

Reiselivsplan 2021 – 2024

Innholdsfortegnelse:

1.0 Innledning	s. 2
2.0 Organisering	s. 3
3.0 Status og muligheter	s. 6
<i>3.1 Kulturturisme</i>	<i>s.11</i>
<i>3.2 Aktivitetsturisme</i>	<i>s.15</i>
4.0 Mål	s.17
5.0 Satsningsområder med tiltak	s.18
<i>6.0 Attraksjonsutvikling</i>	<i>s.18</i>
6.1 Avaldsnes - Norges eldste kongesete	s.19
6.1.1 Tiltak for å styrke Avaldsnes som vikingattraksjon	s.19
6.1.2 Tiltak for utvikling av regionalt kystpilegrimssenter	s.20
6.2 Skudeneshavn; et godt sted å bo er et godt sted å besøke	s.20
6.2.1 Tiltak for stedsutvikling	s.20
6.2.2 Tiltak for merkevarebygging	s.21
6.3 Videreutvikling av Visnes som besøkssted	s.21
<i>7.0 Digital formidling</i>	<i>s.21</i>
7.1 Opplevelsesbasert formidling	s.21
7.2 Digitalt vertskap	s.22
<i>8.0 Godt vertskap i alle ledd</i>	<i>s.22</i>
8.1: Tiltak for kvalitet i informasjon og formidling	s.22
8.2: Tiltak for ivaretagelse av utemiljø	s.22
<i>9.0 Naturbaserte opplevelser</i>	<i>s.23</i>
9.1 Tiltak for ivaretagelse av lokal egenart	s.23
<i>10.0 Samarbeid og samskaping</i>	<i>s.24</i>

1.0 Innledning

Natur- og kulturlandskapet er vår viktigste kilde til unike opplevelser.

Kommunen ønsker å utvikle og fremme Karmøy som bærekraftig reisemål på en måte som tar vare på og styrker vår natur, kultur og miljø, sosiale verdier og økonomisk levedyktighet i et langsiktig perspektiv. FN har utarbeidet 17 bærekraftsmål for å utrydde fattigdom, nedkjempe ulikhet og stoppe klimaendringene innen 2030. Dette er viktige mål og grunnpremiss for Karmøy kommune i sin rolle som samfunnsaktør og derav i planarbeid for fremtiden.

Arbeidet med reiseliv skal bygge på Karmøys mange kvaliteter og særegenheter i videre utvikling av et lønnsomt produkt. De største flaggskipene i regionen ligger på Karmøy, og Destinasjon Haugesund & Haugalandets viking-profil synliggjør spesielt Avaldsnesområdets historiske viktighet, både nasjonalt og internasjonalt. Aktørene innen reiseliv er gjensidig avhengige av hverandre for å tilfredsstille besøkendes behov. Karmøy kommune ønsker å utvikle reiselivsnæringen i samarbeid med de øvrige aktørene i regionen.

Reiselivsplan for Karmøy kommune omhandler ansvarlig destinasjonsutvikling: Et godt sted å bo er et godt sted å besøke. Næringen genererer inntekter og arbeidsplasser, og bidrar med tilbud for trivsel og opplevelser for både tilreisende, befolkning og arbeidende.

Handlingsplanen viser prioriteringer for Karmøy kommune og har primært fokus på reiselivstiltak som skal styrke Karmøys besøksattraktivitet og vertskapsrolle for å fremme stedsutvikling og næringsutvikling. Målsettingen er å utvikle Karmøy som et bærekraftig reisemål; med et variert helårig tilbud av opplevelser som bidrar til levende lokalsamfunn og lokal verdiskaping.

Formålet med reiselivsplanen er å gjøre kommunen til en bedre utviklingspartner, produkteier og vert. Målet er å utvikle attraksjonene i Karmøy til å bli de foretrukne kulturhistoriske reisemål på Vestlandet. Formidling av attraksjonene skal være tilgjengelig i digitale kanaler for å skape unike opplevelser og nå nye målgrupper på flere språk. Besøkende skal føle seg velkomne og ivaretatt. De ulike aktørene skal ha et tettere samarbeid for å kunne tilby et mer helhetlig tilbud for de besøkende.

Karmøy skal ha en infrastruktur som legger til rette for fysisk aktivitet og naturopplevelser for både innbyggere, hyttegjester og turister. Kunnskapsgrunnlaget om bærekraftig reiseliv og miljøstandarder skal økes for å minimere klimaavtrykket.

2.0 Organisering



Innovasjon Norge har hovedansvaret for profileringen av Norge og norsk reiseliv i utlandet. Innovasjon Norge skal bidra til økt verdiskaping i reiselivsnæringene og øke interessen for Norge som reisemål¹.

Fjord Norge² er landsdelselskapet for de tre Vestlandfylkene og det offisielle turistrådet for Vestlandet. Selskapet har hovedansvaret for den internasjonale markedsføringen innenfor ferie- og fritidssegmentet. Selskapet skal posisjonere Fjord Norge som verdens mest attraktive destinasjon for natur- og opplevelsesferier, og i *scenario 2030*³ er målsetting konkurransekraft og vekst gjennom bærekraftig reiseliv.

Destinasjon Haugesund & Haugalandet er en medlemsorganisasjon for næringsliv og kommuner i regionen⁴. Selskapet skal ivareta reiselivets felles oppgaver innen markedsføring, profilering og produktkoordinering. Regional reiselivsplan for Haugalandet ble vedtatt i 2019⁵ med målsetting om å utvikle posisjonen «Homeland of the viking kings» til «The Viking Capital of the world» og realisere «Merket for bærekraftig reisemål».

¹ Merkevaren Norge og UNWTO's prinsipp for bærekraftig reiseliv ligger til grunn for satsningen.

² Karmøy kommune er aksjonær med eierandel på 0,2 %.

³ Et strategisk scenarioprojekt der næringen sammen definerer et fremtidsbilde.

⁴ Karmøy kommune har eierandel på 22 %.

⁵ Strategien er gjeldende for 2019-25 og følges opp med en kommunal eierstrategi og selskapsstrategi for Destinasjon Haugesund & Haugalandet.

Ansvarlig destinasjonsutvikling: Et godt sted å bo er et godt sted å besøke!

Reiselivsplan for Karmøy kommune 2021 – 2024

Karmøy er en av 16 medlemskommuner i reiseruten langs havet; **Nordsjøvegen**. Nordsjøvegen leder reisende i vikingenes fotspor mellom de vakreste perlene langs sørvest-kysten, fra Kristiansand i sør til Haugesund i nord. Samarbeidet mellom daglig leder og kommunene som representantskap går ut på profilering av opplevelser på strekningen.

Kystpilegrimsleia ble godkjent som en St. Olav veg til Trondheim i 2017.

Kystpilegrimsleia har fire regionale pilegrimssenter og Avaldsnes er ett av disse⁶. Pilegrimssenteret vil være en støttespiller i forbindelse med bærekraftig reiseliv og nasjonal pilegrimssatsing ved nøkkelstedene: Egersund, Obrestad fyr/Hå gamle prestegard, Stavanger domkirke, Utstein kloster/pilegrimsgard og Avaldsnes.

Rogaland Fylkeskommune utarbeider utviklingsplaner med mål og retningslinjer⁷. Fylket skal legge forholdene til rette for næringsutvikling gjennom prosjekter, veiledning og finansieringsordninger, har ansvar for samferdsel; fylkesveier, konsesjoner og tilskudd til lokal kollektivtransport, og forvalter kulturminnevern. Dette gjør fylket til en viktig premissleverandør også for reiselivet i Karmøy.

Kommunen har flere roller i utvikling av reiselivet:

- 1) Rammesetter: politiske føringer, offentlig planlegging, regulering og løyver.
- 2) Utviklingspartner: stimuleringstiltak og samarbeidspartner.
- 3) Produkteier: som av gågater, turstier, parker, badestrender, attraksjoner.
- 4) Koordinator: som vertskap og forvalter av helhet og trivselstiltak.

Den første rollen er utfordrende fordi den griper inn i alle deler av kommunen fra planprosesser, drift, investering og eierstyring. Dette er tema hvor "strategisk næringsplan" er arbeidsverktøyet.

Formålet med reiselivsplanen er å gjøre kommunen til en bedre utviklingspartner, produkteier og vert. Som del av vertsrollen initierer og utvikler kommunen også egne produkter; som app, rebus, vandringskart og aktivitetshefter for å formidle verdifulle opplevelser. De viktigste av kommunens oppgaver er å tilrettelegge for videreutvikling av besøksattraktivitet, styrke formidling og tilgjengeliggjøring av våre attraksjoner, og koordinere tilbud i utvikling av Karmøy som reisemål.

En vellykket utvikling av reiselivet bør ta utgangspunkt i et samspill mellom offentlige og private aktører. Overordnede ambisjoner for reiselivet kan defineres

⁶ Kommunestyret vedtok i 2020 etablering av regionalt pilegrimssenter, forutsatt finansiert med andre kommuner, fylkeskommunen og statlige midler. Senteret skal koordinere arbeid med pilegrimssatsningen ved nøkkelstedene i Rogaland.

⁷ Rogalands nye nærings- og innovasjonsstrategi erstatter Reiselivsstrategi for Rogaland i 2021, hvor «reiseliv og opplevelse» og «mat» er to av fire strategiske satsningsområder.

som vekst; i antall besøkende, i verdiskaping og arbeidsplasser i reiselivsbedrifter. Denne planen omhandler ikke måltall for næringsutvikling i reiselivet. Reiselivsplan for Karmøy kommune omhandler ansvarlig destinasjonsutvikling. Der turismen utvikles på en god måte, i takt og samarbeid med lokalbefolkningen, med søkelys på ivaretagelse av lokal kultur og tradisjoner og på at lokalsamfunnet skal få økonomisk vekst og utvikling, vil turistnæringen være en positiv bidragsyter lokalt. Steder hvor befolkningen opplever turister som noe negativt er sjeldent et godt sted å besøke. Eksempler på slike steder kan være der man opplever overturisme, der det ikke er tilrettelagt og planlagt for god destinasjonsutvikling. Reiselivsvirksomheter bør ha interesse av å jobbe for at lokalbefolkningen nyter godt av turismen. Som reisende ønsker flere og flere en autentisk opplevelse, gode møter med mennesker som har en historie å fortelle og en visshet om at man som besøkende bidrar til positiv utvikling.

Innen mange områder gjøres satsninger med relevans for reiselivet. Mye av det som skal til for å være en god vertskapskommune ligger inn under andre avdelinger enn reiseliv og næring. Det er viktig med forankring og medvirkning for å få en felles forståelse av viktigheten av dette på tvers av organisasjonen. Denne planen har primært fokus på tiltak som skal skape økt besøksattraktivitet⁸; med formål om å tilrettelegge for unike kultur – og naturopplevelser for å styrke Karmøy som besøksmål.

Omdømme som besøkssted påvirkes av attraktivitetsdrivere, men kan også påvirkes direkte gjennom markedsføring, merkevarebygging, direkte salg og andre tiltak. Her har foruten de enkelte aktører selv, både kommunen og Destinasjon Haugesund & Haugalandet ansvar for å styrke Karmøys positive omdømme.

Areal og bygninger har betydning for besøksattraktivitet gjennom overnattingskapasitet, tilgjengelig areal for hyttebygging og næringslokaler. Arealplanleggingen er en forutsetning for god by- og tettstedsutvikling med attraktive steder der folk trives. Infrastrukturutbygging og tilrettelegging for ulike former for næringsutvikling kan ikke gjennomføres uten forutgående arealplanlegging.

Ameniteter omfatter ulike typer stedlige tilbud, tjenester og goder av fysisk karakter. Handel og kafeer, kultur og fritidstilbud, parker, arkitektur, estetisk utforming av sentra etc, vil være ameniteter som besøkende tiltrekkes av. Tilrettelegging for infrastruktur som veier, vann og avløp, avfallshåndtering, friluftsområder og våre lokale attraksjoner er et viktig ansvarsområde kommunen har.

Stedlig identitet og kultur er stedets kollektive mentalitet. Stedet kan være preget av samarbeidsånd, gjestfrihet og innovasjonskultur, som er kulturelle faktorer som både gjør stedet mer attraktivt og ikke minst virker mobiliserende til å forbedre stedets kvaliteter. Dette er et fellesansvar for både innbyggere, kommunale virksomheter og

⁸ Telemarksforskning viser til attraktivitetsdrivere som påvirker besøksattraktivitet på følgende måte (2014).

politikere i Karmøy.

3.0 Status og muligheter

I forbindelse med planarbeidet er det sentralt å analysere Karmøys styrker, svakheter, muligheter og trusler som reisemål. Ved en slik kartlegging blir det tydeligere hvor vi står i dag og hvor veien bør gå videre i reiselivsarbeidet. I hovedtrekk er det følgende som vektlegges av reiselivsnæringen⁹ som viktigst prioriterte momenter:

Karmøys sterke sider som reisemål:

- Historie: Enestående nasjonal og lokal historie, autentisk, rik kulturarv/kystkultur
- Avaldsnesområdet: Norges fødested/viking/middelalder
- Skudeneshavn: Gamle Skudeneshavn er unik, idyllisk, arkitektur
- Norges fineste strender: kyststier, Blått Flagg, vindidrett
- Variasjon og kvalitet i tilbud (aktivitetstilbud/opplevelser/festivaler for alle) og naturopplevelser (vær, stinett, hytter, utsikt, fiske, hav)
- God formidling: digital, skilt, museer, karter
- Regional flyplass

Karmøys svake sider som reisemål:

- Uforutsigbarhet: åpningstider, vær
- Overnatting: nær attraksjonene, for grupper
- Samferdsel, infrastruktur, transport, kollektivtilbud, sykkel og toalettfasiliteter
- Økonomi: lav investeringsvilje/kunnskap/risiko/kapital/omstilling
- Sesongbetont reiseliv/helårsturisme
- Samarbeid: lokalt og regionalt, pakker

Trusler:

- Samferdsel
- Konkurransen: Andre vikingdestinasjoner, mellom to store byer
- Haugesund lufthavn: utsatt, svak ruteutvikling
- Tilbud: Åpningstider, sentrumsdød/næring forsvinner
- Avstand til beslutningstakere: være i lupen, midler, politisk
- Sykkeltrafikken forsvinner/tunneler

Muligheter:

- Formidling: Digital/interaktiv/barnevennlig
- Videreutvikling attraksjoner: fyrtårn samt mindre kjente

⁹ Aktører har gitt innspill gjennom swot-analyser i forbindelse med planarbeidet.

Ansvarlig destinasjonsutvikling: Et godt sted å bo er et godt sted å besøke!

Reiselivsplan for Karmøy kommune 2021 – 2024

- Posisjonere kulturturisme; spesielt vikingidentitet, historie, pilegrim, kystkultur, opplevelser
- Arrangementsturisme/idrettsturisme/surf/Fjord Motorpark
- Nærhet til havet: Kyststi, aktivitet, sjømat
- Tilgjengelighet: mer bookbart, utnytte kanaler, markedsføring
- Helårsturisme: Nye produkt/aktivitet/arrangement/merkevarebygging
- Samarbeid: fremsnakke/samordne/opplevelsespakker/samarbeid

Det er spesielt å gjøre opp status når en er midt i en unntakstilstand. Det er, og har vært, en usikker tid; koronasituasjonen gjør det utfordrende, med permitteringer og avlyste arrangement og det er vanskelig å planlegge: Får vi utenlandske gjester og cruisegjester? Og hvilke konsekvenser får næringsdrivere, flyplassen vår? Hvilken betydning får pandemien for våre reisevaner, på kort og lang sikt?

Håpet er selvsagt at vi allerede i 2021 kan gå på festival igjen og at aktører som spesielt har rustet seg for grupper kan komme seg skikkelig opp å gå!

For, sett bort fra covid-19 så har den generelle markedsutviklingen for reiselivet globalt, nasjonalt og regionalt vært særst positiv. Fjord Norge er regionen med sterke vekst. Veksten fordeler seg på grupper som søker natur- og kulturbaserte opplevelser med hovedfokus på tilrettelagte kundeopplevelser.

Reiselivsnæringen i Karmøy ga 137 millioner i verdiskaping og personskatt-inntekt på 9,1 million i 2018. Da var det 354 ansatte i reiselivet i kommunen¹⁰. Haugesund lufthavn Karmøy og Park Inn hotell er av de store reiselivsbedriftene. Hvordan kan Karmøy kommune bidra til økning av disse tallene?

Kommunens næringsplan omhandler strategier for næringsutvikling¹¹. Her påpekes det at investeringene innen reiseliv ligger langt lavere i Haugesundregionen enn på landsbasis og i naboregionene. Destinasjonsselskapet har spesielt pekt på utvikling av historiske Avaldsnes og idrettsanlegget Fjord Motorpark som viktige prosjekter for utvikling og vekst i den regionale reiselivsnæringen¹². Et opplevelsessenter som «The Viking Planet» kan være et bidrag til å møte noen av utfordringene reiselivet står overfor. Særlig med tanke på å formidle regionen som episentere for vikinghistorien via nye teknologier til et bredt, internasjonalt publikum. Som det understrekes i den regionale reiselivsplanen er strukturen blant reiselivsbedriftene i regionen (sett bort fra hotellkjedene) små og mellomstore bedrifter. Det er ingen

¹⁰ Tall hentet fra turistundersøkelse av Menon.

¹¹ Strategi for utvikling av lufthavnen: Kommunen skal kjennetegnes av å være en sterk pådriver for lønnsom utvikling av Haugesund lufthavn med et nasjonalt og internasjonalt rutetilbud tilpasset regionens næringsliv og innbyggere. Kommunen skal arbeide for utvikling av nærings synergier til lufthavnen og næringsetableringer i nærhet til lufthavnen på Helganes.

¹² Fjord Motorpark beregner i sin forretningsplan et potensial til å bli regionens største attraksjon med mer enn 90.000 besøkende hvert år.

Ansvarlig destinasjonsutvikling: Et godt sted å bo er et godt sted å besøke!

Reiselivsplan for Karmøy kommune 2021 – 2024

bedrifter som naturlig tar lokomotivfunksjonen, og en mister dermed effekter av drahjelp i kommersialiseringsprosesser, markedsadgang og kompetansedeling.

Forventing til «regionalt reiselivsfond»¹³ er å skape flere arbeidsplasser i reiselivsnæringen og nært tilstøtende næringer, kultur- og primærnæringer som bidrar til regionens besøksattraktivitet og økt verdiskaping. Avkastningskravet er derfor i første omgang reiselivsfondets evne til å investere i virksomheter som skaper nye og varige arbeidsplasser i regionen. Det er naturlig at regionalt reiselivsfond vektlegger utviklingsprosjekter hvor regionen har komparative fortrinn:

- som bygger opp under synergier med viktige regionale kulturhistoriske attraksjoner, regional verdiskaping, naturbaserte attraksjoner og frivillige organisasjoner som bidrar til økt besøksattraktivitet
- som ivaretar utnyttelse av ny teknologi og regional kompetanse
- som bidrar til mindre miljøbelastning og menneskeskapte klimaendringer

Målgruppene for reiselivsarbeidet er mangefasettert

- Lokalbefolkning, besøkende hos venner og kjente, andre besøkende til kommunen
- Turister på dagsbesøk, overnattingsgjester, cruise/bussgjester som søker opplevelser
- Arrangører innen kultur, idrett, møter og konferanser¹⁴
- Yrkesreisende

Gjestene som omtales i kommunens reiselivsplan tilhører i hovedsak de to første punktene; som er ferie- og fritidssegmentet.

Haugalandet har hatt en utvikling siste ti år med god vekst innen hotellovernattinger og cruisegjester. De siste par år, med enorm pågang sommerhalvåret 2020, ser vi en økning besøkende til våre campingplasser og i bobilsegmentet. Dette melder nye behov i forhold til tilrettelegging for bobilgjester.

I kommunen er det tilrettelagt for bobilturismen ved to campingplasser, tre tømrestasjoner, samt bobilparkering i Kopervik og i Åkrehamn. Båtturister har tilbud om to flotte gjestehavner i Kopervik og Skudeneshavn. Småbåtforeninger har ansvar for disse. Fremkommelighet med fly har stor effekt på reiselivsnæringen. Flesland og Sola er viktige innfallsporter for vår region. Det å ha en lokal flyplass i Haugesund lufthavn Karmøy er gull verdt. For å lykkes i det internasjonale markedet arbeides det for en direkterute til en hub, som Schiphol eller København.

¹³ Etablering av et regionalt reiselivsfond er et av tiltakene i regional reiselivsplan som delvis avhjelper en svak kapitaltilgang for innovasjon og attraksjonsutvikling.

¹⁴ Regionalt reiselivsfond skal samordne og tildele kommunale tilskudd til de arrangementer som bidrar til størst verdiskaping i regionen.

Ansvarlig destinasjonsutvikling: Et godt sted å bo er et godt sted å besøke!

Reiselivsplan for Karmøy kommune 2021 – 2024

Flyplassen er regionalt eid¹⁵ og det er viktig at arbeidet med å satse på ruteutvikling styrkes.

Av individuelle tilreisende er Tyskland fortsatt det viktigste utenlandsmarkedet i Karmøy. Nordmenn på reise er den største turistgruppen. Det merket aktørene godt sommeren 2020 med enda større tilstrømming enn normalt, på tross av at festivaler og arrangement måtte kanselleres. Både museet i Visnes og i Skudeneshavn hadde en dobling av individuelle gjester. Det er en positiv effekt av koronarestriksjonene; Vi får i større grad øyne opp for vårt eget. Det ser vi også på sosiale medier, der vi nyter godt av og er synlige med mange ambassadører for Karmøy.

Segmentet som skiller seg ut er den store økningen av cruise gjester siden oppstart i 2013 med 7500 passasjerer. Disse hordene ser vi godt igjen på attraksjonene og er også de eneste som kan tallfestes, derfor er det gjerne her mediefokus har vært. Og her er det formidable tall i vente: Med dette segmentet anslås det at vi får 500 000 potensielle gjester årlig fra 2022. Karmøy er sterk på attraksjoner og Avaldsnes og Skudeneshavn er av de mest populære utfluktene på programmet. Det diskuteres stadig hvor lønnsomme cruise gjestene er¹⁶. En viktig del av reiselivsarbeidet fremover blir å tilrettelegge for større lokal verdiskaping. I Karmøy er det Opplev Avaldsnes og Skudeneshavn museum som har merkbart resultat av økingen i cruisemarkedet. Nå blir turist sesongen utvidet fra sommer månedene og gir grobunn for ambisjonen om et helårig reiseliv: Stabilt volum gir grunnlag for å drive med helårsansatte og mer aktivitetsbasert. Utviklingspotensialet i produkt som Syreneset Fort og Visnes gruveområde vil arbeides videre med i så måte, samt tiltak for å få gjestene til å bli lengre i Skudeneshavn for mer handel. Kommunene må være bevisst aspekter som forurensning og belastning i dialog med aktører som Karmsund Havn og Destinasjon Haugesund & Haugalandet¹⁷.

En sentral del av reiselivsproduktet er overnattingsbedriftene. Transportøkonomisk Institutt anslår at nærmere 30 % av ferieovernattinger ikke fanges opp av offisiell statistikk. Samtidig har delingsøkonomien medført en betydelig vekst i digital direkteformidling, særlig gjennom plattformen Airbnb¹⁸. Mens hovedattraksjonene i regionen ligger på Karmøy, er det brede hotelltilbudet i Haugesund. I Karmøy er majoriteten av overnattingstilbydere småskalabedrifter som ikke er synlige i SSB-

¹⁵ Eierkommunene bak Karmsund havn er inne på eiersiden i Lufthavndrift AS.

¹⁶ Tilbydere til cruisetrafikken involverer skips-, havn og lostjenester, utfluktsagenter, opplevelses -og kulturbedrifter, guidetjenester, destinasjonsselskap og næring som transport og handel. Innovasjon Norge/Epinion sin cruiseundersøkelse 2019 viser 540 kr lagt igjen pr gjest pr havn.

¹⁷ Rederiene tilpasser eksisterende flåte i tråd med nye miljøkrav. Innføring av landstrøm i mange norske havner er et viktig miljøtiltak. For Haugesunds del begrenser havnekapasiteten antall samtidige cruiseanløp til ett stort eller to mindre cruiseskip.

¹⁸ På airbnb.no var det i 2020 registrert nærmere 100 utleieenheter i Karmøy.

statistikken. I swot-analysen etterlyses overnatting nær attraksjonene og overnatting som kan huse grupper. Det er økt interesse for unike overnattingssteder; og på Karmøy kan vi tilby både å sove under stjernetak i en dome eller på tre fyr ute i havgapet. Mange ønsker å ta del i et ekte bomiljø; å bo, spise og vandre i et miljø av vel bevart historie som Skudeneshavn er midt i blinken. Utviklingsmønstre som særlig forsterkes nå i disse koronatider er den stadig økende interessen for å reise utafør allfarvei og ta mer aktiv del i lokalkultur.

Det er vår rike kulturarv som gir Karmøy identitet og som skiller oss fra andre potensielle reisemål. Skudeneshavn og Avaldsnes har unik kulturhistorisk betydning. Avaldsnes er Norges eldste kongesete og Rogaland sitt tusenårssted. Arkeologiske utgravninger og funn styrker og fornyer publikumsinteressen. Som påpekt i swot-analysen får vi økt konkurranse fra andre destinasjoner som bygger opp om vikinginteressen. Her må både Karmøy kommune og regionen bidra til at vi tar plassen vi fortjener.

Skudeneshavn har fått nasjonal status som fredet kulturmiljø¹⁹ og befester med dette sin posisjon som et unikt og attraktivt reisemål. Her blir det viktig å kunne tilby aktiviteter og levende bymiljø også utover sommersesongen.

Sosiale medier påvirker også våre behov, og gjør alle til potensielle ambassadører. Her får en vist det særegne; både gjestens ønske om å være «en oppdager» samt motiv som gjør seg på bilder. Det dukker opp «nye attraksjoner»; som naturfenomenet Dueglåp, som er såpass utafør allfarveg at det igjen melder behov om merking og tilrettelegging i samråd med grunneiere og jordbrukere.

Det er et stort potensial i å dra nytte av Karmøy sine naturressurser, med lokaldyrket grønt og fersk sjømat. Gjestene ønsker kortreiste matopplevelser; de vil vite hvor maten kommer fra, kanskje aller helst være med ut og fiske, tilberede sammen og nyte med noe lokalbrygget.

Friluftsliv og å ta del i naturaktiviteter er blitt lavterskel; turistvertene melder at flere vil benytte de flotte turområdene våre; fjellhyttene er kjekke mål, og selv om vi ikke har spektakulære topper som Prekestolen søkes utsiktspunkt med panoramautsikt. Nærturisme er blitt et kjært begrep.

Opplevelser til fots og på sykkel styrker helt klart natur- og kulturopplevelsen. Nå når siste strekningen med gang- og sykkelvei kommer på plass helt til Skudeneshavn vil det være positivt for sykkelinfrastrukturen. Reiselivsfyrtårnene Avaldsnes,

¹⁹ Kongelig resolusjon om fredning av Skudeneshavn som kulturmiljø i 2018. Fredningen skal sikre de kulturhistoriske og arkitektoniske verdiene i gater, havnebasseng, brygger og grøntområder. Fredningen legger dermed til rette for en bærekraftig bruk av ressursen som kulturmiljøet er.

Skudeneshavn og strendene er alle målpunkt som kan nås i løpet av en dag på sykkel. Bedre tilrettelegging for sykkelturisme er et virkemiddel for bærekraftig reiseliv.

I Karmøy har vi vertskapstjeneste gjennom fire sertifiserte turistkontor. Turistinformasjonen på Oasen storsenter er privat drevet, de andre er kommunen vertskap for: på Nordvegen Historiesenter, Kopervik rådhus og Skudeneshavn turistkontor (sommeråpent). Turistvertene opplever økt etterspørsel etter opplevelser for hele familien. Mens evalueringene i 2011 viste et mangelfullt tilbud, så har dette endret seg radikalt; Nå har vi en dyrepark i stadig utvikling, spennende minigolfanlegg som nå er Europas største, åpne gårdsbesøk, populære discgolfbaner, og det er utviklet flere populære aktivitetshefter og rebuser i kommunal regi. For å tilby attraktive familieaktiviteter er det viktig å sikre kvalitet og tilrettelegge for utvikling.

Besøkende til Karmøy får stadig større utvalg i aktivitetstilbud; kajakkturet, fisketurer og havneturer, utleie for sykling og padling (SUP og kajakk) og surf. Og nå er det lokale aktivitetsleverandører som tilbyr bookbare opplevelsespakker.

Styrkene og mulighetene som skisseres er noe man bør både utnytte og forsterke slik at Karmøy utvikles som reisemål. Svakheter og truslene kan potensielt hindre oss i å nå våre mål, og en må arbeide for å eliminere/ta forhåndsregler slik at de kan reduseres. Et mer kunnskapsbasert reiseliv bidrar til å identifisere tiltak for å styrke besøksattraktivitet og vil danne grunnlag for tiltak i forhold til markedsføring, produktutvikling og tilrettelegging. Kartleggingsverktøy; med besøksstatistikk og gjesteundersøkelser i Skudeneshavn og telleapparat ute i Avaldsnesområdet og i Gamle Skudeneshavn, Åkrasanden og turområder, gir viktig data som grunnlag for riktig prioritering²⁰. De kvaliteter og særegenheter som gjør Karmøy til et attraktivt sted å reise til og å bo i må videreutvikles med målsetting om å gi alle besøkende positive opplevelser. Det ligger forventning til kommunens rammer for videre stedsutvikling.

3.1 Kulturturisme

«Å respektere, videreutvikle og framheve lokalsamfunnet sin historiske kulturarv, autentiske kultur, tradisjoner og særpreg» er det første av Innovasjon Norges ti prinsipper for et bærekraftig reiseliv.

Det er en grunn til at markedsføringen av Norge dreier seg fra et naturbasert til et kulturbasert reiseliv. Innovasjon Norge sine turistundersøkelser viser at kulturopplevelser og historiske attraksjoner er av de vanligste aktivitetene for valg av reisemål. Kulturturistene har høyere gjennomsnittlig forbruk. Den stigende

²⁰ I tråd med Karmøy kommune sitt målkart.

Ansvarlig destinasjonsutvikling: Et godt sted å bo er et godt sted å besøke!

Reiselivsplan for Karmøy kommune 2021 – 2024

etterspørselen kobles til økende interesse for autentiske og unike reiseopplevelser²¹. Her stiller vi sterkt i konkurranse med andre potensielle reisemål.

Kulturopplevelser og historiske attraksjoner vektlegges i både tilbud og i markedsføring av reisemålet Karmøy. Her har vi store muligheter for å utvide publikumspotensialet ved å bygge opp om attraksjonene gjennom kreativ samhandling med kompetansen i kulturlivet. I tråd med den foregående kommunale reiselivsplanen har vi særlig tatt tak i utfordringen med å aktivisere utendørs kulturminner og å formidle en opplevelse av dagliglivet fra en svunnen tid. Vi har utarbeidet aktivitetsheftene «viking og arkeolog for en dag», har et pågående arbeid for å utvikle guider i roller, og i å utvide appen «Tilbakeblikk». Gjennom en interaktiv presentasjon får besøkende en følelse av å reise tilbake i tid – «Living history». Konseptene utvikles i samskaping med manusforfattere, skuespillere, filmprodusenter og andre ressurspersoner i kulturlivet.

Ved å tilby unike opplevelser gjennom digital formidling innfris målet om kreativ historieformidling og å skape liv i gatene – uansett når på året gjestene kommer; og uavhengig av åpningstider og personell²². Appen Tilbakeblikk/Time Travel ble lansert (2018) som digital byvandring i Skudeneshavn bestående av 11 filmer. Profesjonelle skuespillere og statister viser byen fra ulike skikkelsers perspektiv. Filmene er gps-styrt slik at innholdet stemmer overens med omgivelsene for å skape en illusjon av at historien utspiller seg fremfor gjesten. Sommeren 2020 ble flere steder lagt inn i «Tilbakeblikk» med lansering av fem nye «Tidsreiser». På grunn av korona har vi åpnet opp for at en kan se filmene hjemme også – men intensjonen er at en skal ta turen ut og bli satt i en stemning på stedet. Statistikken viser gode tall med over 3300 nedlastninger, bruken øker i takt med økt innhold, og i juli 2020 var det 25 nye brukere i døgnet.

Karmøy kommune har gitt tilskudd til forprosjektet «The Viking Trail» som skisserer mulighet for en interaktiv aktivitetsguide basert på vikinghistorien på Haugalandet. Her avventes status fra initiativtaker Small Screen for realisering av eventuelt hovedprosjekt og utvikling av mobilapplikasjon.

Gjennom kontoene Opplev Karmøy på facebook og visitkarmoy på instagram gis en annen form for digital historiefortelling. De digitale kommunikasjonskanalene fordrer en mer aktiv profilering i sosiale medier. Det er i større grad her besøkende henter og deler inspirasjon og søker informasjon.

²¹ jmf regjeringens strategi for kultur og reiseliv 2019.

²² Formidlingskonseptet er et steg i riktig retning for kommunen sin ambisjon om å bli heldigital.

Ansvarlig destinasjonsutvikling: Et godt sted å bo er et godt sted å besøke!

Reiselivsplan for Karmøy kommune 2021 – 2024

Internasjonalt samarbeid bidrar til å utvikle norsk kulturturisme. Karmøy er aktør i programmet Europeiske kulturruter²³, der et av målene er å bidra til at flere turister oppdager mindre kjente reisemål gjennom kulturarvopplevelser – gjerne utenom storbyene. Avaldsnes er en del av Pilegrimsleden (St. Olav Ways) og Vikingruta²⁴.

Det historiske Avaldsnes er et godt stykke på vei tilrettelagt for bruk og opplevelser - gjennom Nordvegen historiesenter, vikinggården, Olavskirken, kulturlandskap og friluftsliv. Nå er vi i spennende tider for videreutvikling; med nye utstillinger på trappene og etablering av middelalderpark med lekeområde, kongsgårdruinene og prestegårdslåven²⁵ som mulig utskiftbar formidlingsarena (nyhetens interesse) og et regionalt pilegrimsenter. Det har vært krevende år i forhold til formidling av det historiske Avaldsnes, med Olavskirken under restaurering og ruinen dekket til. Det blir gledelig når ruinkonserveringen er ferdig, etter planen kan delen nærmest kirken åpnes for publikum i 2021. Da har vi en ny attraksjon å by på!

Med mange involverte aktører i det historiske Avaldsnes blir et viktig grep for fremtiden å løse særskilte problemstillinger knyttet til den kommersielle driften, organisering og økonomi i sammenheng med det kulturhistoriske aspektet samt søke innovative løsninger for balansegangen vern og opplevelse.

Gamlebyen i Skudeneshavn er et eksempel på hvordan kulturarven har bidratt til merkevarebygging av byen. Kombinasjonen av idyllisk trehusmiljø og sjarmerende byliv gjør byen til et attraktivt reisemål. Med dette som utgangspunkt ligger forholdene til rette for å kunne tilby gode opplevelser. Skudeneshavn har vunnet flere kåringer av Norges sommersteder. Byen har unike butikker og kafeer, spennende festivaler, en godt besøkt gjestehavn og tur- og strandfasiliteter nær byen. Tjenestetilbudet i tilknytning til gamlebyen er både en del av opplevelsen og kommersialiseringsgrunnlaget. Gjesteundersøkelsene viser høy besøkstilfredshet og alle respondentene ønsker å komme tilbake. Det kom frem etterspørsel etter flere serveringssteder, spesielt lunsjtilbud, i sist undersøkelse.

Det er mange spennende kulturbaserte reiselivsprodukter i kommunen.

Karmøy kommune er eier av Nordvegen historiesenter som presenterer Norges historie gjennom 3500 år. Som en ser av statistikken under lider 2020-tall av bortfall utenlandske gjester, både individuelle, cruise og festivalgjengere.

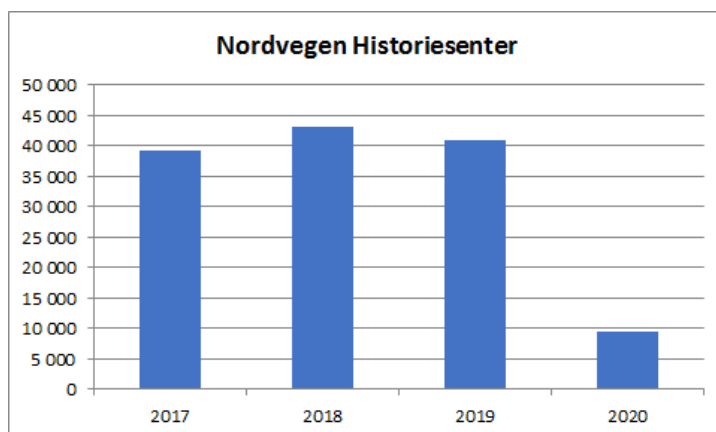
²³ Samarbeid mellom Europarådet, EU, European Travel Commission, UNWTO, ICOM og UNESCO. Programmet er et sentralt virkemiddel for å fremme Europa som reisemål gjennom temabaserte og alternative reiseopplevelser og kulturprosjekt.

²⁴ Tilknyttet EU-prosjektet Follow the Vikings, der norske formidlere av vikinghistorie deltar i profesjonelle europeiske nettverk med blant annet kulturturisme som tema.

²⁵ Karmøy kommunestyre vedtok kjøp av låven fra Opplysningsvesenets fond i 2018. I tillegg arbeides det med heving av et godt bevart skipsforlis ved Gloppeneseet. Det er et stort ønske om at skipet også stilles ut i prestegårdslåven.

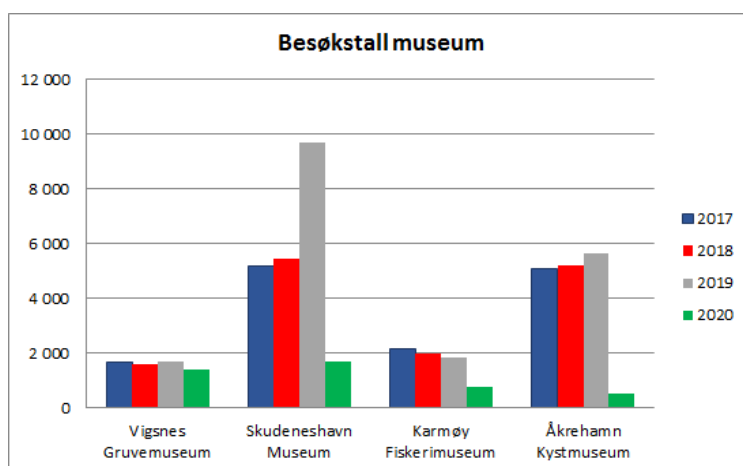
Ansvarlig destinasjonsutvikling: Et godt sted å bo er et godt sted å besøke!

Reiselivsplan for Karmøy kommune 2021 – 2024



En rekonstruert vikinggård på Bukkøy viser flere hus og hvordan man levde i vikingtiden. Vikinggården blir gjennom året brukt som historisk leirskole, i reiselivssammenheng, og i tilbud til bedriftsmarkedet, om sommeren er gården åpen for publikum og vestlandets største vikingfestival avholdes årlig i juni²⁶. For videre utvikling av festivalen fordres økonomisk bærekraft. Formidlingskvalitet og familiefokus bygd opp gjennom mange år er viktige hensyn å vekte i forhold til kommersialisering.

Karmøy har fire museer som er privat eide og blir drevet av frivillige organisasjoner med støtte fra kommunen. Disse er Visnes gruvemuseum – forteller historien om Visnes kobberverk, Skudeneshavn museum – viser bylivet på midten av 1800-tallet, Åkrehamn kystmuseum – om Karmøy som et viktig fiskerisentrum og kontakten med Amerika, og Karmøy fiskerimuseum – med fokus på fiskerinæringen fra motorens tid.



Med sommeråpent og sesongansatt vertskap begrenses tilgjengelighet og rom for fornying. Skudeneshavn museum er en del av cruisesatsingen og har tilbud for dette segmentet hele året, og Visnes arbeider for å komme inn i dette markedet. Det investeres mye frivillig arbeid i museene.

²⁶ Det kommunale aksjeselskapet Opplev Avaldsnes har tjenestevtale om drift av Nordvegen historiesenter, formidling av vikinggården og Olavskirken, og som arrangør av vikingfestivalen. Kommunen, ved leder av Avaldsnesprosjektet, har ansvar for utstillinger og faglig innhold.

Ansvarlig destinasjonsutvikling: Et godt sted å bo er et godt sted å besøke!

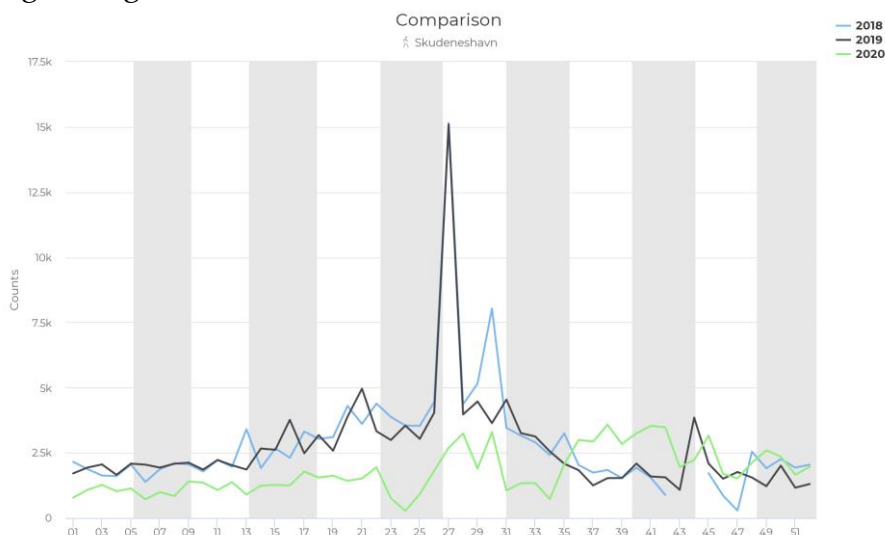
Reiselivsplan for Karmøy kommune 2021 – 2024

Visnes gruveområde trekkes frem som et viktig kulturhistorisk område med stort potensiale for videreutvikling. Stiftelsen Vigsnes grubemuseum er per dd i dialog med aktivitetstilbyder og nytt serveringstilbud. Med aktivitetsbase og spennende matkonsept vil området kunne utvikles til å bli et fullgodt reisemål. Kommunen skal stimulere og tilrettelegge for attraksjonsutvikling i Visnes denne planperioden.

Karmøy har et mangfold av festivaler som favner alt fra vikingmarked, kystkultur og fiskerirettede aktiviteter til litteratur, gospel, metal og olsokarrangement. Noen har et mer lokalt tilsnitt, mens andre markedsfører seg som internasjonale festivaler.

Karmøygeddon er en festival som i særlig grad tiltrekker seg utenlandske besøkende. Flere av de store festivalene på Karmøy har blitt avholdt i over 20 år. Festivalene er viktige for Karmøy, og kulturavdelingen har egen tilskuddsordning og årlig møte med de største festivalene for evaluering og utvikling.

Det kommer klart frem av tellerne på Avaldsnes og i Skudeneshavn hvor mange folk festivalene og arrangement trekker.



3.2 Aktivitetsturisme

Vi har mange spennende aktiviteter å tilby i kommunen. Når det gjelder naturbaserte opplevelser har vi et stort potensial for å innfri den økende aktivitetsturismen. Fra naturens side har Karmøy mange attributter i variert kystlandskap med «sydenstrender» og lyngheier, hvor en kan oppleve kulturhistorie og idylliske miljø. Karmøy har gode rekreasjonsmuligheter med flotte skiltede turstier og søndagsåpne hytter. Av havaktiviteter har attraktive fiskemuligheter tiltrukket turister fra blant annet Tyskland.

Storhavet er et flott skue, uansett vær. Karmøystrendene er et yndet tursted hele året, både for lokalbefolkning, regionen og tilreisende. Langs strandlinjen fra Åkrehamn til Hop går en populær kultur- og natursti. En vandring her byr på særegen

sandvegetasjon, spennende historiske spor og et kulturlandskap formet gjennom århundrer. Det å utvide stinett og spesielt tilrettelegge for kyststivandring, er noe som er ettertraktet og som nevnes i swot-analysen som mulighet for videre reiselivsutvikling. Ivaretagelse av lokal egenart er en forutsetning for et godt reiselivsprodukt. Det er i denne sammenheng viktig at kommunen følger målene for en bærekraftig arealplanlegging og- forvaltning.

Friluftsrådet Vest har ansvar for tilrettelegging på Karmøys strender²⁷. Sammen med Åkrehamn vekst og kommunen søkte Friluftsrådet miljøsertifiseringen Blått Flagg for Åkrasanden i 2015, og fikk tildeling som første strand i Rogaland²⁸. Sertifiseringen omsøkes hvert år med forpliktende tiltak og bidrar til å generere aktivitet på en av Karmøys hovedattraksjoner, samt er et viktig miljøtiltak i utvikling av et bærekraftig reiseliv.

Reiselivet i Karmøy er sesongbetont. Det er behov for flere aktivitetsleverandører samt aktører som ønsker å gjøre dette til sin hovedgeskjeft. De siste årene har flere aktører åpne tilbud om naturaktiviteter; kurs, guiding og utleie av utstyr, en positiv utvikling kommunen ønsker å tilrettelegge for i fremtiden.

Dagens tilreisende forutsetter at det er mulig å bestille sine opplevelsesaktiviteter på forhånd, at de arrangeres uten forbehold om x antall deltakere og at tilbudet er tilgjengelig med faste dagsprogram. Denne typen tilbud rettet mot det individuelle markedet er utfordrende; Skal en våge å satse/ta risiko eller sitte på gjerdet til markedet er stort nok? Ser en til oppbygging av denne type bedrifter i Fjord- og Nord Norge, erfares behov for omfattende bistand i oppstartsfasen.

Det er behov for profesjonelle aktører som kan pakke produkter på Haugalandet. Man stiller langt sterkere i markedet ved å kunne tilby attraktive og tilgjengelige totalprodukter til turister, med salg av opplevelsespakker som fiskesafari, kobling overnatting med lokalmat/kultur og lignende. Det ligger et viktig arbeid i å implementere og profilere lokalmat i våre reiselivsprodukter.

Videre vil prosjekter som Fjord Motorpark være av stor betydning for reiselivet. Både i egenskap av ytterligere å sette regionen på kartet og å generere trafikk som gir ringvirkninger. Idrettsturisme jobbes nå systematisk med innen idretten i Rogaland.

²⁷ Friluftsrådet Vest er et interkommunalt samarbeidsorgan innen friluftsliv for 12 kommuner i Nord-Rogaland og Sunnhordland, med forvaltningsansvar for over 100 friluftsområder, 14 i Karmøy.

²⁸ Blått Flagg-sesong er 5. juni - 31. august og er et synlig og internasjonalt kvalitetssymbol: på en ryddig strand, rent badevann, god informasjon, universell utforming. Som del av ordningen skal der tilbys minimum fem miljølæringsaktiviteter per sesong.

Ansvarlig destinasjonsutvikling: Et godt sted å bo er et godt sted å besøke!

Reiselivsplan for Karmøy kommune 2021 – 2024

På Helganes er det planer om å investere over 100MNOK i Fjord Motorpark, et multifunksjonelt idrettsanlegg for rundt 30 idrettsgreiner. Dette kan bli regionens største besøksattraksjon. Per nå rettes de fleste idrettsarrangement på Karmøy mer lokalt, mens Karmøy maraton og The Beast gir større ringvirkninger med overnattinger og bespising osv.

4.0 Mål

Kommunen skal bidra til å utvikle og fremme Karmøy som et bærekraftig reisemål. For at Karmøy også i fremtiden skal kunne utnytte våre strategiske fortrinn må vi sikre ivaretagelse av natur og kulturarv som ressurs. Et godt tilbud av unike opplevelser bidrar til flere tilreisende som gir økt verdiskaping og helårig reiseliv.



Den globale turismen vil ifølge NHO reiselivs prognoser vokse med 66 prosent innen 2030. Det byr på enorme muligheter for norsk reiseliv, som er i ferd med å ta en stadig større del av den internasjonale turistveksten. Det innebærer imidlertid også et ansvar, og en forpliktelse til å ta vare på natur og miljø²⁹. Mange er mer bevisste på at de ønsker å reise miljøvennlig og foretrekker bærekraftige reisemål. Grønn turisme er et voksende segment som blir mer og mer lønnsomt. Norge er det første landet i verden som har lansert en nasjonal merkeordning for bærekraftige reisemål.

Som andre norske reisemål er Karmøy preget av store svingninger i besøkstall og kapasitetsutnyttelse gjennom året. En utvidelse av reiselivets sesonger kan bidra til å redusere sosiale og miljømessige utfordringer på reisemål, og føre til at flere bedrifter

²⁹ NHO Reiseliv sin klimarapport gir kunnskap om utslipp forbundet med turisme: I overnatting og servering er trenden for utslipp nedadgående, selv om antall besøk og ansatte øker. Utslippene er forbundet med selve transporten. Her ser vi at den teknologiske utviklingen og klimakvotesystemene vil ha mye å si.

Ansvarlig destinasjonsutvikling: Et godt sted å bo er et godt sted å besøke!

Reiselivsplan for Karmøy kommune 2021 – 2024

satser på helårsdrift. Kommunen legger til rette for et bredere reiselivstilbud gjennom å stimulere til innovasjon og et tettere samarbeid både innad i næringen og mellom aktører i ulike næringer.

5.0 Satsningsområder med tiltak

Mål om å tilrettelegge for utvikling av bærekraftig og helårig reiseliv skal realiseres ved følgende satsningsområder:

- Attraksjonsutvikling
- Digital formidling
- Godt vertskap i alle ledd
- Naturbaserte opplevelser
- Samarbeid og samskaping

Handlingsplanen viser prioriteringer for Karmøy kommune i perioden 2021-2024. Innen mange områder gjøres satsninger med relevans for reiselivet, som næring, kultur, natur, samferdsel. Handlingsplanen har primært fokus på reiselivstiltak som skal skape økt besøksattraktivitet. Det legges særlig vekt på å videreutvikle og fremheve kultur- og naturopplevelser og attraksjoner. Karmøy har tre reiselivsfyrtårn som vil være prioriterte områder for denne planperioden; Avaldsnes, Skudeneshavn og strendene. Kvalitet i opplevelsene gir effekt i godt omdømme, økt besøk, gjenbesøk, og lengre besøkstid.

I det videre arbeidet er det særlige utfordringer som også gir muligheter og bør møtes med konkrete tiltak for å oppnå målet om et mer bærekraftig reiseliv: Hva kan gjøres for å minimere klimaavtrykket og innvirkningen på natur og miljø? Hvordan jobbe for at lokal kultur og tradisjoner ivaretas? Hvordan jobbe for at lokalsamfunnet nyter godt av reiseliv og at reiseliv bidrar til økonomisk vekst og sysselsetting?

Nøkkelen for å svare opp utfordringene nevnt er ansvarlig destinasjonsutvikling: God ansvarlig destinasjonsutvikling har flere positive effekter. Det kan for eksempel bidra til vern og vedlikehold av kulturarv, større oppmerksomhet rettet mot lokale tradisjoner og identitet, til transformering og revitalisering av gamle bydeler og det kan bidra til bevaring av natur- og kulturområder. Altså; levedyktige lokalsamfunn og bærekraft.

6.0 Attraksjonsutvikling

Utvikle attraksjonene i Karmøy til å bli de foretrukne kulturhistoriske reisemål på Vestlandet.

6.1 Avaldsnes - Norges eldste kongesete

Det er en massiv vikinginteresse internasjonalt, som vi har stort potensial til å bygge ytterligere opp om³⁰. Med fokus på vikinghistorie kan en oppnå en tydeligere identitet og samtidig bygge opp om Destinasjon Haugesund & Haugalandets merkevare: "Homeland of the Viking Kings". For å lykkes med dette er vi avhengig av at kommunene og aktører i regionen bidrar og samarbeider for å ta posisjon som «The Viking Capital of the world».

Kongsgårdruinene tilfører en ny og spennende attraksjon. Ferdig konservert ruin sammen med lekeområdet, prestegårdslåven med pilegrimssenter, middelalderutstilling og Olavskirken, kan inngå i en middelalderpark med nye arenaer for aktivitet og formidling av historiske Avaldsnes.

6.1.1 Tiltak for å styrke Avaldsnes som vikingattraksjon

- Videreutvikling av Vikingfestivalen:

Vestlandets største Vikingfestival har utviklet seg til å bli et viktig og godt synlig arrangement og utstillingsvindu. Familiefestivalen med levende kulturformidling setter oss på kartet og er en møteplass for over 200 vikinger fra hele Europa.

- Nedsette gruppe og etablere plan for videreutvikling av en økonomisk bærekraftig festival. 2021-

Tiltaksansvarlig: Opplev Avaldsnes sammen med kommunen. Dekkes innenfor økonomiske rammer, prosjekter omsøkes eksternt finansiering.

- Vikingtema på Nordvegen Historiesenter:
 - Nye utstillinger som bygger opp under hovedbudskapet: «Avaldsnes, Norges eldste kongesete – hjemstavn for sjøkonger og rikskonger». Ny teknologi og gjennomførte forskningsprosjekt gir muligheter for spennende formidling. 2022-
 - Formidling av ny kunnskap som kommer fram gjennom prosjektet «Avaldsnes – Maktens havn»³¹, forskning på Karmøys skipsgraver og nye undersøkelser i havneområdet. 2021-

Tiltaksansvarlig: Avaldsnesprosjektet. Dekkes innenfor økonomiske rammer, prosjekter omsøkes eksternt finansiering.

- Utvikling av Living History konsept på vikinggården:
 - Mer aktivitet for levende vikinggård hele sommeren med liv og virke og tradisjonshåndverk. 2022-
 - Ta i bruk flere guideroller i tillegg til vikingfrue og husbond. 2022-

³⁰ Opplev Avaldsnes sin visjon er å utvikle det historiske Avaldsnes til en av Nordens viktigste lokasjoner for vikinghistorien. Viking er satsningsområde i Fjord Norge og Innovasjon Norge.

³¹ Prosjektgruppen består av de to arkeologiske forvaltningsmuseene i Rogaland, Avaldsnesprosjektet og to bedrifter innen oljeservicenæringen.

Ansvarlig destinasjonsutvikling: Et godt sted å bo er et godt sted å besøke!

Reiselivsplan for Karmøy kommune 2021 – 2024

- Legge til punkt i appen Tilbakeblikk. 2021.

Tiltaksansvarlig: Reiselivsrådgiver med Opplev Avaldsnes. Dekkes innenfor økonomiske rammer, prosjekter omsøkes ekstern finansiering.

6.1.2 Tiltak for utvikling av regionalt kystpilegrimssenter

Avaldsnes er et regionalt pilegrimssenter for Kystpilegrimsleia og er et viktig stoppested for pilegrimer på veg til Nidaros. Pilegrimsvandringer opplever i dag en renessanse³². Motivene er mange, men felles er likevel å være på vandring i den samme historie, natur og kultur.

- Det er et mål å øke næringsutvikling knyttet til pilegrimsaktiviteter og turisme langs kysten. For å få til et godt reiselivsprodukt og verdiskaping vil både kulturminner, helligsteder, overnatting, matservering og transport være sentrale elementer:
 - Synliggjøring av Kystpilegrimsleia som attraktiv reisevei for internasjonale, nasjonale og lokale pilegrimer. 2021-
 - Samarbeidsprosjekt om pilegrim som kulturturisme med nøkkelsteder og i Nordsjøvegen. 2022-
 - Realisere pilegrimsroller som tilbud for levendegjøring av middelalder som epoke og historien omkring Olavskirken. 2021.

Tiltaksansvarlig: Reiselivsrådgiver med pilegrimskoordinator og Opplev Avaldsnes. Dekkes innenfor økonomiske rammer, prosjekter omsøkes ekstern finansiering.

6.2 Skudeneshavn; et godt sted å bo er et godt sted å besøke

Trehusmiljøet tiltrekker seg besøkende som gir et potensial i forhold til næringsutvikling og nyetableringer. Samtidig har kommunen et ansvar i forhold til at Gamle Skudeneshavn fortsetter å være et levende og attraktivt bomiljø. Kulturmiljøfredningen betyr at store deler av sentrum er underlagt restriksjoner i forhold til hvilke fysiske endringer som kan gjennomføres. Næringsforeningen ytrer bekymring for butikkenes overlevelse i sentrum³³.

6.2.1 Tiltak for stedsutvikling

Det er viktig med byliv med menneskemøter og levende lokaler i fokus, og her kan kommunen tilrettelegge gjennom ulike delmål:

- Utvikling av torget

Plan for torget er en del av kommunedelplanens handlingsprogram med estimert ferdigstilling av forprosjekt³⁴ på nyåret 2021. Målsetting er å skape en attraktiv møteplass for innbyggere og besøkende, med oppstart opprusting 2021.

Tiltaksansvarlig: Karmøy kommune i samarbeid med lokale aktører.

³³ Dette er en generell tendens og utfordring for bysentra nasjonalt.

³⁴ Norconsult.

- Levende lokaler

Kommunen må initiere økt grad av offentlig/privat samarbeid for å ivareta mulighetene for næring, tiltrekke seg og ta vare på virksomheter og arbeidsplasser og ivareta livskvalitet for brukere av området³⁵.

Tiltaksansvarlig: Prosjektgruppe for næringsutvikling i fredet bebyggelse i samarbeid med eksterne aktører.

Dekkes innenfor kommunens økonomiske rammer, men søker i tillegg prosjektmidler eksternt. Fysiske oppgraderinger må inn i driftsbudsjett.

6.2.2 Tiltak for merkevarebygging

- Bygge opp om Skudeneshavns omdømme for å posisjonere fra konkurrerende reisemål: «bokbyen» (litteratur), «julebyen» (vinter), «kunstnerbyen» (kreativ næring), «den hvite empirebyen» (arkitektur) gir muligheter for sesongutvidelse, utover «sommerbyen» som er godt etablert. 2021-
- Videreutvikling av «Living history» formidlingskonsept. «Byvandring med teatervri»: Utarbeide manus for nye roller/dramatiseringer. Øke til to guidede turer hver søndag i juli. 2021-

Tiltaksansvarlig: Reiselivsrådgiver i samarbeid med aktuelle lokale aktører, næringsforeningen, Foreningen Gamle Skudeneshavn og innleide konsulenter.

Living History konsept i samskaping med kulturressurser.

Dekkes innenfor økonomiske rammer, prosjekter omsøkes ekstern finansiering.

6.3 Videreutvikling av Visnes som besøkssted

Visnes gruveområde har stort potensiale for flere gjester med mer aktivitet og tilbud. Med et serveringskonsept som både trekker nye gjester og møter dagens behov, samt utvikling av aktivitetsbase, vil området kunne utvikles til å bli et fullgodt reisemål.

Tiltaksansvarlig: Stiftelsen Vigsnes grubemuseum med private aktører. Kommunen må stimulere og tilrettelegge for å realisere dette.

7.0 Digital formidling

Formidling av attraksjonene skal være tilgjengelig i digitale kanaler for å skape unike opplevelser og nå nye målgrupper på flere språk.

7.1 Opplevelsesbasert formidling

Appen Tilbakeblikk tilbyr en visuell helårig formidling uavhengig av åpningstider og personell. Vår kulturarv blir tilgjengeliggjort ute i natur- og kulturmiljø. Appen skal bygges ut gradvis med flere punkt i årene som kommer samt tillegges flere funksjonaliteter, som spill med quiz, spesielt rettet mot yngre brukere.

³⁵ Tiltak skissert i strategisk næringsplan for Karmøy kommune under strategi for tilrettelegging for entreprenørskap, vekstbedrifter og risikokapital.

Ansvarlig destinasjonsutvikling: Et godt sted å bo er et godt sted å besøke!

Reiselivsplan for Karmøy kommune 2021 – 2024

Tiltaksansvarlig: Reiselivsrådgiver sammen med kultur- og reiselivsinteresser.
Dekkes innenfor økonomiske rammer, prosjekter omsøkes ekstern finansiering. 2021-

Karmøy kommune ønsker å inngå et samarbeid med andre aktører og kommuner på Haugalandet for å realisere «The Viking Trail», for å styrke vår vikingprofil og utvikle et felles reiselivsprodukt for regionen.

Tiltaksansvarlig: Small Screen.

7.2 Digitalt vertskap

Potensielle besøkende søker i økende grad informasjon og inspirasjon via sosiale medier. Dette er en arena tilrettelagt for interaktivitet og deltakelse, og fordrer aktivt vertskap for å bygge opp om ambassadører, stedlig identitet og stolthet i å profilere kommunen, ved å dele bilder, filmer og aktiviteter, besvare henvendelser og være bindeledd til næringen.

Tiltaksansvarlig: Reiselivsrådgiver. Dekkes innenfor økonomiske rammer. 2021-

8.0 Godt vertskap i alle ledd

Besøkende skal føle seg velkomne og ivaretatt.

8.1: Tiltak for kvalitet i informasjon og formidling

- Videreformidle oppdatert informasjon/bilder/arrangement/aktiviteter i nettverk og kanaler.
- Synliggjøre og skape engasjement for kommunens kommersielle og ikke kommersielle tilbud på www.visitkarmoy.no og i Karmøybrosjyren³⁶. På instagram (engelsk) og facebook (norsk) deles foto og arrangement ukentlig.
- Tilby formidling - og vertskapskurs til aktører.
- Årlig kurs for turistverter på turistkontorene på Haugalandet og lokalt vertskap med befaring hos reiselivstilbydere og attraksjoner samt gjennomgang av produkter og informasjon.

Tiltaksansvarlig: Reiselivsrådgiver. Dekkes innenfor økonomiske rammer. 2021-

8.2: Tiltak for ivaretagelse av utemiljø

Førsteintrykket en danner seg på et nytt sted er viktig. Kommunen må vise et godt vertskap ved ivaretagelse av det fysiske utemiljøet. Det må være innbydende (beplanting/grøntområder/renhold) og enkelt å finne frem (skilting/infrastruktur).

Syreneset Fort er et populært turområde med begrensede parkeringsmuligheter. Karmøy kommune vil se på muligheter for bedre tilrettelegging i dialog med grunneiere.

³⁶ Brosjyreopplag er på 9000 norske, 8000 tyske og 8000 engelske som distribueres nasjonalt.

Ansvarlig destinasjonsutvikling: Et godt sted å bo er et godt sted å besøke!

Reiselivsplan for Karmøy kommune 2021 – 2024

Flere aktører trekker frem et mangelfullt overnattingstilbud nær attraksjoner og for grupper som svakhet ved reiselivet i Karmøy. For økt overnatting i kommunen må areal og infrastruktur tilrettelegges. En økning innen bobilsegmentet melder nye behov i forhold til tilrettelegging; kommunen må bistå med rådgivning til private aktører om etablering/utvidelse, samt se mulighet for samarbeid med private/foreninger om drift og vedlikehold på egnede kommunale tomter.

Tiltaksansvarlig: Teknisk, samferdsel og utemiljø. 2021-. Eventuell etablering av parkering krever detaljert planlegging og prosjektering og dertil økonomiske rammer.

9.0 Naturbaserte opplevelser:

Karmøy skal ha en infrastruktur som legger til rette for fysisk aktivitet og naturopplevelser for både innbyggere, hyttegjester og turister.

Kunnskapsgrunnlaget om bærekraftig reiseliv og miljøstandarder skal økes for å minimere klimaavtrykket.

9.1 Tiltak for ivaretagelse av lokal egenart

- Opparbeidelse av stier, merking, etablering av parkeringsplasser og informasjon medvirker til å sikre verneverdier ved å kanalisere ferdsel og aktivitet.

Tiltaksansvarlig: Friluftsrådet Vest, samferdsel og utemiljø, naturforvalter, reiselivsrådgiver.

- Sørge for at reiselivsaktører får tilgang til verktøy, best practices, kurs og lignende som vil legge til rette for at de kan jobbe godt med bærekraft i sin virksomhet.
- Gi tilskudd til miljøsertifisering av aktiviteter og overnattingssteder.
- Tilrettelegge for produktutvikling/utleie/aktivitetsturisme.

Tiltaksansvarlig: reiselivsrådgiver. Dekkes innenfor økonomiske rammer, samt søke ekstern finansiering. 2021-

- Opprettholde og utvide miljøsertifiseringen Blått Flagg for Åkrasanden. Ambisjonen er å bygge opp om familiedagen til en heldags strandfest og å søke for flere områder. 2021-
- Forberede miljøsertifisering Blått Flagg for Sandvesanden ved prøvetaking sommer 2021. Søknad sendes for sesong 2022.

Ansvarlig destinasjonsutvikling: Et godt sted å bo er et godt sted å besøke!

Reiselivsplan for Karmøy kommune 2021 – 2024

Tiltaksansvarlig: Friluftsrådet Vest, naturforvalter, næringsforening, reiselivsrådgiver. Dekkes innenfor økonomiske rammer, samt omsøkes ekstern finansiering.

- Tilrettelegge for en bedre opplevelse av å være sykkel turist.
 - Toårig sykkelprosjekt for et løft i Nordsjøvegens kommuner i Rogaland og Agder.

Tiltaksansvarlig: Nordsjøvegen, tildelt kr 250 000 i fylkesfinansiering. 2020-2022.

- Tilrettelegging lokalt: utleiesykler, etablering av sykkelparkering ved attraksjonene, strendene, byene. Sykkelløype i kombinasjon med historiefremføring og lokalprodusert mat. Sykkelstrategi Karmøy kommune 2022-

Tiltaksansvarlig: Samferdsel og utemiljø, reiselivsrådgiver. Større tiltak fremmes i budsjettbehandling og omsøkes tilskuddsmidler.

10.0 Samarbeid og samskaping

De ulike aktørene skal ha et tettere samarbeid for å kunne tilby et mer helhetlig tilbud for de besøkende. For reiselivsutvikling kreves endringsvilje og samskaping:

- Styrke samarbeidet med Destinasjon Haugesund & Haugalandet for å opprettholde markedsføringen, både nasjonalt og internasjonalt.
- Følge opp tiltak i regional reiselivsstrategi.
 - For å bli et «bærekraftig reisemål»³⁷ forplikter engasjement, både politisk og administrativt, for Karmøy kommune som samfunnsaktør- og utvikler.
 - For å innfri ambisjonen om å ta posisjon som «the Viking Capital of the world» fordres samhandling og eierskap hos kommunene og reiselivsnæringen.

Tiltaksansvarlig: Destinasjon Haugesund & Haugalandet og Haugaland Vekst.

- Nettverksbygging, bidragsyting og erfaringsutveksling på arenaer for reiseliv og fora for samarbeid i regionale og nasjonale nettverk.
- Kommunen skal stimulere til og legge til rette for økt samarbeid med og mellom aktører for utvikling av helhetlige opplevelsesprodukter. Servering, transport, innkvartering og flere av attraksjonene i Karmøy drives av private aktører. Kommunens investeringer og tjenester kan ha avgjørende betydning for potensiale for verdi- og jobbskaping i vårt lokale reiseliv.

Tiltaksansvarlig: Kommunen (næringssjef og reiselivsrådgiver) i samarbeid med Destinasjon Haugesund og Haugalandet, Haugaland Vekst med kommunene, Nordsjøvegen, Rogaland ressurscenter, private aktører. Dekkes innenfor økonomiske rammer. 2021-

³⁷ Prosess for å oppnå merket for bærekraftig reisemål for regionen vil være et samarbeid mellom kommunene i regi av Haugaland Vekst IKS og Destinasjon Haugesund & Haugalandet AS.