



SCENARIER FOR REISELIVET PÅ VESTLANDET 2030

Omsetting av fremtidsbildene i en felles visjon med konkrete målsettinger og tiltak for næring og offentlig sektor

13. november 2019

Styringsgruppens videreutvikling av scenariene

- Styringsgruppen valgte, i tråd med anbefalingene fra scenariokonferansen i mai, å gå videre med scenario 3 (se slides nedenfor). Med utgangspunkt i dette scenariet, samt de fire skriftlige innspillene/høringssvarene som ble levert før møtet i styringsgruppen 23. september, skisserte styringsgruppen en visjon for reiselivet på vestlandet:
 - **Attraktivitet gjennom bærekraft**
- ... hvor attraktivitet handler om å være attraktiv for alle interessenter:
 - I jobbmarkedet – ansatte og unge mennesker som velger studier og karriere
 - Lokalbefolkningen
 - Storsamfunnet – politikere, etater og media
 - Investorer
- Visjonen ble konkretisert i form av 10 målsettinger som til sammen er ment å dekke alle prioriterte dimensjoner av bærekraftbegrepet:
 1. Ingen overturisme
 2. Utslippsfri transport i regionen
 3. Lange opphold
 4. Helårsarbeidsplasser (bidra til lokal økonomi)
 5. Opprettholde naturmangfold
 6. Opprettholde kulturmangfold (stedsegenskaper)
 7. Styrket kunnskapsutvikling og tilgang på kompetanse
 8. Verdiskapingsvekst
 9. Lønnsomhet
 10. Bidrag til andres sektorers bærekraft*
- I tabellen på neste side konkretiseres og operasjonaliseres målsettingene i form av forslag til måleindikatorer (KPI), og det lanseres forslag til hva offentlige myndigheter og næringen kan gjøre for å bidra til å oppfylle målsettingene

* Denne målsettingen er ikke konkretisert

KONKURRANSEKRAFT GJENNOM BÆREKRAFT - HANDLINGSPUNKTER

Målsettinger – bærekraft-dimensjoner	Operasjonaliseringer – forslag til måleindikatorer	Virkemidler for å realisere egenskapene Offentlige aktører	Virkemidler for å realisere egenskapene Næringen – enkeltbedrifter og fellesaktører
1) Ingen overturisme (ubalansert turisme)	<p>Objektive mål: måleinstrumenter for tålegrense (for eksempel McKinseys modell for tålegrense)</p> <p>Subjektive mål: gjesters og lokalbefolkningens opplevelse (Innovasjon Norges turist- og lokalbefolkningsundersøkelser)</p>	<p>Vestlandsrådet etablerer standarder og velger måleinstrument</p> <p>Kommunene definerer tålegrenser og implementerer måleinstrument</p> <p>Sesongvariabel volumbegrensning, for eksempel besøksavgift (vei/parkering/havn)</p> <p>Fjerne flaskehals (kapasitet på infrastruktur, trafikkavvikling, parkering)</p>	<p>Øke priser i høysesong</p> <p>Konsentrere markedsføring utenfor høysesong</p> <p>Samkjørt begrensning av distribusjon, for eksempel kapasitet på OTA i høysesong</p> <p>Innføre tidssonebillettering</p> <p>Dynamisk prising over døgnet/uke/sesong</p> <p>Teknologi utvikling, for eksempel tek som informerer gjestene om overturisme</p>
2) Klimanøytral næring	<p>Karbonutslipp (klimakalkulator)</p> <p>Lokale miljøutslipp</p> <p>Gjenbruk/ressursutnyttelse/svinn</p> <p>(Kunders og næringens kjøp av klimavoter)</p>	<p>Utslippsfri kollektivtransport med økt (helårs)kapasitet</p> <p>Klimakrav i regulering av kabotasje (for eksempel klimakrav til buss og andre transportformer)</p> <p>Nullutslippskrav på fartøy i fjorder/kystnære områder</p> <p>Infrastruktur; landstrøm, ladestasjoner, hydrogen</p> <p>Brukervennlige gjenvinningsløsninger</p>	<p>Klimanøytral oppvarming og energibruk</p> <p>Gjenvinning, resirkulering og redusert matsvinn</p> <p>Velge lokale leverandører</p> <p>Velge nullutslipps transportløsninger</p> <p>Klima-/miljøkrav til kunder og leverandører</p> <p>Fordelsprogram basert på bærekraftige reisvalg</p> <p>Kjøp av klimavoter</p> <p>Utleie av klimatilpassede klær og utstyr til turister</p>
3) Lange opphold	<p>Gjennomsnittlig opphold utenlandske kunder i Norge</p> <p>Andel kunder med minst 10 dagers opphold i Norge</p> <p>Andel kunder med minst 7 dagers opphold utenfor sommersesongen</p>	<p>Besøksavgift reduseres/fjernes ved lengre opphold</p> <p>Reisepassløsninger for kollektivtransport</p> <p>Prioritere kunder og reisetypen med langt opphold i Norge</p>	<p>Prioritere kunder og reisetypen med langt opphold i Norge</p> <p>Prising: Rabatter på lange opphold</p>

Målsettinger – bærekraft-dimensjoner	Operasjonaliseringer – forslag til måleindikatorer	Virkemidler for å realisere egenskapene Offentlige aktører	Virkemidler for å realisere egenskapene Næringen – enkeltbedrifter og fellesaktører
4) Helårsarbeidsplasser og helårsdrift (bidra til lokal økonomi)	Helårsarbeidsplasser: Årsverk/sysselsatte (måler både deltid og sesong) på distriktsreisemål Helårsdrift: Antall måneder bedriftene holder åpent (helår defineres som minst 10 måneders drift) Antall tilgjengelige opplevelser per kvartal på reisemålet Helårs tilgjengelighet til reisemål	Prioritere infrastrukturtiltak som utvider arbeidsmarkedene på distriktsreisemål Vinteråpne og rassikre veier Økt satsing på kollektivtransport i lavsesong, inklusiv i anbudskonkurranser Helårsdrift tildelingskriterium for offentlig støtte til kultur/aktiviteter (offentlige museer bør være åpne hele året) Helårsdrift tildelingskriterium for lån og tilskudd Virkemiddelapparatet prioriterer reisemål som jobber systematisk med helårsutvikling	Deling av arbeidskraft mellom reisemål og bedrifter med ulik sesongprofil Koordinering av produktutvikling, markedsføring, salg og åpningstider mellom aktørene på reisemålene Prioritere lokale leverandører og lokal arbeidskraft
5) Opprettholde naturmangfold	Slitasje på naturen (er det målbart?) Verdsetting av «uberørt» natur	Utnytte handlingsrommet i Friluftsløven (allemannsretten) Bruke planmyndighetene i destinasjonsutvikling Tilrettelegging av stier for å redusere slitasje Innføre verdsettingsmodell for «uberørt» natur	God og synlig informasjon til gjestene Bidra til fellesfinansiering av naturopplevelser
6) Opprettholde kulturmangfold (stedsegenskaper)	Gjestenes opplevelse – autentisk/ekte Lokalbefolkningens opplevelse – om gjestene hemmer eller fremmer kulturen (INs befolkningsundersøkelse)	Faste målinger av lokalbefolkningens tilfredshet med reiselivet Støtte til bevaring av kulturlandskap Tilskudd til og tilrettelegging av lokale og regionale kulturopplevelser	God og synlig informasjon til gjestene Prioritere lokale kulturaktører og leverandører

KONKURRANSEKRAFT GJENNOM BÆREKRAFT - HANDLINGSPUNKTER (3)

Målsettinger – bærekraft-dimensjoner	Operasjonaliseringer – forslag til måleindikatorer	Virkemidler for å realisere egenskapene Offentlige aktører	Virkemidler for å realisere egenskapene Næringen – enkeltbedrifter og fellesaktører
7) Styrket kunnskapsutvikling og tilgang på kompetanse	Næringens innovasjonsinvesteringer Tilskudd til næringsrettet FoU (forskning og innovasjon) Antall relevante studieprogrammer Antall studenter på relevante studieprogrammer – både grunnutdanning og EVU	Øke relevans og kapasitet på reiselivsfaglig utdanning Økte midler til programmer og tiltak for kompetanseutvikling Sertifiseringsordninger	Bruke tilgjengelige virkemidler (for eksempel Skattefunn) for å styrke egen innovasjon Styrke samarbeid med utdannings- og forskningsaktører; for eksempel internships, bachelor- og masteroppgaver for bedrifter, gjesteforelesere fra næringen osv Felles trainee-programmer nasjonalt eller regionalt (for eksempel etter modell av Maritim Trainee)
8) Verdiskapingsvekst	Endring i verdiskaping (lønnskostnader + EBITDA) for innholdsbransjene på hver destinasjon og for alle reiselivsbransjer i regionen som helhet	Offentlig støtte til profilering og andre markedstiltak for reiselivet – og organisering av reiselivsmarkedsføringen Etablere nasjonalt program for reisemålsutvikling Inkludere effekter på reiselivet i samfunnsøkonomiske analyser av samferdselsprosjekter Koordinere kollektivtransport-tilbudet på tvers av fylker og transportformer Tilskudd og lån til bedrifters investeringer i kompetanse, produktutvikling og skalering	Enkeltbedrifters vekststrategier Samarbeid og/eller sammenslåinger mellom komplementære bedrifter (for eksempel transport, opplevelser og overnatting) Destinasjonssamarbeid for utvikling av attraktive helårsreisemål
9) Styrket lønnsomhet og soliditet	Driftsmarginer (EBIT-marginer) for hver av reiselivsbransjene Soliditet (egenkapitalandel) for hver av reiselivsbransjene	Forutsigbare og stabile rammevilkår Sanksjonering mot useriøse aktører – arbeidsmiljø, skatteunndragelse, konkursryttere	Mållrettet markedsarbeid mot kundesegmenter med høy betalingsvilje Jevnere kapasitetsutnyttelse over sesonger og ukedager Strategisk prising Kostnadsreduksjoner gjennom profesjonalisering og stordrift

