

MØTEBOK

Samarbeidsrådet for Sunnhordland

Torsdag 7.september kl. 09.30
Fitjar Fjordhotel

Sak 19/17
GJG/rr

Reiselivsatsing i Sunnhordland - økonomi

Denne saka vart lagt fram for Samarbeidsrådet 15 juni. På møte vart det vedteke at arbeidsutvalet skulle sjå nærare på saka før saka vart lagt fram på nytt.

Sak 13/17

Samarbeidsrådet har sidan 2004 hatt ansvar for reiselivsatsinga i regionen gjennom www.visitsunnhordland.no Bakgrunn for satsinga var at ein såg at regionen ikkje hadde noko felles satsing, og at ein dermed ikkje fekk ta ut eit potensiale som regionen har innan denne næringa. Det vart utarbeid ein strategisk plan for satsinga som vart godkjent i alle kommunane. Denne har seinare blitt både rullert og revidert, seinast i 2016.

Gjennom hovudsatsingsområda sykkel, vandring og båt og har regionen bygd opp ei satsing på berekraftig reiseliv, som no også er blitt nasjonale og internasjonale satsingsområde.

VisitSunnhordland har medlemsavtalar med 63 (70)bedrifter, og arbeidet er organisert med ei styringsgruppe med representantar frå kvar kommune.

Ved oppstart av satsinga hadde Samarbeidsrådet eit regionalt næringsfond som og kunne nyttast til utvikling av reiselivet. Dette var midlar som i stor grad vart nytta til produktutvikling. I tillegg fekk Samarbeidsrådet prosjektleiinga for og utvikla sykkelsatsing og vandring i resten av Hordaland. Dette gav reiselivssatsing eit godt økonomisk grunnlag.

Frå 2015 vart både ramma og kriteria for Regionalt næringsfond endra, og kunne ikkje nyttast til reiselivssatsinga. Samstundes gjekk prosjektinntektene ned og frå 2017 har Hordaland fylkeskommune sitt destinasjonstilskot blitt sterkt redusert. Dette gjer at administrasjonen ser at reiselivssatsinga frå inneverande år får utfordringar for å gå i balanse, og frå 2018 er utfordringane større.

Reiselivsaktørane sette våren 2016 ned ei gruppe som fekk ansvar for å møte desse utfordringane. Gruppen la i august 2016 fram ei tilråding til styringsgruppa som gav sin tilslutnad. Tiltaka var blant anna utarbeiding av kart i staden for guide, sal av annonsar og nye medlemsprisar frå 01.01.2017. Ikkje minst vart det lagt opp til ei auka satsing på digital marknadsføring, noko som fleire og fleire destinasjonar går over til.

Ei tilbakemelding frå fleire innan reiselivsnæringa er at dei får mykje igjen av reiselivssatsinga, blant anna samhald, deltaking i relevante prosjekt, kursing, nettverk, deling av erfaringar, kompetanseheving og utvikling av eigen bedrift.

Styringsgruppa har også kome med innspel til nye prosjekt.

Ressursar

I reiselivssatsinga er det reiselivsansvarleg i 100% stilling og ei 20%stilling innan digital marknadsføring. Andre i administrasjonen har støttefunksjonar blant anna innan økonomi og prosjekt.

Økonomi

Kommunane betaler i dag kr. 12,- pr. ibuar til reiselivssatsinga.

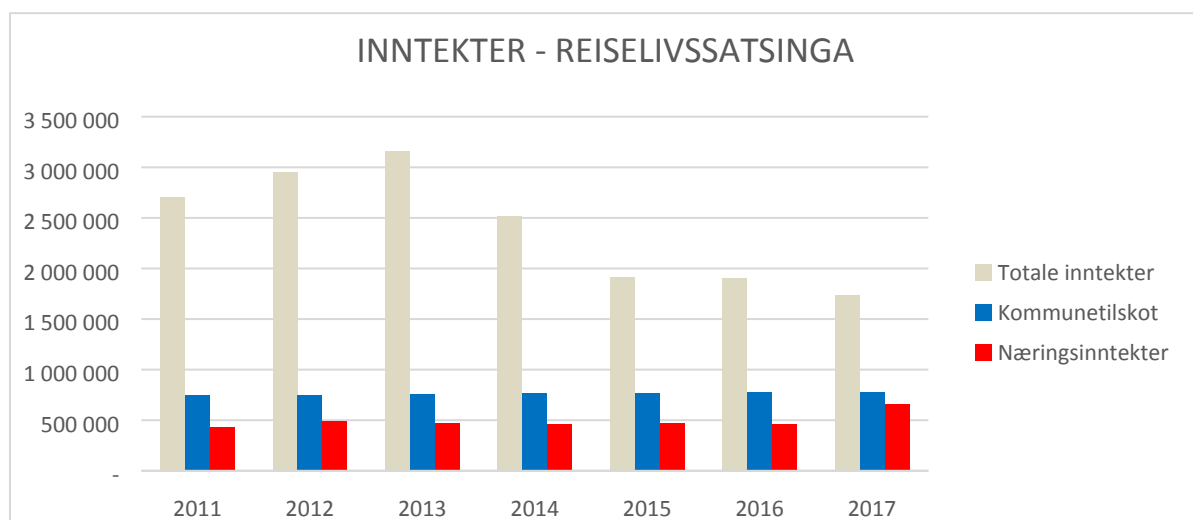
I Strategisk plan for reiselivet 2010-15 var det lagt opp ein opptappingsplan for kommunane og næringa. Denne gjekk ein vekk i frå då den var for ambisiøs. I staden vart det lagt opp til følgjande opptappingsplan:

2011	kr. 12,- pr. ibuar
2012	kr. 14,- pr. ibuar
2013	kr. 16,- pr. ibuar
2014	kr. 18,- pr. ibuar
2015	kr. 20,- pr. ibuar

Det var ein føresetnad at næringa sin del i skulle auka tilsvarande.

På grunn av at næringa ikkje har gått inn med like mykje som kommunane har ein ikkje søkt kommunane om auke sidan 2011, men frå 2017 har næringa auka medlemskontingenten monaleg, men det er likevel ikkje nok til å få gjennomført nødvendige tiltak for marknadsføring og produktutvikling av regionen. Dette vil bli endå vanskelegare i 2018.

Oversikt over inntekter frå 2011-2017



Tabellen over syner klart nedgangen i inntektene. Som det går fram av vedlegg til saka er dette i hovudsak på grunn av at ein ikkje lenger kan nytta det regionale næringsfondet og at fylkeskommunen har redusert sitt tilskot.

Administrasjonen legg difor fram ei sak der ein ønskjer at Samarbeidsrådet drøfter korleis kommunane kan bidra til vidareutvikling av reiselivssatsinga.

Administrasjonen ser at det er to alternative måtar ein kan gjera dette på:

- auka kommunetilskotet
- auka tiltakspotten

1. Auka kommunetilskot

Kommunane betaler i dag kr. 12 til reiselivssatsinga. Dette dekker lønskostnadane ved 1.2 stilling. Administrasjonen har gjort ein kalkyle som seier at det må inn ei auke frå kr. 12 til kr 17 i 2018 for å få gjennomført nødvendige tiltak.

2. Auka tiltakspott

Kommunane betaler i dag kr. 2 pr ibuar til tiltakspotten. Denne posten er Samarbeidsrådet sin eigenkapital inn i ulike prosjekt. Desse midlane har løyst ut kr. 3 560 000,- til regionen i perioden 2015-2017.

Dersom kommunane aukar tiltakspotten til kr. 7,- kan administrasjonen nytta deler av denne til å gjennomføra tiltak innan marknadsføring og produktutvikling av reiselivet

Administrasjonen legg saka fram til drøfting.

På møte:

Det vart på møte sett fram forslag om at arbeidsutvalet skal sjå nærare på saka og legge den fram på nytt til Samarbeidsrådet i løpet av hausten.

Vidare utgreiing

Arbeidsutvalet drøfta saka 25. august og ønskte at administrasjonen skulle greia ut dei to alternativa.

Bakgrunn:

Samarbeidsrådet har sidan 2004 hatt ansvar for reiselivssatsinga i regionen.

I førre regjeringsperiode, i april 2012, la regjeringa fram ein nasjonal strategi for reiselivsnæringa «Destinasjon Noreg».

På oppdrag frå Hordaland fylkeskommune utarbeida konsulentselskapet Kaizen rapporten «Reiselivsorganiseringen i Hordaland» om situasjonen i Hordaland, der det var seks regionale destinasjonsselskap: Bergen reiselivslag, Destinasjon Voss, VisitSunnhordland, Kysteventyret (Sotra og Øygarden), Nordhordland reiselivslag og Reisemål Hardanger Fjord. Undertittelen på rapporten var «*Forslag til ny struktur med tre destinasjonsselskap og økt samarbeid mellom dem for bedre ressursutnyttelse*». Rapporten vart lagt fram i juni 2014, og hovudforslag til endringar var: Bygg opp ein struktur som bygger på dei tre mest kjende reiselivsmerkevarane i Hordaland; Bergen, Voss og Hardanger. Forslaget var i grove trekk å kople Nordhordland, og kommunane langs kysten ned mot Rogaland til Bergen reiselivslag, behalde Voss slik det var, og kople Kvinnherad på Reisemål Hardanger Fjord.

Etter handsaming i dei berørte kommunane vart det til slutt vedteke at Bergen reiselivslag skulle utvidast med Nordhordland og Kysteventyret, Destinasjon Voss, Reisemål Hardanger fjord og VisitSunnhordland vart vidareført som det var.

Kommunane i Sunnhordland hadde denne saka oppe til handsaming i 2014 og alle vedtok at ein ønskte å stå samla i regionen og byggja vidare på merkenamnet Sunnhordland.

På bakgrunn av dette har Samarbeidsrådet gjennom VisitSunnhordland arbeidd vidare med å utvikla Sunnhordland som destinasjon, blant anna ved å få utarbeidd ein ny merkevarestrategi for regionen.

Organisering av VisitSunnhordland

I Sunnhordland har ein valt å organisera reiselivsarbeidet gjennom regionrådet. Dette er me åleine om å gjera i Hordaland, men ikkje i landet. Blant anna har Vesterålen same organisering. Dei andre destinasjonane i Hordaland er organisert som AS eller foreining.

Ein av grunnane til at ein i si tid valde denne måten å organisera reiselivssatsinga i regionen på, er at ein får forholdsvis låge driftskostnader i høve til om ein var eit eige selskap.

I Sunnhordland har reiselivet organisert seg med ei eiga styringsgruppe som består av 5 representantar frå næringa og 3 frå kommunane. I tillegg er ein ordførar valt av Samarbeidsrådet.

Styringsgruppa for perioden 2017-19 består av:

Asta Johannesen, Bekkjarvik Gjestgiveri (leiar)

Sigbjørn Framnes, MS Sunnhordland

Torstein Hatlevik, Haaheim Gard

Lisa Gilje, Engesund oppdretts og visningsanlegg

Ole Johan Valen, Valevåg Camping

Simon Knutsson Sortland, Bømlo kommune

Bård Henrik Tungesvik Hereide, Etne kommune

Karen Løvfall Våge, Kvinnherad kommune

Kåre Martin Kleppe, Samarbeidsrådet sin representant

Strategi og merkeplan

Hausten 2016 vart arbeidet med ein ny Strategi og merkeplan starta. Planen skal setja mål, ang retning og prioriteringar i høve til posisjonering, produkt, marknad og merker og relatera seg til det totale konseptet i Fjord Norge og VisitNorway (Innovasjon Norge).

Workshop samlingane (31. oktober og 28. november 2016) vart gjennomført med deltaking frå ca. 60 representantar frå reiselivsnæringa i regionen.

Gjennom prosessen vart det definert følgjande hovudmål:

- I. Ta en posisjon med fokus på **båt-opplevingar og kyst-relaterte aktivitetar** i alle former
- II. Sunnhordland har **toppattraksjonar** på FjordNorway.com. Kostnaden ved å få til dette må avklarast. Fjord Norge har starta å promotera kysten i Sogn og Fjordane. Målsetjinga er at Fjord Norge også fokuserer på kysten i Sunnhordland.
- III. Sunnhordland skal profilerast og vekse innanfor **den naturbaserte aktivitetsturismen i regionen** Fjord Norge i tett samarbeid med NCE fjord tourism. Denne profileringa og veksten skal koma innan havkajak-paddling, sportsfiske ved hav-/kyst, landevegssykling, vandring i kystsona og langs Kystpilegrimsleia, dykking, eit mylder av småskala båt- og fartøy-safari/cruise, Geopark aktivitetar, nasjonalparken, m.m.
- IV. Auka **kompetansen** til medlemsbedriftene gjennom workshop, seminar og årsmøte. Dette vil styrka einskildtjørane og skapa ei sterkare reiselivsklynga i Sunnhordland

- V. Skapa gode **møteplassar** for kunnskapsdeling, nettverksbygging og motivering. Dette vil også styrke reiselivsklynga
- VI. **Auka attraktiviteten til Sunnhordland som destinasjon**, og til einskildaktørar som tilbyr opplevingar, mat, overnatting, transport og shopping/handel
- VII. **Auka veksten** gjennom auka attraktivitet og fleire besøkjande. I høve til det første punktet så vil denne veksten koma frå:
Fritidsbaserte hytte og båt gjester frå Bergensregionen / Stavanger / Haugesund
Sommarturistar som ikkje er bergensarar/rogalendingar, det vil seia frå andre delar av Noreg og gjennom turoperatørar internasjonalt
Forretningsreisande/møter/K&K tek seg opp igjen etter krisa i oljenæringa
Incentiv og møte marknaden i felles satsing saman med Hordaland destinasjonane.

Vurdering:

Slik det står i saka som vart lagt fram i juni 2017 er økonomien i reiselivssatsinga forverra etter at Regionalt næringsfond ikkje lenger kunne nyttast inn mot reiselivssatsinga og prosjektinntektene gjekk ned. Hordaland fylkeskommune gjekk i 2017 vekk i frå å gje direkte tilskot til dei ulike destinasjonane. Dette gjer at reiselivssatsinga for inneverande år får utfordringar med å gå i balanse. Dette vart ikkje klart før i august, då avslaget frå fylkeskommunen kom.

Eit underskot i VisitSunnhordland vil ha innverknad på Samarbeidsrådet sitt rekneskap.

Kommunane har sidan 2011 betalt kr. 12,- pr. ibuar. Dette dekker i hovudsak lønskostnadane ved 1.2 stilling.

Medlemskontingenten frå bedriftene dekker resterande driftskostnadar og produktutvikling. For å få gjennomført planlagde marknadsføringstiltak/prosjekt og kunna vera pro-aktiv i høve til nye satsingar ser ein behov for å få auka tilskotet frå kommunane.

VisitSunnhordland har dei siste åra ikkje vore deltakar på internasjonale reiselivsmesser.

I Rogaland er det eit arbeid med å organisera destinasjonane til å representera kvarandre på slike messer. Gjennom Destinasjonsgruppe Hordaland vil VisitSunnhordland arbeida for at ein får dette til i Hordaland også. Dette vil vera økonomisk fornuftig, men vil likevel krevja meir midlar frå Sunnhordland.

I saka som vart lagt fram i juni la administrasjonen fram to alternativ:

1. Auka kommunetilskot frå kr. 12 til 17 kr pr. ibuar
2. Auka tiltakspotten frå kr. 2 til 7 kr pr. ibuar

Auken på 5 kr. som er føreslege er den same for kommunane uansett kva alternativ ein vel. Men bruken av midlane kan vera ulik.

1. Auka kommunetilskot frå kr. 12 til 17 kr pr. ibuar

Ei auke i kommunetilskot til reiselivet vil gje reiselivssatsinga ei god og føreseieleg ramme. Midlane vil gå inn i den totale ramma for reiselivssatsinga, og gjera det mogleg å koma inn i dei marknadsflatene ein har måtta velja vekk. Kostnadane vert lettare å budsjettera sidan ramma er gjeven.

2. Auka tiltakspotten frå kr. 2 til 7 kr pr. ibuar

Kommunane løyver i dag kr. 2 pr. innbyggjar til tiltakspotten. Midlar som vert løyvd frå tiltakspotten går til konkrete prosjekt som også har krav til eigne budsjett.

For kommunane kan det gjerne vera liten forskjell om midlane går til tiltakspott eller direkte til reiseliv, men ein auke i tiltakspotten kan nyttast til andre føremål, og generera andre midlar.

For å synleggjera dette har administrasjonen lagt ved ein tabell som syner prosjekt som er finansiert med tiltakspotten, for å syna kva dagens nivå på tiltakspott faktisk genererer.

PROSJEKT			FINANSIERING	
År	Namn	Total kostnad	Tiltakspott	Eksterne midlar
2014, 2016, 2017	Byregionprogrammet - Fase 2	7 817 400	170 000	3 825 000
2016, 2017	Strategi- og merkeplan Reiseliv	300 000	85 000	60 000
2014, 2016	Sunnhordland Geopark	660 000	150 000	450 000
2014	Scenario Sunnhordland	293 000	93 000	200 000
2014	Utdanningsrøyret - Tekn.fagsk.	4 519 000	78 490	3 823 510
2013	Matkultur i Sunnhordland	295 000	80 000	200 000
Totalt		13 884 400	656 490	8 558 510

Administrasjonen meiner at den beste løysinga er å gå inn for å auka tiltakspotten. Dette stiller krav til kva midlane kan nyttast til, og ikkje vera øyremerka reiseliv. Men det må vera ein føresetnad at midlane også kan nyttast til marknadsføring, profilering og utvikling av VisitSunnhordland.

Framlegg til vedtak

Samarbeidsrådet rår til at administrasjonen søker kommunane om ein auke i tiltakspotten frå kr. 2 til kr. 7 pr. innbyggjar frå 2018.

VEDTAK:

Samrøystes vedtak.