

Reiseliv heile året

NATIONAL GEOGRAPHIC KÅRA i 2006 dei norske Fjordane – med utgangspunkt i UNESCO verdsarvfjordane Nærøyfjorden og Geirangerfjorden – til «Verdas beste urørte reisemål» framfor mellom anna Egypt, Grand Canyon og Machu Picchu. Det gjer oss ikkje nødvendigvis til «verdas beste reisemål», men gir oss kanskje eitt av verdas beste utgangspunkt for verdiskaping.

I TILLEGG HAR me ei hardt arbeidande, profesjonell og investeringsvillig reiselivsnæring, kommunar og eit samkøyrte regionråd som satsar på reiseliv, gode støttespelarar i fylkeskommunen og Innovasjon Norge og eit samlande Visit Sognefjord med kraft til å representere Sogn mot samarbeidspartnarar i Norge og utlandet.

SOGN OG SOGNEFJORDEN er eitt av dei best besøkte reisemåla i Norge om sommaren. Sommaren byr på klassiske fjordopplevingar på fjorden, breen, attraksjonane og i bygdene. Om hausten er lufta klår og fjorden kledd i haustdrakt – kanskje den beste tida for vandring og sykling. Hausten går over mot «Vinterfjorden» med det spesielle fjordlyset, guida topp-turar, trugeturar, gode skianlegg, langrenn, fjordpadling, RIB-safari, fjordcruise, Flåmsbana eller besøk i dei magiske blåisgrottene under Nigardsbreen. Så kjem våren med fruktblomstring og snø på toppane – kanskje den aller finaste tida å besøke Sognefjorden.

Så kvifor kjem det ikkje like mange tilreisande heile året?

REGIONEN HAR HATT ein solid auke i talet tilreisande sidan 2013. Mange av attraksjonane, aktivitets- og overnattingsbedriftene opplever rekordbesøk i år. Mai og september har blitt «nye juni og august», og me er på veg frå tre til sju månader sommarsesong. Likevel er 60–70 prosent av overnattingane våre konsentrert i juni til august, medan mai og september har åtte–ti prosent kvar av overnattingane – det same som månadene januar–april til saman.

Sogn har såleis to sesongar – ein utvida sommarsesong frå april til oktober, og ein vintersesong frå november til mars. Vekstpotensialet er førebels størst og «enklast» i den utvida sommarsesongen fordi me kan tilby mange av dei «klassiske» reiselivsprodukt og naturopplevingane, dei største utanlandsmarknadene har moglegheit til – og er mentalt innstilt på å

kunne kome til Fjordane og Sogn i denne perioden, nordmenn ser etter gode reisemål for helger og feriar, i tillegg til at mange av pro-



Stegastein

(Foto: Sverre Hjørnevik/Fjord Norway)

dukta og tilboda i Sogn er opne.

Auka verdiskaping i vinterseongen er meir utfordrande. Flåm og Nutshell-turane har lukkast bra på vinteren – hovudsakleg på grunn av enkel, skreddarsydd, tilkomst frå Bergen og Oslo med tog/båt/buss kombinert med gode produkt og solid marknadsarbeid over fleire år. Sogndal og Luster opplever auke knytt til «den beste snøen» og gode vinterprodukt, men talet på tilreisande er lågt.

VERDISKAPING FRÅ REISELIVET er knytt til talet på tilreisande, høgst mogleg forbruk per gjest per dag, størst mogleg geografisk spreiding av trafikken, og mest mogleg miljømessig berekraftig reiseatferd til – og i regionen – me ynskjer kort sagt flest mogleg, godt betalende, berekraftige tilreisande som nyttar flest mogleg tilbod i heile Sogn heile året.

Kva skal så til for å auke verdiskapinga frå oktober til april?

For det første er det mange reisemål som freistar dei meir enn Sogn i denne perioden – bl.a. andre vinterdestinasjonar i Norge og andre land, storbyar og varmare reisemål. Vidare er fleire av bedriftene og opplevingane stengt – naturleg nok, på grunn av lite besøk – og vanskeleg tilgjengeleg på grunn av vær, føre og manglande offentleg eller privat transporttilbod. I tillegg er den nasjonale nærmarknaden vår liten. Norge er eit lite land. Suksesshistorier om heilårsturisme frå til dømes Skottland,

Austerrike og Whistler i Canada vert ofte trekt fram som døme på kva me kan få til i Norge. Det er mykje å lære av andre, men det er ein stor skilnad mellom desse reisemåla og Norge/Sogn: mykje av trafikkveksten deira kjem frå nærmarknaden på fleire millionar i eige land – via godt tilrettelagte transportmoglegheiter.

Det betyr at auka verdiskaping heile året føreset: 1) Forsterka marknadsføring av «to sesongar» med individuelt reisande, godt betalende i juni – august med gode helge- og ferietilbod i april/mai, september/oktober og om vinteren, 2) Satsing på førehandsbestilt internasjonal turopertor- trafikk i perioden september til mai slik at bedriftene kan halde ope i ein «utvida» sommarsesong, 3) Sikre heilårleg kopling med Sognebåten mellom Bergen, Flåm og Nordsida av Sognefjorden for å sikre større spreiding av trafikken, og få på plass privat eller offentleg busstransport mellom bygdene og attraksjonane heile året, 4) Felles satsing på møte- marknaden i prosjektet «Møter og Opplevingar/meet@fjords», 5) Framleis fokus på «Den beste snøen» og «Vinterfjorden» for gode vinteropplevingar i Sogn med og utan ski, og 6) Størst vekst frå dei utanlandske marknadene.

DET VIKTIGASTE KOMMUNANE og regionrådet kan gjere for å bidra til vidare vekst og verdiskaping i reiselivet er å forankre langsiktige mål og strategiar for utvikling av reiselivet som vekstnæring, halde fram med å bygge opp Visit Sognefjord som regional utviklings- og marknadsføringskanal, støtte reiselivsbedrifter og felles reiselivsprosjekt økonomisk

og praktisk og ta ansvar for kommunal infrastruktur og fellesgode som til dømes offentlege toalett, skilting, parkering med meir som kjem både tilreisande og fastbuande til gode.

Det regionale perspektivet er avgjerande for å lukkast i reiselivet. Sogn må stå samla om felles, langsiktige mål, strategiar og tiltak for auka verdiskaping frå reiselivet i lokalsamfunna. Me må spele kvarandre gode. Fylkesdirektøren for næring og kultur, Jan Heggheim, hevdar at det er truleg ingen næring som er så effektiv som reiselivsnæringa for å auke den samla verdiskapinga i lokalsamfunna. Det har han rett i. I tillegg er det verdas største og raskast veksande næring. Sogn har eitt av verdas beste utgangspunkt for å lukkast, og me er på rett veg.

Kommunane og verkemiddelapparatet må sikre infrastrukturen og samferdsle, og næringa må ta risikoen med stadig utviding av dei kommersielle tilboda. Prinsippa for miljømessig, økonomisk og samfunnsmessig berekraft må ligge i botn for utviklinga. Visit Sognefjord ser fram til å bidra framover, slik at Sogn med rette kan kalle seg «verdas beste reisemål» – heile året.



Ståle Brandshaug
Reiselivsdirektør
i Visit Sognefjord
KRONIKK

Sogn regionråd arrangerer fellesmøte med formannskapa 30.9.2016 for å diskutere kva som bør vere satsingane dei neste fire åra. Kva skal til for å få sterkare vekst og utvikling i Sogn? Kva skal kommunane samarbeide om? Før møtet publiserer Sogn Avis fire kronikkar som frå ulike vinklar utfordrar på kva regionrådet bør prioritere.