

KRONIKK

Distriktssenteret utfordrar kommune-Norge i reiselivssatsinga

Kommunane må styrkja kompetansen og bli meir medvitne sine viktige roller i reiselivssatsinga.

Felles for all reisemålsutvikling, er behovet for å utvikla heilskapen som gjer at gjesten oppfattar reisemålet som attraktivt. Dette gjeld både innan overnatting og opplevingar som finst i området, men også sjølve lokalsamfunnet med sine innbyggjarar og deira behov. Skal heilskaptenkinga bli endå betre, må kommunane auka kompetansen på fleire område innan reiselivet.

Våren 2011 utarbeidde Mimir AS på oppdrag frå Distriktssenteret ein rapport, om kommunane si rolle i utviklinga av reisemål i Norge. I ni utvalde regionar svara ordførarar og rådmenn, destinasjonsselskap, utvalde næringsaktørar og fylkeskommunar på spørsmål i samband med undersøkinga. I tillegg har vi kartlagt Lister reiseliv, som de vil finna på vår kunnskapsbase www.distriktssenteret.no

Kompetansegap

I rapporten frå Mimir AS kom det fram at kommunane meiner dei har eit godt kompetansenivå innan reiselivet, medan aktørane, selskapa og fylkeskommunane har ei anna oppfatning. Samstundes viser rapporten at i kommunar med mykje reiselivsaktivitet og tett samarbeid, er kompetansegapet mindre. Dette gjeld mellom anna i ein region som Hallingdal, der reiselivet har stor verdi som næringsveg. Det blir difor viktig å sjå på korleis ein kan få til eit sterkare samspel og ei grunnleggande felles forståing av korleis reiselivet kan utviklast, både i kommunen og i regionen. Eit interessant funn i rapporten, er også at fleirtalet av næringsaktørane, vil ha kommunane som aktive og kompetente medspelarar. Det er eit godt utgangspunkt for det vidare arbeidet

Kommunane sine roller i reisemålsutviklinga

Distriktssenteret har teke utgangspunkt i dei fire rollene som er skissert i Hviteboka til Innovasjon Norge. Først litt om dei fire rollene som er omtalt i Hviteboka.

- **Produkteigar** (Dette gjeld mellom anna offentlege rom, strender, parkar, kulturhus, museum og anna som inngår i reiselivsproduktet på staden, og som er med å danna totaltilbodet og attraksjonskrafta.)
- **Rammesetjar** (Dette gjeld mellom anna planmyndigheit, opningstider, skjenkeløyve, som er med å gi lokale aktørar ei "plattform" for å utvikla næringsgrunnlaget i denne sektoren. Kommuneplanen sin arealdel er svært viktig rammesetjar for mange destinasjonar, spesielt langs sjøen og i fjellet.)
- **Utviklingspartnar** (Dette gjeld mellom anna bruk av næringsfond, næringsplanar, vere medinvestorar, stimulera til engasjement i destinasjonsselskap. Her ligg ofte det lokalpolitiske grunnlaget for å ville satsa på denne næringa, og å løyva midlar.)

- **Vertskapsfunksjonar** (Dette gjeld mellom anna turistkontor, informasjon, skilting, offentlege toalett. Her ligg også ein del av problematikken i reiselivet i høve fellesgodene, og vilje til å finansiere slike med kommunale midlar, til dømes å drifta turistkontor, finansiere brosjyrar, nettstader o.l.)

For å kunne styrke reiselivsutviklinga i Norge, ser vi at desse rollene må få eit endå betre fotfeste i norske kommunar. Det gjeld spesielt dei kommunane som set reiselivsutvikling høgt oppe på si prioriteringsliste, som eit satsingsområde. Vi trur det mange stader er lett å prioritere reiseliv på papiret, men når ein kjem til praktisk gjennomføring, er stoda ofte det motsette. Difor stiller vi spørsmåla.

Korleis skal ein liten distriktkommune best ivareta dei fire rollene?

Kva skal til for at dei kommersielle aktørane i reiselivet, destinasjonsselskapa og det kommunale apparatet skal samarbeide best mogeleg?

Vi utfordrar involverte innafor reiselivsutvikling å diskutere dette i tida framover.

Verdien av kompetanseheving

NHO reiseliv kom i mai 2011 med ein rapport om den framtidige reisemålsstrukturen i Norge, sett frå næringslivet si side. Dei støttar ei utvikling mot større og færre destinasjonsselskap. Samstundes får dei også tilbakemeldingar frå dei spurde i destinasjonsselskapa, om at det kan føra til redusert forankring i det lokale reiselivssamarbeidet. Vi trur at denne frykta kan minskast ved nettopp å styrke kompetansegrunnet i kommunane, der rollene som mellom anna produkteigar av offentlege anlegg, premissleverandør til dømes i arealsaker og ein endå betre vertskapsfunksjon, vil vera avgjerande. Behovet for kompetanseutvikling er tilstades uansett om ei slik strukturrasjonalisering vil koma eller ikkje.

Revidering av reiselivsstrategien

Arbeidet med å revidera den nasjonale reiselivsstrategien er no i gang. Planen er at Nærings- og handelsdepartementet (NHD) skal ha den klar vinteren 2012. I den siste tida har det kome fleire innspel til NHD, og det er mange aktørar i reiselivet som kjem på bana i revideringsarbeidet. Reiselivet er ei viktig distriktsnæring, og det er ingen ting som tyder på at satsinga på reiselivet blir mindre i norske kommunar i tida som kjem. Fylkeskommunane har ei viktig rolle som premissleverandør på regionalt nivå. Distriktssenteret meiner at kommunane sine roller ikkje må bli gøymt vekk i denne revideringsprosessen, men heller bli løfta ekstra fram i lyset.

Difor vil Distriktssenteret i samarbeid med Innovasjon Norge sentralt og fylkeskommunane regionalt, arbeide for å få lagt til rette for kompetanseheving på området, og skreddarsy opplegg som er retta mot kommunane.

Om forfattaren Roar Werner Vangsnes

Seniorrådgjevar hjå Distriktssenteret med 20 års erfaring innan reiselivsutvikling og bygdeutviklingsarbeid

Roar.vangsnes@kdu.no