



# Norsk Kulturarv

NORWEGIAN HERITAGE FOUNDATION

## Nærings- og Fiskeridepartementet - NFD

Postboks 8090 Dep.  
0032 OSLO

Att.:

Vår dato: onsdag den 21. juni 2023

«Et godt sted å bo, er et godt sted å besøke !»

## Høring - NOU 2023:10 - Leve og oppleve - Reisemål for en bærekraftig fremtid

Verdien av en reise til en plass er avhengig av hva slags tilbud som finnes på stedet. Hvilken betalingsvillighet gjesten har for en hotellseng, avhenger av om det finnes for eksempel skiheis, gode restauranter og et godt løypenett. Tilfanget av og kvaliteten på ikke-kommersielle natur- og kulturgoder i området vil svært ofte være vel så viktig.

Vi er svært glade for og enige i at en i de 10 prinsippene for et bærekraftig reiseliv rangerer bevaring av natur, kultur og miljø som ett av de mest sentrale punktene – Viktigheten ved den kulturelle rikdommen vår, og det å respektere, videreutvikle og fremheve lokalsamfunnets historiske kulturarv, autentiske kultur, tradisjoner og særpreg. **VERN GJENNOM BRUK**. Også det å bevare og videreutvikle landskapskvalitet – både for by og bygd – slik at landskapets fysiske og visuelle integritet ikke degraderes.

## Reisemålsledelse og besøksforvaltning

Samtidig som klimautfordringer og den grønne omstillingen er viktig, må vi ikke glemme **samfunnspektivet** i bærekraftbegrepet. Lokalsamfunnene er gjerne selve hjertet i destinasjonen og utgjør ofte attraktiviteten. Reiselivsutvikling må derfor være på lokalsamfunnets premisser.

Reiselivet er en viktig næring i Norge, og en av bransjene med størst årlig vekst de senere år. Det er en viktig distriktsnæring som skaper arbeidsplasser på mange små steder og samtidig gir store lokale ringvirkninger. Det skapes verdier på mange områder, både sosialt, kulturelt, økonomisk og miljømessig. Utvikling av attraksjoner, matopplevelser og andre reiselivsprodukter bidrar til lokal identitet og stolthet, gir vekstimpulser og bostedsattraktivitet til små lokalsamfunn, gode opplevelser for de besøkende og lokal verdiskaping.

- ❖ Reiselivsnæringen skal bidra til utvikling av bærekraftige lokalsamfunn.
- ❖ Fokus må skifte fra volum til verdiskaping.
- ❖ Helhetlig og langsiktig planlegging er avgjørende for de gode løsningene.
- ❖ Reiselivsnæringen må i økende grad flytte fokus fra markedsføring til besøksledelse.
- ❖ Mange aktører må involveres i besøksforvaltningen framover.



# Norsk Kulturarv

NORWEGIAN HERITAGE FOUNDATION

Gjennom «Plan- og bygningsloven» har kommunene den mest sentrale rollen i å planlegge og forvalte «sine» reisemål. Her er det arbeid på tvers av sektorer som gjelder. Reiselivet som næring må høres, for eksempel om dette med sesongforlengelse, og det å spre turismen til hele året og på den måten bidra til langt flere helårs arbeidsplasser i lokalmiljøet.

Reiselivets gjester påvirker stedet de besøker direkte og indirekte helt uavhengig av om det er en storby, et museum, en fjelltopp eller ei lita øy. Reiselivsnæring må derfor i større grad ha kunnskap om og forståelse for, lokale verdier, behov og ønsker. Det må etableres tettere samhandling på tvers og nye tilnærminger som er mer ansvarlige for å sikre en bærekraftig utvikling.

Stedsutvikling og reisemålsutvikling smelter i dag sammen fordi besøkende i stadig større grad søker ekte og autentiske opplevelser, og oppsøker de samme stedene og opplevelsene som de lokale. Det er derfor behov for bedre samhandling mellom kommune og forvaltningsorganer, lokalsamfunnet og innbyggerne, interesseorganisasjoner og friluftsråd, og reiselivsnæringen lokalt og nasjonalt for å nevne noen.

Tiltak og aktiviteter som gjøres av reiselivsnæringen vil i større eller mindre grad, direkte påvirke kommunal drift ift. forvaltningsbehov, søppelhåndtering, parkering, skilting ol., men også innbyggere som må dele byrom, natur eller kultur-arrangement med besøkende gjester.

En av de store megatrendene i reiselivet er at kundene blir stadig mer verdiorienterte. Fra å reise til det store landet "Syden", til å søke transformativ opplevelser, og et ønske om å bidra til å gjøre verden til et litt bedre sted - Travel as a force for good (The Adventure Travel Trade Association). Det er ikke mange årene siden bærekraft var det nye buzz-ordet, nå er det blitt en selvfølge. Nå "banker" regenerativ turisme på døren som handler om at effekten av reiselivet skal å bidra til å gi noe tilbake til folkene, stedet og naturen.

Ny nasjonal reiselivsstrategi må baseres på en verdivurdering med utgangspunkt i lokalsamfunnene og hva som bidrar til lokal verdiskaping.

Siden det er direkte sammenheng mellom lokalsamfunnsutvikling og reisemålsutvikling må dette settes i et system, lokalt, regionalt og nasjonalt.

Stedsutvikling og reisemålsutvikling smelter også sammen fordi besøkende i stadig større grad søker ekte og autentiske opplevelser, og oppsøker de samme stedene og opplevelsene som de lokale. Det er derfor behov for bedre samhandling mellom kommune og forvaltningsorganer, lokalsamfunnet og innbyggerne, interesse-organisasjoner og friluftsråd, og reiselivsnæringen lokalt og nasjonalt for å nevne noen.

- ❖ **Vår felles kulturarv må tilbys som aktivitet for tilreisende !** Kurs og dugnader i håndverk og istandsetting, som bunner ut i konkret kulturmiljøvern (ref «ProMonumenta»).
- ❖ **Ny bruk av gamle hus og hytter som alternativ til stadige nybygg av overnattingsenheter.**

Tiltak og aktiviteter som gjøres av reiselivsnæringen vil i større eller mindre grad, direkte påvirke kommunal drift ift. forvaltningsbehov, søppelhåndtering, parkering, skilting ol., men også innbyggere som må dele byrom, natur eller kultur-arrangement med besøkende gjester.

Til slutt må det hele munne ut i en **ansvarlig markedsføring** av destinasjonene. En markedsføring av et regenerativt reiseliv som tilbakefører verdier til lokalsamfunnet, stedet og naturen i stedet for bare å forbruke.



# Norsk Kulturarv

NORWEGIAN HERITAGE FOUNDATION

Stiftelsen Norsk Kulturarv vil også framheve viktigheten av å sikre et felles kunnskapsgrunnlag og rammeverk som aktørene i reisemålsledelsen lokalt kan samles om. Pr i dag synes «Merkeordningen» som det beste alternativet til et helskaplig rammeverk for bærekraftig utvikling for reisemål. Mange kommuner og bedrifter er allerede sertifisert i henhold til «Merkeordningen». Vi støtter en videreutvikling av «Merkeordningen». I det videre arbeidet må det legges vekt på kunnskap, erfaringer og problemstillinger som er kommet frem gjennom dette arbeidet siden oppstarten i 2013.

## Vi ønsker å fremheve/ foreslå følgende:

- ❖ Bruk begrepene «vertskap»/ «vertskapsrollen» i stedet for «besøksforvaltning».
- ❖ «Opplevelsesnæringen» er et bedre og mere dekkende begrep enn «reiseliv» og «turisme», etter som lokal og regional befolkning også nyter godt av og benytter seg av store deler av næringens tilbud.
- ❖ Reisemålsledelsen må være tilpasset lokale forhold og forankret i **kommunene**.
- ❖ Arbeidet med reisemålsledelse, besøksforvaltning/ vertskapsrollen og fellesgoder finansieres gjennom en **nasjonal** ordning med et «besøksbidrag», men som **forvaltes lokalt**. Ikke regionalt.
- ❖ Reisemålsledelsen må legge til rette for å utvikle reisemålet som et gode for lokalsamfunnet, og utvikle grunnlaget for å skape langsiktig lønnsom og bærekraftig næring. **«Et godt sted å bo, er et godt sted å besøke !»**
- ❖ Prinsippet om gjennomføring av utslippsfrie fjorder er et godt og viktig tiltak som må gjelde langs hele norske-kysten, jmf uttalelsen fra Norges Verdensarv.
- ❖ Krav om en ansvarlig markedsføring av et regenerativt reiseliv på alle destinasjonene, både store og små.

## Fellesgoder i reiselivet

Vi støtter prinsippet om at den som benytter seg av/ nyter godt av fellesgodene rundt om i landet også skal bidra til finansiering av disse. At eksterne miljøvirkninger bør prises, at grønne tiltak skal belønnes, og at løsninger med høye klimagassutslipp skal beskattes. «Besøksbidraget»/ turistskatten blir et vederlag som kreves inn for å dekke kostnader til infrastruktur og andre fellesgoder som turistene nyter godt av, og som det ikke er naturlig at innbyggerne i kommunen skal betale via det kommunale budsjettet.

Det er viktig å ha med seg at spørsmålet om bærekraft er mer enn snakk om utslipp av miljøgasser. Det innebærer også bedriftsøkonomisk og samfunnsøkonomisk bærekraft. I reiselivssammenheng, ikke minst hensynet til lokalmiljøet.

Kommunale og andre kostnader som ikke motsvares av inntekter (**FELLESGODENE**), men der ressurser frå «besøksbidraget» kan benyttes:

- ❖ Destinasjonsutvikling/ **vertskapsrollen**, med markedsarbeid (profilering, produktutvikling, innovasjon, kommunikasjon etc.) og annen tilrettelegging. Turistinformasjon (fysisk T-info, på nett, på trykk). Booking-tjenester.
- ❖ Stedsutvikling. Byutvikling.



# Norsk Kulturarv

NORWEGIAN HERITAGE FOUNDATION

- ❖ Sjøppel- og avfallshåndtering
- ❖ Etablering og drift av fasiliteter som toaletter og stellerom
- ❖ Opparbeidelse og vedlikehold av infrastruktur for allmenn bruk, slik som skiløyper, stier, skilting og annen informasjon. Universell utforming.
- ❖ Vedlikehold og slitasjereduserende tiltak i natur- og kulturlandskap. Kulturlandskapspleie. Kulturmiljø-vern. Rydding. Tilrettelegging. Formidling.
- ❖ Opparbeidelse og vedlikehold av trafikkarealer som parkering og gang- og sykkelveier.
- ❖ Oppgradering/ «forskjønnning» av offentlige uterom/ uteareal, parker etc.
  
- ❖ Økt beredskap innenfor helse/ legevakt, brann/ redning og orden/ vakthold/ kriminalitet.
- ❖ Trafikkavvikling.
- ❖ Administrasjon/ planarbeid, helse- og omsorgstjenester og andre tjenester til brukere som ikke er bosatt i kommunen.

En nasjonal ordning med et «besøksbidrag» i Norge skal brukes til følgende formål:

- ❖ **Miljø:** Bevaring, vern og restaurering av natur.
- ❖ **Bærekraftig reiseliv:** Markedsføring av og tilrettelegging for et bærekraftig reiseliv og utvidelse av besøks sesongen, for eksempel gjennom vedlikehold og merking av gang- og sykkelruter.
- ❖ **Kulturarv: Rehabilitering og vedlikehold av kulturarv som historiske bygg og arkeologiske funnsteder og tilgjengeliggjøring av både den materielle og immaterielle kulturarven for å gi besøkende en mulighet til å bli kjent med kulturen og historien på stedet/ reisemålet.**
- ❖ **Forskning:** Støtte til forskningsprosjekter.
- ❖ **Kompetanse og arbeid:** Økt kompetanse, flere kompetansearbeidsplasser og høyere sysselsetting i lavsesong, for eksempel gjennom et mer variert tilbud om yrkesfaglig opplæring.

Størrelsen på «besøksbidraget» må først og fremst avgjøres av **overnattingskategori**. Kanskje kan sesong og lengde på oppholdet også tas i betraktning.

**Innkrevning må legges til overnatting, ikke på trafikk slik utvalget foreslår.** Det treffer ikke godt nok.

Avgiften organiseres på en slik måte at den ikke påvirker hotellenes regnskaper. For overnattingsstedene er det «penger inn og ut», rapportert og innbetalt i tråd med den pliktige rapporteringen til SSB.

## KATEGORIER kommersielle overnattingssteder:

- ❖ Hotell/ fjellstuer og lignende
- ❖ Hytter/ leiligheter/ Airbnb
- ❖ Caravan/ bobil/ båt
- ❖ Telt
- ❖ Cruise pr passasjer



# Norsk Kulturarv

NORWEGIAN HERITAGE FOUNDATION

Skal «besøksbidraget» treffe godt, må det selvsagt også inkludere andre tilreisende som nyter godt av fellesgodene.

Et helt sentralt spørsmål blir hvordan vi skal forholde oss til bobiler og caravan på land og båtfolket langs kysten som velger å tilbringe natta utenfor tilrettelagte overnattingsplasser. Den såkalte «**fri-campingen**» og «**vill-campingen**». Pr dags dato er ikke denne overnattingsformen bærekraftig. Gjestene benytter seg av fellesgoder uten å betale for det.

- ❖ Skal «**fri-campingen**» og «**vill-campingen**» tillates som i dag, eller må den reguleres ?
- ❖ Hvordan skal den i såfall gjøres bærekraftig gjennom betydelig tilrettelegging ?

## Vi ønsker å fremheve/ foreslå følgende:

- ❖ Det blir etablert en modell for **fellesgodefinansiering** hvor de besøkende bidrar. «Besøksbidraget» må kreves inn nasjonalt, i form av en prosentsats på **overnattingsdelen**, basert på SSB's besøksstatistikk for overnatting. Ikke via transport inn til eller ut av landet.  
**2-5% ETTER OVERNATTINGS-KATEGORI.**
- ❖ **Inntektene fra «besøksbidraget» må øremerkes til å finansiere investeringer, drift og vedlikehold av fellesgoder for tilreisende og fastboende.**
- ❖ Inntektene fra «besøksbidragene» fordeles mellom **kommunene** og **staten** v/ Innovasjon Norge/ Visit Norway etter fordelingsnøkkel basert på fra hvilke kommuner besøksbidraget er kommet.

## STIFTELSEN NORSK KULTURARV

**Jørn Holme**  
Styreleder

**Erik Lillebråten**  
Direktør



THE BEST IN HERITAGE  
IN PARTNERSHIP WITH EUROPA NOSTRA

VERN GJENNOM BRUK