

FORSTUDIE

EIN MOGELEG FELLES

CRUISESTRATEGI FOR VESTLANDSREGIONEN

SEPTEMBER 2014



Innhald:

1. Innleiing	side 3
2. Bakgrunn	side 3
3. Problemstilling	side 4
4. Organisering av arbeidet	side 5
5. Cruisenæringa i Vestlandsregionen	side 5
6. Aktørar innan cruisenæringa	side 10
7. Verdiskaping og lønsemd	side 10
8. Berekraft - klima og miljøperspektivet	side 12
9. Avgifter	side 13
10. Infrastruktur	side 14
11. Forsking og dokumentasjon	side 15
12. Cruisestrategiar som del av reiselivsstrategiar	side 16
13. Problemstillingar og utfordringar ein kan jobbe vidare med regionalt	side 20
14. Konklusjonar	side 24
15. Forslag til mogelege delstrategiar 2015-2020	side 25
Vedlegg 1	side 27

1. Innleiing

Hordaland Fylkeskommune gjennomførte hausten 2013 ein forstudie med formål å få fram relevante utfordringar og moglegheiter knytt til cruiseverksemda som kunne danna grunnlag for vidare arbeid med ein cruisestrategi for Hordaland. Forstudien vart gjennomført etter oppmoding frå Forum Reiseliv, ei nettverksgruppe der alle destinasjonsselskapa i Hordaland er representert saman med NHO Reiseliv Hordaland, Innovasjon Norge Hordaland, Fylkesmannen i Hordaland, Fjord Norge AS, NCE Tourism og Hordaland fylkeskommune. Ein såg ikkje at dette var eit tema som ein enkel aktør eller destinasjon kunne ta opp, til det er meiningane for delte i næringa, samstundes som ringverknadene strekker seg langt ut over den enkelte kommune eller reisemål. I forstudien såg ein på kva utfordringar som er på nasjonalt nivå, på lokalt nivå og på utfordringar som fylket/regionen ikkje bør involvere seg i. Samstundes blei det gjort nokre tilrådingar med omsyn til vidare prosess og definisjon av det geografiske omfanget av arbeidet.

Ein tilråding frå forstudien var at dei fire Vestlandsfylka bør ha ein heilskapleg strategi for korleis ein vil påverke og styre utviklinga innan cruise. Vidare at denne strategien kan innarbeidast som ein del av «Reiselivsstrategi for Vestlandet 2013-2020». Ein Vestlandsstrategi for cruise bør omhandle tema som berekraftig utvikling, auka lønsemd og krav til framtidig struktur. Forstudien peikar på at ein felles Vestlandsstrategi vil kunne gjere regionen slagkraftig og gjere det mogeleg å legge føringar for og påverke utforminga av den nasjonale strategien.

Forstudiet med konklusjonar og tilrådingar vart handsama i møte mellom dei fire nærings-sjefane i januar 2014. Tilrådinga om utarbeiding av ein felles forstudie for ein mogeleg felles Vestlandsstrategi fekk tilslutning frå nærings-sjefane. Ein oppmoda difor om at rådgjevarar innan reiseliv saman skulle utarbeide ein felles forstudie der ein peikar på sentrale og relevante utfordringar og moglegheiter som så kan danna grunnlag for eit vidare arbeid med strategi-utviklinga. Vidare vart Hordaland fylkeskommune oppmoda til å koordinere den vidare prosessen.

2. Bakgrunn

Cruisetraffikken til Vestlandsregionen har dei seinare åra auka kraftig, og utgjer etter kvart ein viktig del av den totale reiselivsnæringa på Vestlandet. Ein slik vekst skaper nye moglegheiter for auka lønsemd og lokal verdiskaping i den landbaserte reiselivsnæringa. Reiselivsnæringa på Vestlandet står overfor ei rekke utfordringar knytt til cruiseturismen.

Dei økonomiske ringverknadene og dei miljømessige konsekvensane av cruiseturismen er uklære og til dels dårleg dokumentert. Tilpassa infrastruktur og fysisk tilrettelegging for cruiseturisme krev nye og betre løysingar.

Sjølv om cruisenæringa legg att store summar i form av offentlege avgifter og gebyr og kjøp av tenester i hamner, er det undersøkingar som tyder på at cruiseturistane sitt forbruk på land i langt mindre grad bidreg til auka lønsemd og verdiskaping samanlikna med den landbaserte reiselivsverksemda. Ei rekkje reiselivsbedrifter, til dømes innanfor innkvartering og servering, hevdar at cruiseturismen ikkje bidrar til auke i omsetning og lønsemd, men tvert imot representerer ein trussel. Andre bedrifter, spesielt innanfor attraksjons- og opplevingssektoren, er derimot tydelege på at cruiseturismen er særskild viktig og avgjerande for deira lønsemd og verdiskaping.

Cruiseskip medfører forureining i form av utslepp av eksos og spillvatn. Mengde, omfang og skadeverknad av dette er forhold som bør belyst nærare. Vidare ser ein at cruisetrafikken til tider fører til overfylte turistattraksjonar og trengsel i by- og bygdebildet og på den måten representerer volumforureining. Dette er for nokre reisemål i ferd med å bli et problem, også sett med lokalbefolkninga sine auge.

Debatten om den økonomiske verdien av cruisetrafikken for den landbaserte reiselivsnæringa og dei miljømessige konsekvensane er for tida sentral innanfor norsk reiselivsnæring. Det er framleis usikkert kor store dei økonomiske ringverknadene og dei miljømessige konsekvensane frå cruise-trafikken er. Samstundes råder det ei oppfatning om at vi som region og nasjon ikkje har ei bevisst nok haldning til korleis vi ynskjer å handtere cruisetrafikken.

3. Problemstilling

Reiselivsnæringa på Vestlandet står overfor ei rekke utfordringar knytt til cruiseturismen. Framover blir det difor viktig å fokusere på korleis vi kan utnytte cruiseturismen betre slik at han i større grad kjem den landbaserte reiselivsnæringa til gode, bidrar til auka lokal verdiskaping, og skjerp på en berekraftig måte. Ein kan difor skissere følgjande mål for det vidare arbeidet ;

I kva grad og på kva måte kan aktørane i regionen og det offentlege verkemiddelapparatet saman bidra til at cruiseturismen utviklar seg på en økonomisk og miljømessig berekraftig måte som skapar auka landbasert verdiskaping og lønsemd ?

Det er ynskjeleg å greie ut desse spørsmåla nærare, og utarbeide eit dokument som greier ut om sentrale problemstillingar knytt til cruiseverksemda. Vidare bør dokumentet danne eit godt grunnlag for val av strategiar for ein samla Vestlandsregion, basert på berekraft, auka lønsemd og lokal verdiskaping.

Ut i frå dette er det særleg 3 spørsmål ein ynskjer å sjå nærare på og som kan klargjere dei utfordringar regionen må ha ein mening om, og helst også ein strategi for å handtere, i tida framover. Gjennom forstudiet ønskjer ein å greie ut desse problemstillingane nærare og identifisere dei områda det kan vere naturleg for regionen å arbeide vidare med.

- Korleis skal ein få til auka verdiskaping og lønsemd for den landbaserte reiselivsnæringa ?
- Korleis legg ein best mogleg til rette for ei berekraftig utvikling av cruiseturismen ?
- Kva treng ein av tilrettelegging og utvikling av infrastruktur som støtter opp om auka lønsemd og ein berekraftig utvikling ?

4. Organisering av arbeidet

Problemstillinga er aktuell både for det offentlege verkemiddelapparatet og næringsaktørane. Det har difor vore særst viktig å lytte til kva dei involverte partane meiner om cruiseturismen. Vinteren og våren 2014 har ein difor jobba regionalt med eit felles forstudie om saka. Det har vore gjennomført to felles møte i Bergen der ein har diskutert sentrale problemstillingar og der ein også har hatt eksterne deltakare med som representerte næringa, det offentlege og organisasjonsapparatet. Ein rekkje gode innspel vart presentert. Vidare har ein sett på kva eksisterande reiselivsplaner i regionen seier om cruise, både som et strategisk verkemiddel for auka verdiskaping, men også på handlingsplannivå med konkrete tiltak.

Utkast til ein felles forstudie blei sendt ut i juni 2014 til ei rekkje næringsaktørar, bransjeorganisasjonar og offentlege instansar der vi ynskte innspel til utkastet til ein forstudie. Det var stort engasjement ute blant aktørane, og til saman kom det inn 26 innspel. Desse er enten innarbeidd i forstudien eller tekne med vidare, då dei er relevante og nyttige for sjølv strategi-prosessen. Saman med innspel frå dei fire fylkeskommunane og næringsaktørar legg ein no fram eit tilrådd forslag til ein felles forstudie som kan gje grunnlag for eit vidare arbeid med ein samla cruisestrategi for Vestlandsregionen. Hordaland fylkeskommune, Regionalavdelinga har koordinert arbeidet med forstudien.

5. Cruisnæringa i Vestlandsregionen

Cruise som feriefarm har globalt sett vakse kraftig dei seinare åra. Cruiseturismen har også hatt stor vekst i Europa og på nasjonalt nivå, og ei rekkje reisemål på Vestlandet er attraktive. Norge er nå med på lista over dei ti europeiske cruisedestinasjonane som blir mest besøkt. Med fjerdeplass i tal på innkommande passasjerar – knapt 2,5 millionar i Norges omlag 40 cruisehamner, har den økonomiske betydinga av cruise i 2012 auka til omlag 4,5 milliardar kroner (588 millionar euro), ifølge CLIA Europe si årlige gransking. På ei liste over dei 15 mest populære hamnene nord for Lisboa finn ein fem av dei i Norge, fire på Vestlandet: Bergen, Geiranger, Stavanger, Flåm og Oslo. Bergen er den mest nytta cruisehamna i Norge og de norske fjordane er også særst populære for cruise reiarlaga å inkludere i dei ulike cruise-pakkene. I 2013 stadfesta Norge sin posisjon som Europas 4. største cruisedestinasjon med 2 187 cruiseanløp fordelt på 41 norske hamner, med til saman 2 982 594 besøkjande. Dette er ei auke på 6 % frå 2012 målt i tal på cruiseanløp og ei auke på 18 % i tal på besøkjande. Til samanlikning auka tal på cruisepassasjerar til Nord-Europa samla

med 16 % i 2013. Cruisetrafikken til Norge i 2014 viser ein nedgang frå 2013 på ca. 8 % målt i tal på cruisepassasjerar og på 4 % målt i cruiseanløp. Prognosen for 2015 viser ei langt større reduksjon i trafikken. Talet på anløp i 2015 er forventa å bli redusert frå 2 100 til omlag 1 500 anløp, ein nedgang på 30 %. Nedgangen i tal på passasjerar er venta å bli noko lågare då skipa i gjennomsnitt er større i 2014.

Den store kapasitetsauken i cruiseindustrien med fleire og større cruiseskip har også gjort at reiarlaga har søkt ut mot nye og fleire marknadssegment for å selje cruise i langt større volum enn tidlegare. Ein ser i dag eit større spekter av cruiseprodukt og prisklassar, frå dei svært dyre cruisa til billege cruise der ein søker nye målgrupper som familiar og andre målgrupper med lågare betalingsvilje. Strategien til fleire av desse reiarlaga er å få gjesten om bord og i større grad enn tidlegare auke omsetninga gjennom aktivitetar og ulike tilbod om bord i skipa, og frå sal av ekskursionar og andre landbaserte aktivitetar medan dei er i hamnene.

Hovuddelen av cruiseanløp og dermed også talet på cruisepassasjerar kjem i høgsesongen, det vil seie i perioden juni-august. Sesongen har dei seinare årene blitt utvida i begge endar slik at cruiseturismen no er nærast ein heilårsaktivitet i Norge. I 2013 var det bare ein månad utan cruiseanløp. I 2013 var det 58 anløp utanom sesongen, mens det i 2014 er forventa 84 anløp utanom sesongen.

Dette utgjer riktig nok berre 4% av den totale cruisetrafikken, men andelen utanom den tradisjonelle sesongen er sterkt aukande. Det meiste av denne trafikken kjem i frå Storbritannia. Slik bidrar cruise turismen også til sesongutviding, noko som er eit prioritert mål for norsk reiselivsnæring.

Tab. 1 Samla cruisetrafikk i fjordregionen og fordelt på dei 4 fylka i 2012 og 2013, både i tal på skip og passasjerar.

SAMLA TAL PÅ CRUISEANLØP I FJORDREGIONEN				
	Talet på anløp		Talet på gjester	
	2012	2013	2012	2013
Møre og Romsdal	519	550	541 200	662 600
Hordaland	402	419	549 700	599 400
Sogn og Fjordane	280	343	348 000	496 000
Rogaland	165	203	277 000	352 800
TOTALT	1 366	1 515	1 715 900	2 110 800
Endring		+ 149 (+11 %)		394 900 (+23 %)

I 2013 hadde de 20 cruisehamnene på Vestlandet 1 515 cruiseanløp (+ 11 %). Dette utgjør 69 % av det totale tal anløp i Norge. Målt i tal på besøkande hadde Vestlandet 2 110 800 (+ 23 %), og dette utgjør 71 % av det totale talet på cruisepassasjerar til Norge.

Ein finn store skilnader mellom dei 20 hamnene på Vestlandet som tek i mot cruiseskip, frå dei største cruisehamnene i Norge og langs heile skalaen til nokre av dei minst nytta cruisehamnene i Norge. Dette gjev sjølvstøtt heilt ulike og annleis utfordringar og moglegheiter for dei ulike hamnene. Dei med størst bruk og intensitet har andre og ulike problemstillingar dei må handtere samanlikna med andre hamner som har mykje ledig kapasitet. Utgangspunktet for dei einiskilde hamnene er difor til dels svært ulikt, og ein må difor studere dei ulike utfordringane i dei enkelte områda.

Vestlandsregionen er difor ein svært viktig del av det norske cruisetilbodet, og her skjer om lag 70 % av den totale cruiseverksemda i Norge. Dermed oppstår også den største miljøbelastninga knytt til cruise på Vestlandet, samstundes som det er rimeleg å tru at ein tilsvarande del av verdiskapinga også skjer på Vestlandet. Det betyr vidare at Vestlandsregionen åleine har ein del av marknaden på ca. 5 % i Europa, medan heile Norge har ein samla marknadsdel på vel 7 %. Det er Storbritannia og Tyskland som er dei dominerande marknadene for cruisehamner i Vestlandsregionen.

Møre og Romsdal er det største cruisefylket i fjordregionen med 550 cruiseanløp og 662 000 cruisepassasjerar, mens Hordaland er nr to i regionen med 419 cruiseanløp og 600 000 cruisepassasjerar på besøk i 2013. Deretter følgjer Sogn og Fjordane og så Rogaland.

Tab.2 *Cruisetraffikken i Rogaland i 2012 og 2013*

CRUISEANLØP I ROGALAND				
	Talet på anløp		Talet på gjester	
	2012	2013	2012	2013
Stavanger	165	196	277 000	343 500
Haugesund	0	7	0	9 000
TOTALT	165	203	277 000	352 800
Endring		+ 38 (+20 %)		+ 75 800 (+27 %)

Rogaland er det minste cruisefylket i Vestlandsregionen. Det er bare to cruisehamner som er med her og Stavanger står for 98 % av cruisetraffikken i Rogaland. I tillegg er Haugesund på veg inn i cruisemarknaden og hadde i 2013 for fyrste gong cruise anløp, sju i talet. Stavanger har hatt ein stor vekst dei seinare åra med ein auke på 66 500 passasjerar i 2013. Rogaland har i 2013 ca. 9 % av alle cruiseanløp i Norge og omlag 12 % av alle passasjerar.

Tab. 3 Cruisetrafikken i Hordaland i 2012 og 2013.

CRUISEANLØP I HORDALAND				
	Talet på anløp		Talet på gjester	
	2012	2013	2012	2013
Bergen	322	311	447 000	453 000
Eidfjord	49	72	67 100	104 000
Ulvik	26	26	32 500	37 300
Rosendal	4	5	2 600	2 100
Jondal		4		2 200
Odda	1	1	500	800
TOTALT	402	419	549 700	599 400
Endring		+ 17 (+ 4 %)		+ 49 700 (+ 9 %)

I Hordaland er det til saman 6 reisemål/hamner som har cruiseanløp, men det alt vesentlegaste av cruisetrafikken er konsentrert til 3 cruisehamner. Bergen er desidert størst med om lag 75 % av alle anløp i Hordaland. Eidfjord og Ulvik har om lag 25 % av cruisetrafikken i fylket. Odda, Rosendal og Jondal hadde nokre få anløp kvar i 2013. Hordaland hadde i 2013 til saman 419 anløp fordelt på 6 hamner. Dette var ei auke på 17 anløp frå i fjor (+ 4 %). Målt i tal på passasjerar hadde Hordaland 599 400, ei auke på 49 700 (+ 9 %). I tillegg kjem ca. 70 000 gjester som hadde opplevingar og servering på Voss i samband med cruiseanløp i Flåm. Hordaland har 19 % av alle cruiseanløp i Norge og 20 % av alle cruisepassasjerar. Det er Bergen og Hardangerregionen som har alle cruiseanløp i Hordaland.

Tab. 4 Cruisetrafikken i Sogn og Fjordane i 2012 og 2013.

CRUISEANLØP I SOGN OG FJORDANE				
	Talet på anløp		Talet på gjester	
	2012	2013	2012	2013
Aurland/Flåm	151	170	200 000	249 000
Olden	81	93	109 000	140 000
Skjolden	22	43	27 000	72 000
Gudvangen	10	9	3 000	4 000

Vik	10	20	5 600	27 000
Florø	6	8	3 000	4 000
TOTALT	280	343	348 000	496 000
Endring		+ 63 (+ 22 %)		+ 148 000 (+ 42 %)

I Sogn og Fjordane er cruisetrafikken fordelt på 6 hamner, og i Aurland og/eller Flåm vert det arbeid med planar om å etablere ytterlegare ein, eventuelt to kaier. Flåm er klart leiande med ca. 50% av all cruisetrafikken i fylket, det vil seie om lag 250 000 cruisepassasjerar. Olden har også hatt sterk vekst i trafikken og er nr. 2 i fylket med 140 000 passasjerar. Også her vert det arbeid med planer om ei kai nr. to. Veksten i Sogn og Fjordane var stor i 2013 med heile 42 % vekst i tal på cruisepassasjerar (+ 148 000), mens veksten i tal på anløp var 22 % i 2013. 15 % av alle cruise anløp og cruisepassasjerar er i Sogn og Fjordane. For 2014 ser det ut til å bli ein reduksjon, særleg stor ser det ut til å bli for den siste av hamnene som er etablert i fylket – cruisehamna i Skjolden.

Tab. 5 Cruisetrafikken i Møre og Romsdal i 2012 og 2013.

CRUISEANLØP I MØRE OG ROMSDAL				
	Talet på anløp		Talet på gjester	
	2012	2013	2012	2013
Geiranger	202	199	312 000	315 000
Hellesylt	105	117		
Ålesund	114	121	143 000	183 000
Åndalsnes	49	55	36 000	94 000
Molde	42	44	46 000	62 000
Kristiansund	7	14	4 200	8 600
TOTALT	519	550	541 200	662 600
Endring		+ 31 (+ 6 %)		+ 121 400 (+22 %)

Møre og Romsdal er det største av de fire fjordfylka både i tal på cruiseanløp og cruisepassasjerar. 35% av alle cruiseanløp er i Møre og Romsdal og ca. 23% av alle cruisepassasjerar er i fylket. Cruisetrafikken er fordelt på 6 hamner i fylket der Geiranger er den klart leiande med om lag 200 cruiseanløp og dermed den nest største cruisehamna i Vestlandsregionen. Veksten i 2013 var på 6 % i tal på anløp og 22 % i tal på passasjerar (+ 121 400). Alle hamnar i fylket hadde vekst i 2013.

6. Aktørar innan cruiseindustrien

Cruiseindustrien har ei rekke aktørar både nasjonalt og internasjonalt som til saman utgjer verdikjeda. Vi kan grovt skissere dei i kategoriane cruisereiarlag, hamner, cruiseoperatørar, attraksjonar- og opplevingsbedrifter, transportselskap, guideformidling, hotell og butikkar. I tillegg kjem organisasjonsapparatet som til dømes Innovasjon Norge, Cruise Norway, destinasjonsselskap, regionale og lokale cruisenettverk, kommunar og fylkeskommunar.

7. Verdiskaping og lønsemd

Det ligg ikkje føre god statistikk og oversikt over kor mykje cruisenæringa bidreg med i verdiskaping i Norge. Nærings- og Handelsdepartementet gjennomførte i 2010 ei gjesteundersøking om cruiseturisme i Norge. Rapporten som vert nytta av mellom anna Nærings- og Handelsdepartementet, Innovasjon Norge og Cruise Norway, konkluderte med at cruiseturismen har stor betydning for økonomi og sysselsetjinga i Norge, særleg i byane og tettstadene langs Vestlandskysten. Det direkte forbruket frå cruise er i rapporten rekna til 2 milliardar kroner årleg og bidreg til om lag 1 600 arbeidsplassar i sesongen og 1 100 arbeidsplassar utanom sesongen. Dersom ein inkluderer den indirekte effekten, anslår ein den totale økonomiske omsetninga til å vere på 4 mrd. kroner, og sysselsetjingseffekten på om lag 3 200 personar i sesongen og 2 200 utanfor sesongen.

Vidare konkluderer rapporten med at cruiseturismen står for om lag 13 % av utlendingars totale reiselivsforbruk i Norge. Rapporten peikar også på at det er eit potensial for auka forbruk og verdiskaping på land frå cruiseturismen.

Ein rekke andre granskingar og studiar på den økonomiske verdien av cruiseturismen, har gitt ulike konklusjonar på kor mykje verdiskaping cruise tilfører den landbaserte reiselivsnæringa. Ein studie av cruiseturistar og andre turistar sitt økonomiske forbruk utført av prof. Svein Larsen ved Universitetet i Bergen utført i perioden 2010-2012, viser at cruiseturistar brukar minst pengar av alle typar turistar. Hans studie viser at ein cruiseturist brukar om lag kr. 300.- i land pr. dag medan andre turistar bruker over kr. 500.- kvar dag. Granskinga som var gjort av Nærings- og Handelsdepartementet viste eit gjennomsnittleg forbruk for cruise gjestar på om lag kr. 550.- pr. dag. Det er difor til dels stor usemje om verdiskapinga isolert sett, men også sett i forhold til annan type reisetrafikk.

Ei rekkje reiselivsverksemdar, til dømes innkvarterings- og serveringsverksemdar, hevdar at cruiseturismen ikkje bidreg til auka omsetning og lønsemd, men heller representerer eit trugsmål mot verksemda deira. Nokre hotell, særleg i distrikta, hevdar at cruiseturismen overtek for den landbaserte turismen i større og større grad og på den måten svekker trafikkgrunnlaget til distrikthotella og dermed også lønsemda deira. I tillegg hevdar dei at dette skjer på heilt ulike konkurransevilkår og på ein konkurransevridande måte.

Andre verksemdar, særleg innan attraksjons- og opplevingssektoren, er tvert i mot tydeleg på at cruiseturismen er særskild viktig og avgjerande for deira verdiskaping og lønsemd. Også nokre hotell er positivt til cruiseturismen då dei har ei plassering langs dei tradisjonelle rutene for utfluktar i

distrikta og dermed får stor omsetning frå cruisegrupper som har lunsj eller vert servert på anna måte som en del av dagsturen. Attraksjonar, opplevingsbedrifter, landoperatørar og til dels butikkar, er dei gruppene av reiselivsbedrifter som har stor økonomisk glede av cruiseturismen. Når cruisegjestane går i land er det gjerne for å besøke lokale attraksjonar, besøke butikkar eller delta på ein sightseeingtur. Fleire større attraksjonar og opplevingsbedrifter på Vestlandet har mellom 20-30 % av det totale besøket deira frå cruisebåtane. Lokal verdiskaping er også i stor grad avhengig av infrastrukturen i den einskilde cruisehamna.

Verdiskaping og naturressursperspektivet

Ein annan dimensjon knytt til verdiskaping og lønsemd frå cruiseturismen som ikkje har vore særleg framme i debatten er spørsmålet om verdisetjing av norsk natur. Ein fokuserer særleg på kor viktig norsk urørt og vakker natur er i salet av Norge som reisemål, medan ein i særskilt grad ser på totalkostnaden med å «forbruka» norsk natur. Det er gjort svært lite berekningar på kor mykje det kostar å forbruka norsk natur i reiselivsamheng, både i høve til landbasert turisme og cruiseturisme. Mykje tyder på at cruiseverksemda forbrukar meir av naturkapitalen enn anna turisme, samanlikna med kor mykje ein bidreg til lokal verdiskaping og lønsemd.

Naturens verdi er sterkt undervurdert, og mange meiner at reiselivsnæringa har mykje å tene på at ein viser større forståing for kor viktig naturkapitalen er. Dette krev igjen ei meir medviten haldning til ei berekraftig form for turisme. Internasjonalt går det for tida føre seg prosessar der ein tek utgangspunkt i behovet for å revidere og oppjustere verdien til naturressursane i nasjonalrekneskapan. Slik vil ein mellom anna bidra til å synleggjere totalkostnadene ved ulike reiselivsstrategiar og korleis dei kan føre til at ein reduserer den reelle verdien av naturkapitalen.

Bergen og fleire andre norske hamner har i nokre tilfelle vore snuhamn for cruisebåtar. Det vil seie at cruiset startar og endar her. Ei rekkje av cruisepassasjerane som starter og sluttar cruiset i ei norsk hamn nyttar gjerne høvet til å bli i byen ein dag eller to ekstra. Dette aukar den lokale verdiskapinga då dei ofte bur på hotell, handlar, et og nyttar lokale opplevings- og attraksjonstilbod.

Dei seinare åra har det vore ein stor kapasitetsauke i cruiseflåten. Dette har ført til eit pressa prisnivå, og dermed ei rekkje billegare cruise, større tilbod om bord i skipa, fleire yngre passasjerar og familiar med barn. Kjøpekrafta i nokre av desse målgruppene er ikkje like stor som tidlegare, og dette påverkar også omsetninga per gjest i land ved at dei brukar mindre pengar i gjennomsnitt enn det ein cruisegjest gjorde for 5-10 år sidan. Ein ser også at i dag skjer ein stor del av verdiskapinga hos cruiseoperatøren eller hos reiarlaga i staden for hos dei landbaserte reiselivsleverandørane. Dette skjer fordi reiarlaga aukar prisen ut til cruisegjestane for turar og utfluktar, og tek det meste av fortjenesta medan dei lokale leverandørane vert pressa til å senke prisane og såleis også eiga lønsemd.

8. Berekraft - klima og miljøperspektivet

Det er eit klart mål om auka berekraft i norsk reiseliv. Et berekraftig reiseliv handlar om å bevare natur, kultur og miljø, styrke dei sosiale verdiane rundt reiseliv og reiselivets økonomiske levedyktigheit. Konkret meiner ein med dette minst mogeleg utslepp, mest mogeleg miljøvenleg åtferd på reisemålet, minst mogeleg konflikt med lokalsamfunnet og høgast mogeleg økonomisk verdiskaping lokalt. I arbeidet for å bli ein berekraftig region, hamn eller destinasjon må ein fokusere og jobbe med alle desse tre dimensjonane då dei grip inn og påverkar kvarandre.

Innovasjon Norge har saman med aktørar i reiselivsnæringa definert 10 sentrale prinsipp for et berekraftig reiseliv. Desse prinsippa er også lagt til grunn for vidare utvikling av reiselivet på Vestlandet, jf. «*Reiselivsstrategi for Vestlandet 2013-2020*». (Sjå vedlegg 1.)

Reiselivsnæringa er oppteken av dei miljømessige konsekvensane av cruisetrafikken til Norge. Spørsmålet om i kva grad cruiseturismen til Norge er berekraftig er sentralt i ein diskusjon som har spissa seg til den seinare tida. Reiselivsnæringa, som er ein næring med mange ulike aktørar, er usamde i spørsmålet. Diskusjonen der reiselivsnæringa, lokalsamfunn og miljøinteresser særleg tek del i, er prega av mykje synsing og påstandar utan at det ligg føre god og objektiv dokumentasjon som byggjer på forskning.

Reiselivsnæringa, og med dette også cruisenæringa, påverkar lokal vass- og luftkvalitet, klima, natur og lokalsamfunn. Det er difor eit ansvar for næringa og relevante styresmakter å utvikle og drive verksemder og aktivitetar på ein måte som minskar den negative påverknaden mest mogeleg og som aukar den positive påverknaden mest mogeleg. Utfordringa for cruisenæringa og relevante styresmakter er difor å finne fram til eit balansert og riktig nivå, gjennomføre fornuftige tiltak som sikrar at denne form for reiseliv også er miljømessig berekraftig, og samtidig førar til auka verdiskaping og lønsemd i den landbaserte reiselivsnæringa.

Grovt skissert er det fylgjande forureiningsproblem knytt opp mot cruisenæringa; Utslepp av NO_x, SO₂, CO₂, partiklar til luft og handtering av avfall og avfallsvatn. I Bergen hamn står til dømes cruiseskipa for 38 % av det totale NO_x utsleppet og 45 % av CO₂ utsleppa frå skip i hamn på årsbasis. (Tal frå 2010 www.cnss.no).

Som all anna skipsfart som ikkje går i rein rutetrafikk til og frå Norge betalar cruiseskipa inn NO_x avgift til NO_x-fondet. Dei fleste cruise reiarlaga er medlem i NO_x fondet og betaler inn ei avgift på kr. 4.- pr. kilo NO_x utslepp. Medlemmer i NO_x fondet har også høve til å søke om økonomisk stønad til tiltak som bidreg til å redusere NO_x utslepp frå cruiseskipa på ein kostnadseffektiv måte.

Eit anna moment som også vert trekt fram er såkalla «people pollution». I dette legg ein at område på einskilde dagar får så mange ekstra besøkande at ein ikkje har naudsynt infrastruktur til å ta unna mengdene, og at dette igjen gjev uønskt lokale verknader av «for mange folk» på ein stad, for mange bussar, mykje kø på attraksjonar og dagsutflukter. I Vestlandsregionen er dette relevant både i store og små hamner. Til dømes har Eidfjord sett det som naudsynt å setje ei grense på 4 000 cruise gjestar pr. dag, medan Geiranger opererer med skipslengder i meter som grensemål, fastsett i samarbeid med Kystverket. I Bergen har ein ikkje klare grenser, men ein har som retningslinje at det helst ikkje skal vere meir enn 4 cruiseskip i hamna kvar dag.

I Geiranger i Møre og Romsdal har ein engasjert seg i prosjektet «Grøn Fjord» og destinasjons-selskapet skal no gå i gang med prosjektet «Berekraftig Destinasjon» for å oppnå miljøsertifisering på destinasjonsnivå.

I dei seinare åra har det vore mykje fokus på tilrettelegging av landstraum. Nokre hamnar i Europa og i USA har investert i landstraumanlegg. Dette inneber store investeringskostnader på landsida og på skipa for at dei kan nytte landstrau. I tillegg er det ulike typar landstraumanlegg på amerikanske og europeiske skip, noko som krev konverteringsmodular for å kunna nytte landstraum globalt. Cruiseskip brukar mykje elektrisitet når dei ligg i land. Basert på tal frå Alaska kan ein rekne med at store cruiseskip på over 100 000 brt. tonn bruker om lag 10 800 kWh pr. time (Kjelde; Vestlandsforskning). For at dette skal lukkast er ein avhengig av at både hamne-styresmaktene og reiarane samarbeider om løysingane.

Cruiseskipa er ca. 80 % av tida i sjøen og landstraum vil ikkje ha nokon effekt då. Vidare tek det tid å knytte seg på og av anlegga ved kai, og dette gjer at 20-30 % av tida ved kai må skipet ha motorane i gang. Cruisesesongen er 5-7 månader og dersom ein ikkje kan nytte landstraumanlegget til andre skip vil anlegget vere ute av drift halve året. Nye skip som vert kontraherte i dag er i stor grad skip som nyttar naturgass, såkalla LNG skip, eller har avanserte reinsesystem om bord. For å bruke LNG må cruiseskip ha dual-fuel motor som kan bruke både diesel og LNG. Eksisterande skip må difor byggjast om for å bruke LNG. Om eit cruiseskip brukar LNG framfor konvensjonell drivstoff for å produsere elektrisitet, kan utsleppa av NOx reduserast med 90%. (Kjelde; Vestlandsforskning).

9. Avgifter og restriksjonar

I 2007 innførte Norge som einaste land i verda den såkalla NOx avgifta. Innbetalt NOx avgift blir sett inn på eit fond som så kan yte tilskot til miljøinvesteringar om bord i skipa. Før avgifta vart innført var det stor redsle for at denne særnorske skatten ville føre til at færre cruiseskip la turane til Norge. Erfaringane så langt viser at innføringa av denne skatten ikkje har redusert talet på skip som kjem til Norge. Medan det i 2007 var 1 448 cruiseanløp til Norge var det 2 187 anløp i 2013. På Bermuda brukte ein avgift som virkemiddel for å redusere cruisetrafikken. Då avgift vart introdusert tidlig på 2000 talet, var denne på 63 dollar per passasjer, men er no på 10-14 dollar per passasjer, avhengig av sesong. Fleire andre destinasjonar i Karibia har liknande ordningar. I Alaska innførte dei lokale styresmaktane i 2009 ei avgift på 50 dollar per passasjer. Dette resulterte i at cruisetrafikken til delstaten gjekk ned med 17 %. Dette var også samanfallande med den internasjonale finanskrisa, noko som kan ha hatt innverknad på tala. Seinare senka dei avgifta noko, men praktiserer framleis dette systemet i dag. Avgifta er meint å regulere nivået på cruise-trafikken samstundes som ein sikrar ein øyremerka sum til lokale tiltak i regionen, finansiert av cruisepassasjerane. Vi finn også ein del døme på friviljuge ordningar mellom hamner og reiarlag, der ordninga fungerer slik at miljøvenlege skip får lågare hamneavgift.

I 2015 vert det innført såkalla ECA reguleringar i Nordsjøen sør for 62 breddegrad. Det inneber at når cruiseskip skal segle sør for 62. breddegrad, dvs. sør for Ålesund, vil de måtte nytte drivstoff med maks. 0,1% svovelinnhald mot dagens grense på maks. 1 % svovelinnhald. Den nye

reguleringa vil resultere i dyrare drivstoff når cruiseskip skal segle sør for 62. breddegrad samanlikna med å segle nord for 62. breddegrad. Samstundes vil dette også føre til betydelege reduksjonar i utslepp frå cruiseskip. Dette gjer utviklinga av cruise til Sør-Norge usikker. Omlag 60 % av all cruisetrafikk til Norge skjer sør for 62. breddegrad i dag. I tillegg vert det frå 2015 innført losplikt og tungolje forbod for seglingar til Svalbard.

Bruk av avgifter for å regulere cruisetrafikken til Norge vert trekt fram av fleire aktørar i bransjen. Mange meiner at ei passasjeravgift for å segle inn i fjordane vil kunne avgrense trafikken og at dette vil føre til at dei billigaste cruisetilboda forsvinn og dermed også passasjerar med låg kjøpekraft. På det viset kan ein avgrense talet på skip og passasjerar samstundes som ein rettar seg mot cruisepassasjerar som har råd til dyrare cruise, har betre kjøpekraft og kan bruke meir pengar i land.

10. Infrastruktur

Med infrastruktur i cruisesamanheng meiner ein først og fremst dei forholda som må vere lagt til rette for å kunne ta i mot cruiseanløp. Ikkje alle hamner har tilpassa kai og i desse hamnene vert det nytta tenderbåtar mellom cruiseskip og land. Ein cruisehamn må også kunne tilby tryggleik i høve til ISPS forskriftene, effektiv passasjerhandtering og dei tenestene skipa treng mens dei er i land. Vidare må det vere ein infrastruktur som gjer at cruisepassasjerane kan ha nytte av eit besøk i land som til dømes eit aktivt sentrum, attraksjonar, sjåverdigheiter, butikkar - og tilbod om attraktive ekskursjonar. Ei utbygging av hamnekapasitet bør også inkludere og vurdere den landbaserte infrastrukturen, slik at denne også er dimensjonert i tråd med mottakskapasiteten i hamna. Ingen norske hamner tilbyr i dag landstraum som ein del av infrastrukturen.

Vi kan også stille spørsmål om kven det er som skal ha ansvaret for utviklinga av cruise-næringa i eit meir heilskapleg infrastrukturtenking. Fleire kommunar kan kome i ei dobbelrolle her då dei er lokal tilsynsmynde, premissgjevar og samstundes er ein til retteleggjar og investor for cruise, m.a. som eigarar av kaiar og kommunale hamneselskap.

I cruisehamnene i Hordaland er det særleg Bergen som har god kaikapasitet og anna naudsynt infrastruktur. Eidfjord fekk i 2005 ny cruisekai som vart delvis finansiert med midlar frå Hordaland fylkeskommune. Ulvik har ikkje cruisekai og nyttar tenderbåtar til og frå cruiseskipet. I Odda har ein planer om å etablere ny cruisekai og dei vurderer også å byggje om og leggje til rette kai-anlegga på Husnes i Sunnhordland for cruiseanløp. Bergen kommune vedtok i oktober 2013 ein «Sjøtransportstrategi» der cruise er eit av fire hovudområde. Her har ein mellom anna strategiar for å leggje til rette for eit betre mottakssenter på den mest sentrale cruisekaia i Bergen. Ein har nok kaikapasitet i Bergen men ein er også oppteken av at cruiseskipa skal leggje til kai i bysentrum.

I Rogaland er det relativt god kaikapasitet både i Stavanger og Haugesund. Stavanger har til tider stort press frå cruiseanløp i det indre hamnebassenget, og opplever no meir og meir debatt omkring kor mykje cruisetrafikk byen skal ta i mot. Haugesund er ganske ny på denne marknaden og cruiseaktiviteten her er ikkje av eit slikt volum at det går ut over eksisterande kapasitet.

I Sogn og Fjordane har ein i Skjolden teke i bruk den mobile og fleksible kailøysinga «Seawalk». Dette er ein flytebyggje basert på ei bevegeleg og fleksibel kailøysing som kan tilpassast dei enkelte skip som kjem til hamna. I Flåm er kaikapasiteten somme tider for liten og skipa ligg for anker og nyttar tenderbåtar til og frå land. Flåm har etter kvart også innført nokre restriksjonar på kor mange skip dei vil ha i fjorden og ved hamna på ein gong, utan at det ligg føre heilt konkrete grenser for cruisetrafikken. Sogn og Fjordane har reiselivsplanen «Fjordane frå Bre til Hav 2010 – 2025». Ein er primært oppteken av å stimulere til generell produktutvikling og infrastruktur på land som cruisepassasjerane også kan nytte. Dette for at fjordane kan ta del i veksten i åra som kjem. Denne infrastrukturen kan ikkje landbedriftene betale, og ein meiner at løysinga må vere avgifter på anløp.

I Møre og Romsdal har dei for det meste kaiplass i alle hamnar bortsett frå Geiranger som også er den største cruisehamna i fylket. Her baserer dei trafikken på tenderbåtar mellom skip og land. Også her fekk dei «Seawalk» kai- løysing i 2013. Om lag 20% av cruiseanløpa nyttar denne i Geiranger. Fylkeskommunen i Møre og Romsdal gjev ikkje støtte til nye kaianlegg. Ein overlet til næringa om å vurdere behov og finansiere denne type infrastruktur sjølv. Dei andre hamnene i fylket synes å ha god kaikapasitet.

11. Forsking og dokumentasjon

Det har frå fleire hald vore peika på behovet for eit samla og objektivt data- og kunnskapsgrunnlag med høg truverde og kvalitet som grunnlag for vidare arbeid med cruiseturisme i Norge og på Vestlandet. Landsdelselskapet Fjord Norge AS og NCE Tourism har levert ein prosjektsøknad for eit forskingsprosjekt innan cruiseturisme. Fagleg ansvarleg for prosjektet er Vestlandsforskning i samarbeid med Transportøkonomisk institutt, Universitetet i Stavanger og Samfunns- og næringslivsforskning AS i Bergen. Prosjektsøknaden er vedteken delfinansiert av styret i Regionalt forskingsfond Vestlandet. Hovudmålet er å analysere føresetnadene for ein berekraftig og lønsam cruisetrafikk i Norge, inklusiv å klargjere alternativ for å utvikle cruisesektoren på ein måte som integrerer og balanserer både sosiale, økonomiske og miljømessige omsyn. Her vil ein særskilt gå nærare inn på fire hovudgrupper forskingsspørsmål; Destinasjonar og distribusjon av trafikk, økonomi og lokal versdiskaping, berekraftig reiselivsutvikling og framtidige behov. Prosjektet ønskjer brei deltaking frå reiselivsnæringa og ein jobbar no med å finansiere næringa sin del av budsjettet.

Det manglar god dokumentasjon på spørsmålet om i kva grad cruiseferie er ein reell konkurrent for dei primære målgruppene som dei landbaserte reiselivsaktørane, spesielt distrikts-hotella i fjordane, har. Diskusjonane og oppfatningane om cruisenæringa er prega av for lite og ufullstendig faktagrunnlag og kunnskap, og skaper til dels stor usemje på grunnlag av dette. Framtidig cruisesatsing bør ikkje baserast på enkeltutspel og syensing, men heller på kunnskapsbaserte konsekvensutgreiingar der ein ser på verdiskapinga, om det er berekraftig verksemd og om ein har naudsynt infrastruktur. Ut i frå at det i dag ikkje ligg føre god og fullstendig dokumentasjon på kor viktig cruisenæringa er, vil eit slikt forskingsprosjekt være svært viktig for reiselivet på Vestlandet. Det vil kunne tilføre ny kunnskap og innsikt i ein del av reiselivsnæringa der ein i dag for det meste synsar og meiner ut i frå eit ufullstendig faktagrunnlag. God forskning vil også vere fundamentet for utforminga av ein heilskapleg politikk på dette området.

12. Cruisestrategi som del av reiselivsstrategiar

Nasjonal strategi for reiselivsnæringa 2012

I den nasjonale reiselivsstrategien «*Destinasjon Norge*» formulerer ein tre vesentlege mål for arbeidet med reiselivsnæringa;

- Auka verdiskaping og produktivitet i reiselivsnæringa.
- Fleire heilårs arbeidsplassar og meir solide bedrifter, særleg i distrikts-Norge.
- Fleire unike og kvalitativt gode opplevingar som trekkjer til seg fleire gjestar med høg betalingsvilje.

Det er vidare føreset at utvikling av Norge som eit berekraftig reisemål er ein føresetnad for regjeringa sin næringspolitikk.

Berekraftig reiseliv inneber at utviklinga av næringa skal legge til rette for levedyktige lokalsamfunn, gode og stabile arbeidsplassar og økonomisk levedyktige reiselivsbedrifter, samtidig som miljøperspektivet vert ivareteke.

Dei definerte innsatsområda i strategien er organisering, opplevings- og reisemålsutvikling, samt sal og marknadsføring.

I strategien peiker ein på at «*produkt- og opplevingsutvikling er viktig for å kunne legge til rette for auka verdiskaping på land som følgje av cruiseturismen. Dett er tiltak som i hovudsak vil kunne gjennomførast av det einskilde reisemål og /eller av reiselivsaktørar som tilbyr produkt og tenester til cruiseturistar*».

Vidare heiter det at «*Samarbeid og kommunikasjon på region- og landsdelnivå er viktig når spørsmål om bruk av eksisterande cruisehamner og bygging av nye skal diskuterast*».

Cruise er blitt ein del av den nasjonale reiselivsstrategien. Innovasjon Norge har i tråd med denne sette i verk eit 3-årig prosjekt med fokus på auka verdiskaping for det landbaserte reiselivet frå cruiseturismen. Dette arbeidet skal gjerast i nært samarbeid med reiselivsnæringa og dei cruise-reiarlaga som opererer i Norge. Målsettinga med dette arbeidet er å utnytta cruisetrafikken til Norge i større grad enn kva ein klarer i dag.

Reiselivsstrategi for Vestlandet 2013-2020

Visjonen for reiselivsnæringa på Vestlandet er «*Det mest berekraftige reisemålet i Europa, basert på lønsame og tilgjengelege naturopplevingar*».

Som eit grunnlag for vidare utvikling av reiselivet på Vestlandet vert prinsippa for ei berekraftig utvikling av reiselivet lagt til grunn, inkludert sunn økonomisk utvikling. Prinsippa er delt inn i tre kategoria: Bevaring av natur, kultur og miljø, styrking av sosiale verdiar og økonomisk levedyktigheit.

Reiselivsstrategien for Vestlandet 2013-2020 er ein overordna plan som inneheld ein hovudstrategi og fire delstrategiar. Hovudstrategien for utvikling av reiselivet i Fjord Noreg fram mot 2020 er fokusert satsing på enklare kommunikasjon inn til landsdelen og ein saumlaus struktur for kommunikasjon i landsdelen. Delstrategiane handlar om forsterka marknadsarbeid med større fokus på konvertering til sal, auka satsing å forskning og kompetanseutvikling som grunnlag for strategiske val og fokus på eit levande kulturlandsskap gjennom eit aktivt landbruk.

Planen omhandlar ikkje cruise som eige innsatsområde og seier ikkje noko spesifikt om at cruise skal vere eit satsingsområde eller korleis ein skal prioritera cruise som marknadsområde. Heller ikkje andre spesifikke marknadsområder vert trekte frem i planen.

Reiselivsstrategi for Rogaland 2013-2020

Reiselivsstrategi for Rogaland 2013-2020 er en egen strategiplan for reiseliv som en del av «Regionalplan for næringsutvikling Rogaland». Planens hovudmål er «*Eit berekraftig heilårs reiseliv i Rogaland*».

Hovudstrategiane i strategiplanen omhandlar berekraft, produktutvikling og marknadsføring, organisering og samhandling, infrastruktur, kompetanse og kvalitet. Berekraft og lønsemd i reiselivsnæringa er eit underliggjande premiss for strategien. Berekraft er i tillegg eit eiga strategiområde.

Ein av dei fem strategiområda er infrastruktur og samferdsle. Under denne strategien har ein lista opp nokre prioriterte område for vidare utvikling, og der cruise er ein av desse. Utgangspunktet er at Stavanger har utvikla seg til å bli ein stor cruisehamn i Norge og at Haugesund legg opp til ein omfattande satsing innan cruiseturisme der målsettinga er å bli ein av Norges viktigaste cruisehamner innan 2016. Planen peikar også på desse to hamnene i fylket vil vere eit viktig utgangspunkt for utvikling av trafikk til områder/fjordar også elles i fylket. Fylkeskommunen legg her opp til, i samspel med hamnemyndigheitene, å bidra til ein slik utvikling.

Reiselivsstrategi for Hordaland 2009-2015

Reiseliv er peika ut som ei næring med særlege føremoner for regional utvikling i Hordaland. Visjonen i reiselivsstrategien for Hordaland er at «*Hordaland skal vera best i Norden innan natur- og kulturbaserte opplevingar*». Hordaland skal ha ei berekraftig reiselivsutvikling i tråd med gjeldande nasjonale retningslinjer og det skal satsast på kvalitetsheving i alle ledd av reiselivsopplevinga. I planen har ein peika ut *produktutvikling, områdeutvikling, kompetanse og marknadsføring som strategiske satsingsområde for reiselivsutviklinga fram mot 2015.*

Kjerneprodukta i strategien som omhandlar produktutvikling er mellom anna natur- og kulturbaserte attraksjonar og opplevingar. «*Betre tilbod av natur- og kulturbaserte attraksjonar og opplevingar kan styrkja attraktiviteten til eit lokalsamfunn og medverka til auka verdiskaping hjå reiselivsaktørane.*»

Reiselivsstrategien for Hordaland seier ikkje noko om konkrete marknader ein skal satsa på, heller ikkje om cruise er eit prioritert satsingsområde. Her peikar ein på destinasjonsselskapa og Fjord Norge AS som saman med reiselivsaktørane skal stå for marknadsføringa. Nokre destinasjonsselskap og reiselivsaktørar er aktiv innafor cruisemarknaden i dag, medan Fjord Norge AS ikkje har cruise som eit prioritert satsingsområde.

Reiselivsstrategi for Sogn og Fjordane 2010 – 2025

Sogn og Fjordane har reiselivsplanen «*Fjordane frå Bre til Hav 2010 – 2025*». Visjonen i denne planen er «*Berekraftige naturopplevingar i verdsklasse*». Reiselivsplanen har tre hovudmål; Auka verdiskaping, auke i tal på gjestedøgn og eit meir berekraftig reiseliv. Ein har mellom anna som mål få fleire turistar i vinterhalvåret og i skuldervesongane, for å oppnå fleire heilårs arbeidsplassar i fylket.

Om cruisetrafikk seier ein i reiselivsstrategien for Sogn og Fjordane at «*vidare satsing på cruise-turisme bør vurderast opp mot auka satsing på landbasert turisme og bør i utgangspunktet konsentrerast rundt eksisterande hamner til dømes Flåm, Skjolden og Olden, og der hamneanlegg og infrastruktur allereie er på plass, til dømes Florø*».

Ein er oppteken av å stimulera til generell produktutvikling og infrastruktur på land som cruisepassasjerane også kan nytta. Denne infrastrukturen kan ikkje landbedriftene betala. Utviklinga av reiselivet skal baserast på prinsippa for berekraftig reiseliv.

Reiselivsstrategi for Møre og Romsdal

Møre og Romsdal har ikkje ein eiga reiselivsstrategi, men reiseliv er eit av satsingsområda der tiltaka er omtala i fylket si «*Handlingsprogram for verdiskaping 2014*».

Cruise Norway strategiplan 2013-2017

Cruise Norway AS er eit marknadsføringselskap som har som hovudføremål å marknadsføre Norge og Svalbard som cruisedestinasjon. Selskapet er i hovudsak eiga av norske hamner, destinasjonsselskap og andre leverandørar til cruisenæringa i Norge. Selskapet si visjon er «å bidra til at Norge blir kjent som verdens beste naturbaserte cruisedestinasjon». Deira hovudmål er mellom anna å bidra til å auke talet på cruiseanløp og cruiseturistar til Norge, auka verdiskaping frå cruise i Norge og vidareutvikle cruiseturismen som ein berekraftig del av norsk reiseliv slik ein har skissert i den nasjonale reiselivsstrategien. Hovudvekta på arbeidet deira er likevel internasjonal marknadsføring av dei hamnene som er medlem i organisasjonen. 20 av 40 medlemshamner ligg i Vestlandsregionen.

Cruise Destinasjon Hardangerfjord

Hardangerregionen har eit etablert samarbeid gjennom marknadsføringselskapet Cruise Destinasjon Hardangerfjord. Deira fremste oppgåve er å marknadsføre regionen mot cruise-reiarlaga for å stimulere dei til å leggje fleire cruiseanløp til Hardanger. Selskapet har som einaste blant norske hamner, vore partner i EU prosjektet «*Cruise Gateway – towards a sustainable cruise tourism in North Sea*». I tillegg til dette har dei også ein klår strategi på kor mange skip dei skal ta i mot kvar dag og kor mange passasjerar dei tilet kvar dag i hamn. Auka tal på skipsanløp ynskjer ein skal skje gjennom best mogeleg spreing av trafikken i perioden april-september.

Fjord Norge AS

Landsdelselskapet Fjord Norge AS arbeider særleg med å marknadsføre Fjord Norge regionen i dei internasjonale ferie- og fritidsmarknadene. Cruisemarknaden er ikkje eit prioritert marknadsområde for organisasjonen og dei har heller ingen strategi for å trekkje meir cruisetrafikk til regionen. Selskapet har fleire gonger teke opp utviklinga i cruisetrafikken til Fjord Norge-regionen som eit tema til debatt, og har retta søkelyset mot cruise som ein konkurrent til den landbaserte ferie- og fritidstrafikken, og som ein type trafikk som forureinar regionens største attraksjon, dei norske fjordane. Fjord Norge AS er oppteken av at merkevaren Fjord Norge vert ivareteken. De stiller spørsmål om korleis cruise kan bidra til å styrke Fjord Norge sin posisjon. Posisjoneringsstrategien tek utgangpunkt i element som urørt natur, rom og plass, reint og ryddig, berekraft med fokus på miljø, menneske og lokal lønsemd. Dei er også usikre på om cruise har nok lønsemd i seg samanlikna med annan landbasert turisme. Vidare bør det setjast krav til cruisenæringa og ein må ha ei klår politikk for cruisesatsinga. Fjord Norge AS meiner at restriksjonar og avgifter er vegen å gå for å styre utviklinga på ein berekraftig måte. Ein cruisestrategi må hjelpe den landbaserte reiselivsnæringa til å tene meir pengar på cruise. Snuhamn, tilpassa infrastruktur og kontrollert volum, er viktig for ei god utvikling av cruiseturismen.

13. Problemstillingar og utfordringar ein kan jobbe vidare med regionalt.

Alt tyder på at cruise er og vil vere ein viktig del av reiselivet i Norge i mange år framover. Spørsmålet blir difor korleis ein skal halde seg til dette. Skal ein la trafikken utvikle seg heilt utan restriksjonar, skal ein regulere cruisetrafikken og i tilfelle korleis, og skal ein leggje endå betre til rette for cruise som ein sentral del av norsk reiseliv ?

Cruisetrafikken til Norge i 2014 er noko mindre enn i 2013. Prognosen for 2015 viser ein langt større reduksjon i trafikken. Tal på anløp i 2015 er forventa å bli redusert frå 2 100 til omlag 1 500, ein nedgang på om lag 30 %. Nedgangen i tal på passasjerar er venta å bli nokre lågare då skipa gjennomsnittleg er større enn i 2014. Om dette er ein langvarig trend eller ikkje, er det vanskeleg å seie noko kvalifisert om. Fleire prognosar tyder på ein stor auke i cruisetrafikken i Europa medan andre ser føre seg at den største auken vil skje i Asia. Korleis dei nye reglane for bruk av drivstoff med lågare svovelinnhald i Nordsjøområdet sør for 62. breddegrad vil verka inn, er også usikkert.

Nokre hevdar at det no skjer ei overføring av trafikk frå landbasert til sjøbasert turisme i Norge og at det store volumet av cruise gjestar har liten kjøpekraft og bidreg lite til landbasert verdiskaping og lønsemd.

Omfanget av cruisetrafikken til hamner i Vestlandsregionen er særskilt ulik, og dermed er også dei positive og negative konsekvensane frå cruisetrafikken ulik frå hamn til hamn. Av dette kan ein også sjå at meiningane og synspunkta omkring cruisetrafikken til Vestlandsregionen er særskilt ulik, mykje avhengig av korleis ein har nytte av denne verksemda. Dei fleste er einige i at cruise- trafikken til Norge må skje på ei berekraftig måte og at den landbaserte verdiskapinga og lønsemda må betrast. Kva som er berekraftig og kor tålegrensa går er det likevel ulike meiningar og oppfatningar om. Det er også ulike meiningar om kva som må gjerast med infrastrukturen knytt til den vidare cruiseverksemda i Vestlandsregionen.

Problemstillingar og utfordringar knytt til cruiseverksemda i Vestlandsregionen har ulik karakter. Nokre problemstillingar kan best løysast lokalt, nokre er typisk nasjonale utfordringar og nokre er av ein slik karakter at det er naturleg å arbeide vidare med dei på eit regionalt plan. Desse vil også kunne vere utgangspunkt for ein regional strategi for korleis ein ønskjer å påverke og styre den framtidige utviklinga av cruisetrafikken til regionen.

I innleiinga stilte vi spørsmål om i kva grad og på kva måte aktørane i regionen og det offentlege verkemiddelapparatet saman kan bidra til at cruiseturismen utviklar seg på ein berekraftig måte som skaper auka landbasert verdiskaping og lønsemd. Vi skisserer her nokre område der ein på regionalt nivå, og saman med næringa kan utforme strategiar som støttar opp om dei overordna måla om ei berekraftig utvikling og auka lønsemd for den landbaserte reiselivsnæringa.

A) Cruise som ein del av reiselivsstrategien for Vestlandet

I «*Reiselivsstrategi for Vestlandet 2013-2015*» er cruise ikkje nemnd som eige strategisk satsingsområde. Mange i næringa meiner at det viktigaste er at cruise som tema kjem inn som ein del av

» *Reiselivsstrategi for Vestlandet 2013-2015*», då det frå eit marknadsperspektiv er naturleg å sjå cruise i ein større, regional samanheng.

Reiselivsnæringa er oppteken av cruise, det er sterke meiningar om denne delen av næringa. Det vil kunne vere samlande og styrkande for regionen å ha ein klår og tydeleg strategi for kva ein vil oppnå og korleis ein vil påverke utviklinga i regionen knytt til cruise.

Ein felles Vestlandsstrategi vil også gjere regionen slagkraftig og gjere det mogeleg å legge føringar for utforminga av den nasjonale strategien. Dette er viktig når ein veit at Vestlandsregionen står for om lag 70 % av cruiseverksemda i Norge.

I den nasjonale reiselivsstrategien heiter det mellom anna: » *Samarbeid og kommunikasjon på region- og landsdelnivå er viktig når spørsmål om bruk av eksisterande cruisehamner og bygging av nye skal diskuterast*». Dette er eit døme på korleis ein på nasjonalt plan oppmodar til og ynskjer regionalt samarbeid slik som skissert ovanfor.

B) Miljø og berekraft knytt til cruiseverksemda

Innan cruisenæringa snakkar ein ofte om å leggje til rette for ei berekraftig utvikling. Fleire i næringa er usikker på kva dette inneber reint konkret. Fråveret av kvalifisert dokumentasjon av dei miljømessige konsekvensane gjer det også vanskeleg å ta gode avgjerder for å auke berekrafta innanfor denne delen av reiselivsnæringa. Det er også ulike tolkingar av kva ei berekraftig utvikling tyder og korleis ein skal handle i tråd med berekraftige prinsipp.

Regionen kan arbeide for å få fram ei felles tolking og konkretisering av dette omgrepet, jobbe for ein felles standard og skape felles forståing og aksept for dette. Dette kan gjerast med utgangspunkt i dei standardar ein finn i dag, jf. dei 10 sentrale prinsippa for eit berekraftig reiseliv slik Innovasjon Noreg har definert. (sjå vedlegg 1).

Ein kan også leggje krav om berekraft inn som premiss i tiltak og prosjekt innanfor cruise der regionen skal involvere seg. Slik kan ein skape ei felles forståing og innarbeide berekraft som eit grunnleggjande element innafor reiselivsnæringa. Regionen kan her vere ein føregangs region og seinare løfte dette opp på nasjonalt nivå for å etablere praktiske og konkrete standardar på eit viktig område.

Ein kan også tenke seg at regionen involverer seg sterkare i å få fram god dokumentasjon på korleis og i kva grad cruisenæringa forureinar, og på det viset bidra til å få fram faktainformasjon om miljøeffektar og såleis belyse klima- og miljøperspektivet i full bredde.

Omgrepet «*people pollution*» er også sentralt. Har vi forureining knytt til at for store mengder menneske frå store cruiseskipvert konsentrert i små hamner og reisemål på ein gong? Regionen kan knytte krav til, eller tilråding om, ein øvre grense for passasjerar og skip som den einskilde hamna i region skal kunne ta i mot. Dette kan vere ein føresetnad for offentleg støtte til andre cruis-relaterte tiltak.

Den nasjonale reiselivsstrategien byggjer mellom anna på ei berekraftig utvikling av Norge som reisemål. Regionen bør arbeide i tråd med denne strategien, jf. det som er nemnt ovanfor. Ein strategi kan vere å involvere seg aktivt i den nye ordninga med miljømerking på destinasjonsnivå som no skjer i regi av Innovasjon Norge. (Merket for Berekraftig Reisemål). Dette er eit nybrottsarbeid med internasjonal standard, og gjennom å initiere og støtte slike prosessar på destinasjonsnivå kan Vestlandsregionen konkretisere berekraft som ei overordna strategi for utvikling av næringa. Dette vil kunne gje fleire positive effektar, og vil også kunne leie til auka truverde og ei meir samstemt haldning til korleis ein skal satse vidare på cruise i regionen.

Landstraum er eit anna område der cruisenæringa har sterke meiningar. Skal landstraum i framtida vere aktuelt bør ein ha som mål at alle norske cruisehamnar kan tilby dette. Her kan regionen gå føre for å få dette til å bli eit nasjonalt prosjekt. Ein veit også at ny og meir miljøvenleg teknologi på området er på veg, og ein kan då sjå på landstraum i eit meir heilskapleg perspektiv sett opp mot LNG- drivne skip, hybridar og anna ny miljøteknologi knytt til skipsfart. Regionen kan, dersom dette blir eit prioritert satsingsområde i ein cruisestrategi, gje økonomisk støtte til prosjekt innanfor dette feltet.

C) Avgifter

Spørsmålet om ei eiga cruiseavgift er omdiskutert og kontroversielt. Samstundes vil ei avgift berre ha den tilsikta verknaden dersom den gjeld heile landet. Dette må derfor vere ein nasjonal strategi og eit politisk spørsmål. Dersom ein i regionen meiner at dette er riktig veg å gå, kan regionen oppmode til dette mot sentrale styresmakter og påverke i kraft av sin posisjon som den leiande landsdelen med omlag 70 % av cruiseverksemda i Norge.

Avgiftsdifferensiering. Ein kan også tenkje seg at ein lokalt kan differensiere hamneavgifter og favorisere nye og meir miljøvenlege skip medan eldre skip som forureinar meir må betale høgare hamneavgifter. I tillegg kan ein også tenkje seg lågare avgifter utanom sesongen. Dette bør vere ei lokal eller nasjonal sak, då det vil vere vanskelig for eit regionalt forvaltningsorgan å pålegge den einskilde hamna instruksar om avgiftsnivå. Regionen kan likevel oppmode om, eller sete som ein føresetnad for løyve, at ein nyttar denne type prismetriser for å unngå at ein får store opphopingar av cruisegjestar til same tid, såkalla «people pollution».

D) Infrastruktur

Ein veit i dag at fleire hamner vurderer å satse meir på cruisenæringa gjennom å leggje til rette lokalt med betre kaianlegg og naudsynnte fasilitetar for å kunne handtere cruiseanløp. Dersom førespurnader og søknader kjem til fylkeskommunane er det føremålstenleg at ein har ein strategi her. Fylkeskommunane kan gjennom eit strategisk val sikre at det skjer ein kvalifisert vurdering av søknader og at avgjerd om investeringar i cruiseverksemd er kunnskapsbasert og blir teke på eit godt og rett grunnlag.

Fylkeskommunane kan be om gjennomarbeidde planer basert på lønsemd og berekraftig utvikling, før tilsegn vert gitt. Dersom ein har ein overordna plan for regionen som seier noko om kvar og kor mange nye cruisehamnar ein vil utvikle, eller om ein ikkje vil at det skal utviklast fleire cruisehamner i fylket/regionen, kan fylkeskommunen si vurdering forankrast i ein strategi og på det viset være kvalitativt betre. Ei slik vurdering kan til dømes byggast på ein strategi om å etablere fleire hamner i eit fylke for å spreie trafikken eller avgrense det til noverande tal på hamner, oppjustere og utvikle desse, for å stogge ein vidare volumauke i cruisetrafikken.

E) Verdiskaping og lønsemd

I den nasjonale reiselivsstrategien peiker ein på at *«produkt- og opplevingsutvikling er viktig for å kunne legge til rette for auka verdiskaping på land som følgje av cruiseturismen. Dette er tiltak som i hovudsak vil kunne gjennomførast av det enkelte reisemål og /eller av reiselivsaktørar som tilbyr produkt og tenester til cruiseturistar»*.

Skal ein lukkast med produktutviklinga i reiselivsnæringa er det viktig med samarbeid, betre utnytting av infrastruktur, kompetanse, kvalitet, tilgjengelege reisemål og kapitaltilgang. Desse kriteria kan også vere gode krav til produktutviklingstiltak som fylkeskommunane kan gå inn og støtte økonomisk, basert på søknader der bedrifter eller område går saman om å utvikle nye opplevings- og attraksjonstilbod. Ein veit også at sjølv om det vert utvikla nye reiselivsprodukt retta mot cruisemarknaden vil ein i stor grad også kunne tilby desse produkta mot andre landbaserte målgrupper. Ein bør vidare oppmode til å kople saman reiseliv med andre næringar som landbruk, kultur og fiskeri for å utvikle nye, innovative reiselivsopplevingar, og lokale bedrifter bør tenke lønsemd meir enn volum.

Ein strategi kan vere å gi økonomisk stønad til produktutviklingstiltak retta mot cruisemarknaden og som kan dokumentere auka lønsemd for landbaserte reiselivsbedrifter.

Slik stønad bør løyvast basert på strenge kriterier der det er eit klårt krav at prosjektet skal gje betre lønsemd. Prosjekter som får stønad bør følgjast nøye opp og helst med aktiv deltaking frå fylkeskommunen med kompetanse på fagfeltet og som kan sikre at prosjekta gjev konkrete resultat.

Det tidligare omtalte forskingsprosjektet innan cruiseturisme tek også for seg lokal verdiskaping frå cruiseturismen som eige tema. Ein bør søkje å involvere seg aktivt i dette arbeidet når det vert sett i gang, få snarleg tilgang til, og nytte resultata som kjem frå forskinga i vidare utvikling av cruisenæringa.

F) Omdøme

Faktainformasjon og dokumentasjon omkring cruiseverksemda er tidlegare løfta fram som noko ein manglar. Når ein har skaffa slik dokumentasjon kan det vere ein god strategi å nytte denne til å bygge eit meir positivt omdøme av næringa dersom ein har god informasjon å kommunisere som

viser dette. Både i høve til lokalbefolkninga i dei områda som vert omfatta av cruiseverksemd, og innanfor reiselivsnæringa er det behov for å spreie sakleg og objektiv informasjon om kva denne delen av reiselivsnæringa verkeleg fører med seg av forureining og kva næringa betyr i ein økonomisk samanheng.

14. Konklusjonar

- Cruise er ein viktig del av reiselivsnæringa på Vestlandet, og regionen tar i mot om lag 70 % av all cruisetrafikk til Fjord Norge. Dei fire Vestlandsfylka bør ha ein felles strategi som omhandlar framtidig satsing på cruise. Denne kan innarbeidast som ein del av «*Reiselivsstrategi for Vestlandet 2013-2020*». Det bør difor utarbeidast ein felles cruisestrategi for Vestlandsregionen.
- Cruiseverksemda i regionen bør til ein viss grad regulerast og etter mange si meining styrast av norsk reiselivsnæring og norske styresmakter i større grad enn til no, og ikkje av cruisereiarlaga. Cruisenæringa bør ha større fokus på lønsemd enn volum, og den landbaserte reiselivsnæringa bør tene meir på cruisetrafikken enn kva dei gjer i dag.
- Dei strategiske føringane i planane for dei ulike reisemåla er varierende, og strategiske planer som grunnlag for langsiktig utvikling og satsing innafor cruise manglar hos fleire reisemål.
- Det er til dels stor usemje innan reiselivsnæringa om den samla verdiskapinga frå cruiseturismen og verdiskapinga samanlikna med anna type ferie- og fritidstrafikk.
- Mykje tyder på at ein stor del av verdiskapinga knytt til cruise skjer hos cruiseoperatørane og reiarlaga, i staden for hjå dei landbaserte reiselivsverksemdene. Lokale reiselivsbedrifter bør tenkje lønsemd meir enn volum, og ta ut ein betre pris frå kvar gjest.
- Dei miljømessige konsekvensane av cruiseturismen til Norge og Vestlandet er uklære. Det er ulike oppfatningar om i kva omfang cruisenæringa forureinar og kva konsekvensar dette fører til. Omgrepet *berekraftig utvikling* vert tolka på ulike vis og er for mange eit omgrep som manglar konkret innhald og det manglar retningslinjer for handling.
- Mange aktørar i næringa meiner at ei nasjonal passasjeravgift, jf. Alaskamodellen, kan bidra til å regulere cruisetrafikken. Gjennom ei nasjonal avgift kan ein avgrense talet på skip og passasjerar, og særleg dei som bruker minst pengar i land.
- Infrastruktur knytt til cruiseverksemd vil kunne vere eit naturleg punkt i ein regional strategi. Ein bør ha ein overordna plan for Vestlandet der ein får vurdert om det er naudsynt med nye cruisehamnar og anna tilhøyrande infrastruktur, eller om ein skal konsentrere utviklinga om dei cruisehamner ein har i dag.

- Ein finn store variasjonar i dei einskilde Vestlandsfylka med tanke på kva utfordringar dei har knytt til cruiseverksemda. Ein felles strategi for Vestlandsregionen bør ha form som eit overordna rammeverk som gjev rom for lokale tilpassingar og utvikling ut i frå kommunen eller reisemålet si eiga vurdering av situasjonen.
- Generelt er det mangel på objektiv og forskingsbasert dokumentasjon og statistikk på cruisenæringa si økonomiske betyding og dei miljømessige og økonomiske konsekvensane av cruiseverksemda.

15. Forslag til moglege delstrategiar Cruise 2015-2020

Visjonen for reiselivsnæringa på Vestlandet er «*Det mest berekraftige reisemålet i Europa, basert på lønsame og tilgjengelege naturopplevingar*», jfr. «*Reiselivsstrategi for Vestlandet 2013-2020*». Cruisetrafikken er ein viktig del av reiselivsnæringa på Vestlandet. Omlag 70 % av all cruisetrafiikk til Norge skjer i Vestlandsregionen. Regionen bør difor ha ein heilskapleg strategi for korleis ein vil påverke og styre utviklinga innan cruise. Ein felles Vestlandsstrategi vil også gjere regionen slagkraftig og gjere det moglege å legge føringar for og påverke utforminga av den nasjonale strategien.

Delstrategiar innanfor cruise skal handla om viktige vegval som støttar opp om visjonen og mål om berekraftig utvikling, auka lønsemd og krav til framtidig infrastruktur i næringa.

- Et berekraftig reiseliv handlar om å bevare natur, kultur og miljø, styrke dei sosiale verdiane rundt reiseliv og reiselivets økonomiske berekraft. På regionalt nivå kan ein jobbe med å konkretisere eit innhald i omgrepet **berekraft** i forhold til cruise og kommunisere dette ut mot næringa som ein rettleiing og anbefaling. Dette kan gjerast saman med Innovasjon Norge med utgangspunkt i dei 10 prinsippa for eit berekraftig reiseliv.
- Cruiseskip medfører forureining i form av utslepp til luft og vatn. Mengde, omfang og skadeverknad av dette er tilhæve som bør kartleggjast og belyst nærare i den grad ein ikkje har tilstrekkeleg informasjon. Ein bør oppmode nasjonale styresmakter til å **kartleggje miljøpåverknad frå cruiseverksemda**.
- Ein kan greie ut korleis ein på regionalt nivå kan involvere seg aktivt i den nye ordninga for **miljømerking av destinasjonar** (Merket for Berekraftig Reisemål), og støtte reisemål i regionen som vil bli miljøsertifisert.
- Ein kan i dialog med næringa diskutere og tilrå **øvre grenser for kor mange passasjerar** og skip den einskilde hamna skal kunne ta i mot på ein dag.
- Framtidig bruk av **landstraum** kan greiast ut. Regionen kan ta initiativ til at dette vert eit nasjonalt prosjekt der ein også ser på anna miljøteknologi og alternativ til å redusere forureininga frå cruiseskip.

- Regionen kan bringe spørsmålet om ein eiga **passasjeravgift** for cruisepassasjerar inn i eit nasjonalt strategiarbeid. På regionalt nivå kan ein også oppmode hamner til å differensiere hamneavgifta innafor dei rammer lovverket gjev høve til, gjennom til dømes lågare avgifter utanom sesongen og for nyare og miljøvenlege skip.
- Saman med næringa kan ein greie ut om behovet for vidare utvikling og tilrettelegging av infrastruktur og cruisehamner i regionen. Eit **infrastrukturprogram** vil gje regionen eit meir heilskapleg styringsverktøy i høve til førespurnader og søknader frå næringa om støtte til cruiseutvikling, arealdisponering og utvikling av anna infrastruktur knytt til cruiseverksemd.
- Regionen kan ta initiativ til og leie ein prosess der ein klarlegg premissar for at aktuelle hamner i regionen kan få status som **snuhamn**. Vidare kan regionen stimulere til auka bruk av desse då det opnar for å skape større synergjar av cruiseturismen for landbasert reiselivsverksemd både i dei aktuelle hamnene men også i distrikta omkring desse.
- Regionen kan følge NCE Tourism/Vestlandsforskning sitt forskingsprosjekt på cruise-turismen nøye opp og nytte resultata frå forskinga til **kompetanseutvikling** i næringa og som informasjon i lokalsamfunnet. Ein må prioritere å få fram dokumentasjon om cruisenæringa si økonomiske betyding og dei miljømessige og økonomiske konsekvensane av cruiseverksemda. Det bør også utviklast eit **felles statistikkgrunnlag og felles standardar** som kan leggjast til grunn for å måle utviklinga.

Vedlegg 1.

10 prinsipper for et bærekraftig reiseliv

Bevaring av natur, kultur og miljø

1. Kulturell rikdom

Å respektere, videreutvikle og fremheve lokalsamfunnets historiske kulturarv, autentiske kultur, tradisjoner og særpreg.

2. Landskapets fysiske og visuelle integritet

Å bevare og videreutvikle landskapskvalitet, både for by og bygd, slik at landskapets fysiske og visuelle integritet ikke degraderes.

3. Biologisk mangfold

Å støtte bevaringen av naturområder, dyreliv og habitater, og minimere ødeleggelser av disse.

4. Rent miljø og ressurseffektivitet

Å minimere reiselivsbedrifters og turistenes forurensing av luft, vann og land (inkludert støy), samt og minimere genereringen av deres avfall og forbruk av knappe og ikke-fornybare ressurser.

Styrking av sosiale verdier

5. Lokal livskvalitet og sosiale verdier

Å bevare og styrke livskvaliteten i lokalsamfunnet, inkludert sosiale strukturer, tilgang til ressurser, fasiliteter og fellesgoder for alle, samt unngå enhver form for sosial degradering og utnytting.

6. Lokal kontroll og engasjement

Å engasjere og gi kraft til lokalsamfunnet og lokale interessenter mht, planlegging, beslutningstaking og utvikling av lokalt reiseliv.

7. Jobbkvalitet for reiselivsansatte

Å styrke kvaliteten på reiselivsjobber (direkte og indirekte), inkludert lønnsnivå og arbeidsforhold uten diskriminering ut fra kjønn, rase, funksjonshemninger eller andre faktorer.

8. Gjestetilfredshet, trygghet og opplevelseskvalitet

Å sørge for trygge, tilfredsstillende og berikende opplevelser for alle turister uavhengig av kjønn, rase, funksjonshemninger eller andre faktorer.

Økonomisk levedyktighet

*9. Økonomisk levedyktige og konkurransedyktige reiselivsdestinasjoner gjennom lokal verdiskapning
Å sikre levedyktigheten og konkurransedyktigheten til reiselivsdestinasjoner i et langsiktig perspektiv,
gjennom å maksimere reiselivets verdiskapning i lokalsamfunnet, inkludert hva turistene legger igjen
av verdier lokalt.*

*10. Økonomisk levedyktige og konkurransedyktige reiselivsbedrifter
Å sikre levedyktigheten og konkurransedyktigheten til reiselivsbedrifter i et langsiktig perspektiv.*

Kilde; Innovasjon Norge