

Rapport

UNESCO Nærøyfjorden Verdsarvpark

Utviklingskonferansen 2022

Fretheim Hotel, Flåm
22. November 2022





*«...UNESCO-ikoner som er **undervurdert, underkommunisert og underbudsjettert**, men som kan berike og beskytte omliggende kultursamfunn og økosystemer som omgir dem.»*

Den internasjonale turismerapporten frå Havpanalet, 2022

Innhald

Samandrag og anbefalingar

1. Innleiing
2. Oppsummering av innleiingane
3. Oppsummering av Mentimeterundersøkinga
4. Oppsummering frå paneldebatten
5. Evaluering frå deltakarane

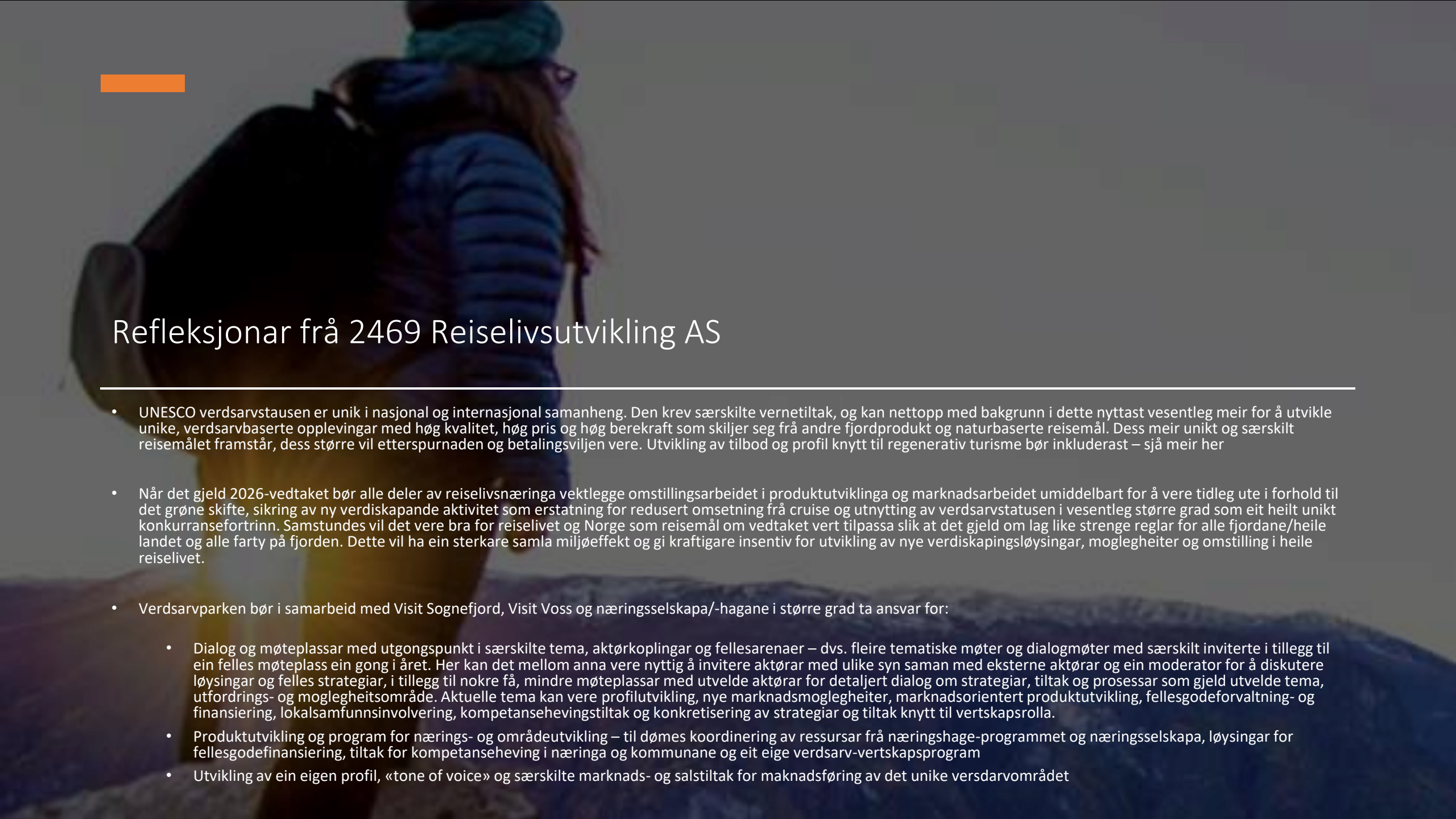
Vedlegg - kortversjon av innleiingane



Samandrag og anbefalingar

Det var 44 deltakarar til stades utanom innleiarane og arrangøren, med ei samansetting frå næringa, kommunane og hamnevesenet

- Innleiingane og paneldebatten hadde tydelege budskap om å sjå på verdsarvstatusen og endringane i utsleppskrava som ein moglegheit og eit unikt konkurransefortrinn, samstundes som det vart peika på at omstillinga til eit utsleppsfritt samfunn allereie er i gong og at reisleivsnæringa må omstille seg så snart som råd. Det vart også uttrykt uro for konsekvensane knytt til verdiskaping og investeringar i landstrøm og løysingar for grønn energi som følgje av reduserte cruiseanløp knytt til strengare utsleppskrav.
- Mentimeterundersøkinga i plenum synte at det var stor overvekt av aktørar på konferansen som meiner at verdsarvstatusen og strengare utsleppskrav må oppfattast som konkurransefortrinn, og som i mykje større grad må følgjast opp med innovasjon og nytenking knytt til marknads- og produktutviklinga. Dette står i kontrast til meningsytringane som kjem fram i media og i andre samanhengar frå einskildaktørar, og er særskilt viktige signal knytt til vidare strategisk reisemåls- og lokalsamfunnsutvikling.
- Evalueringa av konferansen syner at deltakarane var særskilt nøgd med innhaldet (vurdering på 4,36 av 5), og at dei ynskjer at verdsarvparken skal ta liknande initiativ til felles møteplassar, koordinering og utviklingstiltak.



Refleksjonar frå 2469 Reiselivsutvikling AS

- UNESCO verdsarvstausen er unik i nasjonal og internasjonal samanheng. Den krev særskilte vernetiltak, og kan nettopp med bakgrunn i dette nyttast vesentleg meir for å utvikle unike, verdsarvbaserte opplevingar med høg kvalitet, høg pris og høg berekraft som skiljer seg frå andre fjordprodukt og naturbaserte reisemål. Dess meir unikt og særskilt reisemålet framstår, dess større vil etterspurnaden og betalingsviljen vere. Utvikling av tilbod og profil knytt til regenerativ turisme bør inkluderast – sjå meir her
- Når det gjeld 2026-vedtaket bør alle deler av reiselivsnæringa vektlegge omstillingsarbeidet i produktutviklinga og marknadsarbeidet umiddelbart for å vere tidleg ute i forhold til det grønne skifte, sikring av ny verdiskapande aktivitet som erstatning for redusert omsetning frå cruise og utnytting av verdsarvstatusen i vesentleg større grad som eit heilt unikt konkurransefortrinn. Samstundes vil det vere bra for reiselivet og Norge som reisemål om vedtaket vert tilpassa slik at det gjeld om lag like strenge reglar for alle fjordane/heile landet og alle farty på fjorden. Dette vil ha ein sterkare samla miljøeffekt og gi kraftigare insentiv for utvikling av nye verdiskapingsløysingar, moglegheiter og omstilling i heile reiselivet.
- Verdsarvparken bør i samarbeid med Visit Sognefjord, Visit Voss og næringssekskapa/-hagane i større grad ta ansvar for:
 - Dialog og møteplassar med utgangspunkt i særskilte tema, aktørkoplingar og fellesarenaer – dvs. fleire tematiske møter og dialogmøter med særskilt inviterte i tillegg til ein felles møteplass ein gong i året. Her kan det mellom anna vere nyttig å invitere aktørar med ulike syn saman med eksterne aktørar og ein moderator for å diskutere løysingar og felles strategiar, i tillegg til nokre få, mindre møteplassar med utvalde aktørar for detaljert dialog om strategiar, tiltak og prosessar som gjeld utvalde tema, utfordrings- og moglegheitsområde. Aktuelle tema kan vere profilutvikling, nye marknadsmoglegheiter, marknadsorientert produktutvikling, fellesgodeforvaltning- og finansiering, lokalsamfunnsinvolvering, kompetansehevingstiltak og konkretisering av strategiar og tiltak knytt til vertskapsrolla.
 - Produktutvikling og program for nærings- og områdeutvikling – til dømes koordinering av ressursar frå næringshage-programmet og næringssekskapa, løysingar for fellesgodefinansiering, tiltak for kompetanseheving i næringa og kommunane og eit eige verdsarv-vertskapsprogram
 - Utvikling av ein eigen profil, «tone of voice» og særskilte marknads- og salstiltak for marknadsføring av det unike verdsarvområdet

Refleksjonar frå 2469 Reiselivsutvikling AS

- Verda står framfor utfordringar som gir omfattande behov for innovasjon og ending i produksjonsprosesser og tenester. Utsleppsfrie energisystem, berekraftige og sirkulære forretningsmodellar, effektiv samfunnsorganisering og klimavennleg livsstil og forbruk inngår i omstillingspresset som gjeld for alle næringar. Omstillinga vil kreve haldningsendringar, endra nasjonal politikk og forpliktande internasjonale avtalar. For reiselivet - der små opplevingsaktørar opererer i same verdikjede som store transportørar – er auka berekraft og grøn omstilling avhengig av forente mål, tydelege grep og gode målingar, gjort av leverandørane. Endringar i markedene og turistane sin auka merksemd kring miljø- og klimapåverknaden frå eigne reiser stiller krav til at reiselivet tek inn over seg desse omsyna i eigen utvikling, og at dei klarer å bevise og synleggjere dette. Dette vart forsterka under pandemien. **Berekraftig reiselivsutvikling** som grunnlag for forretningsmodellar slik at berekraftig utvikling ikkje berre vert «grønnvasking» av omgrepet, er ei utfordring for reiselivsnæringa.
- Verdsarvstatusen og særskilte utslepps- og vernekrav må nyttast særskilt til ei langsiktig, bærekraftig reiselivsutvikling i tett dialog med lokalsamfunna der ein vektlegg både livskvalitet for fastbuande, verdiskaping og lønsemd i tillegg til det fremste innan miljømessige løysingar
- Masterplanen for Sogn og merke som berekraftig reisemål krev konkret oppfølging av strategiar og tiltaksområde, og set samstundes krav om etablering av ei regional destinasjonsleiing samansett av kommunane, næringa, hamnevesenet, verdsarvparken, verneområda, interesseorganisasjonar, Visit Sognefjord m.fl. Ei slik destinasjonsleiing vil vere eit viktig samarbeidsfora for utvikling av verdsarvområdet. Innanfor dette er det viktig at ei samla næring og alle kommunane føl opp mål, strategiar og tiltak i masterplanen og krava til berekraftig reiselivs- og lokalsamfunnsutvikling i alle deler av utviklinga.
- Innspela under Utviklingskonferansen syner at aktørane med klart fleirtal ser verdsarvstatusen og strengare utsleppskrav som ein utnytta moglegheit, og at ein ynskjer nytenking og innovasjon i reiselivsutviklinga. Dette står i kontrast med synspunkt som kjem fram frå einskildaktørar i media, og bør formidlast tydeleg frå verdsarvparken i media, i eigne fora og i vidare dialog om utviklinga av verdsarven og reisemålet.

1. Innleiing

Utviklingskonferansen 2022

Nærøyfjorden Verdsarvpark inviterte i samarbeid med Visit Sognefjord og Sogn Næringshage til dialogkonferanse torsdag 22. november kl. 08:30 – 15:30 på Fretheim Hotel:

«Nærøyfjorden sin UNESCO verdsarvstatus som konkurransefortrinn mot 2030 – korleis bli eit av verdas best tilrettelagte, mest lønnsame og mest miljøvenlege reisemål, lokalsamfunn og verdsarvområde?»

Målsettinga med konferansen var å spele opp til ein konstruktiv, framtidsretta prosess for utnytting av Nærøyfjordområdet sin verdsarvstatus som konkurransefortrinn, og synleggjere potensialet i statusen som ein drivande positiv faktor i framtidig besøks-, næring- og samfunnsutvikling.

- *Korleis kan verdsarvområdet og denne regionen skilje seg ut som reisemål og ta ein endå tydelegare posisjon i eit framtidig reiseliv som Fyrtårn og Grønt Reisemål med reelt innhald?*
- *Kva kan gjerast for å styrke samarbeid og samhandling som kan føre til betre besøksfordeling i tid og rom, enno større lønsemd, enno betre miljømessig berekraft og enno betre opplevingar for gjestene?*
- *Kan Aurlandsfjorden/ Nærøyfjorden bli det fremste reisemålet for cruisegjester med redusert mottak av cruisebåtar?*

Nokre sentrale diskusjonstema var grøn mobilitet, «riktige» målgrupper, marknader og reisestraumar, infrastruktur og tilrettelegging av fellesgoda, framtida for cruiseturismen i Nærøyfjorden, Sognefjorden og Vestlandet, og verdsarv-statusen som konkurransefortrinn: *korleis vidareutvikle verdsarvkvallitet og innovasjon i produkta, opplevingane og lokalsamfunna?*





Utviklingskonferansen 2022

Utviklingskonferansen skal vere første del av fleire møteplassar for langsiktig, berekraftig utvikling av verdsarv-området som reisemål og lokalsamfunn.

Denne rapporten oppsummerar konferansen og legg fram forslag til oppfølging – inklusiv forslag til kort kommunikasjons- og tiltaksplan – i tillegg til plan for oppfølging med påfølgjande fora og møteplassar for konkretisering av innovasjon og tilrettelegging i verdsarvområdet.

Nokre aktuelle tema for oppfølging kan vere *innovativ opplevingsutvikling, grøn mobilitet i praksis og tilrettelegging og finansiering av fellesgode.*

På oppdrag for Nærøyfjorden verdsarvpark,

Ståle Brandshaug

Partner og rådgjevar

2469 Reiselivutvikling AS

Tid	Tema	Innleiar
08:30 – 08:50	Verdsarvstatusen – forsaking eller fortrinn?	Nærøyfjorden verdsarvpark, styreleiar David Undredal
08:50 – 09:10	Reiselivet på Vestlandet mot 2030 – er me på rett veg?	Vestland fylkeskommune, fylkesvaraordførar Natalia Golis
09:10 – 09:30	Grøn mobilitet og nye reisemønster	The Fjord Tours Group, Kristian Jørgensen
09:30 – 09:50	Kva skal til for vidare verdiskaping i reiselivet?	ARU/Norway's Best, Vidar Hauståker
09:50 – 10:00	<i>Pause</i>	
10:00 – 10:20	Kva er ideen bak Northern Xplorer?	Northern Xplorer, Rolf Sandvik
10:20 – 10:40	Cruiseutviklinga på Vestlandet etter 2026	Cruise Norway/Aurland hamn, Jon Olav Stedje
10:40 – 11:00	UNESCO verdsarvområdet mot 2035	Voss Herad, Hans Erik Ringkjøb
11:00 – 11:30	Råmehøve og verdien av verdsarvstatusen	Hilde Charlotte Solheim
11:30 – 12:30	<i>Lunsj</i>	

Tid	Tema	Ansvarleg
12:30 – 13:45	<p>Mentimeter: innspel & diskusjonar i plenum</p> <p>Tema 1: <i>Korleis kan verdsarvstatusen bli eit konkurransefortrinn?</i></p> <p>Tema 2: <i>Korleis utvikle framtidsretta og innovative opplevingar med verdsarvkvallitet i alle deler av reiselivsprodukta, opplevingane og lokalsamfunna?</i></p>	Styring v/moderator 2469 Reiselivsutvikling, Ståle Brandshaug
13:45 – 14:00	Pause	
14:00 – 15:15	<p>Paneldebatt og diskusjon i plenum</p> <p>Innleiingar frå panelet med innspel til diskusjon</p>	Innleiarane og 2469 Reiselivsutvikling, Ståle Brandshaug
15:15 – 15:30	Oppsummering og vegen vidare	Nærøyfjorden Verdsarvpark og 2469 Reiselivsutvikling, Ståle Brandshaug

2. Oppsummering av innleiingane

Innleiingane

Nærøyfjorden verdsarvpark:

- Me ynskjer å fremje UNESCO-statusen som noko som kan gje inspirasjon til utvikling og vidare satsing. Å synleggjera potensialet og konkurransefortrinnet, som me tek utgangspunkt i som ikkje fullt utnytta.
- Innskrivinga på UNESCO si kultur- og naturarvliste er ei internasjonal anerkjenning av at dette området er av ein eineståande universell verdi – og at den internasjonale fellesskapen forventar at Norge tek eit ansvar med å forvalte denne verdien slik at den vert halden intakt. Difor er det eit krav frå UNESCO at dei landa som får verdsarvstatus forpliktar seg til å ta vare på objekta. Dette gjer ein ved å innføra nasjonale formar for vern som eit prov på at ein tek nasjonalt ansvar og anerkjenner at objektet òg har ein verdi for landet der objektet ligg.
- Anten så ser ein på verdsarvstatusen som eit kjempefortrinn som gjev økonomi, set rammer for å stimulere til grønar berekraftige reiseliv og som eit stort trekkplaster for å få gjester inn i området. På den andre sida så vert statusen nærmast sett på som ei forsaking av moglegheitene for å utvikle og gjera noko i området. Verneforskrifta for landskapsvernområdet i tillegg til stortinget sine vedtak om særkrav for verdsarvfjordane vert problematiserte og UNESCO-statusen får skulda.
- Me må ikkje gløyme at poenget med ei slik anerkjenning er å framheva universelle verdiar som menneskeheita bør ta vare på for all ettertid. Noko Norge ilag med resten av verda har forplikta seg til gjennom Verdsarvkonvensjonen. Eg minner dykk om dette, fordi sjølv om verdsarven er eit kvalitetsstempel og ei gullgruve for marknadsføring – så er ikkje det kva det primært handlar om.
- Kan ein vera kritisk til innretninga på stortinget si avgjerd om nullutslepp og ynskje revisjon av verneforskrifta, samstundes som ein er forkjempar for verdsarvstatusen? Eg meiner, sjølv sagt kan ein det. For det er ikkje den same tingen. Det eine er ei internasjonal anerkjenning. Det andre er korleis me har tenkt å ta vare på det – og det er jo vår interne sak. Verdsarvstatusen og UNESCO vert ofte trekt fram som problemet – og det meiner eg er eit teikn på at ein ikkje vil ta inn over seg korleis tinga heng i hop.
- Det er ikkje nok å nemne UNESCO i marknadsføringsmaterialet. Me må ta statusen inn i samfunnsplanlegginga vår, me må gjera den til ein del av identiteten vår – både som næringsaktørar og som innbyggjarar. Slik vil me utøve ein større del av definisjonsmakta over kva verdsarvstatusen skal representera for oss.

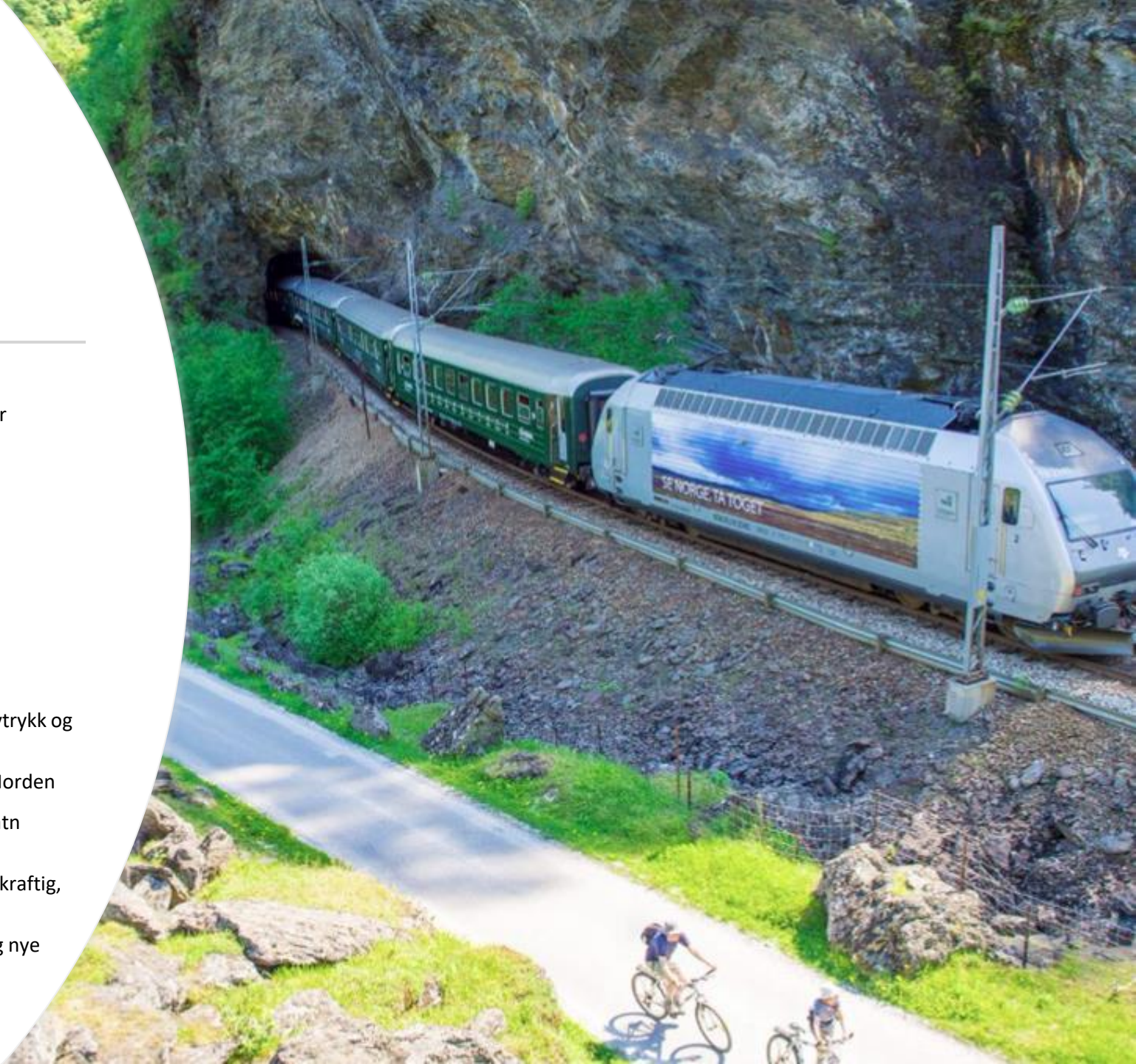
Innleiingane

Vestland fylkeskommune:

- Tilpassing til FN sine berekraftmål vert vektlagt i strategisk næringsplan for Vestland fylke
- Lokale strategiar og tiltak knytt til dette vert viktigare framover

Fjord Tours gruppen:

- Grøn mobilitet opnar for nye utsleppsfrie reisemønster og rundturar med kombinasjon av tog, buss, båt og bil
- Tiden er inne for å industrialisere norsk reiseliv – etablere kraftsenter for distribusjon, høg kvalitet og bærekraftig turisme
- Den nasjonale reiselivsstrategien har ambisiøse mål om reduserte klimaavtrykk og auka verdiskaping
- Norway in a Nutshell skal bli den første heilelektriske, grønne rundturen i Norden
- Stortinget diskuterer krav i for nullutslepp for alle cruiseskip i norske farvatn innan 2026
- UNESCO verdsarven er eit kraftfullt konkurransefortrinn for å bygge bærekraftig, grøn kvalitetsturisme
- UNESCO Nærøyfjorden verdsarvområde bør tilpasse seg nye råmeheve og nye moglegheiter – when you´r finished changig, you´r finished!





Innleiingane

Aurland ressursutvikling:

- ARU driv eksportretta verksemd i konkurranse med dei største turistattraksjonane i verda, og har fokus på innovasjon og berekraft
- Flåm er eit velfungerande reisemål og knutepunkt i regionen, og er bygd opp basert på ein variert kundestraum
- Flåm/Aurland ynskjer å vere i front på berekraftig reisemålsutvikling
- Flåm har investert og utvikla produkt på grunnlag av langsiktige rammevilkår, og ynskjer å bidra til finansiering av berekraftig infrastruktur, også i landstraumanlegg. Dette krev føreseielege og langsiktige rammevilkår for å få til ønskt utvikling
- Cruise er viktig for Flåm. Cruise står for 20-25% av gjestestraumen og ein stor andel av cruisepassasjerane går i land. Cruisegjestene svært godt nøgde med Flåm som hamn og reisemål. Store skip til kai skapar størst lokal verdiskaping, og cruise er viktig heile året, men spesielt utanfor høysesong. Omsetningsveksten er på 78% med cruiseanløp samanlikna med dagar utan cruiseanløp.
- Cruisenæringa er ei offensiv næring som jobbar målretta med ulike løysingar, men ting vil ta tid til tross for sterk teknologiutvikling vil det ta tid å omstille cruiseflåten
- Vi er klare for omstilling og helsar ei rein cruisenæring hjarteleg velkommen, men vi er opptekne av vegen dit må ivareta det som gjennom 25 år er bygd opp til eit velfungerande reisemål

Innleiingane

Northern Explorer:

- Northern Explorer – «a better, greener cruise experience»
- Null- og lavutslepp ekspedisjonscruise med 250-300 om bord som kan gå til alle typer hamner frå 2026, og som imøtekjem komande utsleppskrav
- Lenger opphald per reisemål med kopling mot lokale aktivitetar, servering og overnatting og inkludering av fleire, nye reisemål og unike, berekraftige reisemål langs norskekysten – i første omgang rundt Narvik, Ålesund og Bergen
- Endringar i etterspurnaden: 78% ynskjer «ekte» opplevingar, 86% ynskjer å oppleve nye kulturar, 71% er villige til å betale meir enn 50% meir for unike opplevingar.

Voss herad:

- Verdsarvstatusen er utvilsamt, og fyrst og fremst, det mest høgthengande internasjonale kvalitetsstampelet som er råd få. Det seier mykje om kva eineståande og umistlege verdiar og kvalitetar vårt kvardagslandskap representerer. Har me som innbyggjarar i det heile teke innover oss denne dimensjonen?
- Kan det bli etablert ein felles kultur knytta til kva me vil – mindre gjennomkøyring og meir å vera og å læra?
- Verdsarven skal vere eit fyrtårn der ein går i front for å ta vare på ressursane og sikre ei berekraftig utvikling
- Verdsarven er, kan og skal vera ei kjelde til verdiskaping. Utfordringa her vert å finne ei vekting og balanse der verdsarven er sjølve gåva og ikkje berre innpakkingspapir
- Utan lokal legitimitet står verdsarven i fare. Me må forstå kva det vil seie – kjekt å ha, men kjem med ein pris!
- Me har ein arv å forvalta, og me skal ta vare på kvalitetane - VerdsARVen er som anna arv ein verdi og forplikting som me tek over frå ein generasjon til neste, forvaltar i vår tid og gjev vidare til neste generasjon - helst i betre stand!





Innleiingane

Cruise Norway/Aurland hamnevesen:

- Utfordringar knytt til rammebetingelsane for cruisenæringa – [like arbeids- og lønnsvilkår](#), [nye Mva krav](#) og nye utslppskrav, i tillegg til EU's klimapakke [Fit for 55](#) og IMO [Marpol Annex VI EEXI](#)
- Cruisebransjen er drivar i det grøne skiftet i den maritime industrien med bl.a. Net Zero innan 2050 (CLIA, RCCL, MSC, Carnival Corporation), 40% reduksjon av karbonintensitet i forhold til 2008 innan 2030 (IMO) og stort fokus på energieffektivisering
- Næringa ser sjølv behovet for endring. Det finnes 320 cruiseskip no og 55 nybygg innan 2026. Dei fleste på LNG. 30% av skipa og 60% av kapasiteten er store skip (4000+). Fuel cells er installert på Viking Neptun (100kw) og MSC World Europa (150 kw)
- Investerer tungt i utvikling på blant anna: Biogass, Fuel cells, Hydrogen/Methanol, Hydrogen flytande/komprimert, Karbonfangst og lagring, Ammoniakk
- Ynskja situasjon for verdsarvfjordane:
 - Oppretthald gjeldande reguleringar for Tier III frå 2025, men tilpass reguleringane for NOX som følger:
 - Dersom landstraum er tilgjengelig og nyttast i hamn, tillat skip med eit nivå lågare Tier-notasjon å gå inn.
 - Etabler smarte reguleringar som mogleggjer Tier-oppfyllelse med minimum ein hovudmotor oppgradert til Tier III- ekvivalent for bruk i hamn i områder med særskilt regulering.
 - Innfør dette på en praktisk måte. Et første skritt kan være å krevje at skipet skal være Tier III-ekvivalent når til kai. Dette vil sikre at ca. 80% av utslippene i og rundt hamna vil være Tier III-ekvivalent.
- I Flåm har ein ambisjonar om etablering av landstraum som ein power-HUB på tvers av sektorar og ulike typer farty, og ENOVA har gitt NOK 27 mill. i støtte basert på konvensjonelle cruiseskip og landstraum-standard for cruiseskip.

Innleingane

Hilde Charlotte Solheim:

- Å strekke seg fra toppen av behovspyramiden: jakten på *autentisitet, identitet og transformative opplevelser*
- Omdømmekriser går ikke over. Hva betyr det å være «den nye tobakken»? Utslippsversting og gresshoppesverm, eller distriktenes redning? «Back to business», eller frisk og grønn restart?
- Alle næringer opplever strengere reguleringer – hvorfor skal reiselivet beholde «licence to operate»?
- Å rydde opp i et negativt fotavtrykk, kan være det mest lønnsomme man gjør – ref. industrien og Forurensingsloven der tøffe miljøkrav ga oss ren og konkurransedyktig fastlandsindustri.
- Hva kan vi lære av verdensarvutviklingen i Røros: organisering av fellesoppgaver over tid, godt vernearbeid, autentisitet i produktutvikling og markedsføring, økende kultur for innovasjon, gründerånd og entreprenørskap.



3. Oppsummering av Mentimeterundersøkinga



Mentimeter

Verdsarvstatusen

- 41 av 44 (93,2%) meinte at verdsarvstatusen er eit konkurransefortrinn for reiseliv- og lokalsamfunnsutviklinga
- 69,7% (30 av 43) meinte at verdsarvstatusen er viktig for omdømmet til kommunen og regionen
- 69,7% (30 av 43) meiner at kommunane og næringa ikkje har klart å utnytte heile potensialet som ligg i verdsarvstatusen enno
- 39 av 44 (88,6%) meinte at ein bør tenke nytt med innovasjon og vidareutvikling rundt verdsarven i reiselivs- og lokalsamfunnsutviklinga

0-utsleppsvedtaket

- Utsegnet om at 0-utsleppsvedtaket kan nyttast som eit konkurransefortrinn for utvikling av reiselivsnæringa fekk ein score på 3,9 av totalt 5 frå 44 respondentar. Utsegnet om at vedtaket øydelegg for reiselivsutviklinga fekk berre ein score på 2,3 av 5.
- Dei fleste meinte at det bør gjerast tilpassingar i 0-utsleppsvedtaket, der «det bør gjelde for heile landet» og «det bør gjelde for alle farty på fjorden» vart høgst vekta med hhv. 4,1 og 3,9 av 5.

Ordskyane

- Orda *kvalitet*, *vern*, *konfliktar*, *beskyttelse*, *makalaus* og *levande kulturbygd* vart framheva som det mest positive med verdsarven, der ordet *kvalitet* var det sterkaste
- Orda *ingenting*, *misforståelse*, *naturslitasjoen* og *hindring* vart framheva som det mest negative med verdsarvstatusen, der ordet *ingenting* var det sterkaste
- Orda *samarbeid*, *kompetanseheving*, *framsnakking*, *verdsarvsenter* og *kvalitet* vart framheva som ord for å utnytte statusen framover, med ordet *samarbeid* som det sterkaste
- Orda *makalaust*, *kvalitet*, *ekte*, *autentisk*, *miljø* og *klima* og *levande* vart framheva som ord for budskapet om verdsarvområdet i marknadene, med orda *kvalitet* og *ekte* som dei sterkaste

Korleis utvikle framtidretta og innovative opplevingar med verdsarvkvallitet i alle deler av reiselivsprodukta?

Samarbeid

- Nytte kapasiteten i ulike eksisterande klynger – mellom anna styrke samarbeidet med Visit Sognefjord og næringshagen
- Samarbeide på tvers i heile verdikjeda og heile samfunnet – dette må forsterkast gjennom nøytrale plattformer og tilrettelegging, og verdsarvparken må ha tettare dialog med næringslivet og involvere lokalt næringsliv i verdsarvforvaltninga
- Større grad av samarbeid med heile Sogn – samarbeid for å få gjestene til å bli lenger, og alle verdsarvkommunane må ta eit meir aktivt eigarskap
- Samarbeid med andre verdsarvområde internasjonalt – lære av andre område; legge opp til dialogmøter, workshops og studieturar

Produktutvikling

- Utvikle kulturopplevingar og nytte kulturarven saman med «møte med dei lokale» og lokale matopplevingar – skape kontakt mellom reisande og lokalbefolkninga
- Vidareutvikle turområda og aktivitetar langs heile fjorden – autensitet og lågterskel aktivitetar for «alle»
- Sjå på heile kundereisa og avdekke svakheiter i forhold til framtidige kundar sine behov og forventningar. Ein må tore å tenkje nytt og la det vere lov å kome med «galne» idear

Miljø

- Omstille reiselivet til å fokusere meir på å bruke det lokale næringslivet og sakte turisme – auke kunnskapen om sårbarheiten og bygge tilbod som har lågt økologisk fotavtrykk og synleggjere kva som er grønt i reiselivssatsinga
- Grøn mobilitet - utvikle komplett intern utsleppsfril transport med kopling mellom private og offentlege tilbod og som er lett å booke – bruk fjorden meir som transportårer og gjere lettare å forflytte seg mellom alle bygdene og stadene i regionen
- Ein må ikkje ta vekk den lokale evna til kommersiell miljønnovasjon – ein må bli ei leiande destinasjon for verdiskaping og grøil energi. Landstraum til båt, bil og buss og ladepunkt til båtar i hamnene.

Korleis utvikle framtidsretta og innovative opplevingar med verdsarvskvalitet i alle deler av reiselivsprodukta?

Natur- og kulturforvaltning

- Lage «åtferdsreglar» for korleis du som kunde oppfører deg i natur- og kulturarven, og få på plass «park rangers»
- Fokus på omdømme og utvikling av tolegrensar – avgrensa talet på besøkande?

Marknadsføring og formidling

- Utvikling av godt vertskap og auka kunnskap om verdsarven - tilby kurs, vidareutdanning, kompetansehevingstiltak og studieturar internt og utanfor regionen og utvikle historieforteljing for formidling av verdsarvverdiane
- Forsterka marknadsførings- og salsretta tiltak

Rammeverk

- Etablere eit fleirårleg omstillings- og verdiskapingsprogram med verdsarvstatusen som premiss
- Eit regionalt tilpassa regelverk/lovverk må på plass
- Inkludere verdsarvstatusen i det kommunale planverket og legge strategiar for å utvikle lokalsamfunna i ynskja lokal verdiskapande, berekraftig retning



Korleis kan ein styrke kompetansehevinga i næringa og service-funksjonane i verdsarvområda?

Opplæring

- Ta i bruk Innovasjon Norge sine kurs – etterspør kurs dei eventuelt manglar
- Sette krav til utdanning og legge til rette for vidareutvikling av dei tilsette
- Etabler felles «kompetansedagar» for kommunane, næringa og innbyggjarane – skape stoltheit for området
- Skape forståing for vertskapsansvaret og vertskapsrolla me alle har – etablere obligatoriske entreprenør- og vertskapskurs, og drive opplæring i lokalkunnskap om naturverdiane, kulturarven og sårbarheit for alle som jobber med reiseliv

Erfaringsbasert læring

- Hauste erfaringar frå andre i landet og utlandet
- Tilby fleire mentorprogram der ein bedrifter hjelper kvarandre – gjerne kopling til andre næringar for å lære
- Systematiser fakta, innsikt og kundeundersøkingar

Samarbeid

- Styrke samarbeidet på tvers av næringane – opptre i fellesskap som eit samla lokalsamfunn og opprette fleire møteplassar for erfaringsutveksling
- Nytte næringshageprogrammet som me har i heile Sogn
- Verdsarvorganisasjonane må vere meir framoverlente mot næringslivet og bygge kunnskap om moglegheitene



Korleis kan ein auke lønsemda frå reiselivet i verdsarvområdet?

Produktutvikling

- Satse tungt på marknadsretta produktutvikling og heilårleg satsing – pakke produkta betre med opplevingar i fleire dagar, og bygge meir på lokale verdiar og kvalitetar, og ha meir fokus på lokale råvarer og produkt
- Auke prisane – ta høgare pris for dei unike opplevingane me tilbyr, og bli betre på prisdifferensiering (verdsarv kvalitet). Sett miljøkrav og pris produkta der etter
- Sikre at dei besøkande møter kvalitet og unike, eksklusive opplevingar uansett kva oppleving dei nyttar – auke kvaliteten på opplevingane og tilboda, og sikre kvalitet ved bruk av Varde sertifisering
- Utnytte heile området – sende gjestene utover, og akseptar volum og vekst

Målgrupper

- Satse på nye kundesegment som blir lenger i området – meir baseturisme
- Få på plass felles plattform for marknadsføring og booking
- Vektlegge lokale næringskjeder
- Lag ei ordning for sertifiserte guidar



Korleis kan ein auke lønsemda frå reiselivet i verdsarvområdet?

Infrastruktur

- Få på plass betre ordningar for søppelhandtering og toalett i heile området
- Styrke kvalitet og kvantiteten på kollektivtransporten – gjere alle bygdene og område lett tilgjengelege
- Set krav til ferdsel på fjorden for å få færre men meir robuste aktørar på fjorden
- Forby store køyrety på Lærdalsfjellet og sett inn elektriske småbussar i skytteltrafikk i sommarsesongen

Marknadsføring

- Bruk UNESCO-statusen meir
- Felles marknadsførings- og salsplattform

Korleis kan ein tenke nytt i forhold til transport, reiseruter og reisemønster i verdsarvområdet?

Transportutvikling

- Enno meir bruk av fjorden – «fjordbuss» som inkluderer lokalbefolkninga mellom bygdene og kommunane, og heilårsrute Bergen - Flåm
- Nulltslepp og elektrifisering
- Del opp Aurlandsdalen i fleire etappar
- Stenge for biltrafikk i sentrumsområda
- Forbetre moglegheitene for sykling i verdsarvområdet
- Etablere «timesbuss» og gang og sykkelveg mellom Flåm og Aurland

Samordning og forenkling

- Betre integrasjon og samordning mellom offentleg og privat transport
- Forenkla booking og ruteinformasjon for å sette saman si eiga reiserute i området (merk: entur.no og Google maps har noko av dette)
- Samarbeid om felles, samanhengande transportløsingar
- Styrke samarbeidet mellom Visit Sognefjord, Visit Voss og Visit Hardanger

Rammebetingelsar

- Halde Lærdalstunnellen open
- Etablere grenser for maks antall farty på fjorden for å levere på kvalitet

Kva kjenneteikn meiner du blir viktig ved målgruppene og marknadene fram mot 2030?

Kvalitet, klima og miljø

- Aktive reisande som er opptekne av kvalitet, klima og miljø – «slow travelers»
- Ansvars- og bærekraftbevisste reisande – meir kortreista kundar
- Kundar som vel bedrifter som kan legge fram klimerekneskapen sin

Lenger opphald og høgare forbruk

- Baseturistar som blir lenge og bruker mykje – dei som søker totalopplevingar og tilbod til heile familien

Natur og kultur

- Kulturturisten som ynskjer ei sjeleleg oppleving for livet
- Natur- og kulturopplevingar for heile familien

Kvalitet

- Mindre grupper med auka forventning til kvalitet og djupare opplevingar – har god kunnskap om området
- 50+ som ynskjer moderat fysisk aktivitet med naturopplevingar, og unge vandreturistar
- «Kvardagsopplevingar» i verdensklasse – 100% grønn turisme



Korleis kan ein gjere lokalsamfunna betre i verdsarvområdet?

Besøksstyring

- Etablere strukturar for besøksstyring – besøksstyring og tilrettelegging innanfor bygdene sin kapasitet og tålegrense
- Avgrense trafikk på vegane og kunne styre turiststraumane og spreie dei i heile kommunen
- Respektere total besøksmengd i dei ulike bygdene

Fellesgodefinansiering

- Innføre ordning for turistskatt og fellesgodefinansiering

Involvering av lokalbefolkninga

- Lytte meir til lokalsamfunna – ein god stad å bu er ein god stad å besøke
- Skape møteplassar/tilbod som kopljar lokale og tilreisande
- Ta med dei lokale i diskusjonar om tiltak
- Alle innbyggjarane må forstå sitt ansvar for vertskapsrolla – skape stoltheit i å ta i mot besøkande

Korleis kan ein gjere lokalsamfunna betre i verdsarvområdet?

Utvikling av området

- Området må kunne utvikle seg som ein del av eit moderne samfunn – ikkje bli eit museum
- Vere god på informasjon til gjestene i forkant – korleis oppføre seg, kven er lokalbefolkninga og «lokal etikette»
- Vidareutvikle verdens leiande cruisedestinasjon med tanke på utslepp, innovasjon og lokal verdiskaping på lag med stolte innbyggjarar

Infrastruktur

- Bygge ut kapasiteten på vegane og parkeringsplassar
- Fjerne støvplagene og støy frå gruvedrifta
- Betre tilgong til offentlege toalett

Samarbeid og mål

- Samarbeid på tvers av vertskommunane
- Ha mål om minst 200 nye arbeidsplassar i reiselivet i Aurland



Gi ei kort beskrivelse av «draumescenarior» for reiselivet og lokalsamfunna i verdsarvområda for 2030

Miljø

- Verdas beste grønne reisemål
- Miljø- og klimabevisste baseturistar med sans for kvalitet og sterke opplevingar
- 100% elektrisk

Reisande

- Gjestene kjem, blir og vil knapt reise vidare!
- Jevn besøksstraum heile året
- Reis sakte – opplev meir!
- Gode transportmoglegheiter og null utslepp. Gode tilbod på lokal mat og opplevingar. Ope heile året. Meir lokal tilknytning.
- Gjester som blir lenger og nyttar fleire tilbod
- Aktive gjester so enkelt kan kome seg mellom aktivitetar utsleppsfritt

Vertskap og trivsel

- Blide turistar heile året der lokalbefolkninga er aktive og ynskjer dei velkomne
- Bilde innbyggjarar, blidt vertskap og blide gjester

Autentisk fjordlandskap

- Levande kvardagslandskap i sakte modus
- Autentiske bygder der turistar og lokalbefolkning snakkar saman

Transport

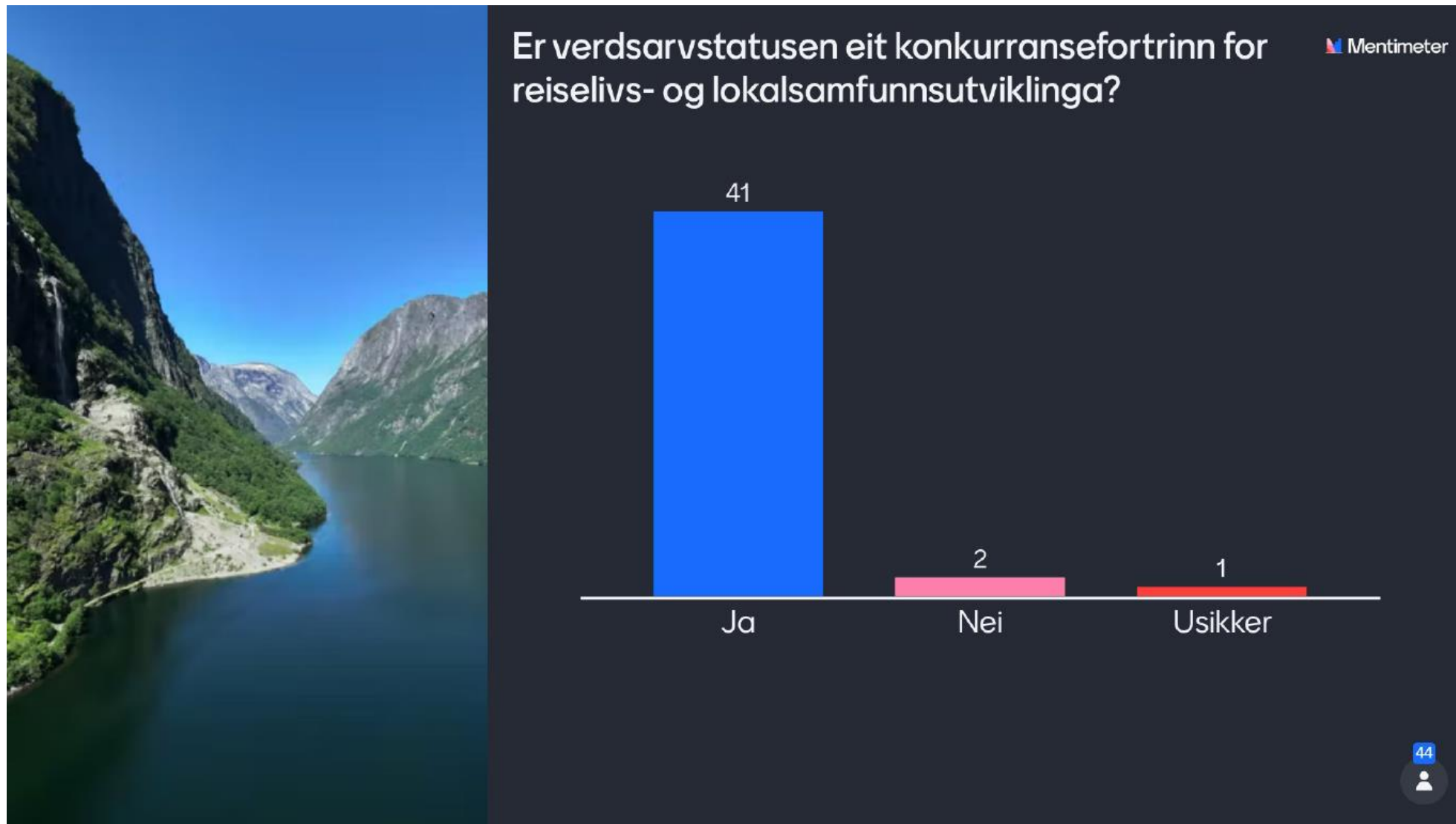
- Fungerande logistikk heile året
- Sognebåten ha endestogg i Flåm
- Kan ein styre cruisetrafikken utanom «høgsesongen» juni – august?
- Færre store cruiseskip – heller meir av dei mindre

Resultat frå Mentimeterundersøkinga



Korleis kan verdsarvstatusen bli eit konkurransefortrinn?

Det at 41 av 44 på konferansen ser på verdsarvstatusen som eit konkurransefortrinn er eit særst sterkt signal om at aktørane ynskjer å bygge vidare på statusen som grunnmuren i reiselivs- og lokalsamfunnsutviklinga



30 av 43 (70%) meiner at verdsarvstatusen er veldig viktig for omdømmet til kommunen og regionen. Dette understrekar styrken og forankringa verdsarvstatusen har hjå dei lokale aktørane.



Kor viktig meiner du verdsarvstatusen er for omdømmet til kommunen og regionen?

Mentimeter



43

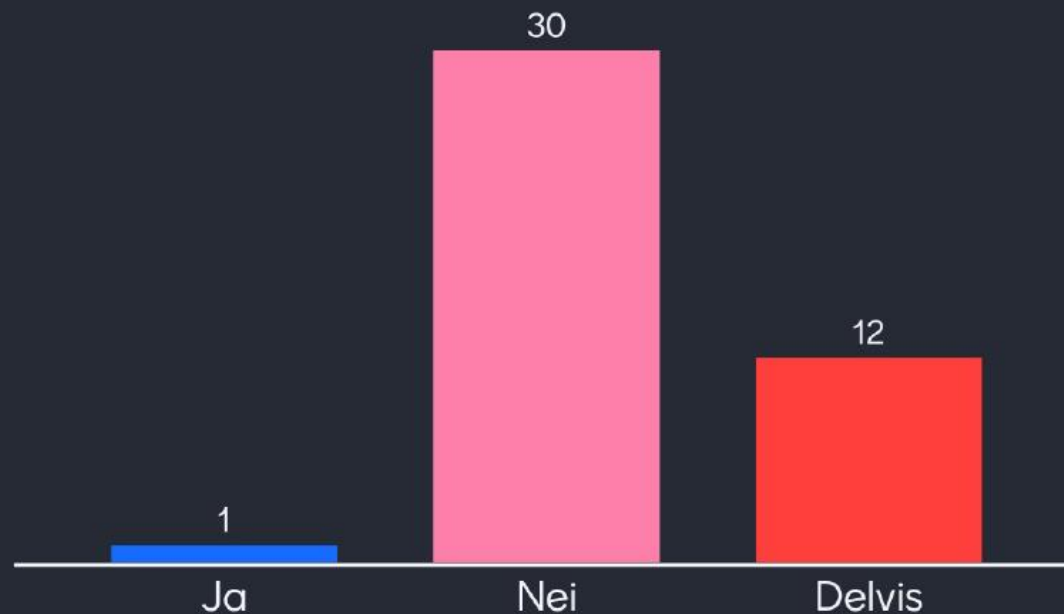


70% meiner ein ikkje har utnytta heile potensialet som ligg i verdsarvstatusen. Dette gjer at viljen framstår som stor hjå dei lokale aktørane til å vidareutvikle verdsarvområdet, og vektlegge nytanking og innovasjon



Har kommunane og næringa klart å utnytte heile potensialet som ligg i verdsarvstatusen?

Mentimeter



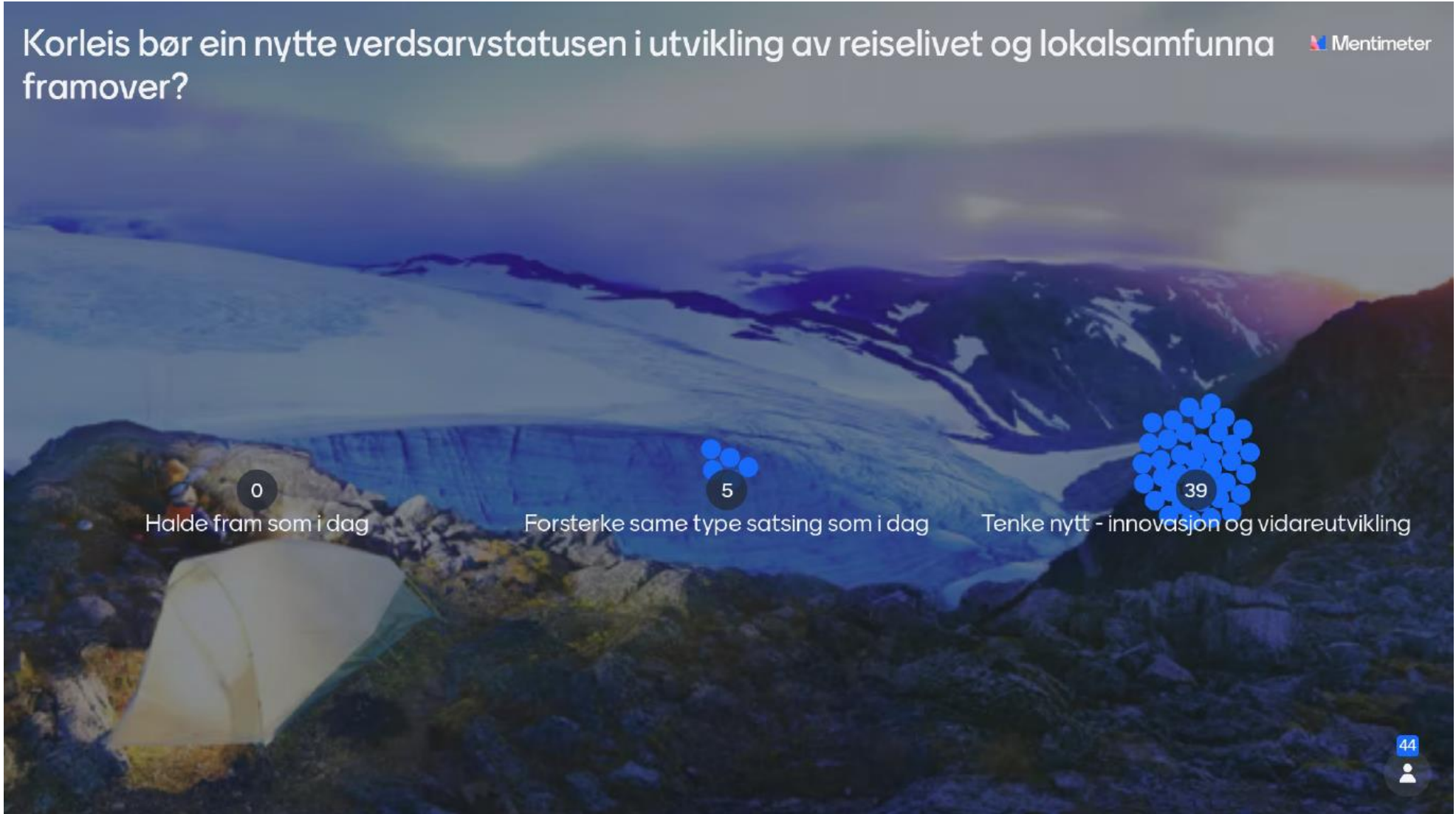
43



Korleis utvikle framtidsretta og innovative opplevingar med verdsarvskvalitet i alle deler av reiselivsprodukta?

Korleis bør ein nytte verdsarvstatusen i utvikling av reiselivet og lokalsamfunna framover?

Mentimeter



Det at 39 av 43 meiner at ein må tenke nytt i utviklinga av reiselivet og lokalsamfunna, og berre 5 av 44 meiner ein må halde fram som i dag, er eit særskilt strekt signal om at reiselivet ynskjer å utvikle seg mot nye marknader, produkt-løysingar og innovative satsingar for ei meir berekraftig utvikling av regionen.

Utsleppskrava i Verdsarvfjordane

Utsleppskrava i verdsarvfjordane

Mentimeter

Ueinig

0-utslepp vedtaket kan nyttast som eit konkurransefortrinn for utvikling av reiselivsnæringa

3.9

Einig

0-utslepp vedtaket øydelegg for reiselivsutviklinga i Aurland

2.3

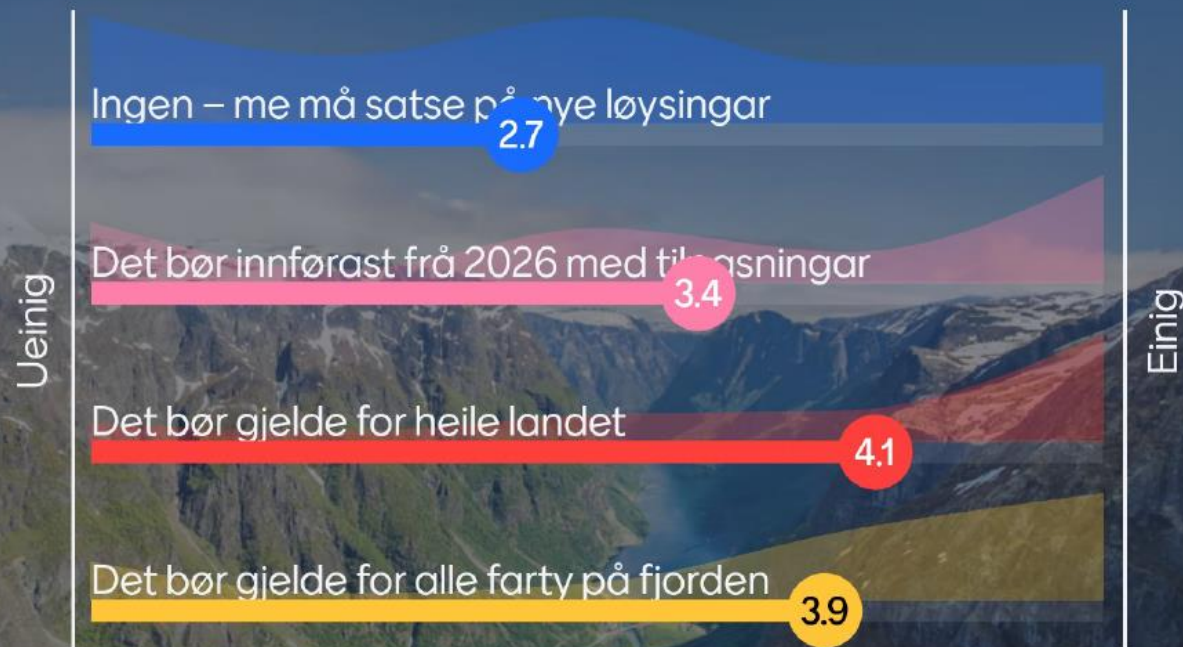
Det er overraskande at utnytting av 0-utsleppsvedtaket som et konkurransefortrinn vert vurdert til 3,9 av 5 som høgste verdi, medan den øydeleggjande effekten berre vert vurdert til 2,3.

Saman med tilbakemeldingane på spørsmåla om verdien av verdsarvstatusen og ynskje om nytenking i vidare utvikling, kan dette tolkast som at dei lokale aktørane ikkje ser 0-utsleppsvedtaket som ein trugsel for lokal verdiskaping og utvikling, men tvert om som ein moglegheit.

44

Kva tilpassingar bør Stortinget gjere i forhold til 0-utsleppsvedtaket?

Mentimeter



Det er tydeleg at alle aktørane på konferansen meiner at det bør gjerast tilpassingar i 0-utslepps-vedtaket, der det bør gjelde for heile landet og alle farty på fjorden – ikkje berre for verdsarvfjordane og dei største skipa.

44

Beskriv med eit ord kva du meiner er det mest positive med verdsarvstatusen



Beskriv med eit ord kva du meiner er det mest negative med verdsarvstatusen



Beskriv med eit ord kva som må prioriterast for å utnytte verdsarvstatusen framover



Beskriv med eitt ord kva som bør vere kjernen i budskapet om verdsarvområdet til marknadene





4. Oppsummering frå paneldebatten

Paneldebatten

Deltakarar i paneldebatten:

David Undredal, Kristian Jørgensen, Rolf Sandvik, Jon Olav Stedje, Hilde Charlotte Solheim – moderator: Ståle Brandshaug

Jon Olav:

- Tilpassing av regelverk for bygging av landstraum.
- Jo fleire skip, jo meir straum blir seld, jo meir straum, jo meir pengar tener kommunen.
- Den ekstra innteninga skal gå tilbake til lokalsamfunna
- Treng modifikasjonane i vedtaket i ein periode - fram til ca. 2035

Vidar:

- Behov for både tilpassing og utvikling - ja, takk, begge delar.
- Det er lokalsamfunnet som tek risikoen ved utvikling av td. vinterturisme.
- Kva gjer me om det blir tøft etter 2026 – om reiselivsverksemdar og andre får problem med å klare seg?

Paneldebatten

Kristian:

- Det grønne skiftet handlar om vilje til endring, ikkje om kompromiss.
- Vi kan byggje ein sterk destinasjon gjennom å omfatte og ta innover oss det grønne skiftet
- Vi må som næring ta ansvar for å skape ein miljømessig berekraftig framtid og slutte å kjempe mot 2026-vedtaket
- Fokuserer på dei 80 % av gjestene som blir her lenger og bruker meir pengar, ikkje dei 20 % frå cruisesegmenta - ein kan auke innteninga frå dei 80 % til 100% eller meir

Hilde Charlotte:

- Vi snakkar om cruise som éin ting, men eigentleg er cruise både mindre skip og ekspedisjonsskip - for lite nyansering i debatten.
- Vi sel gode produkt på billigsal – stort potensiale for å nytte verdsarven til å auke kvaliteten, omdømmet og prisane
- Dei landbaserte verdikjedene og lokalsamfunna må rustast til å tole kriser
- Strategisk merkevarekompetanse er viktig at kommunane bruker ressursar på. Utvikle ein eigen og tydeleg profil- og merkevarestrategi som inkluderer bulyst og stadsattraktivitet for å tiltrekke seg kompetanse – dette er like viktig som reisemålsutvikling

Paneldebatten

Rolf:

- Treng 10 ekspedisjonsskip for å dekkje inn antall passasjerar som eit stort cruiseskip, men ekspedisjonsskipa ligg lenger til kai og nyttar fleire av dei lokale tilboda inklusiv overnatting
- Uheldig om ein vel å utsetje og mjukne opp eit vedtak som no ligg til grunn for mange selskap si satsing på teknologiutvikling – det vil undergrave berekraftsatsinga som uansett vil kome
- Verken utsleppsfrie farty eller landstraumsanlegg kan matche det volumet som dagens cruiseskip representerer

David:

- Aurland kommune har ikkje gjort nok for å vedkjenne seg og integrere verdsarvstatusen.
- Verdsarvkommunane bør jobbe med å byggje omdøme som «verdsarv». Kan óg nyttast i rekrutteringssamanheng.
- Behov for bedre samordning og samarbeid om forvaltning, næring, innbyggjarar. Dette kan «fasiliterast» av Verdsarvparken.
- Må leggje til rette for at folk skal kunne bli her lengre. Koordinere oss betre lokalt.
- Viss vi er avhengige av noko som er eit problem og ikkje høyrer framtida til (cruise, masseturisme), så må me gjere noko med det.

Paneldebatten

Innspel frå salen:

Leif-Inge Undredal:

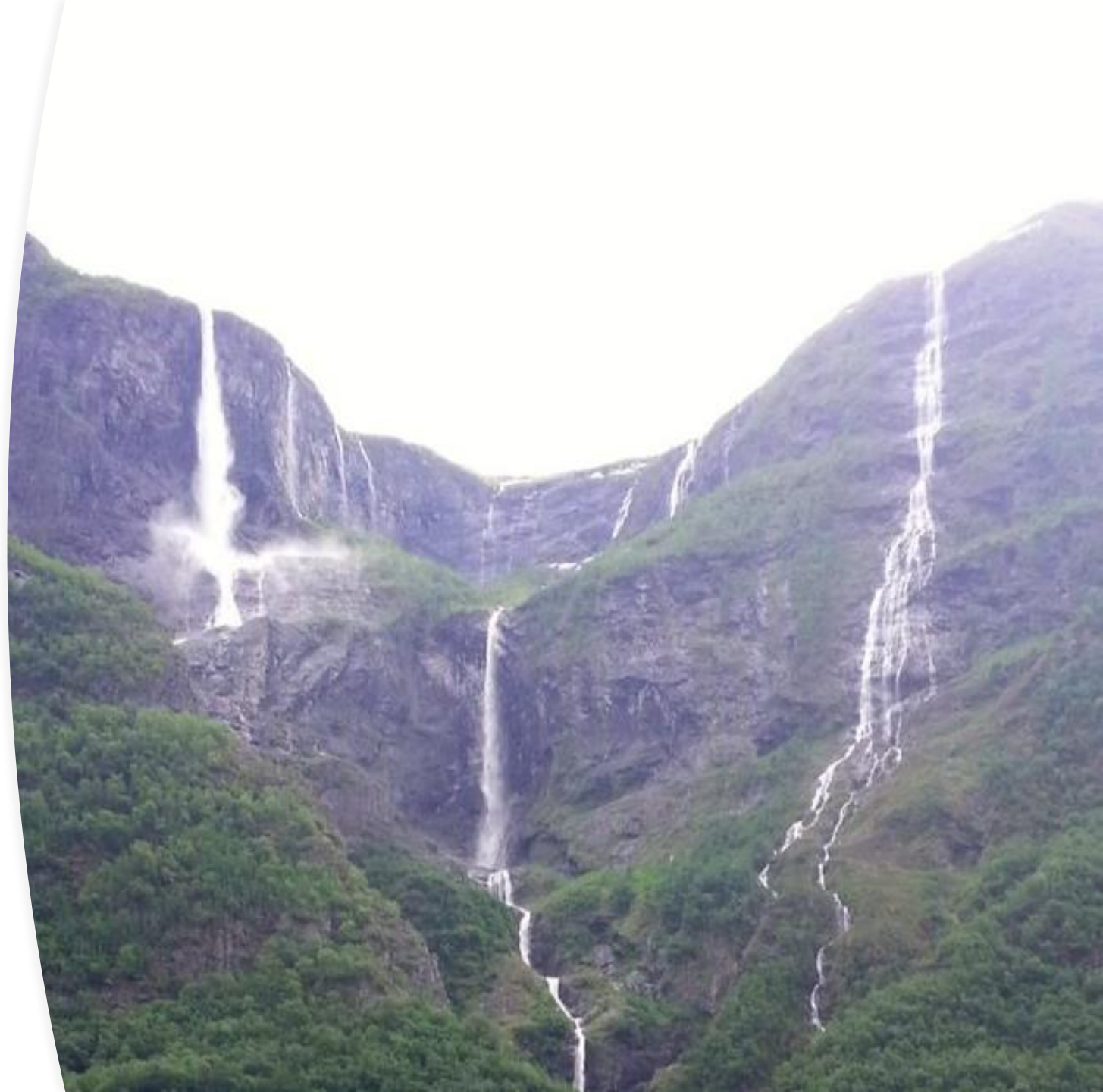
- Det ligg ei viktig kraft i at alle aktørane rundt verdsarvområdet samlast.
- Me må hugse at lokalsamfunnsutviklinga er målet her, ikkje reiselivet.
- Verdsarvstatusen må liggje i botn for alt samarbeid og alle strategiar
- Vi ser ut til å vere einige om at vi skal sjå på moglegheitene i dette – eit godt samfunn for bu, jobba og vere.
- Må byggje vidare på slike møteplassar som denne konferansen.

Noravl Distad:

- Ikkje UNESCO som har krevd nullutslepp i 2026 og heller ikkje utarbeidd andre restriksjonar
- Vi tenkjer for komplisert. Begrensningane er blitt for store i etterkant av verdsarvstatusen der det verste dømet er 2026-vedtaket.
- 2026-vedtaket handlar kun om å redusere utslepp - me mistar fokus på verdien av verdsarvstatusen.
- Ei samla skipsfarta står for alt for store utslepp på global basis – cruise står for berre om lag 1% av dette

Laila Kvellestad:

- Landbruksavdelinga i kommunen må ta ein større del av ansvaret for å utvikle kulturarvsbaserte produkt og opplevingar.



5. Evaluering frå deltakarane

Evaluering av Utviklingskonferansen 2022

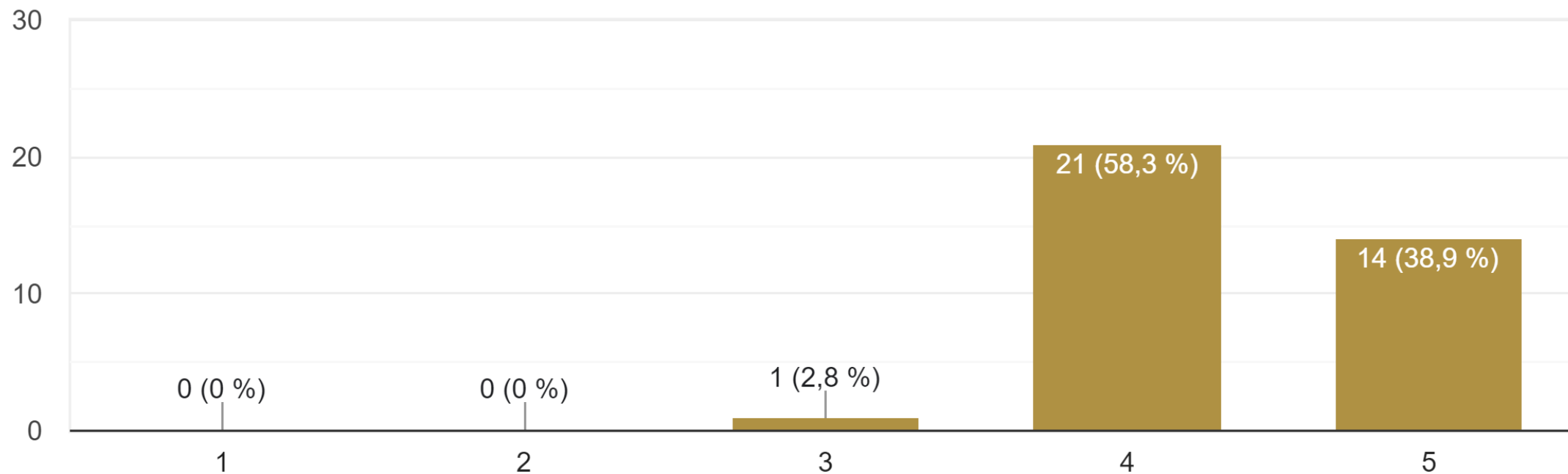


36 av deltakarane deltok i online evaluering i etterkant av konferansen

- 21 av 36 var «*Godt nøgd*» og 14 var «*Særs godt nøgd*» med konferansen, noko som gir ei gjennomsnittleg vurdering av konferansen på heile 4,36 av 5 som høgaste vurdering. Dette er ei særs god vurdering
- Innleiingane fekk ei samla vurdering på 4,33 av 5 som høgaste moglege vurdering, Mentimeterundersøkinga vart vurdert til 4,25, medan paneldebatten fekk ei gjennomsnittleg vurdering på 3,69.
- Heile 29 av deltakarane (80,4%) var «*Særs godt nøgd*» og resten av deltakarane var «*Godt nøgd*» med verdsarvparken sitt initiativ til konferansen. Dette syner at aktørane ynskjer at verdsarvparken er initiativtakar og koordinator for dialog, møteplassar og utvikling.

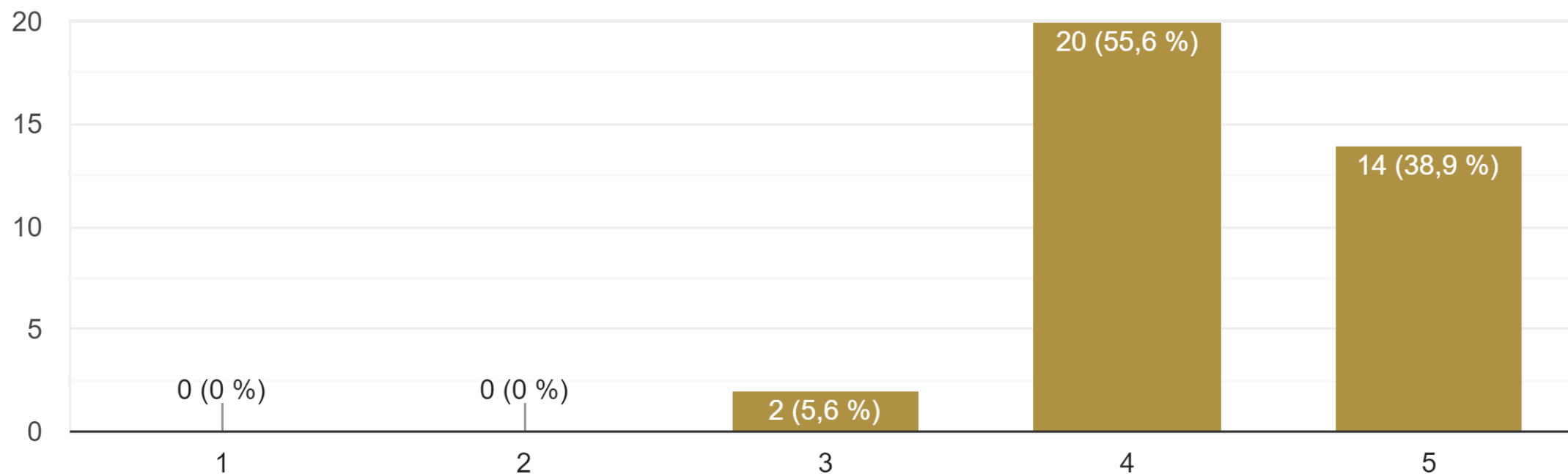
Kor nøgd er du med konferansen totalt sett (1 er lågast, 5 er høgast vurdering)?

36 svar



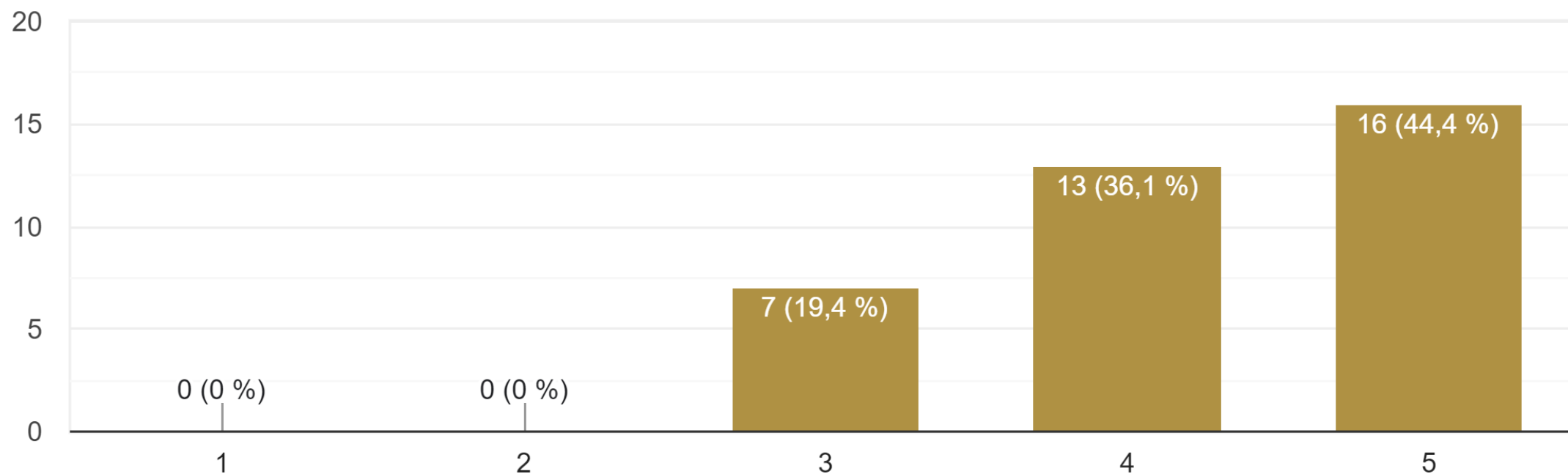
Kor nøgd er du med innleiingane samla sett (1 er lågast, 5 er høgast vurdering)?

36 svar



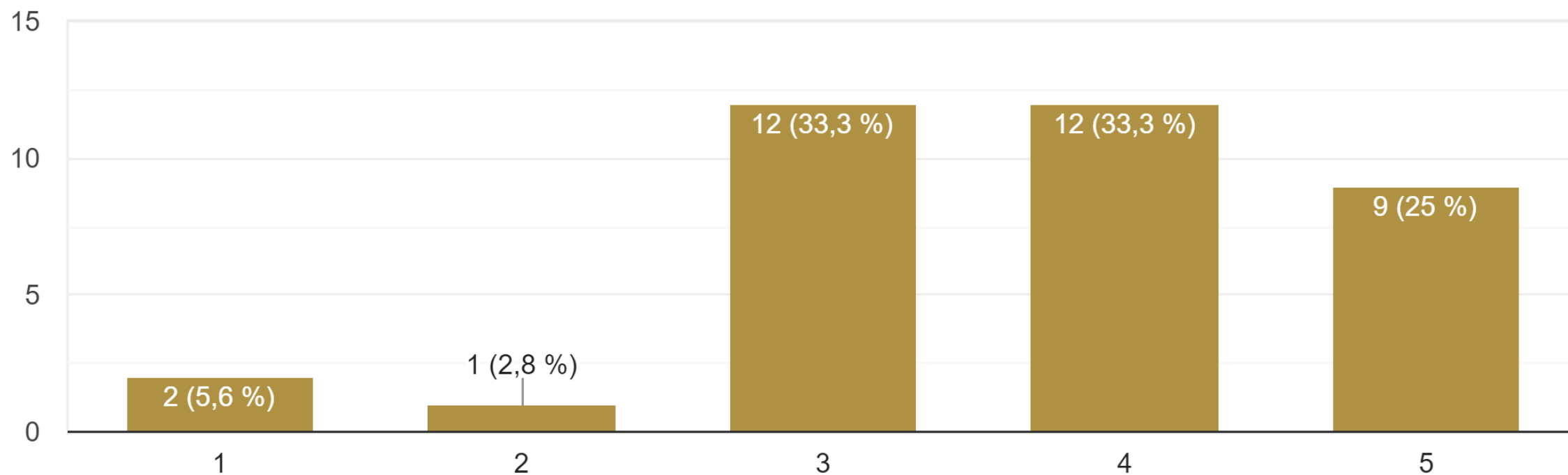
Kor nøgd er du med "Mentimeter undersøkinga" i plenum (1 er lågast, 5 er høgast vurdering)?

36 svar



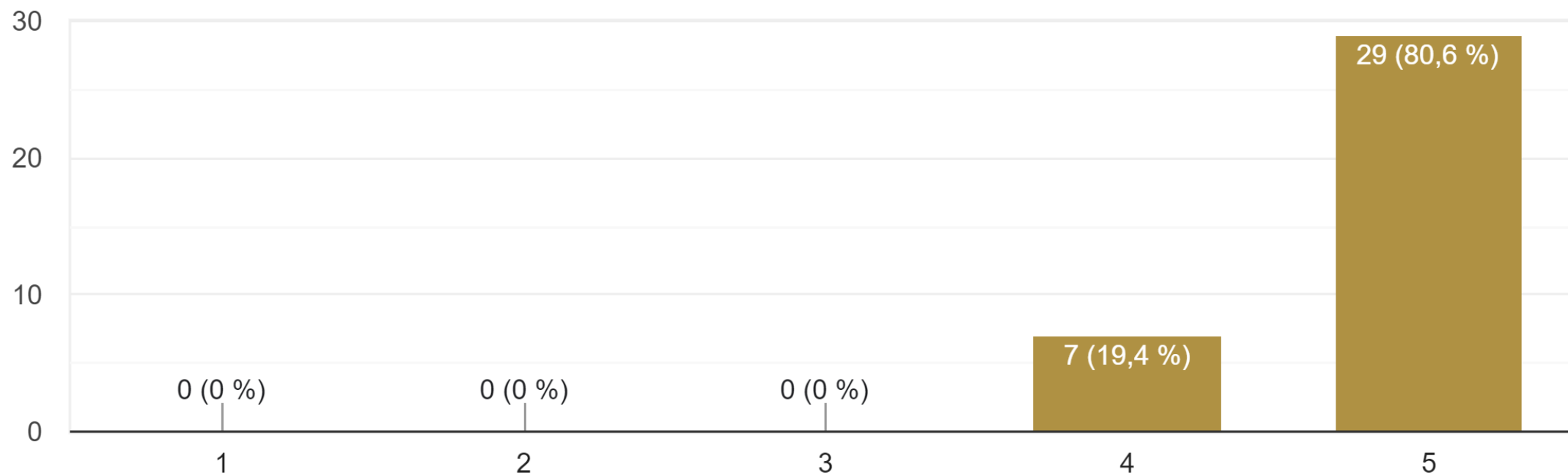
Kor nøgd er du med paneldebatten i plenum (1 er lågast, 5 er høgast vurdering)?

36 svar



Kor nøgd er du Nærøyfjorden verdsarvpark sitt initiativ til å gjennomføre konferansen (1 er lågast, 5 er høgast vurdering)?

36 svar



Vedlegg:

Kortversjon av innleiingane

Innleiar	Fokus
David Undredal	Kva moglegheiter ligg i verdsarvstatusen? Korleis kan me utnytte den som eit konkurransefortrinn i reiselivssatsinga, og kva er verdien for lokalsamfunnsutviklinga?
Natalia Golis	Kva er dei overordna strategiane og føringane for utviklinga av reiselivet på Vestlandet mot 2030, og er me på rett veg? Kva er utfordringane som må løysast, og kva er dei konkrete moglegheitsområda?
Kristian Jørgensen	Grønn mobilitet og nye reisemønster i praksis – korleis kan me tenke nytt i reiselivet generelt og verdsarvområdet spesielt for å sikre heilårleg, lønsam, miljø- og lokal-samfunnsvennleg reiselivsutvikling? Korleis kan ein utnytte og legge til rette for dette i Sogn/verdsarvområdet?
Vidare Hauståker	Kva strategiar og løysingar legg ARU/Norway's best opp til for å sikre framtidig lønsemd og berekraftig utvikling generelt og for Aurland/Flåm/verdsarvområdet spesielt? Korleis tilpassar ARU/Norway's best seg endringar i rammebetingelsane, endringar i næringa og nye moglegheiter i marknadene?
Rolf Sandvik	Kva er ideen bak Northern Xplorer, og kva kan denne satsinga bety for reiselivet generelt og verdsarvområdet/Sognefjorden spesielt? Kva moglegheiter gir dette, og korleis kan ein utnytte/legge til rette for dette lokalt/regionalt i Sogn?
Jon Olav Stedje	Korleis blir cruiseutviklinga på i Norge og på Vestlandet fram mot 2035? Korleis påverker 0-utsleppsvedtaket i verdsarvfjordane frå 2026 og strengare TIER-krav i heile landet frå 2030 cruisetrafikken i Norge generelt og Nærøyfjorden/Sognefjorden spesielt? Korleis tilpasser bransjen og reisemåla endringane i rammebetingelsane, og korleis ser ei framtidig cruisesatsing ut for å sikre vidare verdiskaping lokalt/regionalt i Norge, på Vestlandet og i Flåm/Sognefjorden?
Hans-Erik Ringkjøb	Kva ligg i verdsarvstatusen, kva må me ta omsyn til i den vidare nærings- og samfunnsutviklinga og korleis kan verdsarvstatusen vere eit fortrinn for reiselivs- og lokalsamfunnsutviklinga framover?
Hilde Charlotte Solheim	Kva endringar i rammebetingelsane ser me generelt i samfunns- og næringslivet, og kva rammebetingelsar må reiselivsnæringa forhalde seg til framover? Korleis kan ein gjere dette på best mogleg måte for å sikre framtidig lokal verdiskaping og vidare reiselivsutvikling? Kva er verdien av verdsarvstatusen, og kva moglegheiter gir den?



The Fjord Tours Group, Kristian Jørgensen

Grøn mobilitet og nye reisemønster

Kristian er CEO i Fjord Tours Group AS, styreleiar i Best Arctic Group AS og tidlegare reiselivsdirektør i Fjord Norge AS.



Grønn mobilitet og nye reisemønstre

Fjord Tours AS

Kristian B. Jørgensen

Adm. direktør

Hva er muligheten?

Bli verdens ledende land på bærekraftig høykvalitetsturisme

Tiden er
inne for å
industrialisere
norsk reiseliv

McKinsey
& Company



Kraftsenter for distribusjon

Bygge reiselivsflaggskip som
kan vokse i utlandet og knytte
seg til større nettverk og
merkevarer



Reisemål for høykvalitets- turisme

Bli en attraktiv destinasjon
for betalingsvillige
høykvalitetsturister

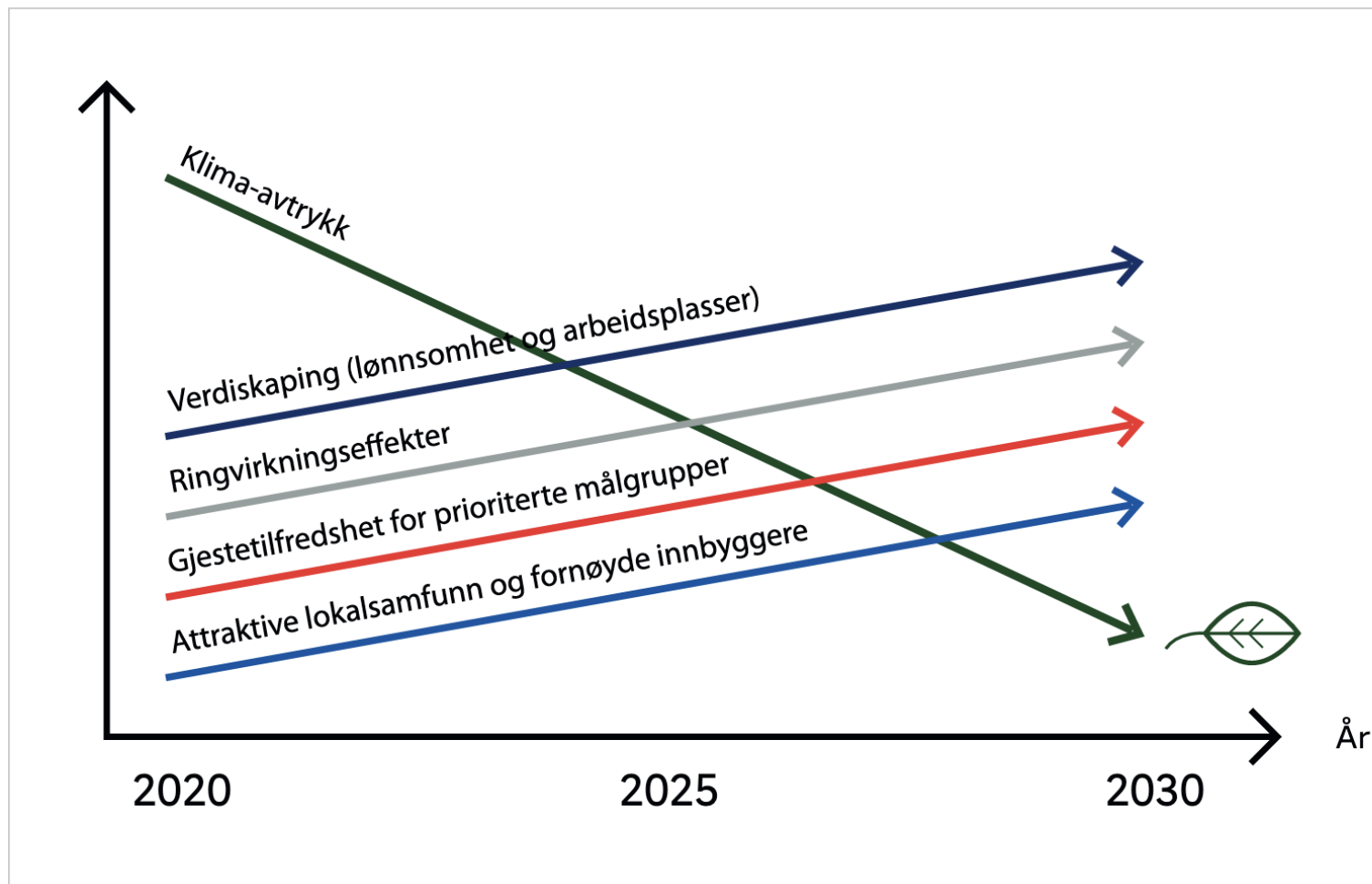


Bærekraftig turisme

Bli verdens ledende
destinasjon for bære-
kraftig turisme

Nasjonale reiselivsstrategi 2030

Sterke inntrykk med små avtrykk





Nærøyfjordområdet
- hva skal vi bidra med videre?



Flåm Railway



Bergen Railway



Flåm Railway

Norway in a Nutshell® - første helelektrisk rundtur i Norden



Nærøysfjord



Kjosfossen Waterfall



Fjord Cruise



Nærøyfjordområdet - UNESCO eller ikke?

NATIONAL
GEOGRAPHIC

TRAVELER

All Travel, All the Time
November/December 2009 \$4.99

World's Great
Places:

133 DESTINATIONS RATED

(GUESS WHAT'S NUMBER ONE)

In Search
of Magic

Mexico's
Butterfly
Paradise

48 Hours in
Copenhagen

A Real Roman
Holiday

Portland

Oregon's
Urban
Wonder

Portugal
Village
Stays

TRAVELER'S NEW
ITALY GAME



SEE PAGE 3

Destination Scorecard 2009

Captions

Norway's fjords rank No. 1 (score: 85) in the Destination Scorecard to some of the world's most iconic places, in the November/December issue of National Geographic Traveler magazine. This celebrated region also scored the top ranking when the first Scorecard was issued five years ago. (Cover)

Norway: Fjords Region

Score: 85

The Fjords, which topped the charts in our 2004 rankings, get even higher marks this year. "About as good as can be done," says one panelist. The gorgeous scenery and the "well-preserved Norwegian rural life" are vigorously protected, plus "the local people seem to benefit." Should keep a wary eye on the growing cruise business.

Norway seen as most sustainable and responsible destination

🕒 7 November 2022

Norway is viewed as the most sustainable and responsible destination, according to WTM London's survey of the travel industry's top decision-makers, with Costa Rica coming a close second.

WTM London's Industry Report 2022 asked travel executives: "Which destination do you most perceive as a model for sustainability and responsibility?" and 15% opted for Norway, while 14% said Costa Rica.

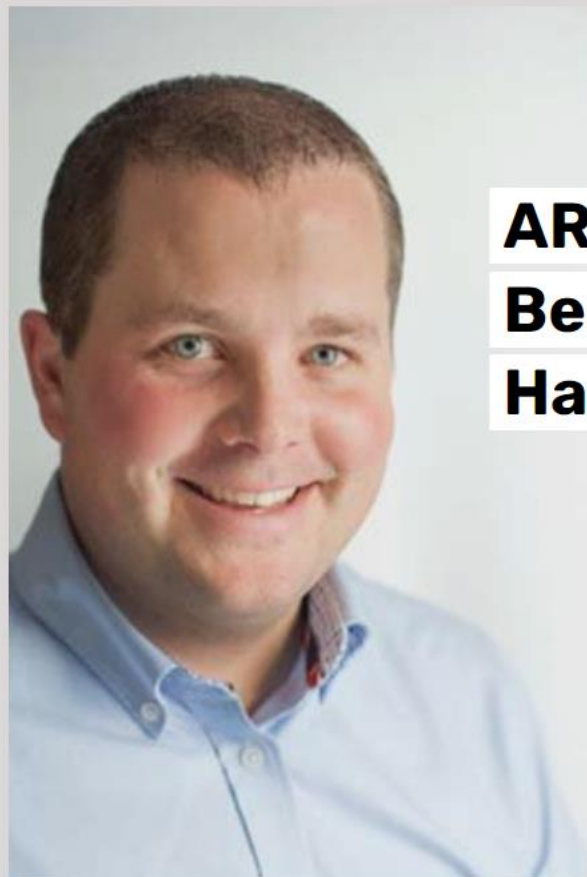


Dok8 forslag fremmet av Rødt, men med støtte fra flere...

1. Stortinget ber regjeringen innføre krav om nullutslipp for alle cruiseskip i norske farvann innen 2026.
2. Stortinget ber regjeringen innføre krav om nullutslipp for cruiserelatert turbussvirksomhet innen 2026.
3. Stortinget ber regjeringen fremme nødvendige forslag for å gi kommunestyre direkte anledning til å regulere cruisetraffikk. Disse skal som et minimum inneholde mulighet til å regulere antall anløp og antall passasjerer både pr. dag og pr. sesong samt mulighet til å regulere minste liggetid og maksimal størrelse på skipene.
4. Stortinget ber regjeringen fremme nødvendige forslag for å gi kommunestyre direkte anledning til å stille miljø- og klimakrav til cruisetraffikk. Disse skal som et minimum inneholde mulighet til å kreve påkobling til landstrøm samt mulighet til å kreve lav- eller nullutslippsskip.
5. Stortinget ber regjeringen komme tilbake til Stortinget med tiltak for å begrense kabotasjekjøring for utenlandske turbusser i Norge, etter modell fra Danmark.

When your finished changing – You're finished!





**ARU/Norway's
Best, Vidar
Hauståker**

Kva skal til for vidare verdiskaping i reiselivet?

Vidar er Forretningsansvarleg for Flåm i Norway's Best, tidlegare økonomisjef i konsernet og Senior Manager i PwC.

Norway's™
best_

Aurland Ressursutvikling - kva skal til for vidare verdiskaping i reiselivet?

22. november 2022 Vidar Hauståker



ARU bygger reisemål

Eigarskap – utvikling – drift – marknadsføring og sal

REISEMÅL FLÅM



REISEMÅL MYRKDALEN



- Flåm og Myrkdalen ca. 1.5 mill. besøkende årleg
- Flåm historisk 95 % utanlandske gjester
- Myrkdalen historisk 80 % norske gjester
- Fjord og fjell – sommar og vinter
- Flåmsbana og Nærøyfjorden
- Ski og sykkel i Myrkdalen
- 3 nye båtar med tilhøyrande infrastruktur
- 4 hotell, sjølvhushald, 14 serveringsstader og bakeri
- Kundesenter, sal og marknadsapparat
- Myrkdalen Fjellandsby – største skidestinasjon på Vestlandet – ambisjon om å bli nr. 3 i Noreg
- Tomtebank 1 800
- 160 heilårstilsette
- 300 sesongarbeidarar

Berekraftig og framtidretta reisemålsutvikling

- Flåm/Aurland ynskjer å vere i front på berekraftig reisemålsutvikling
- Vi har store ambisjonar for utvikling av Flåm som berekraftig reisemål
- ARU ønskjer å bidra til finansiering av berekraftig infrastruktur, også i landstraumanlegg
- Føreseielege og langsiktige rammevilkår er heilt avgjerande for å få til ønskt utvikling
- Vi helsar arbeidet med lågare utslepp velkomen ...
- ... men vi er avhengige av at gjestetilgangen vert beholden



Cruise er viktig for Flåm

- Cruise står for 20-25% av gjestestraumen
- Stor andel av cruisepassasjerane går i land
- Cruisegjestene svært godt nøgde med Flåm som hamn og reisemål
- Eit stort skip til kai skapar størst lokal verdiskapning
- Cruise viktig heile året, men spesielt utanfor høgsesong
 - Vesentleg omsetningsvekst ved cruiseanløp



	Gjennomsnittleg omsetning pr dag
Utan cruise	799 509
Med cruise	1 406 276
<i>Differanse</i>	606 767 (76%)

* Norway's best – september 2019

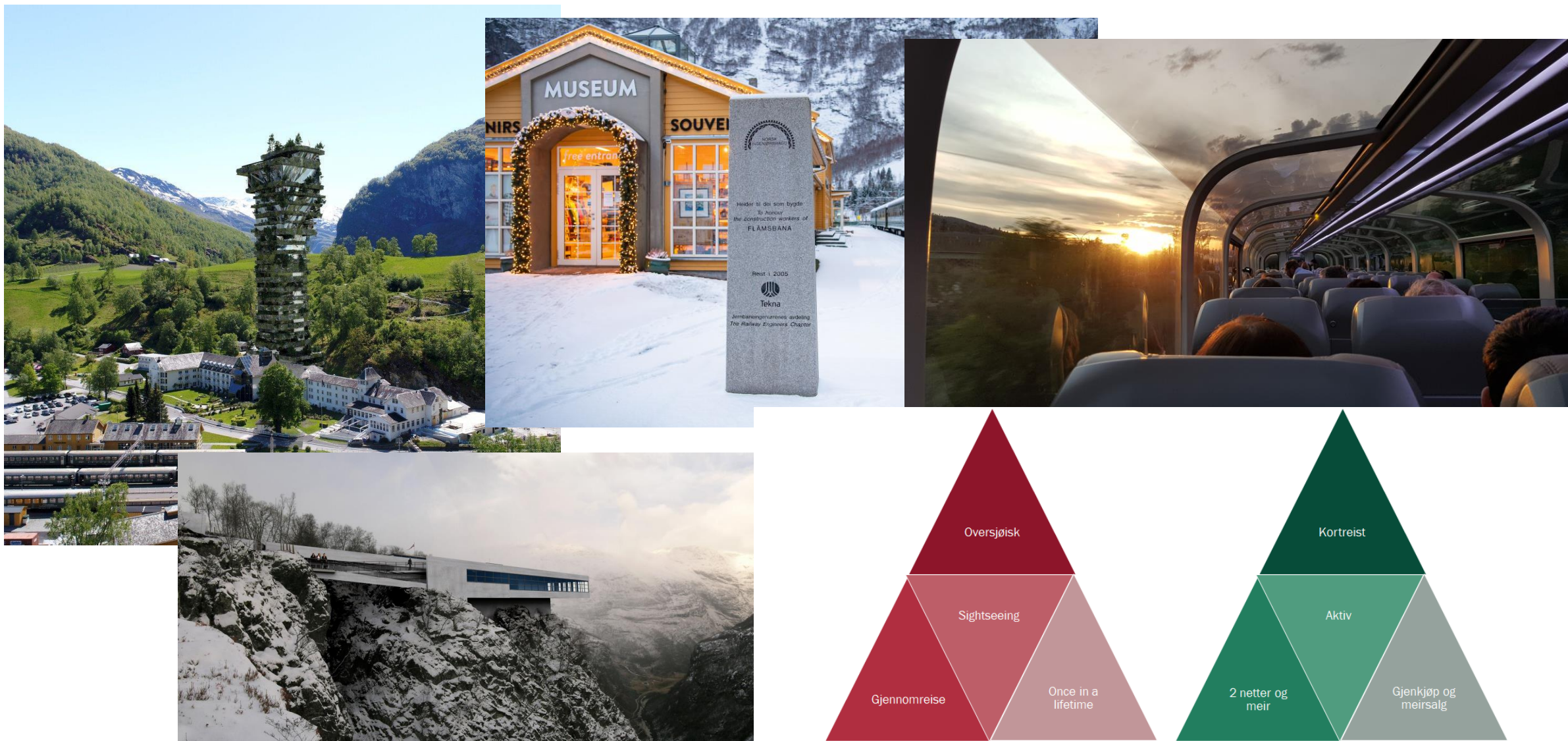
Nullutslepp 2026 i verdsarvfjordane

– *Effektfullt klimatiltak eller eit reint prinsippvedtak?*

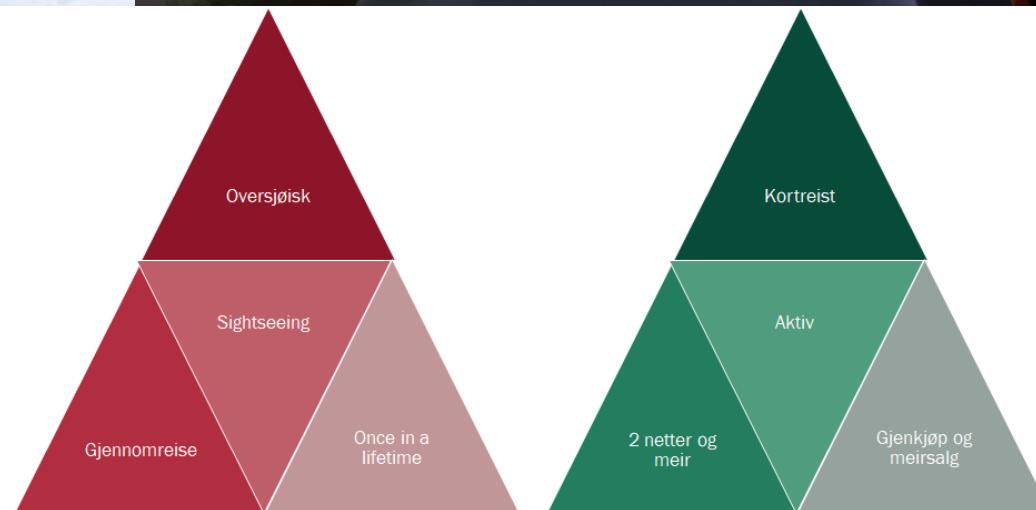
- Positiv effekt eller negative ringverknader?
 - Teknologisk utvikling
 - Utviklingsevna i Flåm
 - Cruiseanløp til nærliggjande umodne hamner
 - Set stoppar for landstraumsanlegg i Flåm
 - Ytterlegare press på infrastruktur i Flåm
 - Reelle utsleppskutt?
- Cruisenæringa er ei offensiv næring som jobbar målretta med ulike løysingar
- Men ting vil ta tid.....til tross for sterk teknologiutvikling vil det ta tid å omstille cruiseflåten



Vi har ambisjonar for framtidens reiseliv



Norway's best™





Vi er klare for omstilling og helsar ei rein cruisenæring hjarteleg velkommen

Men vi er opptekne av vegen dit må ivareta det som gjennom 25 år er bygd opp til eit velfungerande reisemål



Northern Explorer, Rolf Sandvik

Kva er ideen bak Northern Explorer?

Rolf er CEO i Northern Explorer AS og Global Maritime Services Ltd. Han tidelegare direktør for The Fjords DA og visepresident for destinasjonsutvikling i SIVA SF. Før stillingen i SIVA var Rolf kaptein i mange år for cruiserederiene Norwegian Cruise Line og Crystal Cruises.



NORTHERN X P L O R E R

A zero-emission Cruise Company in the making

Our Vision:

Discovering the world with the least possible footprint while creating sustainable economies.

Sailing into a world of opportunity

Imagine you could solve three major challenges with one solution.

Challenges to the environment, society and our cultural and natural heritage.

And what if that solution was here in Norway, right in front of you...
right now.

Would you be interested?





The importants of destinations

The journey is as important as the destination. Therefore, this ship will not speed through the night to keep to a demanding itinerary, but rather moor near local communities – thus supporting businesses there (e.g. restaurants at classic fjord hotels) – and give guests the chance to enjoy a good night's sleep. This will also allow the vessel to make use of local charging stations. Whereas mass market cruise ships focus on volume, often overwhelming the places they visit, Northern Xplorer's 'intimate' capacity means passengers embrace locations in a more sustainable, less intrusive manner. They can learn about the places they see – with local employees and visiting experts on hand to impart knowledge – while experiencing them in a genuinely relaxed, authentic manner. They become not tourists, but guests.



WHY...?



Regulatory compliance

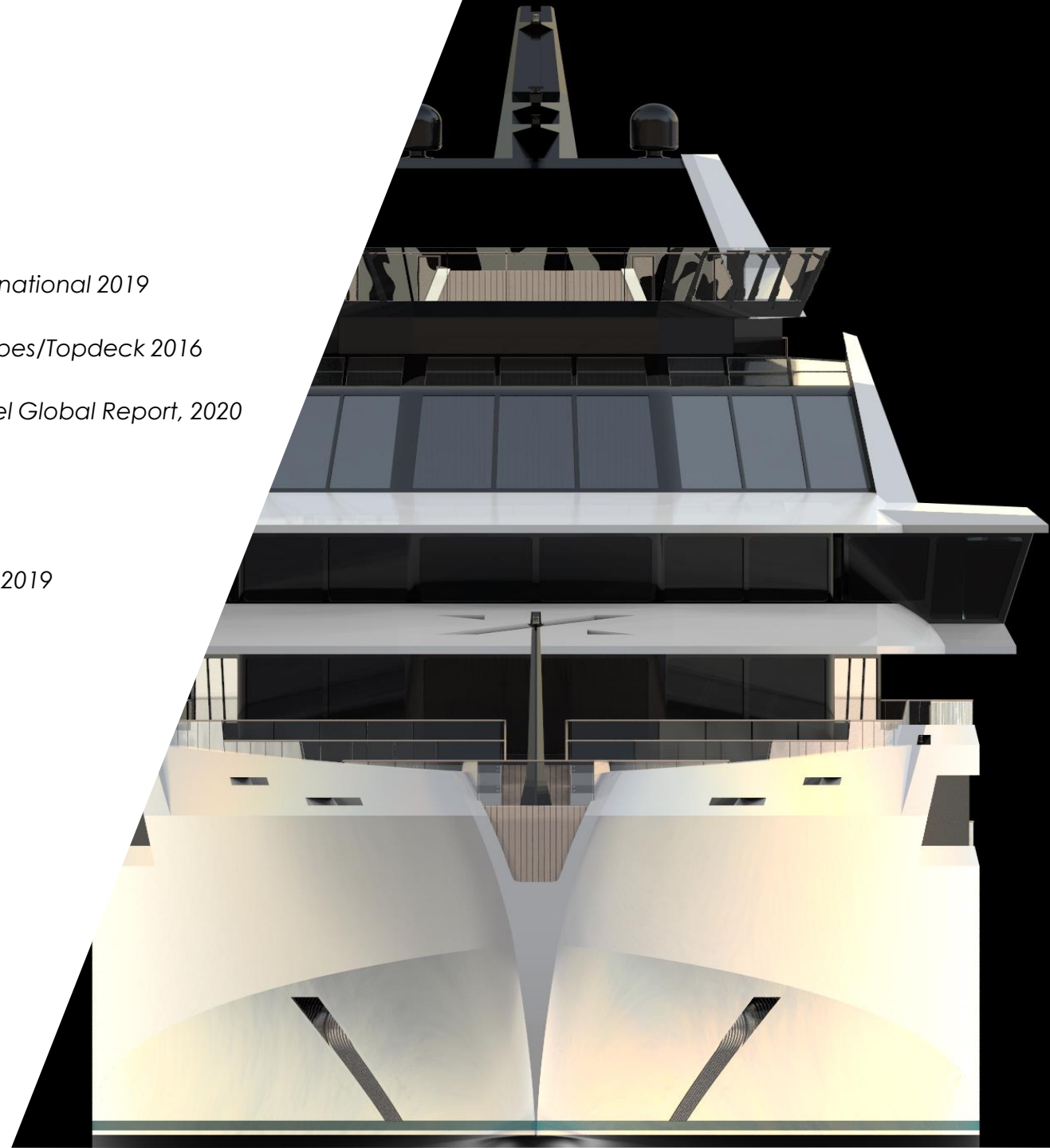
Regulations are increasingly reflecting these priorities, with zero-emission requirements for the Norwegian World Heritage fjords set to take effect in 2026, and limits on the number of calls and passengers allowed ashore soon to be enacted in many locations around the world.

As these trends gain momentum, growth in the explorer segment will rely on innovation, both in green technologies, and enhanced passenger experience with minimal impact on destination ecosystems.



Tourism is changing

- 78% of travellers value real world experiences in 2019 - *Euromonitor International 2019*
- 86% of 31,000 millennials (18-30) want to experience a new culture – *Forbes/Topdeck 2016*
- 75% millennials travel to enrich and improve their life – *Generation Travel Global Report, 2020*
- 30% increase in Eco-tourism versus overall tourism 4% annual rate
- *World Resources Institute 2017*
- 60% impressed by natural sights during their own travels – *booking.com, 2019*
- 63% pay more for a holiday that they feel benefits them mentally, physically or emotionally – *Generation Travel Global Report, 2020*
- 71% will pay up to 50% more for an enriching experience
– *Generation Travel Global Report, 2020*
- 34% willing to pay more for sustainable vacations
– *Travel Horizons Survey US Adults, 2020*
- 58% of *Condé Nast Traveler* readers surveyed said they choose a hotel based on whether the hotel gives back to local people and the planet – 2017

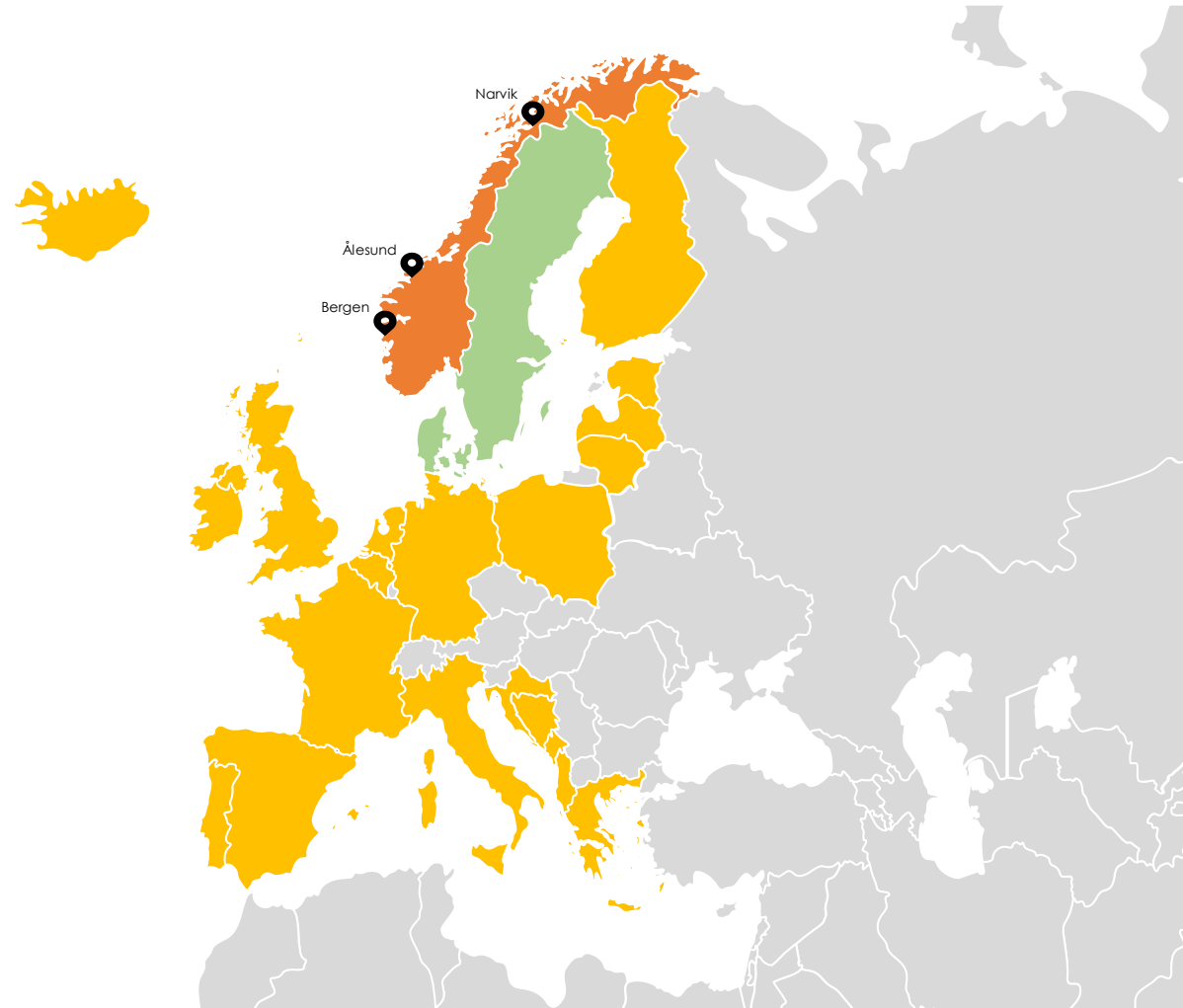


WHERE...?

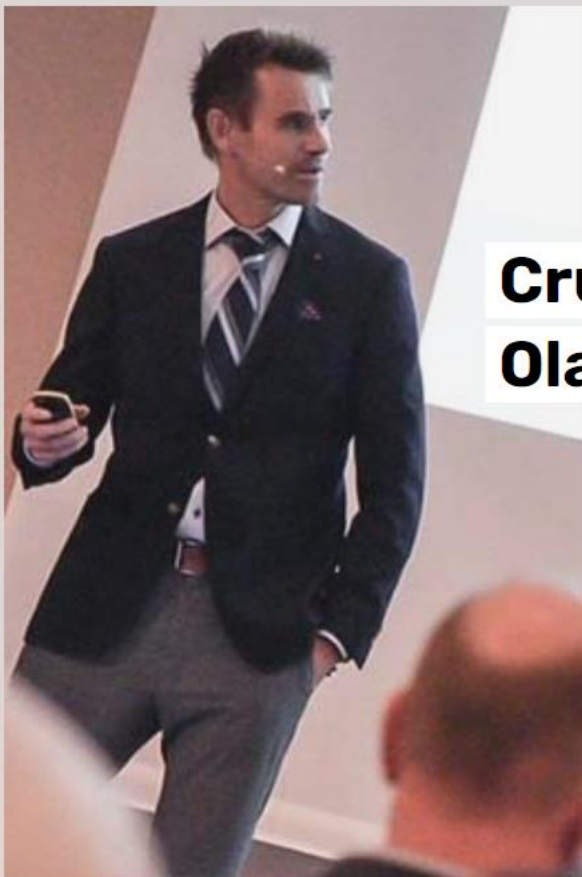


To begin with, Northern Xplorer will set sail along the Norwegian coast

- At launch, Northern Xplorer's first ships will set sail along the coast of Norway. Three main areas are identified:
 - Area around Narvik
 - Area around Ålesund
 - Area around Bergen
- Eventually, Northern Xplorer will expand its horizon to itineraries in Scandinavia and rest of Europe as infrastructure becomes avail .
- Scalable to the rest of the world



- ◆ Primary area of operation: Norway
- ◆ Secondary area of operation: Scandinavia
- ◆ Tertiary area of operation: Northern Europe



Cruise Norway, Jon Olav Stedje

Cruiseutviklinga på Vestlandet etter 2026
Driftsleiar, Aurland Hamnevesen KF, Flåm
Cruise Port. Ambassadør, Environmental
Port Index. Member of the sustainable
committee, Cruise Europe.



FLÅM PORT

Korleis tilpassar bransjen og reisemåla endringane i føresetnadene, og korleis ser ei framtidig cruisesatsing ut for å sikre vidare verdiskaping lokalt, regionalt og nasjonalt.



Jon Olav Stedje:

Driftsleiar – Aurland Hamnevesen KF

Ambassadør – Environmental Port Index (EPI)

Member of the sustainable comitee – Cruise Europe

Cruise - kva gjekk galt?

- Lite samhandling mellom hamn, destinasjon og kommune?
- Ei utvikling i sprikande retning?
- Lite gjennomsiiktig?
- Prispress?
- I konkurranse med anna reiseliv?
- For lite reguleringar?
- Kommunikasjon?

Resultat: **Negativt omdømme**

Konsekvens:

- Ein bransje i fokus både gjennom media og politisk Både internasjonalt, nasjonalt og i lokalsamfunna.
- Ei rekke nasjonale og lokale «utfordringar» for bransjen (eksempel)
 - [Like arbeids- og lønnsvilkår](#)
 - [Nytt regelverk for MVA – internasjonalt cruise](#)
 - Særkrav i regelverk
 - 2026 (vedtak 672, 690 og 691)
- Internasjonale krav (eksempel)
 - [Fit for 55 \(EU's klimapakke\)](#)
 - [IMO Marpol Annex VI EEXI](#)
- Korleis skal ein sette kurs framover for å tilpassa eit krav om ei bærekraftig endring på alle parameter?
- Finst det fleire kursar?
- Er det ei næring i endring?



Cruise – Kva skjer?

- Cruisebransjen er drivar i det grønne skiftet i den maritime industrien
- Net Zero innan 2050 (CLIA, RCCL, MSC, Carnival Corporation)
- 40% reduksjon av karbonintensitet i forhold til 2008 innan 2030 (IMO)
- Stort fokus på energieffektivisering
- Næringa ser sjølve behovet for endring
- 320 cruiseskip no, 55 nybygg innan 2026. Dei fleste på LNG
- 30% av skipa og 60% av kapasiteten er store skip (4000+)
- Fuel cells installert på Viking Neptun (100kw) og MSC World Europa (150 kw)
- Investerer tungt i utvikling på blant anna:
 - Biogass
 - Fuel cells
 - Hydrogen/Methanol
 - Hydrogen flytande/komprimert
 - Karbonfangst og lagring
 - Ammoniakk

Cruisenæringa – alternativet

- **Generelle tiltak:**
- Ta i bruk EPI (Environmental Port Index) for å gje insentiv til miljøvennlege skip
- Etabler landstraum for cruiseskip i dei 10 største hamnene.
- Bland inn karbonnøytralt drivstoff i eksisterande drivstoff.
- Samarbeid mellom myndigheiter, destinasjonar og cruiserederier for å optimalisere seglingsmønster mellom hamner.

- **For NOX:**
- Ta i bruk Tier-krava i områder med høg befolknings-tettheit.
- Tier I frå 2023, Tier II frå 2026 and Tier III frå 2030.
- Smarte reguleringar med fokus på hamner og destinasjonar.
- Etablere anbefalte eller pålagte fartsreduksjonar ved inn- og utsegling frå hamn.
- Krav om Tier III- ved kai

– Core partners



– GSP partners and contributors



Grønt Skipsfartsprogram

Cruisenæringa – Alternativet for verdsarvfjordane

- Oppretthald gjeldande reguleringar for Tier III frå 2025, men tilpass reguleringane for NOX som følgjer:
- Dersom landstraum er tilgjengelig og nyttast i hamn, tillat skip med eit nivå lågare Tier-notasjon å gå inn.
- Etabler smarte reguleringar som mogleggjer Tier-oppfyllelse med minimum ein hovudmotor oppgradert til Tier III- ekvivalent for bruk i hamn i områder med særskilt regulering.
- Innfør dette på en praktisk måte. Et første skritt kan være å krevje at skipet skal være Tier III-ekvivalent når til kai. Dette vil sikre at ca. 80% av utslippene i og rundt hamna vil være Tier III-ekvivalent.



Grønt Skipsfartsprogram



EPI: Gjennomsnittleg EPI score for Flåm: 42

Totalt forbruk:

HFO: 34,3 tonn (scrubber)

LNG: 65,5 tonn

MGO: 1 119 tonn

Totalt utslepp:

SO₂: 246 kg

NO_x: 38 298 kg

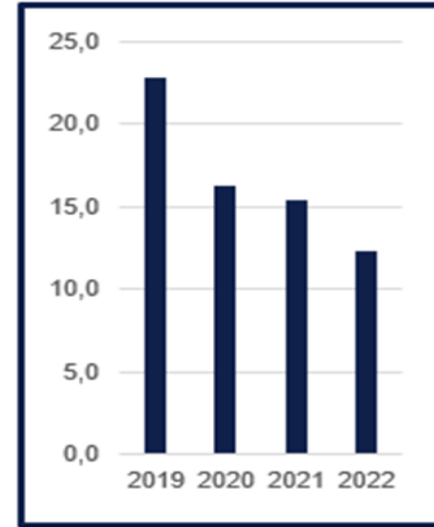
CO₂: 3 877 930 kg (totalt)

Total reduksjon i forhold til baseline:

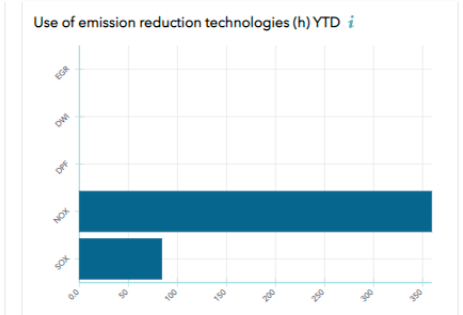
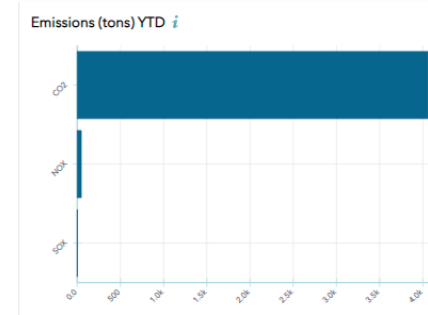
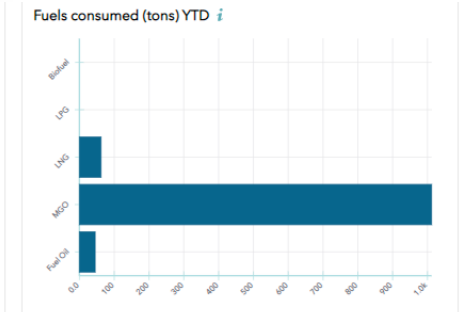
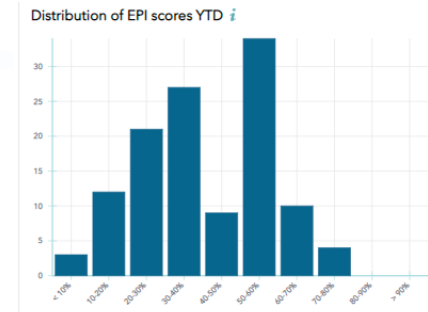
SO₂: 974 kilo

NO_x: 24 429 kg, baseline er 62 845 kg

Average age of ships



	Break-even	EPI Score (snitt)
Bergen	40	43
Bodø	30	25
Eidfjord	30	31
Flåm	40	42
Haugesund/Karmsund	30	37
Kristiansand	25	36
Molde og Romsdal	30	32
Nordfjord	40	37
Oslo	40	35
Stavanger	30	40
Stranda	75	40
Tromsø	50	44
Trondheim	30	43
Vik	75	19



Strategimål: Miljø og samfunn

- Arbeide for avklaring av miljøkrav i verdsarvfjordane som vil gje lokal miljøeffekt, med premiss om økonomisk grunnlag for landstraum til cruise og vidareføring av den lokale verdiskapinga.
- Vere ein pådrivar for miljøvenleg skipsfart. Hamnevesenet skal vere marknadsleiande i høve prisdifferensiering i høve prinsipp om at forureinar betalar.
- Stimulere til sesongutviding/heilårs aktivitet på fjorden.
- Vidareføre arbeidet med å leggje til rette for ei berekraftig utvikling i lokalsamfunnet relatert til vår verksemd.
- Sikre gode fellesfunksjonar i tilknytning til verksemda.

Handlingsplan: Miljø og samfunn

- Ha eit fokus på miljø og vere ein pådrivar for grøn skipsfart både lokalt og nasjonalt.
- Oppretthalde ein tett dialog med cruisereiarlaga for å blant anna nå måla om utvida sesong og ha ein dialog for å få dei mest miljøvennlege fartøya til Flåm, og for å få tilrettelagt for ein mest mogleg berekraftig cruisebransje både lokalt, nasjonalt og internasjonalt.
- Kontinuerleg innstramming i prisutslag i høve Environmental Port Index (EPI) på alle cruiserelaterte vederlag.
- Vurdere verkemiddel som vil bidra til enda meir berekraftig lokaltrafikk på fjorden.
- Arbeide for at hamna skal vere innbydande og triveleg for både innbyggjarar og turistar, og ein plass folk ønskjer å ferdast.
- Følgje opp parkeringsutfordringane både i Flåm og Gudvangen i samarbeid med lokale aktørar og kommune.

Flåm - ambisjonar

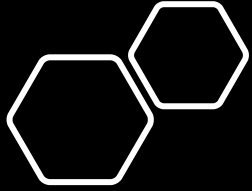
- Flåm får landstraum til cruise og eit forutberekneleg trafikkgrunnlag.
- Utslepp av klimagassar kutta kraftig allereie i 2024/2025. NOx, SOx og partiklar på nullutsleppsnivå.
- Kapasiteten i landstraums-anlegget dannar grunnlag for hamna som ein Power-Hub på tvers av sektorar.
- Andre typar fartøy, elektriske bussar og bilar i regi av lokale aktørar.
- Døropnar for innovasjon.
- All cruiserelatert aktivitet blir betre styrt lokalt.
- All cruiserelatert aktivitet blir tilnærma utsleppsfri.
- Miljøpåverknaden blir redusert, lokal verdiskaping blir intensivert.
- Sterkare dialog mellom hamn/destinasjon og reiarlag
- Sterk rolle i utviklinga nasjonalt. Løftar standaren
- Har hendene på rattet lokalt.
- Flåm tar posisjon som eit fyrtårn for framtidens cruisetrafikk.

landstraum

- Innvilga 27 millionar av ENOVA i 2020, med intensjon om landstraum 2022.
 - Søknad til ENOVA er basert på konvensjonelle cruiseskip og landstraums-standard for cruiseskip.
 - Kan være klar i 2024/2025.
 - Tilpassingar og trase for sjøkabel er klar og godkjent.
 - Prosessen er i gang og anbodspapir er klare.
 - Finansiering i orden om naudsynte justeringar i rammevilkår går i vår favør.
 - Gjer eit potensiale for utvikling og innovasjon.
 - Kan halde fram utviklinga.
-
- Får me eit signal, er me klare til å handle

Cruise framover- Konsekvensar og moglegheiter

- 2023 & 2024 ingen store konsekvensar.
- 2025, Tier III: Ikkje store konsekvensar for hamn, men store konsekvensar for næringsliv. Tilbake til start.
- Kan ei ekvivalent løysning (Tier II & III) akselererer bruk av landstraum og minske konsekvensane for næringslivet?
- Innkøyrings-periode, ny praksis for tildeling av kaiplass må utformast.
- Kva premissar kan settast her?



2026 – null som i null

- Ingen eller få små skip
 - Redusert verdiskapingsgrunnlag
 - Inn å snu
- Ein «hub» utanfor verdsarvområdet
- Verdiskaping
 - Etablerte verdiskapingskjeder
 - Nye forretningsidear (utanfrå)
- Heilheit, logistikksystem
- Kva vil cruisegjesten ha, og kva er dei villige til å betale for
- Tar vekk opplevinga
- Globale utslepp blir berre flytta
- Ikkje eit klimatiltak, men ein forretningside på Aurland Kommune sin bekostning.



**Voss herad,
Hans-Erik Ringkjøb**

UNESCO verdsarvområdet mot 2035

Hans-Erik er ordfører i Voss Herad og medlem av Verdsarvrådet. Han har vore med i arbeidet med UNESCO verdsarv Vestnorsk Fjordlandskap sidan starten, og er aktiv i regionale og nasjonale politiske verv og reiselivsprosjekt som t.d. Fellesgodeprosjektet.



Voss herad

Eit av dei mest naturskjønne områda på kloden

Hans-Erik Ringkjøb

Ordførar Voss herad og medlem av verdsarvrådet for Vestnorsk fjordlandskap

Høgare kjem me ikkje

- Verdsarvstatusen er utvilsamt, og fyrst og fremst, det mest høgthengande internasjonale kvalitetsstempellet som er råd få.
- Det seier mykje om kva eineståande og umistelege verdiar og kvalitetar vårt kvardagslandskap representerer.
- Har me som innbyggjarar i det heile teke innover oss denne dimensjonen?
- Er vi klar over kva unik familie vi er ein del av?
- Eller er me heimablinde og tenkjer, ein fjord er ein fjord?



Dei levande fjordane

- Menneska og verdsarven – før og no
- Dei som tilpassa seg naturen og skapte kulturlandskapet
- Dei som løftar naturarven
- Korleis går dei som har vore her i alle tider saman med den nye tida?
- Kan me gjera det uleveleg for dei som har tatt vare på arven?



Kva dilemma og utfordringar står me i

- Å bu og leva med verdsarven – ein verdsarv er heile verda sin – det er ansvaret og det betyr at me tapar nokon rettar me kanskje hadde før
- Ein ressurs og ein barriere
- Mange som vil ha ein hand på rattet
- Lokal aksept og lokale moglegheiter
- Finna balansen mellom aktivitet og det å ta vare på
- Kumulative verknader av aktivitet, innanfor og utanfor verdsarven



Verdsarven skal vera fyrstårn



Gå i front for å ta vare på



Gå i front for berekraftig utvikling



Skal verdsarvstadane gjera dette åleine, eller gå i saman med staten?

Me må forstå verdsarven

- Verdsarv er moglegheiter
- Innan rammer, slikt alt anna er innan rammer
- Me må forstå dei unike moglegheitene der me spelar på lag med verdsarven
- Verdsarv og utvikling hand i hand
- Verdsarven er, kan og skal vera ei kjelde til verdiskaping. Utfordringa her vert å finne ei vekting og balanse der verdsarven er sjølv gáva og ikkje berre innpakkingspapir



**Vestnorsk
fjordlandskap**



Dei sameinte nasjonane
sin organisasjon for
utdanning, vitskap og kultur



Vestnorsk
fjordlandskap

Og, verdsarven må forstå det lokale

- Utan lokal legitimitet står verdsarven i fare
- Me må forstå kva det vil seie – kjekt å ha, men kjem med ein pris!
- Som sagt tidlegare – me har ein arv å forvalta
- Me skal ta vare på kvalitetane
- Ein av kvalitetane, det bur folk her og dei driv med aktivitet og næring



Framover

VerdsARVen er som anna arv ein verdi og forplikting som me tek over frå ein generasjon til neste, forvaltar i vår tid og gjev vidare til neste generasjon - helst i betre stand!

Kor medvetne er me det ansvaret, og om me er medvetne, gjer me det på ein god og gjennomtenkt måte?



Hilde Charlotte Solheim

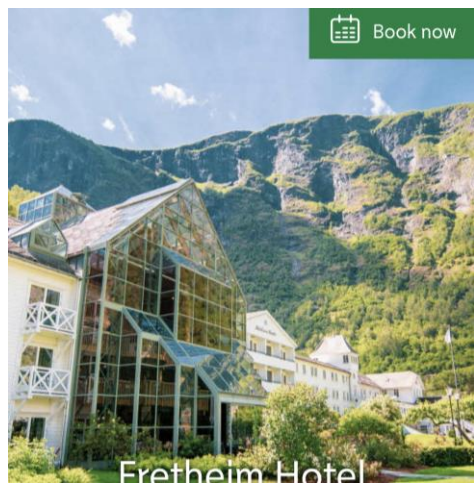
*Rammevilkår og verdien av
verdsarvstatusen*

Hilde Charlotte er rådgjevar, forfatter og journalist. Ho er tidlegare direktør for reiseliv og kultur i Hovedorganisasjonen Virke og direktør for kommunikasjon og næringspolitikk i NHO Reiseliv, og har vore styreleiar i BRIM Explorer, Visit Hardangerfjord, Destinasjon Rørros, Visit Geilo, Norrøna Hvitserk og styremedlem i verksemdar innan kultur- mat og natursektoren.

**Med verdensarvstatus som fortrinn
Rammebetingelser for videre utvikling**

Hilde Charlotte Solheim

22.11.22



Frøheim Hotel



Å strekke seg fra
toppen av
behovspyramiden:

Jakten på
autentisitet,
identitet og
transformative
opplevelser

NOT ONE SINGLE CASE OF THROAT IRRITATION due to smoking CAMELS!

Yes, these were the findings of nasal throat specialists who, in a total of 1,470 weekly examinations of the throats of hundreds of men and women who smoked Camels—and only Camels—for 30 consecutive days.

He's one of the busiest men in town. While his shoe may say "I'll be there 2 to 6," he's actually on call 24 hours a day.

The doctor is a scientist, a diplomat, and a fiercely independent human being. All in one, no matter how long and how his schedule.

According to a recent Nationwide survey

MORE DOCTORS SMOKE THAN ANY OTHER CIGARETTE

DOCTORS in every branch of medicine—113,397 in all—were queried in this nationwide study of cigarette preferences. These leading research organizations made the survey. The gist of the query was: "What cigarette do you smoke, Doctor?"

The brand name of most was Camels!

The lack, full flavor and neat mildness of Camels' superb blend of natural tobacco seem to have the same appeal to the smoking tastes of doctors as to millions of other smokers. If you are a Camel smoker, this preference among doctors will hardly surprise you. If you're not—well, try Camels now.

... AND THOUSANDS MORE AGREE!

Start your own 30-Day Camel MILDNESS Test Today!

Massiv påvirkningskr
 Sophie Elise (20) sa
 fyr på Freia

FIRST, 2015 | FUNNY, MARKEDSFØRING | LAST MODIFIED
 AGO

3. mars stod Sophie Elise på en Narvesen-kiosk i k o
 rte rundt én million nordmenn med budskapet «Ikke
 skeeggene!». Freia, via deres pressekontakt Celin Hus
 på at dette vil gå utover salget. Mitt forslag er å la tal
 or seg – så la oss først se litt på tallene:

DERIKGUTTORMSENNO **1500**

1200

SOPHIE ELISE

KONTAKT MEG OM MEG KATEGORIER ARKIV

IKKE KJØP DISSE PÅSKEEGGENE!

13.03.2016 - 15:00



REVEVALP: Dette bildet er tatt på en norsk pelsfarm i 2010. Foto: Nettverk for dyrs frihet

Omdømmekrise går ikke over.

Hva betyr det å være «den nye tobakken»?

Utslippsversting og gresshoppesverm ...

eller distriktenes redning?

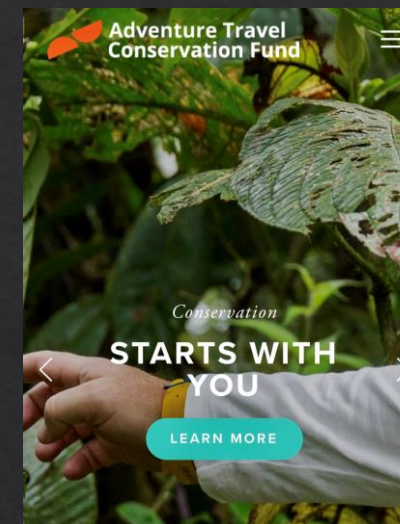
“Back to business” ...

eller frisk og grønn restart?

Bærekraftig reiseliv
og bærekraft i reiselivet

Forslitt klisje,
grønnvasking eller
hygienefaktor?

Å tenke for snevert kan
straffe seg



Nordmenn øverst på listen over klimaskeptikere sammen med USA og Saudi- Arabia

Norge troner på toppen sammen med USA og Saudi-Arabia over land hvor flest mennesker er uenig i at klimaet endrer seg og at mennesket er delvis ansvarlig.



E24 | Børs E24+ ☰

Oljelobby: – Handler om å være ærlig

Studentparlamentet ved Høyskolen i Volda kritiserer Norsk olje og gass for å ha vært utydelige om formålet med studentbesøk.



Oljeplattformen Johan Sverdrup, i Nordsjøen. Tom Little / AFP / NTB Scanpix

Av **Anders Fjellberg** (Stavanger Aftenblad)



Hvorfor skal VI beholde «licence to operate»?

- ◆ Nyttig for samfunnet, nasjonalt og lokalt
- ◆ Skaper større verdier enn vi forbruker
- ◆ Smart bruk av arbeidskraft, arealer etc

NRK | hildec | ☰

Ytring

KRONIKK

Grunnrenteskatt tar ikke jobben fra folk

Forslaget om ny skatt på fiskeoppdrett kan være bra både for de ansatte og lokalsamfunnet.



En slik skatt endrer ikke hvilke prosjekter som e... [Vis mer](#)

Karine Nyborg professor, Økonomisk institutt, UiO

onikk | Lakseskatt

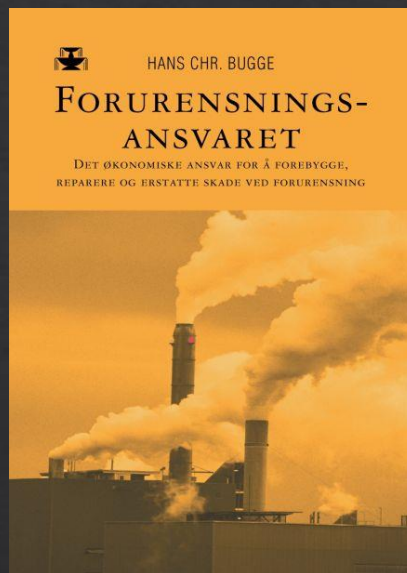
Fakkeltog for laksemilliardærer

Imen Sætre
Jetil Østli

november 2022



A close-up shot of several fresh salmon fillets arranged on a white tray.



Regjeringen.no Søk Q Meny ☰

Forurensningsloven

LOV 1981-03-13 nr 06 Lov om vern mot forurensninger og om avfall (Forurensningsloven)

Lov | Dato: 13.03.1981 | Klima- og miljødepartementet

Forurensningsloven skal verne det ytre miljøet mot forurensning og redusere eksisterende forurensning, samt redusere mengden avfall og fremme bedre avfallshåndtering.

Case: Industrien og Forurensningsloven
Tøffe miljøkrav ga oss ren og konkurransedyktig
fastlandsindustri

Å rydde opp i et negativt fotavtrykk, kan være det mest
lønnsomme man gjør

Hva har vi lært av finanskrise og pandemi?

Finansavisen [Kjøp](#) [Logg Inn](#) 

Ferd tar kjempejafs av Brim Explorer

Ferd Capital tar en eierandel på 51 prosent i Brim Explorer som planlegger å utvide flåten til fem elektriske turistbåter innen 2024.

Publisert 22. juni 2022 kl. 12.21



Hva karakteriserer 'de omstillingsdyktige'?

- **'Smått er godt'**
 - De som ikke er fysisk bundet til en lokasjon og de som ikke har bundet seg sterkt til ett produkt
- **'Kunnskap gir makt'**
 - De som har skaffet seg kunnskap om klimaendringer lokalt og hva det kan medføre av risiko for egen næringsvirksomhet
- **'De lokale'**
 - De med god lokal forankring og tilgang til lokal kunnskap om natur og klimaforhold
- **'Den perfekte stormen'**
 - De som allerede har måttet omstille seg av andre grunner enn 'klima', eks på grunn av kovid pandemien
- **'Vi står han av'**
 - De som har erfaringer med å stadig måtte innrette seg etter varierende værforhold
- **'De bærekraftige'**
 - De som reelt sett har profilert seg på bærekraftig reiseliv
- **'De kortreiste'**
 - De som ikke har gjort seg økonomisk avhengig av fossil-intensive kundegrupper (fly og cruise)

Utvikling med verdensarv Hva kan vi lære av Røros?

Størst økning i Røros-regionen Reiselivsvekst i Trøndelag



Daværende konstituert reiselivsdirektør Frank Norvik med toppelen opp de mediemedbedrifter i Destinasjon Røros rapporterte om rekordomsättning sist sommer. FOTO: Nils Kåre Nesvold

Rørosregionen og Nord-Trøndelag er fjorårsvinnerne når reiselivsbedriftene nå teller opp gjestedøgn. Trøndelag har hatt en større vekst i kommersielle gjestedøgn enn resten av landet.

Tilskott:

Publisert:

Oppdatert:



ARBEIDETS RETT Mandag 27. februar 2017

NYHETER 5

Styreleder i Destinasjon Røros deler erfaringer fra Røros-reiselivet

Solheim: Se til Røros!

Kulturarv og lønnsomt reiseliv - Hva kan vi lære av Røros, spør styreleder Hilde C.Solheim, som sjøl peker på flere svar.

RØROS: Hilde Charlotte Solheim, styreleder i Destinasjon Røros, dro hjem fra Martinsåpningen med en reiselivsanalyse i bagasjen. Turistvinner Røros har bygd en av Norges sterkeste reiselivssuksesser på sin spesielle kulturarv. En fersk rapport fra den svenske Rikskultivaren bekrefter at levende kulturarv er gull verdt i reiselivet, for miljøet og lokalsamfunnet. Uvesco-stedet Røros er ikke alene om å ville bruke kulturarven som reiselivsmagnet. Men hvorfor lykkes de bedre enn mange andre, spør Solheim, og deler egne teorier.

Samarbeidskulturen trekkes fram som Røros' kanskje største fortrinn når man skal forklare suksessen man har på mange områder. Sett utoverfra har det gode samarbeidet skapt noe mer, nemlig en felles forståelse av kvalitet og autentisitet poengterer Solheim. Videre peker hun på kreativitet og tilpassingsevne, samt kultur for nykøping som nøkkel til suksessen.

Hilde Solheim har skrevet et lengre innlegg på bloggen sin der hun summer suksessforklaringer i flere punkt.

Organisering av fellesoppgaver over tid. DR fylte 90 år i fjor, og regionen har et av Norges eldste reiselivslag.

Tydlig beskrevet og høyt rangert kulturarv. Lang erfaring med å leve på verdensarvlista med vern, fredning og som spydspiss i kulturarven på godt og vondt.

Sterk kulturarvsformidling. Kulturarven er ikke noe som berites fram "til pynt". Den er

krusene produseres i Bulgaria for en slikk og ingenting. De er preget med et stempel der det står Røros på - og det stemplet er det tatt patent på, skriver Schellenberg.

For Potteriet Røros sin del så er det aldeles i orden at det selges krus fra Bulgaria dersom alle forstå og er klar over at det ikke er laga på Røros.

en tydelig del av lokal identitet og ivaretas og formidles av kommune, museum, destinasjonssekskap, kulturarrangementer og mange andre.

Gode ramme for og ledelse av vernearbeidet. Rørosmuseet, deres etablering av byggningsvernseier og et sterkt kommunalt fokus på kulturarven over tid gir åpnebare resultater.

Kulturarvsbevisste skaptilister. Når du kommer inn dørene på Bergstadens Hotell nedderst i Kjerfagata, Vertshuset lenger opp i gata eller på store Røros Hotel, opper forbi den karakteristiske kirka, er det umulig å glemme at du er på Røros.

Et yrende kulturliv og attraktive arrangementer gjennom året. Røros er flere år på rad kåret til Norges beste kulturturkommune.

Lokalimat som snart er like profilert som kulturarven. Røros har tatt posisjonen som Norges lokalimatbovestad.

Gründerland og entreprenørskap. Knoppskytingen i Røros-miljøet, spesielt kryttet til mat og drikk, viser en vekst og innovasjonskraft som er gull verdt i et lite og på mange måter tradisjonelt lokalsamfunn.

Nasjonale profiler. Alle suksesser av denne typen er en kombinasjon av bredde og spiss. Røros frontes i dag langtfra bare av et destinasjonssekskap eller en outdøfer. Røros har mange nasjonale profiler enten vi snakker om smør og melles fra meieriet, profilerte og velansett lokalmatgründere, merkevare fra industrien innen møbel, bueved og vinduer eller høyt en

profilert bedriftsleder, kokk og reiselivsprofil. Som i skisporten kurer vi på hvordan det skal gå hvis vi mister en profil, men alle eggene legger ikke i én kurv.

Det er på høy tid å slutte å tro at store volum nødvendigvis er bedre enn å ta en knallsterk portsjon innenfor noen betalingsdyktige og lønnsomme nisjer. Jeg tror Røros har funnet en god oppskrift i så måte, konkluderer styreleder Hilde C.Solheim.

Det er på høy tid å slutte å tro at store volum nødvendigvis er bedre enn å ta en knallsterk portsjon innenfor noen betalingsdyktige og lønnsomme nisjer. Jeg tror Røros har funnet en god oppskrift i så måte, konkluderer styreleder Hilde C.Solheim.

Det er på høy tid å slutte å tro at store volum nødvendigvis er bedre enn å ta en knallsterk portsjon innenfor noen betalingsdyktige og lønnsomme nisjer. Jeg tror Røros har funnet en god oppskrift i så måte, konkluderer styreleder Hilde C.Solheim.

Det er på høy tid å slutte å tro at store volum nødvendigvis er bedre enn å ta en knallsterk portsjon innenfor noen betalingsdyktige og lønnsomme nisjer. Jeg tror Røros har funnet en god oppskrift i så måte, konkluderer styreleder Hilde C.Solheim.

ÅRETS ÅPNINGSEREMONI: Folkehov på Malmplassen under åpningen av den 164. Rørosmartna. Kulturminister Linda Helleland og martnosgeneral Lillian Sandnes til høyre i bildet.



ARKIVFOTO: KRISTINE NYTRØN



STYRELEDER I DR: Hilde Charlotte Solheim. Arkivfoto.

GURI JØRTVEIT
guri@retten.no
906 62 117

man gratis med på kjøpet, undretreker han.

Hefe innlegget fra Robin Schellenberg kan leses under

«Meningstretts» s 6 i avisa og på retten.no.

GURI JØRTVEIT

VINTERKUPP! PÅ EN MENGE MARKISER, SCREENS, INTERIÖRGARDINER, PERSIENNER OG ZON PÅ GAPAS JERPORTER

-30%

04 07 1002

Utvikling med verdensarv

Hva kan vi lære av Røros?

- ◇ Organisering av **fellesoppgaver** over tid (Destinasjon Røros fylte 90 år i 2016)
- ◇ Tydelig, godt beskrevet og høyt rangert **kulturarv** og sterk **kulturarvsformidling**. Godt vernearbeid
- ◇ Kulturarvsbevisste “**kapitalister**” – næringslivet ivaretar Røros’ identitet og autentisitet på en overbevisende og faglig holdbar måte i produktutvikling og markedsføring
- ◇ Et yrende **kulturliv** og attraktive **arrangementer** gjennom året
- ◇ **Lokalmat** like profilert som kulturarven. Røros har tatt posisjonen som Norges lokalmathovedstad
- ◇ Kultur for innovasjon. **Gründerånd** og **entreprenørskap**. Knoppskytingen i Røros-miljøet, spesielt knyttet til mat og drikke viser sterkt vekst- og innovasjonskraft
- ◇ Flere **nasjonale profiler**, enkeltpersoner så vel som merkevarer

KULTURARV OG LØNNSOMT REISELIV – HVA KAN VI LÆRE AV RØROS?

 hildecs@gmail.com on February 22, 2017

Turistvinner Røros har bygd en av Norges sterkeste reiselivssuksesser på sin spesielle kulturarv. En fersk rapport fra den svenske Riksantikvaren bekrefter at levende kulturarv er gull verdt i reiselivet, for miljøet og lokalsamfunnet. Unesco-stedet Røros er ikke alene om å ville bruke kulturarven som reiselivsmagnet. Men hvorfor lykkes de bedre enn mange andre? Jeg har noen teorier.

I rapporten [Räkna med kulturarvet](#) beskriver den svenske Riksantikvaren hvordan kulturarv bidrar til økonomisk, sosialt og miljømessig bærekraftig samfunnsutvikling. Kulturarv har en positiv betydning på alle disse tre områdene, oppsummerer svenskene. Rapporten ligger gratis



📁 Categories: Meninger og samfunn

💬 Leave a comment

