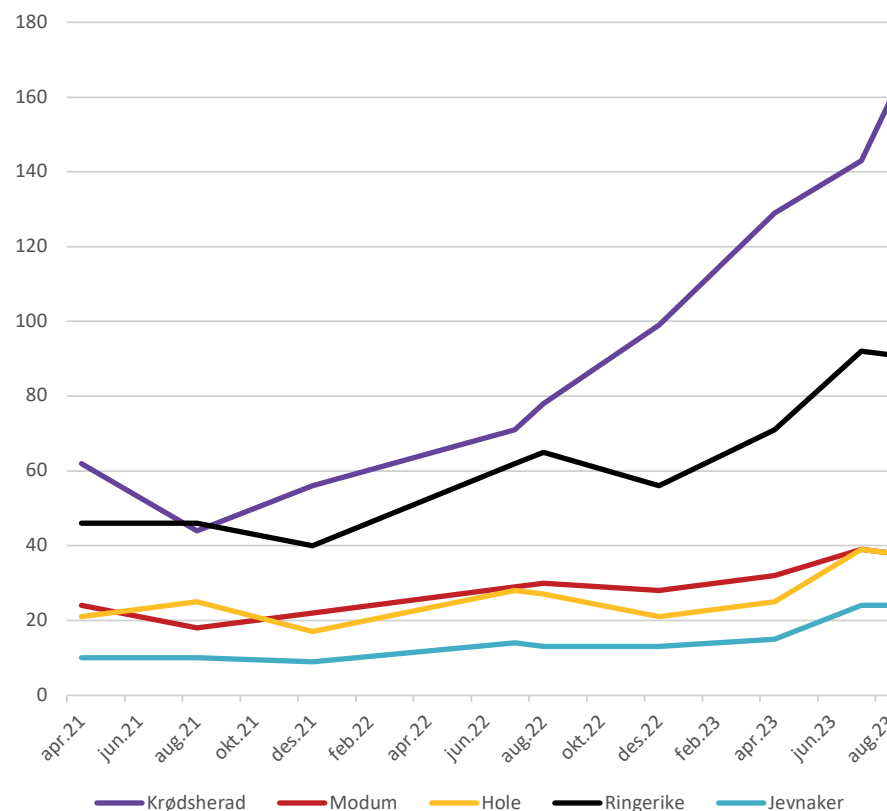
NOU 2023:10 påpeker at deltidsinnbyggerne er en viktig ressurs, men at de ofte i liten grad involveres i reisemålsledelse og lokal utvikling.

### Omfang

I Ringeriksregionen er det flere attraktive fritidsboligområder, og i alt 7601 fritidsboliger (SSB 2023). Ringerike kommune er den største fritidsboligkommunen målt i antall fritidsboliger, med nærmere 4000 fritidsboliger. Sett i forhold til antall innbyggere er det høyest andel fritidsboliger i Krødsherad, med nærmere 2000 fritidsboliger fordelt på i overkant av 2000 innbyggere.

<sup>16</sup> Bettina og Iversen 2020 / Menon rapport nr. 49/2020

Tilgjengelige utleieenheter april 2021 - august 2023



Figur 14 Tilgjengelige utleieenheter, Airbnb 2021 – 2023. Kilde: airdna.co



### Effekt på lokalsamfunnet

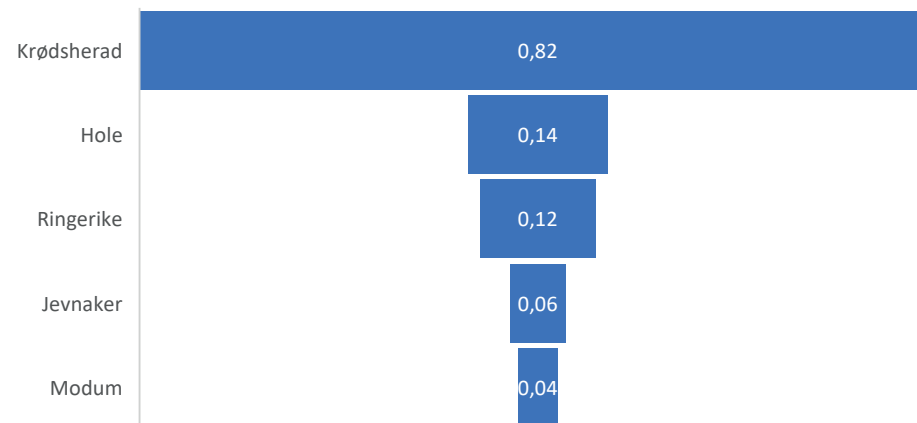
Effekten på lokalsamfunnet bruk av fritidsboliger har blitt beregnet på ulike måter. Nordregio beregner det de kaller "community impact". Dette er forholdet mellom antall "årsinnbyggere" og de folkeregistrerte innbyggerne. Store hyttekommuner kan dermed si å ha et langt høyere antall "årsinnbyggere", enn folkeregistrerte innbyggere. Dette perspektivet er også viktig å ha med i arbeidet for en helhetlig stedsutvikling.

Ifølge beregninger fra analysefirmaet Menon, som har gjennomført en rekke ringvirkningsanalyser på fjelldestinasjoner, anslås det at hver fjellhytte i gjennomsnitt representerer et forbruk (inkl. kommunale tjenester, vedlikehold mm) på kr. 60 000 pr år. Hyttene i Ringeriksregionen vil i tilfelle representere et forbruk på ca. 450 mill. per år. I tillegg kommer forbruk knyttet til tomte kjøp, infrastruktur osv. Hyttene representerer dermed et inntektspotensial både i byggefasen, og driftsfasen. Dette gir mange positive ringvirkninger for lokalsamfunnet, men fører også til økte behov for investeringer som veg, renovasjon, tilrettelegging av stier, løyper, beredskap, helsetjenester osv. noe det bør tas høyde for i en tidlig planleggingsfase, ettersom det i overskuelig fremtid ikke vil bli noe endring i inntektssystemet for kommunene.<sup>17</sup> Med andre ord er det forventet at kommunene selv tar ansvar for konsekvensene det har å få en økt andel "årsinnbyggere" / deltidsinnbyggere.

17 Ref. NOU 2022:10 "Et helhetlig skattesystem" v / "Inntektssystemvalget"

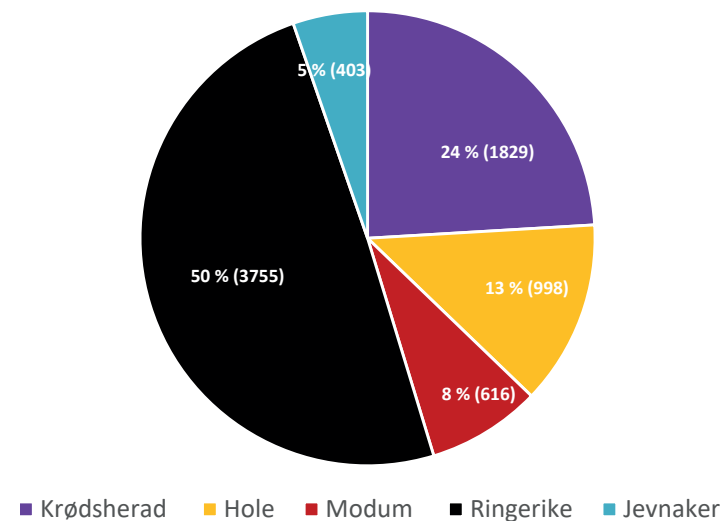


### Andel fritidsboliger per innbygger



Figur 15 Andel fritidsboliger per innbygger (SSB 2023)

### Antall fritidsboliger (SSB 2023)



Figur 16 Antall fritidsboliger per kommune. Grafen viser både prosentvis andel, og antall fritidsboliger (i parentes) (SSB 2023)

## Arealforvaltning

Arealbruken i Norge er under press og i stor endring. Reiselivet er både en forbruker av areal, men er også avhengig av tilgang til natur, attraktive tettsteder og kulturlandskap. Tilgangen til natur er en av de fremste konkurransefortrinn i det norske reiselivet, og næringen er avhengig av at den forvaltes på en forsvarlig måte. Det betyr også at reiselivet berøres av store industrielle utbygginger som endrer steders karakter eller forringer utsikt.

Vekst i reiseliv og økt bruk av fritidsboliger gir grunnlag for lokal vekst og arbeidsplasser, med utvikling av infrastruktur og tjenestetilbud som også er til nytte for fastboende. En konsekvens av denne veksten er nedbygging og slitasje i natur- og friluftsområder. Klimatilpasninger vil føre til strengere prioriteringer og reguleringer av arealbruken fremover. I rapporten "Tiltaksanalyse for arealbrukssektoren (LULUCF)" anbefales sterkere samfunnsmessige kost-nytte vurdering av arealbruken. Den sier bla: "Det vil for eksempel være store forskjeller i samfunnsnyten av å bygge kraftlinjer og fritidsboliger».

I den kommunale og regionale arealplanleggingen blir det derfor viktig å se etter arealbruk som gir gevinster både for lokalbefolkning og tilreisende. Eksempler på slike tiltak er sykkelstier, merkede turmål, skianlegg, men også sentrumsfunksjoner med møteplasser, liv og røre (såkalt kveldsøkonomi).

Kommunene sitter på viktige verktøy, kompetanse og hovedansvar når det gjelder arealforvaltning. Koordinering på tvers av kommuner er viktig for å samle kompetanse og utvikle helhetlige løsninger som sikrer både bo-, besøks- og næringsattraktivitet. En overordnet sonering innad i regionen kan være et egnet verktøy til å utvikle funksjonsområder som ikke konkurrerer, men som utfyller og forsterker hverandre. I «Nasjonale forventninger til regional og kommunal planlegging»<sup>18</sup> økes forventningene til involvering både av innbyggere og næringsliv. Reiselivet bør også stimuleres til å delta mer aktivt i disse prosessene.

<sup>18</sup> KMD 2023



Figur 17 Veileder for planlegging av fritidsboliger (KMD 2022)



Figur 18 Tiltaksanalyse for skog- og arealbrukssektoren (LULUCF) (MDIR m.f. 2023)



Mørkgonga, Ringerike. Foto: Hans Haug.



Norefjell Skisenter, Krødsherad. Foto: Visit Norefjell.

## 2.6. Sysselsetting og verdiskaping

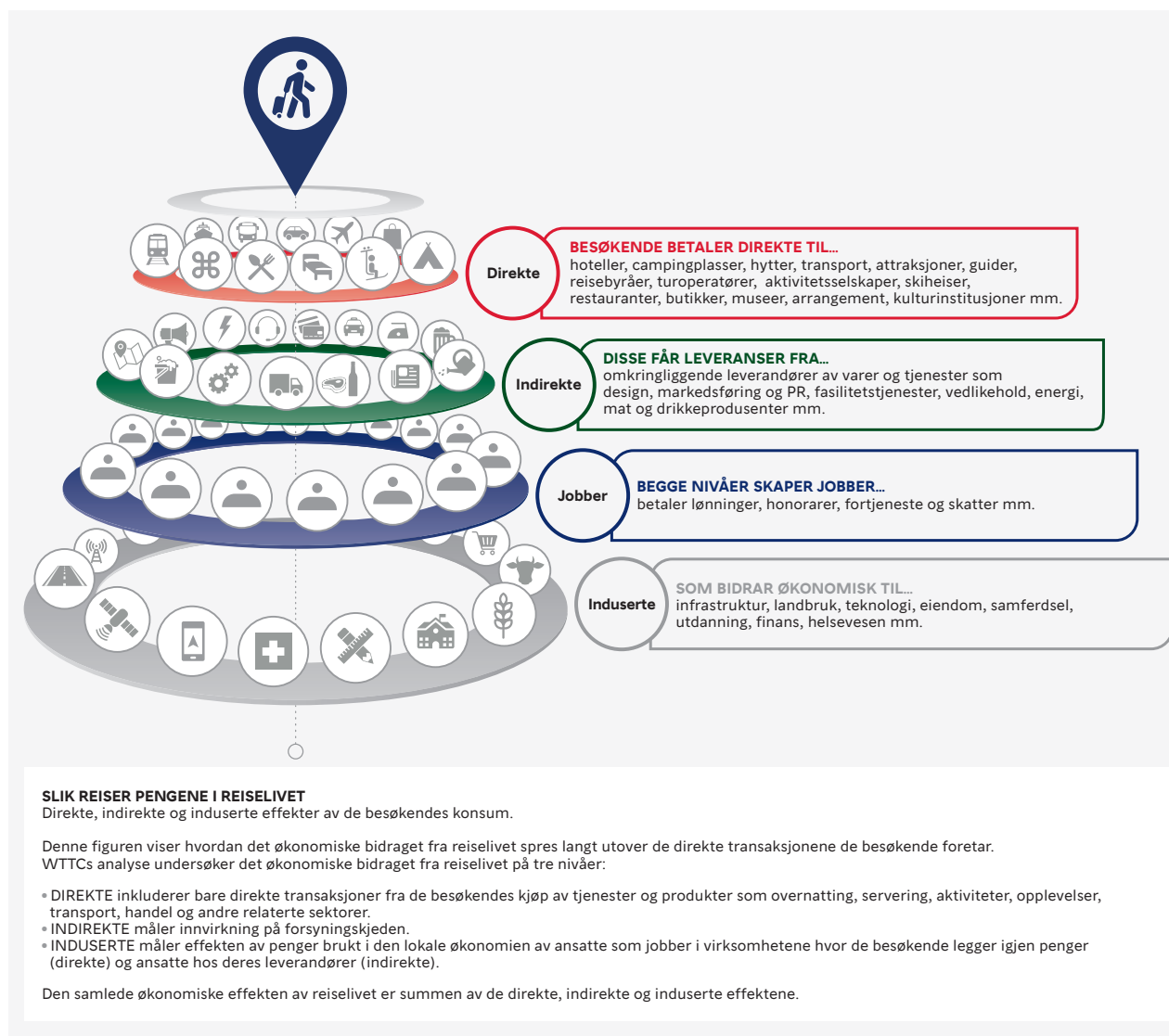
### Effekten fordeles på mange

Reiseliv som næring består av flere bransjer som tilbyr varer og tjenester til mennesker på reise. De viktigste er overnatting, aktiviteter, attraksjoner og severdigheter, servering, møter og arrangement, kultur og underholdning, transport, informasjon og formidling samt handel og tilknyttede tjenester. Ulike bedrifter betjener ulike markeder gjennom året. Fordi mange har spesialisert seg på et hovedmarked er det, i likhet med landet for øvrig, en del ledig kapasitet i perioder av året.

Næringsaktører i reiselivet er avhengig av et organisert samspill med samfunnet rundt seg for at gjestene skal få en god totalopplevelse, og for å styrke den lokale verdiskapingen. Det er sammensetningen av type bedrifter og motiv og formål for reisen som i stor grad bestemmer konsumet for reisen.

Fordi konsumet er sammensatt fordeles effekten på mange ulike aktører, også utenfor kjernenæringene. For 2022 er det beregnet en samlet verdiskaping for reiseliv, transport og formidling i de fem kommunene på oppunder 1 mrd. kroner (se tabellen på side 30).

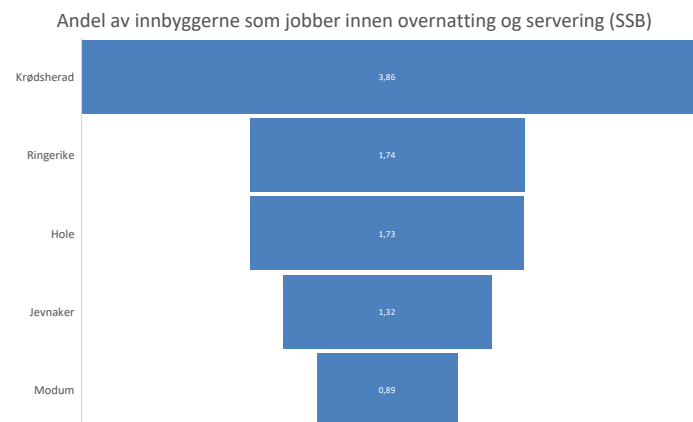
Som en tommelfingerregel nasjonalt sier man at ca. 64% av reiselivets konsum går til reiselivets kjernenæringene. Samtidig går 35% til varer og tjenester fra andre næringer. (SSB 2021)



Figur 19 Slik reiser pengene i reiselivet (WTTC 2017 i Nasjonal reiselivsstrategi 2030 side 21)

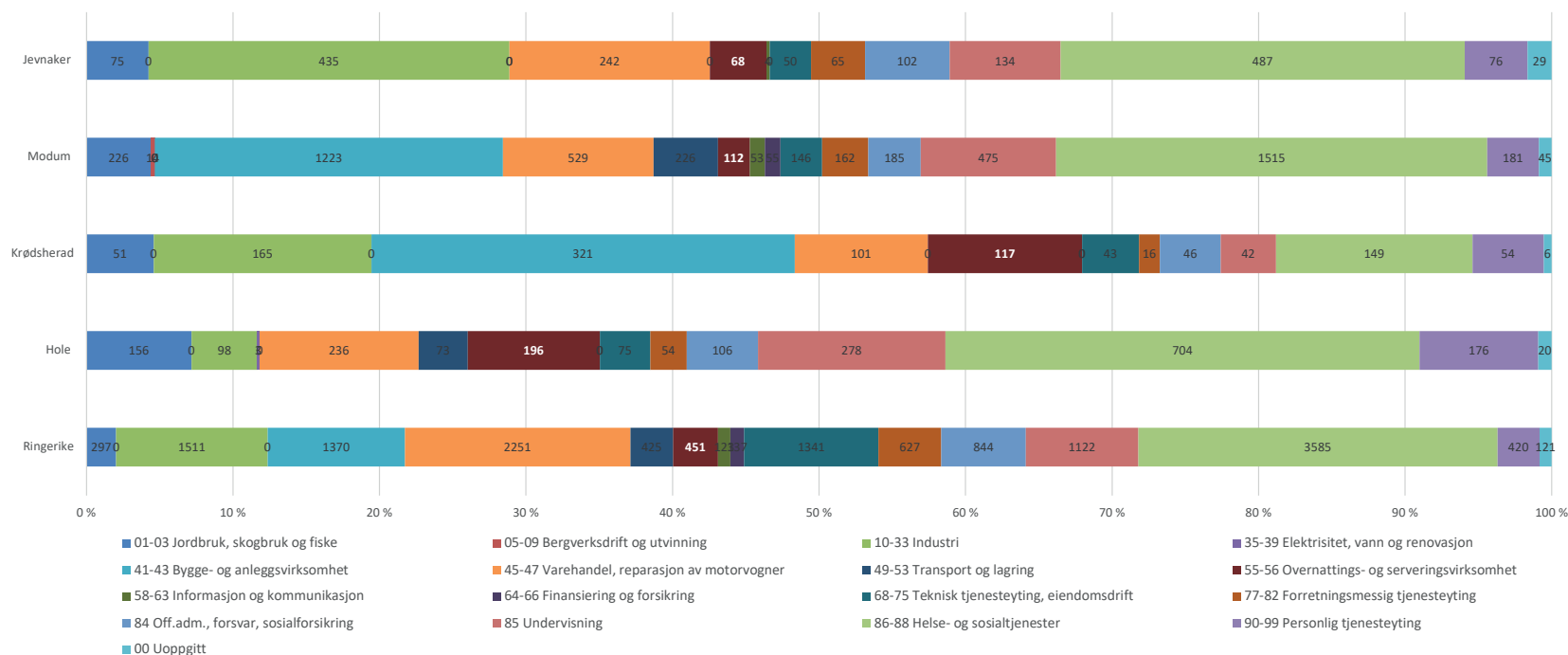
## Jobbskaper

Reiselivet gir et mangfold av jobbmuligheter, både heltid, deltid og sesongarbeidsplaser. Den er også en arena for faglærte og ufaglærte. I reiselivet nasjonalt er hver tredje ansatt under 24 år, og fire av ti har utenlandsk bakgrunn. Vi har ikke regionale tall på dette, men tallene nasjonalt viser at reiselivet er en stor ungdoms- og integreringsnæring. Bare innen overnatting og serveringsnæringen er det i alt registrert nærmere 1000 ansatte i de fem kommunene i regionen. I tillegg kommer alle som jobber med opplevelser og aktiviteter, transport og de som har det som tilleggsnæring. (SSB per 2023).



Figur 20 Andel av innbyggerne per kommune som jobber innen overnatting og servering (SSB 2023)

## Antall sysselsatte i regionen etter arbeidssted (SSB 2023)



Figur 21 Antall sysselsatte i regionen etter arbeidssted fordelt på næringsgrupper. Eks. av alle sysselsatte i Jevnaker jobber 68 personer innen overnattings- og serveringsvirksomhet. (SSB 2023)

Tabell med nøkkeltall for kommunene

	Krødsherad	Hole	Modum*	Ringerike	Jevnaker	SUM
Folketall 2. kvartal 2023 (SSB)	2 227	6 928	14 637	31 468	6 993	<b>62 253</b>
Nettoflytting 2022 (SSB)	34	27	262	499	100	<b>922</b>
Fritidsboliger (SSB 2023)	1 829	998	616	3 755	403	<b>7 601</b>
Andel fritidsboliger ift innbyggertall	0,82	0,14	0,04	0,12	0,06	<b>0,12</b>
Gjestedøgn fritidsboliger **	331 049	180 638	111 496	679 655	72 943	<b>1 375 781</b>
Antall overnattingsbedrifter (SSB 2023)	8	6	4	8	1	<b>23</b>
Kommersielle gjestedøgn (SSB 2022)	170 915	121 088	29 481	6 716	***	<b>328 200</b>
Airbnb antall utleieenheter per. aug. 2023 (Airdna.co)	159	38	38	91	24	<b>350</b>
Antall sysselsatte etter arbeidssted innen servering og overnatting (SSB 2023)	117	196	112	68	68	<b>561</b>
Antall sysselsatte i reiselivet (NHO Reiseliv / Menon Economics 2023)	315	229	362	626	92	<b>1 624</b>
Netto utpendling av reiselivsansatte (dvs. skatteinntekter som tilfaller nabokommunen) (NHO Reiseliv / Menon Economics 2023)	0	0	0	0	1	
Kommunale inntekter fra personskatt fra sysselsatte innen reiselivet (NHO Reiseliv / Menon Economics 2023)	?	?	11,1 mill.	17,3 mill.	3,5 mill.	
Verdiskaping innen transport og formidling	1 675	21 315	63 082	68 074	1 195	<b>155 340</b>
Verdiskaping innen reiselivet ellers	100 074	298 152	61 182	183 310	108 542	<b>751 261</b>
Sum verdiskaping fra reiselivet^	101 749	319 467	124 264	251 384	109 737	<b>906 601</b>

\* tall for kommersielle overnattinger inkluderer Lier. \*\* Basert på estimat v Menon; 181 gjestedøgn pr. hytte pr. år. \*\*\* utelatt av konfidensialitetshensyn. ^ Innovasjon Norges Bransjenettsted



Fosseparken, Hønefoss sentrum, Ringerike. Foto: Visit Øst-Norge.

## KAPITTEL 3

# PREMISSER FOR EN HELHETLIG UTVIKLING AV REISELIV SOM NÆRING OG LOKAL- SAMFUNNSBYGGER





Strategiarbeidet for reisemålsutvikling i Ringeriksregionen bygger på føringer i Nasjonal reiselivsstrategi og NOU 2023:10 "Leve og oppleve". Som beskrevet innledningsvis i rapporten, så er målsettingen for strategiarbeidet å få en felles plattform for at reiselivsutvikling i regionen kan bidra til å styrke bolyst, blilyst og attraktivitet for annen næringsutvikling i regionen. I det følgende beskrives noen prinsipper innen helhetlig utvikling av reiseliv som næring og lokalsamfunnsbygger.

### 3.1. Hvem tar regien?

På mange måter ligner reiselivsopplevelsen på det som skjer på et teater: den forestillingen teatergjestene ser på scenen, er et resultat av det som skjer og har skjedd bak scenen: planlegging, manus, regi, prøver, lys, lyd, kostymer og lignende. Det er samspillet mellom tiltak på og bak scenen som gjør en teaterforestilling vellykket. En reiselivsstrategi skal først og fremst være et verktøy for å sikre koordinering og gjennomføring av tiltakene bak scenen. Mens en strategi på destinasjonsnivå, slik

som eksempelvis Visit Norefjell sin er tettere på aktørene, kan en regional strategi i stor grad legge til rette for at enkeltkommuner kan bli gode lagspillere med sitt reiseliv, og samtidig løfte regionen som helhet og få en synergieffekt for flere gjennom felles innsatsområder og prioriteringer som ikke den enkelte kommune isolert sett vil være tjent med å løse alene.

For at strategien skal fungere må både offentlige og private aktører bidra til gjennomføring.

Strategien må derfor forene kommunenes behov for befolkningsutvikling og levende lokalsamfunn med reiselivsaktørenes behov for å være en del av et attraktivt reisemål som også har internasjonal konkurransekraft.

#### Bak scenen (regien):

- Strategiske planer
- Markedsvalg
- Produktutvikling
- Infrastruktur
- Servicekvalitet
- Nyskaping
- Kompetanse
- Bærekraft
- Aktørnettverk



**Kommunikasjon (ulike målgrupper, budskap og kanaler):** Hva sier vi til hvem via hvilke kanaler?

#### På scenen (gjestene opplever):

- Meningsfulle opplevelser
- Fantastisk atmosfære
- Lærer noe nytt
- Spennende omgivelser
- Hyggelig vertskap
- God informasjon
- God tilgjengelighet
- «Nå har jeg det bra» 😊

MIMIR

Figur 22 Regien på reiselivet. Mimir AS

### 3.2. Reisemålsledelse

I NOU 2023:10 "leve og oppleve" er det som vist i avsnitt 1.2.4. foreslått en ny modell for organisering av bærekraftige norske reisemål. Denne er sentral i strategiarbeidet for Ringeriksregionen. Her skisseres en ny modell for "organisering av bærekraftige norske reisemål". Reisemålsledelsen vil få en sentral oppgave både mht. å forvalte fellesgoder og jobbe med besøksforvaltning.

Utvalget definerer reisemålsledelse på følgende måte:

Reisemålsledelse handler om å definere og koordinere utviklingen av et mer bærekraftig reiseliv på reisemålet. Reisemålsledelsen er en bredt sammensatt gruppe med deltagere fra privat, offentlig og frivillig sektor og eventuelt andre aktører i lokalsamfunnet, som samarbeider for å oppnå visjonen og målene for reisemålet. (NOU 2023:10 s. 55)

I merkeordningens Standard 3.0 handler område A om destinasjonsledelse. Begrepet destinasjonsledelse tilsvarer begrepet reisemålsledelse slik det defineres i NOU. Boksen (figur 23) viser detaljene i merkeordningen mht. kriterier og tilhørende indikatorer. Under punkt A1-1.1 ser vi at formuleringen er tilsvarende som i definisjonen av reisemålsledelse i NOU (se tekstboksen ovenfor).

Flere av kommunene i Ringeriksregionen har allerede gjennom involvering i merkeprosessen tatt stilling til handlingsplaner og fått reiseliv på dagsordenen. Dette gir et godt utgangspunkt for å jobbe enda mer systematisk og i tillegg løfte innsatsen opp på et regionalt nivå, og finne felles innsatsområder for regionen som helhet. Den utførende reisemålsledelsen kan være forskjellig organisert, og kommunene kan velge å delegerer dette. Hvilken aktør som skal lede arbeidet i reisemålsledelsen, må avklares lokalt og formaliseres gjennom avtaler.

Utvalget (NOU 2023:10) peker på at det er få norske reisemål som har etablert en helhetlig reisemålsledelse. Det er store variasjoner i hvem som samarbeider med hvem på reisemålene, og samarbeidet er som oftest lite formalisert. Det mangler et funger-

KRITERIER	INDIKATORER
<b>A1-1</b> Reisemålet har en bredt sammensatt destinasjonsledelse med ansvar for en koordinert tilnærming til arbeid med et bærekraftig reiseliv	A1-1 Har reisemålet en destinasjonsledelse med ansvar for å koordinere arbeid med reiseliv, herunder reiselivets samfunnsøkonomiske, kulturelle, klima- og miljømessige forhold. Destinasjonsledelsen er bredt sammensatt med deltakelse fra privat-, offentlig- og frivillig sektor og lokalsamfunn A1-1.2 Har kommunen(e) fattet et vedtak i kommunestyret om å være en aktiv bidragsyter for å oppnå merket Bærekraftig reisemål A1-1.3 Tar destinasjonsledelsen initiativ til å involvere lokale aktører, utbyggere og eiere av fritidsboliger i utvikling av reisemålet
<b>A1-2</b> En betydelig andel av relevante bedrifter på reisemålet skal delta aktivt i finansiering, utvikling og markedsføring av reisemålet	A1-2.1 Andel reiselivsbedrifter som er medlem i destinasjonsselskapet og med skriftlig avtale om betaling av årlig medlemsavgift i forhold til totalt antall reiselivsbedrifter på reisemålet A1-2.2 Antall tiltak for å rekruttere nye medlemsbedrifter siste 3 år

Figur 23 Kriterie A, Destinasjonsledelse. Fra Merket for bærekraftig reisemål standard 3.0 side 6

ende system for å utvikle reiselivet som en del av en helhetlig samfunnsutvikling. Samarbeidet og samhandling mellom aktører på reisemålene skjer på ulike måter, men kommunen og reiselivsnæringen har nøkkelroller alle steder. Hvem som skal delta i reisemålsledelsen varierer med type reiseliv, og må avgjøres på det enkelte reisemål.

Ulike typer reisemål har ulike behov. Derfor legges det også i denne situasjonsanalysen vekt på å forstå Ringerike som en region med flere reisemål. Ettersom regionen består av ulike typer reisemål med ulike produkt- og markeds koblinger og ulike utviklingsbehov, vil det bli utfordrende å definere en felles reisemålsledelse for regionen som helhet. Heller kan man tenke seg at det etableres et interkommunalt / regionalt reiselivsråd som representerer og finner regionale interesser og virkeområder inn mot de enkelte reisemålsledelsene i regionen. Regionrådet vil på den måten kunne bli en del av "Reiselivets økosystem"<sup>19</sup> på de enkelte reisemålene, og samtidig være en felles stemme opp mot regionale og nasjonale høringsrunder og næringspolitisk arbeid.

19 Reiselivets økosystem: Dette begrepet brukes i Nasjonal Reiselivsstrategi for å beskrive hvordan reisemål skapes i relasjoner og prosesser mellom bedrifter, organisasjoner, de besøkende og lokalsamfunnet. Mer om dette perspektivet i avsnitt xxx

### 3.3. Reiselivets økosystem

Gjennom denne rapporten har det flere ganger blitt vist til reiselivet som et økosystem. Under punkt 2.6. og figur 19 ble det vist hvordan næringsaktørene i reiselivet er avhengig av et godt samspill med samfunnet rundt seg for at gjestene skal få en god totalopplevelse. Konsumet er sammensatt og fordeles på mange.

Å forstå reiselivet som et økosystem fremfor en lineær verdikjede er et sentralt perspektiv i Nasjonal reiselivsstrategi 2030, og NOU 2023:10.

I et økosystem er ulike aktører og deltakere gjensidig avhengig av hverandre. Når et ledd ikke fungerer, påvirker det andre deler av økosystemet. Til forskjell fra de fleste andre næringer kommer kunden til "produksjonsstedet". Produktet eller opplevelsen er definert i tid og rom, ved at den leveres der og da. Fordi målet med en reise ikke nødvendigvis er knyttet til en kommersiell aktør, men like gjerne kan være et besøk til en kulturattraksjon, en naturopplevelse, eller besøke en venn er det summen av kommersielle- og ikke kommersielle opplevelser på det enkelte stedet og i det enkelte lokalsamfunnet som avgjør gjestetilfredsheten og omdømme.

#### Reiselivet som et økosystem (fra Nasjonal reiselivsstrategi 2030 s. 21)

"Reiselivet er helt avhengig av et organisert samspill med samfunnet rundt seg, fordi motivet for en reise ikke nødvendigvis er et kommersielt produkt, men like gjerne å søke et naturområde, et kulturarrangement, et naturfenomen eller en attraktiv by. I sum gjør dette reiselivet til et økosystem og et nettverk av bransjer med mange ulike koblinger mellom markeder, aktører og leverandører. Når et ledd i økosystemet ikke fungerer, skaper det derfor utfordringer for andre deler av økosystemet."

#### 3.3.1. Hvem er en del av økosystemet?

Økosystemet kan bestå av en rekke aktører som har et direkte og opplagt samarbeid og gjensidig avhengighetsforhold, og aktører som ikke ser seg selv som en del av

økosystemet, men som når det kommer til stykket er viktige premissleverandører, og igjen også påvirkes av hvordan økosystemet fungerer. Eksempler på det er lokalbefolkningen, lokalpolitikere / rammesettere, friluftslivsforeninger, frivilligsentralen, legevakt / beredskap, med flere.

Suksessen til et økosystem avhenger av viljen og evnen til å samarbeid på tvers – på tross av ulike ståsted. (Hillebrand, 2022)

Økosystemperspektivet innebærer at aktørene mest sannsynlig vil representere ulike ståsted, og til tider ha motstridende interesser. Eksempelvis kan det være et gap mellom hvordan innbyggerne opplever at turisme påvirker naturområder versus hvordan aktivitetsleverandører mener turismen påvirker naturområdene. Gjennom merkeordningen for bærekraftig reisemål gjennomføres det innbyggerundersøkelser, gjesteundersøkelser og bedriftsundersøkelser. Dette er eksempler på gode verktøy der man får belyst ulike parametre fra forskjellige perspektiv.

Et økosystem kan tegnes både ut fra et bedriftsperspektiv, for et reisemål og for en region som helhet, og vil se ulikt ut ettersom hvilket utgangspunkt man tar. Gjennom å tegne dette kartet kan det bidra til å styrke en helhetlig forståelse av reiselivet, og derigjennom se nye potensielle allianser, nettverk og måter å jobbe tverrfaglig og på tvers av sektorer. Det er også en metode for å kartlegge ulike interesser, potensielle konfliktområder og jobbe systematisk med involvering og forankring. En helhetlig forståelse av reiselivets økosystem er viktig for å bygge kapasitet i alle ledd og styrke lokal håndteringsevne.

Som vist til under punkt 1.2.4. og figur 5, ligger det en forventning om et skifte mot et regenerativt reiseliv. For å få til dette blir det særlig viktig, om ikke avgjørende å få til en god samhandling mellom aktørene.



Kistefoss Museum, Jevnaker Foto: Kistefos.

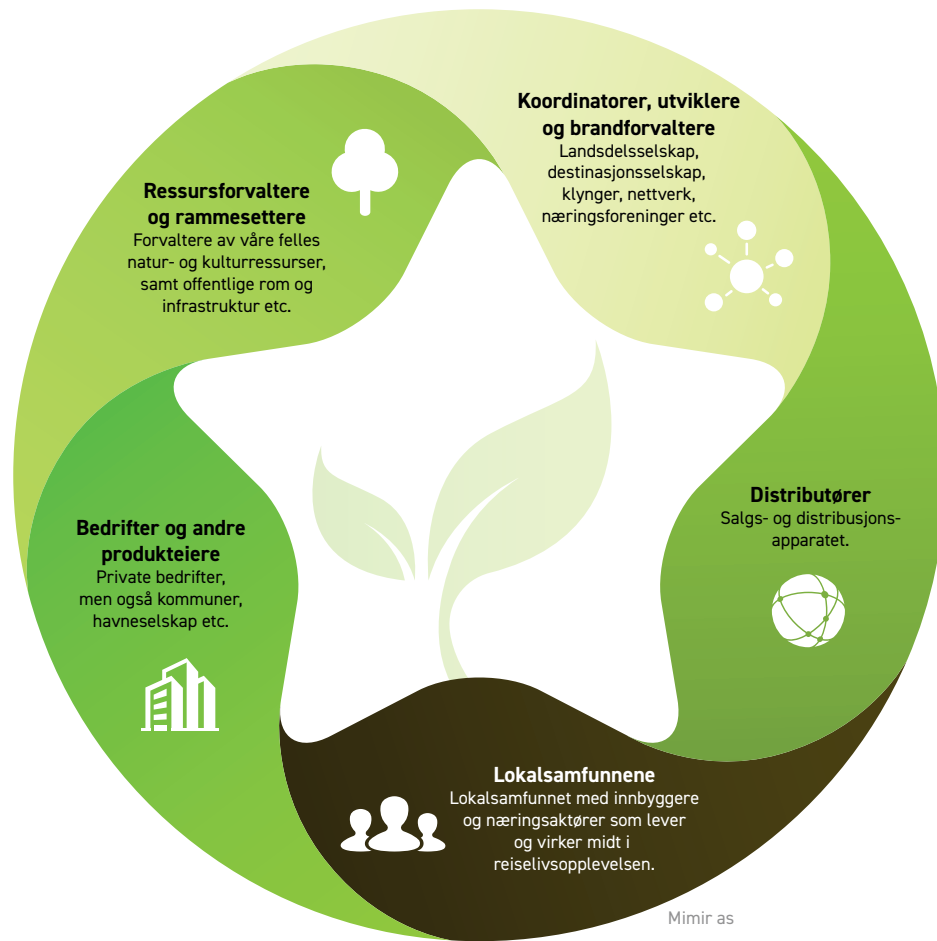


Ringerike. Foto: Hans Haug

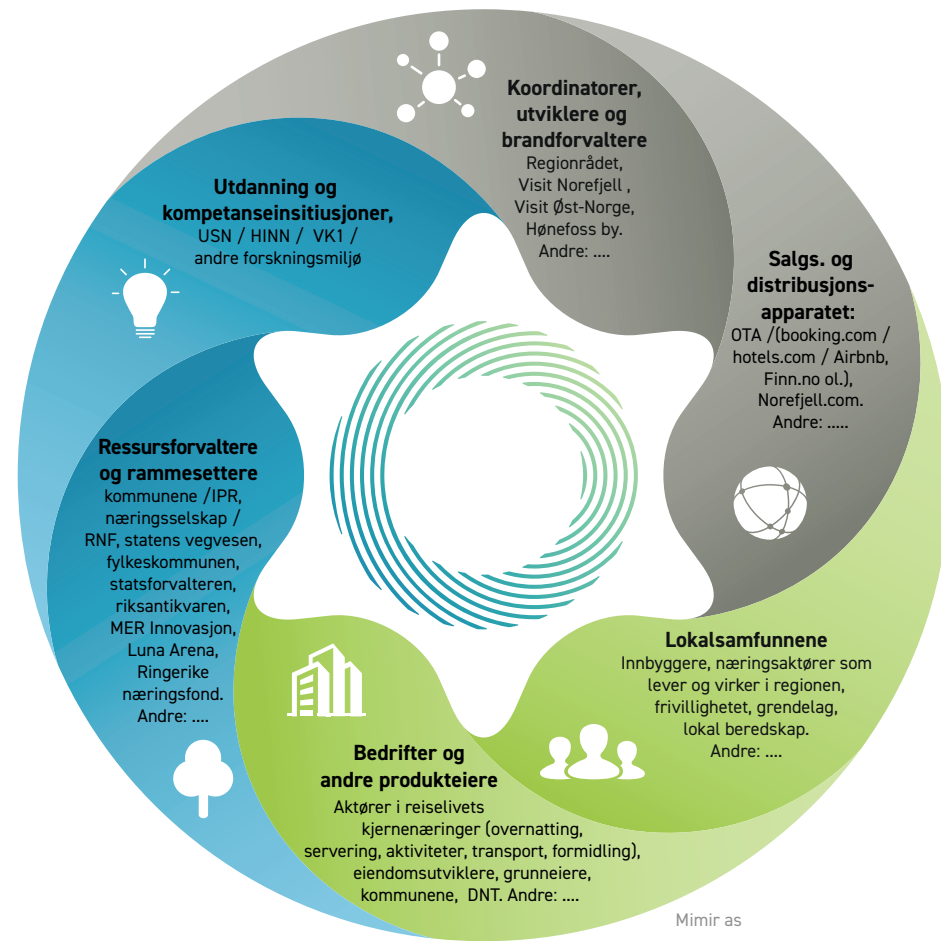
### En del av prosessen med å definere reiselivets økosystem handler om å:<sup>20</sup>

- **finne noen felles verdiforslag** – kan man forenes om noen grunnleggende verdier for utviklingen i regionen (eks. reiselivet skal bidra til økt bolyst og blilyst)
- **finne en felles konsensus** – forståelsen av verdiforslaget
- **kartlegge ressursene** – gjøre ressursene tilgjengelig for å svare opp verdiforslaget – eks. innbyggerinvolvering, friluftsråd, frivillighet, kompetansemiljø ved USN, videregående skoler, næringsaktører osv.
- **kartlegge hvilke aktører som påvirker og påvirkes** av reiselivet (Her kan det være fint å ha med i betraktning at de som både påvirker og påvirkes har størst forhandlingsmakt, eksempelvis kommunene: de kjenner konsekvensene når ting ikke fungerer mht. eks. renovasjon, toalettfasiliteter, mistriivsel blant innbyggere etc, og har gode muligheter for å påvirke gjennom rammevilkår, infrastruktur og arealpolitikk. De som i hovedsak påvirkes har ofte svakere forhandlingsmakt, eks. blir lokalbefolkningen fort oversett fordi de ikke nødvendigvis påvirker direkte i utgangspunktet. Derimot utgjør de en viktig del av reiselivets økosystem. Trives ikke innbyggerne med turismen som er, fungerer ikke økosystemet. Enkelt sagt: De som påvirkes må få ansvar for å være med å påvirke utviklingen, og de som påvirker må være med å ta ansvar for helheten).
- **anerkjenne + håndtere** reiselivets paradoks – få ulike holdninger og ståsted på bordet, ta de seriøst og jobb med å finne løsninger, fremfor å bekjempe motsetninger
- **involvere:** inviter til dialog på tvers – få aktørene til å se nye koblinger, og muligheter
- **iverksette:** som et resultat kan denne måten å jobbe på bidra til nye formelle og uformelle nettverk og samarbeid

På neste side illustreres en måte å skissere opp et økosystem på, både generelt sett, og for Ringeriksregionen. Det å tegne dette kartet mer systematisk og grundig kan være en nyttig øvelse i en strategiprosess.



Figur 24 Reiselivets økosystem. Generell modell. Mimir as

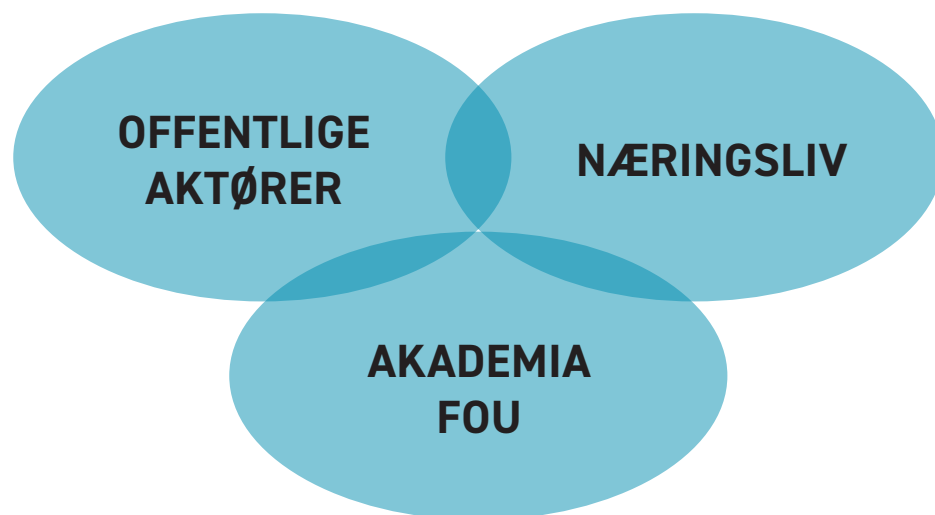


Figur 25 Skisse: reiselivets økosystem i Ringeriksregionen

### 3.3.2. Kort beskrivelse av viktige aktører i økosystemet

#### Regionalt

Det regionale nivået inkluderer både fylkeskommunene, og regionråd. Mye av ansvaret for virkemidler som skal bidra til å skape arbeidsplasser, bosetting, infrastruktur og utdanningstilbud forvaltes her. Virkemidler ovenfor andre offentlige aktører og næringsliv koordineres både gjennom fylkeskommunene og regionråd. På det regionale nivået ligger også muligheten for å styrke reiselivets innovasjonssystem; koordinering mellom kunnskapsaktører, virkemiddelaktører, styrking av samspill på tvers av bransjer og sektorer er sentrale tematikker her (også kjent som trippel helix modellen, jf figur 26.)). Se tekstboks for beskrivelse av innovasjonssystemet.



Figur 26 Trippel helix modellen

Et regionalt innovasjonssystem består av aktører og aktiviteter som påvirker læring, kunnskapsutvikling og innovasjon i en bransje eller en bedrift i en region. Dette kan være gjennom arbeidsmarked, anvendte forskningsinstitusjoner, forretningsmessig tjenesteyting og service, lokal kultur. For å kunne kalle det et innovasjonssystem må det være kontakt og utveksling av informasjon, ideer og kompetanse mellom de ulike aktørene" (Fra evalueringen av Nordlands innovasjonsstrategi for smart spesialisering 2014 – 2020, i Finne et al. 2020 s.2)

#### Kommunalt

Kommunene har en sentral rolle i å avveie alle samfunnsmessige hensyn i utvikling på reisemål. Derfor må strategier og hovedprioriteringer være forankret i kommunenes overordnede planverk, som er viktige styringsdokumenter for den reisemålsutviklingen som skal skje (NOU 2023:10 s. 55).

For di reiseliv er en næring med tette koblinger til lokalsamfunnet, har kommunene flere viktige roller i reiselivsutviklingen (se tekstboks).

**Kommuneplanens arealdel er viktig** med tanke på regulering av type næringsvirksomhet, boligbygging eks. fordeling av antallet fritidsboliger vs. kommersielle overnattingsenheter (kalde vs. varme senger) og disponering av friluftarealer.

**Det er viktig at kommunene opptre forutsigbart** og har en bevisst strategi for hver av disse rollene som nevnt i tekstboksen. I NOU 2023:10 punkt 2.1. er det en tydelig forventning til at kommunen tar en enda mer aktiv rolle fremover i reiselivsutvikling og besøksforvaltning.

- **Rammesetter** – Kommunal planlegging, skjenkebestemmelser, politiske føringer osv.
- **Utviklingspartner** – Stimulere næringsutvikling, bruk av Næringsfond mm.
- **Produkteier** – Gågater, turstier, badestrender osv som også er komponenter i helhetsproduktet.
- **Koodinator** – forvalter helheten og flere sektorer med betydning for stedets utvikling som reisemål.

I samspillet mellom kommunen og reiselivsaktørene om reisemålsutviklingen, blir det særdeles viktig at kommunen ser hvilke roller den utøver når og i hvilke sammenhenger.

Figur 27 Kommunens roller i reiselivsutvikling. Jervan et al. 2011

En hovedutfordring i arbeidet med samfunnsplanlegging og reisemålsledelse er **tilstrekkelig kompetanse og kapasitet**. Demografiutvalget peker på at særlig distriktskommuner har svært få ansatte som jobber med planlegging og samfunnsutvikling.<sup>21</sup> På den annen side er gjerne samordning enklere for småkommuner, med kortere beslutningsveier og god kjennskap til hvilke aktører som kan aktiviseres for å få til aktivitet.<sup>22</sup>

Utvalget peker på at kommunene gjennom plan- og bygningsloven er gitt myndighet til å avveie ulike samfunnsinteresser og legge planer for utviklingen av samfunnet. Utvalget mener derfor at kommunene i større grad må ta ansvar for en strategisk utvikling av reisemålet. (NOU 2023:10 s. 12)

Gjennom et regionråd vil man kunne koordinere og samle relevant erfaring og kompetanse så det kommer hele regionen til nytte. Eksempler på utviklingsprosjekt i reiselivet som har relevant overføringsverdi til andre deler av regionen er besøksforvaltningsprosjektet og mobilitetsprosjektet i Norefjell.

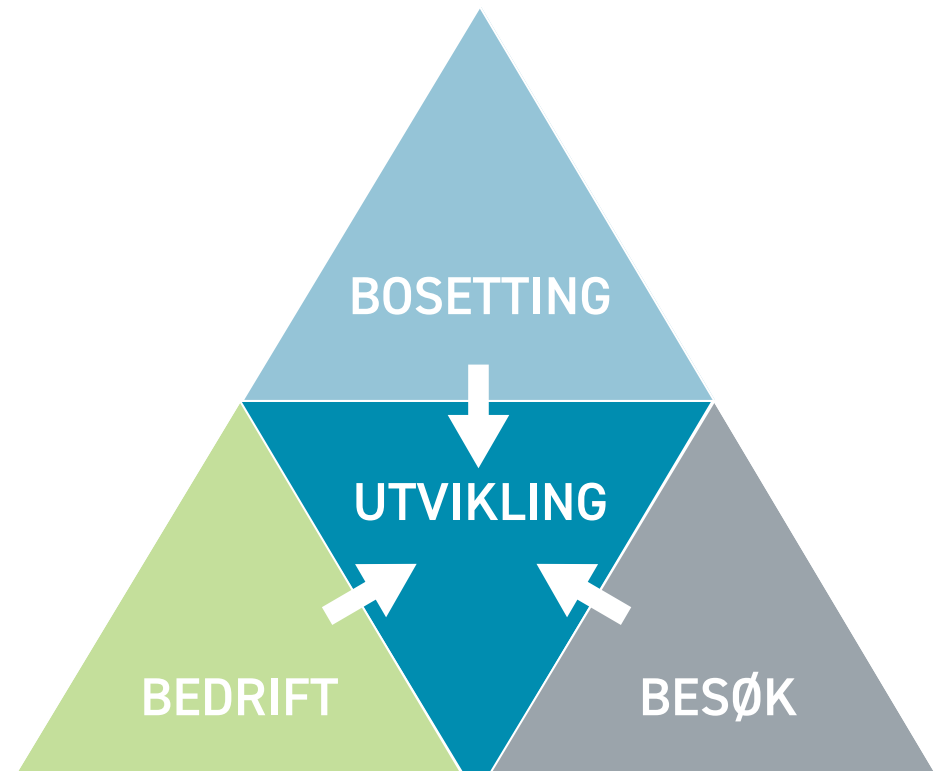
#### Lokalsamfunnet

Et sted er også de reisendes sted. Men reiselivet kan ikke være bærekraftig dersom det ikke baserer seg på innbyggernes trivsel. Telemarksforskning har utviklet en attraktivitetspyramide som de bruker for å illustrere sammenhengen mellom det å bo, skape utvikling i næringslivet og det å være et attraktivt sted å besøke. Deres forskning viser at det er en slik sammenheng og at den attraktiviteten som kan skapes gjennom å utvikle et sted som reise- og besøksmål også påvirker bo og- og etableringslyst (TF rapport nr. 319, s.20). Det vises også til denne modellen i næringsstrategien til Ringeriksregionen, i definisjonen av attraksjonskraft. Attraktivitetsmodellen, utviklet av Telemarksforskning, viser at et steds attraktivitet påvirkes både av strukturelle betingelser, det vil si forhold som stedet har liten mulighet til selv å påvirke, og forhold som stedet faktisk kan påvirke. Steder med positiv attraktivitet har større vekst enn hva de strukturelle betingelsene skulle tilsi.

21 NOU 2020:15

22 NOU 2023:10 s.63

En viktig del av arbeidet med å skape (og ta) eierskap til reiselivet i egen kommune og egen region, er innbyggerinvolvering. Identiteten i et lokalsamfunn er gjerne bestemt av noen spesifikke områder eller attraksjoner. Alle besøksmål bør derfor kjenne sin egen identitet og se den i sammenheng med stedets besøksmønstre. Her kan relevante spørsmål være "hvor vil vi at turistene skal gå? Hvordan finner de fram? Hva er det som skaper "gnisninger" mellom dem som kommer og dem som bor.



Figur 28 Attraktivitetspyramiden (TF rapport nr. 319 s. 20)



Brasserie Fengselet, Hønefoss. Foto Visit Øst-Norge.



## Frivilligheten

Et annet viktig element i et hvert lokalsamfunn er frivilligheten. Frivillige organisasjoner har viktige oppgaver som også kommer de besøkende til gode, som for eksempel vedlikehold og tilrettelegging av stier og naturområder og kulturminneforvaltning. En reisemålsledelse som sikrer godt samarbeid mellom næringsaktører, friluftsktører, frivillige organisasjoner og lokale myndigheter blir viktig for å sikre god håndteringsevne. Dårlig håndteringsevne kan få konsekvenser i form av økt belastning på frivillige redningstjenester, slitasje i naturen og på kulturminner og påvirke trivsel og engasjement blant de frivillige og andre innbyggere.

En måte å involvere frivilligheten på kan være at aktører herfra er representert inn i reisemålsledelsen, og evt. i et regionalt reiselivsråd. Eksempelvis friluftsråd, lokale DNT lag, røde kors hjelpekorps i kommuner med populære tur- og friluftsområder, språklaget, husfliden, grendelag, krøderbanens venner etc. der det er særlige forhold knyttet til kulturminner. Med andre ord vil det variere ettersom hvor det er særlig aktivitet i den enkelte kommune.

Alle kommuner har en frivilligsentral, som gjerne jobber med på sosiale tilbud i lokalsamfunnet for ulike grupper. I tillegg har flere en frivillighetskoordinator som er kommunalt ansatt som et kontaktledd mellom kommuneadministrasjon og frivillige aktører. Disse bør involveres i reisemålsledelsen. Per nå har Hole, Ringerike, og Krødsherad egne frivillighetskoordinatorer. Dette kan være et godt sted å starte for å kartlegge hvilken interessegrupper / foreninger som har berøringspunkter med attraksjoner og fellesgoder som også er av interesse for besøkende.

Frivillighet handler også om hvordan reiselivet kan ordne seg sammen med frivilligheten ifbm. å involvere seg inn i lokalsamfunnet. Eksempelvis er det mulig å se på løsninger for hvordan overskuddsmat fra hotell- og restaurantbransjen kan leveres til organisasjoner som matsentralen eller lignende.



## Destinasjonsselskapene

Det er svært stor variasjon i hvordan destinasjonsselskapene i Norge er organisert både i forhold til finansiering, geografisk omfang, formål, eierskap, oppgaver, antall ansatte og tilgang på ressurser. Det er derfor heller ingen fasit på hvilke oppgaver som tilfaller et destinasjonsselskap. Felles for alle er at de driver med markedsføring av destinasjonen. Utover dette er det et mangfold av oppgaver. Produktutvikling, kompetanseheving, pakketering er noen eksempler på oppgaver som i dag ligger hos et destinasjonsselskap.

På mange norske reisemål har destinasjonsselskapene tatt på seg rollen som koordinator i ledelsen av reisemålet. Selskapene rapporterer imidlertid at det ofte er lite samsvar mellom forventninger og tilgang på ressurser for å løse oppgavene, samt at de mangler myndighet eller verktøy til å løse utfordringene. Utvalget (NOU 2023:10) merker seg at kommunene ofte bidrar økonomisk til destinasjonsselskapene og overlater ansvaret for reiselivet til disse.<sup>23</sup>

Forventninger til oppgaver et destinasjonsselskap skal ta tak i har endret seg dramatisk de siste årene, spesielt i forbindelse med betydningen av å sikre et mer bærekraftig reiseliv. En kartlegging ifbm. NOU 2023:10 viser at det generelt sett er velfungerende samarbeid lokalt, men at selskapene må forholde seg til et økende antall ulike aktører med ulike forventninger og interesser (se illustrasjon). Det kommer også frem at mange destinasjonsselskap opplever konkurranse mellom nærliggende lokale selskap om roller og oppgaver. Det oppleves som utfordrende for destinasjonssamarbeidet at det ikke alltid er tydelige rolle avklaringer og oppgavefordelinger, lokalt og regionalt.

Mens Visit Norefjell er et typisk interkommunalt destinasjonsselskap med sine fire medlemskommuner (hvorav Modum og Krødsherad i Ringeriksregionen), er Visit Øst-Norge i større grad et regionalt destinasjonsselskap, først om fremst basert på antall kommuner som er involvert i samarbeidet. I dag er Ringerike og Jevnaker Kommune i Ringeriksregionen en del av Visit Øst-Norge. Hole Kommune står per i dag uten organisert reiseliv, men noen av aktørene er medlem i Visit Øst-Norge.

De to destinasjonsselskapene dekker i alt 15 kommuner (hvorav fire i Ringeriksregionen). Etter fylkesoppdelingen vil de to selskapene dekke i alt 3 fylker (Buskerud, Innlandet og Akershus). Det vil gjøre det mer komplekst å koordinere innsatsen, men



Figur 29 Det er komplekse samarbeidsflater og mange aktører som trekker på destinasjonsselskapene (Epinion og Gyger 2022)

gir også en sterk mulighet til å jobbe ut fra en større helhet, og jobbe for sømløshet ut fra et kundeperspektiv. Muligheten for å søke midler vil styrkes da man da har tre fylkeskommuner man kan samarbeide med.

I Nasjonal reiselivsstrategi vises det til hvordan destinasjonsselskapene i landet er i endring og må finne sin rolle i et nytt samspill mellom ansvarlig markedsbearbeiding, tilrettelegging og verdiskaping. «Byer eller destinasjoner med omfattende reiseliv må ha selskaper med ressurser i henhold til dette, og som i større grad kan ta roller i nettverk, klynger og de regionale innovasjonssystemene (...)».<sup>24</sup>

<sup>23</sup> Epinion & Gyger 2022

<sup>24</sup> Nasjonal reiselivsstrategi 2030 s. 40



Ringkollen, Ringerike. Foto: Hans Haug.

## KAPITTEL 4

# OPPSUMMERING OG ANBEFALINGER

Vikerfjell, Ringerike. Foto: Visit Øst-Norge.

Dette kunnskapsgrunnlaget har gitt et overordnet bilde av reiselivet i regionen. Den viser hvor tyngdepunktene er i dag, mht. volumer, reisestrømmer og ressurser. Kunnskapsgrunnlaget understreker også den tette koblingen mellom reisemålsutvikling og lokalsamfunnsutvikling.

**Kunnskapsgrunnlaget viser at det regionale perspektivet er viktig for å styrke reiselivets evne til å bidra til attraktive lokalsamfunn.**

Gjennom et regionalt perspektiv vil det være lettere å se helheten, også beskrevet som reiselivets økosystem. Arbeidet med reisemålsstrategien for regionen skal i særlig grad bygge på NOU'en "Leve og oppleve". NOU'en har et regenerativt perspektiv som premiss. Det betyr at reiselivet, i tillegg til å ivareta lokalsamfunn, natur og kultur, også skal bidra til å styrke og utvikle lokalsamfunn, naturområder og kultur.

Noen av innsatsområdene som kan bidra til en slik utvikling er muligheten man på et regionalt nivå har til å koordinere og skape delings- og samhandlingsplattformer på tvers av kommunegrensene. Dette kan være relevant for ulike formål, som eksempelvis å få frivillighet, ulike sektorer, bransjer og interesseorganisasjoner til å møtes, og dele erfaringer og kunnskap. Koordinere virkemidler og utviklingsprosjekt. Og ikke minst ha innflytelse på politiske beslutninger som påvirker reiselivet, både lokalt og nasjonalt. Dette kan være alt fra transportpolitikk, regler for overnatting og servering, areal- og boligpolitikk med mer.

Reisemålsutvikling har blitt sammenlignet med det som skjer på et teater, der det publikum i salen ser er avhengig av en god planlegging og jobben som gjøres "bak scenen". I reiselivet vil det være bedriftene og aktørene på det enkelte reisemålet som er "på scenen", mens regionrådet først og fremst vil være en av tilretteleggerne "bak scenen".

Ringeriksregionen består av flere reisemål med ulike produkt- og markedskoblinger. De ulike kommunene og reisemålene konkurrerer på ulike arenaer, og har dermed ulike behov for å få til et konkurransedyktig reiseliv. Regionrådets oppgave blir å finne en felles plattform for å kunne svare opp de ulike stedenes behov, og være en felles stemme opp mot nasjonale høringer og politisk arbeid. Regionrådet har med andre ord en viktig rolle med tanke på hvordan aktørene "på scenen" får mulighet til å levere, og for gjestens totalopplevelse.

Følgende fem punkter oppsummerer noen av hovedpoengene som bør tas med i det videre strategiarbeidet for "Ringeriksregionen som reisemål".



Hønefossen, Oppgangssaga, Ringerike. Foto: Jan Bjerkeli.



Gledeshuset, Ringerike. Foto: TBA.

## 1. Et mangfold og produkt- og markedskoblinger

Ringeriksregionen er mangfoldig og drar nytte av både å grense mot befolknings-tette områder på Østlandet med god infrastruktur, og store hytteområder i Valdres og Hallingdal. Det er flere store trafikkskaperne i regionen innen reiseliv; kulturattraksjoner i verdensklasse, Norefjell som en av de største vintersportdestinasjonene i landet, et mangfold aktører innen lokalmat, små og store aktivitets- og overnattings-aktører, friluftsliv, hytteliv mm.

Det er et stort spenn i ulike produkt- og markedskoblinger. Utfordringene varierer. For eksempel har Norefjell ledig kapasitet deler av året i sine kommersielle enheter. Samtidig er arealpress og fritidsboligutvikling en tematikk i fjellet. I Jevnaker jobbes det hardt med å håndtere det store antallet dagsturister som kommer til Kistefos og Hadeland glassverk. Blaafarveværket og Vikersund hoppcenter jobber for å nå nye målgrupper. De ulike stedene har ulike forutsetninger for å styrke sin konkurranseposisjon, som per i dag først og fremst er forankret i det norske markedet. For at Ringeriksregionen skal ha nytte av reiselivet må hver av disse produkt- og markedskoblingene lykkes på sine respektive konkurransearenaer. Bistanden fra kommunene og regionrådet må altså til en viss grad skreddersys for å forløse de ulike reisemå- lenes potensial.

## 2. Potensialet for vann-vinn mellom reiselivsutvikling og lokalsamfunnsutvikling

Det er stor sammenheng mellom et godt sted å besøke og ett godt sted å bo. NOU'en "Leve og oppleve" anbefaler at kommunene får en større rolle i reiselivsutviklingen, nettopp for å sikre en mer integrert planlegging og utvikling. Dette er ikke minst viktig i en tid der kampen står om kloke hoder og varme hender og der en må tenke nytt både om bolyst, billyst og tilflytning. Reiselivets evne til å bidra til lokal stolthet, en rekke ulike jobber og ikke minst liv og røre kan være viktig for at kommunene skal lykkes som attraktive lokalsamfunn.

Nasjonale reiselivsstrategi 2030 legger til grunn at reiselivet både skal øke sin verdiskaping og sin eksportandel og samtidig redusere klimautslippene. Nylig ble reiselivet også plukket ut som en av fem norske eksportnæringer. Dersom aktørene i regionen skal ta ut sitt potensial i det internasjonale markedet vil klimasmart markedsutvikling være avhengig av at man også på regionalt nivå jobber med grønn mobilitet og infrastruktur for både innbyggere og besøkende.

Ett annet eksempel som viser behovet for en mer integrert planlegging er reiselivets avhengighet av, men også bruk av areal. Flere av sektorene i reiselivet vil også være viktige støttefunksjoner i beredskapssammenheng samtidig som økt tilstrømning av besøkende kan utfordre kapasiteten i det lokale beredskapsapparatet.



Krøderbanen, Modum. Foto: Buskerudmuseet



Dronningveien, Hole. Foto: Oda Hveem

### 3. Bygge håndteringsevne

Reiselivets håndteringsevne handler om kapasiteten i alle ledd (på det enkelte sted / kommune / reisemål) til å legge til rette for en utvikling som gagnar både innbyggere, næringsaktører og besøkende, og som ikke går på bekostning av natur- og kulturressurser. Besøksforvaltning blir derfor et stadig viktigere tema, der kommunene som rammesetter og planmyndighet må spille en viktig rolle. I kunnskapsgrunnlaget vises det til "4R" modellen (se figur 9), som handler om hvordan turismen kan bidra til verdiskaping i tid og rom. Det vil si hvordan få "rette volumer av rette gjester til rett sted til rett tid". Økt helårsturisme, volumer i tråd med hva det er tilrettelagt for og produkter/opplevelser som treffer målgruppene.

Det er også viktig å se at de fleste steder i Norge, så også i Ringeriksregionen, har for få turister enn for mange. Hva skal til for å skape robuste bedrifter? Hvilken infrastruktur skal til for å legge til rette for god flyt i besøksvolumer, dempe trafikale utfordringer og øke lokal verdiskaping? Regionen har generelt sett en høy andel dagsturisme og gjennomreiseturisme. Hvordan kan man i fellesskap legge til rette for at den enkelte gjest oppholder seg lengre i regionen? Her vil både regional infrastruktur, tilrettelegging av natur- og kulturopplevelser og kunnskap hos den enkelte aktør være aktuelle forhold å ta tak i. Det blir også aktuelt å følge opp regionalt mht. fellesgodeutvikling og ev. regional forvaltning av midler knyttet til dette.

### 4. Reiselivets økosystem

Reiselivet er ikke en bransje, men ett sett av bransjer som til sammen bidrar til å levere varer og tjenester til mennesker på reise. For kunden er det summen av kommersielle- og ikke kommersielle opplevelser som utgjør totalopplevelsen. Dette gjør reiselivet til et verdiskapende økosystem. Aktørene i økosystemet vil variere med type tilreisende, men både handelsstand, håndverkere og redningsmannskaper kan inngå. På hyttestedestinasjoner vil for eksempel bygg- og anleggsbransjen ofte være den viktigste reiselivsaktøren.

Å forstå reiselivet som et økosystem underbygger kundeperspektivet og lokalsamfunnsperspektivet i reiselivet. Reiselivet handler om menneskemøter, og mennesker

som besøker et annet lokalsamfunn enn sitt eget. Det er mange aktører som er med å påvirke, som blir påvirket av eller som både påvirker og påvirkes av reiselivet i et lokalsamfunn. Gjennom økosystemperspektivet vil det også kunne oppstå nye formelle og uformelle nettverk og samarbeid. Det kan også være en god metode for å avklare roller og ansvarsområder, og mulige konfliktområder.

Vet å tegne "kartet" over reiselivets økosystem vil man synliggjøre aktører og interesser som påvirker og påvirkes av reiselivet i et lokalsamfunn og på et reisemål. Dersom et ledd i økosystemet ikke fungerer, vil det påvirke andre deler av økosystemet. For eksempel er det essensielt at innbyggerne ikke påvirkes negativt av reiselivsutvikling. En analyse av reiselivets økosystem vil derfor være en nyttig øvelse i en strategiprosess, og kan bidra til å synliggjøre og involvere aktører som umiddelbart ikke nødvendigvis ser seg selv -, eller regnes som en del av reiselivet.

### 5. System for samhandling, omstillingsevne og kunnskapsdeling

Denne rapporten dekker ikke alt som skjer i regionen av små og store prosjekt. Den understreker derimot at det er noen strukturelle forskjeller mht. hvordan reiselivet er organisert, og at det er ulike produkt – og markedskoblinger, samt ulik modenhetsgrad blant reisemålene.

Utover Norefjellregionen som gjennom mange år har bygget seg opp til et helårs reisemål er det øvrige reiselivet relativt spredt. Det finnes mye god kunnskap og erfaring blant de ulike aktørene, spesielt innen kulturturisme, resortutvikling og kurs- og konferansevirksomhet. I tillegg ligger Hønefoss som en potensiell hub i midten, med fagmiljø og utdanningstilbud. I sum gir det et spennende utgangspunkt for å kunne utvikle en regional kunnskapsplattform eller noen pilotprosjekt innen eks. grønn mobilitet for regionen eller besøksforvaltning (med erfaringer fra Norefjell), kulturturisme (med erfaringer fra "de tre store", Kistefos / Hadeland glassverk/ Blaafarveværket) og eksempelvis lokalmat (som løfter inn de mange små og mellomstore lokalmatproducentene i reiselivsutviklingen).

**Kombinasjonen av sterke enkeltbedrifter, godt etablerte reisemål, internasjonale idrettsarenaer med erfaring fra store arrangement, og kulturattraksjoner av internasjonal klasse gir altså tilgang til et unikt erfaringsgrunnlag som kan komme hele regionen til gode. I dette kunnskapsgrunnlaget er det vist til reiselivets innovasjonssystem. Koblingen mellom næring, kompetansemiljø og offentlige aktører på tvers av bransjer og sektorer vil bidra til å styrke reiselivets omstillingsevne.**

## Kilder

Engebretsen, Bettina og Iversen, Endre Kildal. 2020. Økonomisk analyse av reiselivet i Norefjellregionen. Menon-publikasjon nr. 49/2020

Epinion og Gyger. 2022. Utredning om destinasjonsselskap i Norge. Epinion og Gyger for Innovasjon Norge og Reismålsutvalget.  
Tilgjengelig fra: <https://business.visitnorway.com/no/nyheter/2022/utredning-om-destinasjonsselskap/>

Finansdepartementet. 2022. Et helhetlig skattesystem. 2022:10. Oslo: Departementenes sikkerhets- og serviceorganisasjon. Teknisk redaksjon. Hentet fra: link

Finne, Håkon., Mariussen, Åge og Løvland, Jarle. 2020. Først blant smarte regioner i Norge. Evaluering av Nordlands innovasjonsstrategi for smart spesialisering 2014 – 2020. SINTEF. Nordlandsforskning. Rapport 2020-12-07 Oppdragsgivers referanse: 15/8288.  
Hentet 30. mai 2022: <https://www.sintef.no/contentassets/9d497eb16e0b43c88c0c1510946301fb/sluttevalueringsrapport.pdf>

Hillebrand, Bas. 2022. An ecosystem perspective on tourism: The implications for tourism organizations. International Journal of Tourism Research / Vol. 24. Is. 4. P. 517-524.  
Tilgjengelig fra: <https://doi.org/10.1002/jtr.2518>

Hole kommune 2023. Handlingsplan for næringsutvikling. Publisert desember 2022. Oppdatert mars 2023.  
Hentet fra: Handlingsplan for næringsutvikling - gi innspill! - Hole kommune

Innovasjon Norge 2008. Hvitebok for reismålsutvikling. Hentet fra: [https://salten.no/sites/s/salten.no/files/srsak\\_0421\\_\\_vedlegg\\_\\_hvitebokreisemaalsutvikling2008.pdf](https://salten.no/sites/s/salten.no/files/srsak_0421__vedlegg__hvitebokreisemaalsutvikling2008.pdf)

Jervan, Bård., Olsson, Torill og Peters, Sarah. 2011. Kommunens rolle i reismålsutvikling. En kunnskapskartlegging gjennom et case – studie. Utarbeidet for Distriktssenteret av Mimir AS. Tilgjengelig fra: <https://distriktssenteret.no/wp-content/uploads/2013/04/kommunens-rolle-i-reisemaalsutvikling-sluttrapport-juni-2011.pdf>

Jevnaker 2021. "Fjordlandsbyen Jevnaker som turistdestinasjon". Prosjektplan versjon 1 pr. 09.02.2021

Kobro, Lars Ueland., Vareide, Knut., Haukeland, Per Ingvar og Jervan, Bård. 2013. Duett eller duell? Reiseliv og lokalsamfunnsutvikling. TF – Rapport nr. 319.  
Rapporten er utarbeidet på oppdrag for Distriktssenteret. Tilgjengelig fra: <https://distriktssenteret.no/wp-content/uploads/2013/09/Rapport-319-Duett-eller-duell-040913.pdf>

Kommunal- og distriktsdepartementet. 2022. Rettleiar om planlegging av fritidsbustader. Tilgjengelig fra: Rettleiar om planlegging av fritidsbustader (regjeringen.no)

Kommunal- og distriktsdepartementet. 2023. Nasjonale forventningar tli regional og kommunal planlegging 2023 - 2027.  
Hentet fra: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nasjonale-forventninger-til-regional-og-kommunal-planlegging-20232027/id2985764/>

Miljødirektoratet, Landbruksdirektoratet, Norges vassdrags- og energidirektorat og Statens vegvesen. 2023. Tiltaksanalyse for skog- og arealbrukssektoren (LULUCF):  
Hvordan Norge kan redusere utslipp av klimagasser fra arealbruksendringer innen 2030.  
Hentet fra: <https://www.miljodirektoratet.no/publikasjoner/2023/april-2023/tiltaksanalyse-for-skog-og-arealbrukssektoren/>



Nasjonalparken Næringshage. NA. "Grønn fjellhageby". Tilgjengelig fra: <https://www.nasjonalparkhagen.no/gronn-fjellhageby.html>

Norefjellregionen 2019. Oppsummering strategiplan, Norefjell mot 2030. Internt arbeidsdokument.

Norefjellregionen. NA. "Se opp til Norefjell". Nettside: Norefjell (seopptilnorefjell.no)

Nærings- og fiskeridepartementet 2021. Nasjonal reiselivsstrategi 2030. Sterke inntrykk med små avtrykk. Gjennomført ved Innovasjon Norge på oppdrag for NFD. Tilgjengelig fra: <https://business.visitnorway.com/no/strategi-for-norsk-reiseliv/>

Nærings- og fiskeridepartementet. 2023. Leve og oppleve. Reisemål for en bærekraftig fremtid. NOU 2023:10. Oslo. Departementets sikkerhets- og serviceorganisasjon. Teknisk redaksjon.

Ringeriksregionen 2022. Fremover sammen. Næringspolitisk strategi for Ringeriksregionen. Februar 2022. Hentet fra: <https://www.ringeriksregionen.no/files/dokumenter/prosjekter/framover-sammen/np-strategi-a4-060922-web-enkeltsider.pdf>

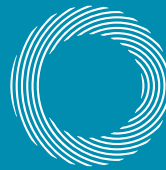
Ringeriksregionen 2023. NOU 2023:10 Leve og oppleve – reisemål for en bærekraftig fremtid – høringsinnspill fra interkommunalt politisk råd (IPR) for Ringeriksregionen. Tilgjengelig fra: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/horing-leve/id2969836/?expand=horingsssvar>

Samferdselsdepartementet 2021. Nasjonal transportplan 2022 – 2023: Fylkesoversikten Viken. Hentet fra: Nasjonal transportplan 2022-2033: Fylkesoversikt Viken | Samferdselsdepartementet (ntb.no)

SSB. Statistikkbanken. "Overnattingar, tabell 12893". Tilgjengelig fra: <https://www.ssb.no/statbank/table/12893/tableViewLayout1/>

Strategiplan Hønefoss by AS. Prosjekter 2023 – 2024. Hønefoss By (honefossby.com)

USN Campus Ringerike. "Ekspertene innen reiseliv og turisme". Nettside: Ekspertene innen reiseliv og turisme - Universitetet i Sørøst-Norge (usn.no) / Eventer, opplevelser og kulturbaserte næringer - Universitetet i Sørøst-Norge (usn.no)



Ringeriksregionen



Støttet av Viken Fylkeskommune