

# Reiselivsstrategi Strand

## 1. Innledning

Strand kommune er i ferd med å bli en sentral reiselivskommune i Rogaland og Ryfylke

- Preikestolen og deler av Lysefjorden ligger nå innenfor kommunens geografiske grenser
- Ryfast åpner i 2019 som skaper nye muligheter innenfor reiselivet
- Økt interesse for investeringer og nyetableringer i reiselivet
- Etableringen av et av Rogalands sterkeste miljøer innen Reiseliv på Jørpeland
- Helårs og profesjonalsert turistinformasjon

Kommune har gjennomført en ståstedsanalyse og en mulighetsstudie som setter rammene for å posisjonere Strand som en sterk reiselivskommune.

## 2. Strand kommunes tilnærming

Tradisjonelt kan kommunens rolle innenfor reiselivsutvikling summeres på følgende måter:

- **Gi rammebetingelser:** Gjennom politiske føringer, kommunal planlegging og saksbehandling er kommunen en rammesetter for kommersielle aktører;
- **Tilrettelegge infrastruktur:** Tilrettelegge for reiselivsprodukter, ved å bidra til samferdselsløsninger, toaletter, strømkapasitet, turstier, gågater, badeplasser, parker og annet som til sammen utgjør totaltilbudet og bidrar til destinasjonens attraksjon.
- **Bidra til næringsutvikling:** Stimulerer næringsutvikling, opprette og forvalte utviklingsfond, stimulere til engasjement og utvikling i destinasjonsselskapene og utviklingselskap og der det er naturlig, være prosjektleder/prosjektledelse som generer næringsutvikling i kommunale, regionale, nasjonale og internasjonale prosjekter
- **Være vertskap:** Ansvar for turistinformasjon, informasjon, skilting og kart.

Kommunen vil ta en mer aktiv rolle på næringsutvikling, og i større grad samarbeide med eksterne aktører i regionen. Sentrale prinsipper for næringsutviklingen vil være:

### Samskaping

Strand kommunes rolle innenfor reiselivsutvikling vil ta utgangspunkt i de ovennevnte tilnærmingene. Samtidig kan ikke kommunen utvikle reiselivet alene. En velger derfor en samskapingtilnærming. Kommunen er en del av et økosystem og vil i samarbeid med andre aktører utvikle reiselivet i kommunen og regionen. Dette er den sentrale tilnærmingen for kommunen. Samtidig må kommunen være initiativ taker og ta en ledende rolle i forhold til utviklingen av reiselivet i kommunen.

### Samarbeid

Samskapingen vil skje i samarbeid med en rekke type aktører, i et såkalt økosystem. Kommunen vil vurdere samarbeidspartnere ut i fra initiativ, kapasitet og merverdi for utvikling. Sentrale aktører vi være:

- Reisemål Ryfylke: Destinasjonsselskap som primært driver markedsføring av Ryfylke.
- Stiftelsen Preikestolen: Stiftelsen Preikestolen skal legge til rette for bærekraftig utvikling av Preikestolen. Stiftelsen har ansvaret for parkering, stiene og annen infrastruktur
- Lysefjorden Utvikling: L.U skal utvikle Lysefjorden som et attraktivt reisemål som gir grunnlag for næringsutvikling i og rundt fjorden
- Ryfylke iks: Samarbeidsorgan for de 5 Ryfylkekommunene som skal bidra til regional utvikling, herunder næringsutvikling.

Fylkeskommunen, andre kommuner, organisasjoner og private aktører vil også være naturlige samarbeidsaktører.

Kommunen vil også være en mer aktiv eier i relevante organisasjoner for styrke næringsutviklingen innen reiselivet. Strategiene knyttet til eierskap er knesatt i kommunens Eierskapsstrategi.

### **Styrket bokvalitet**

Mål, strategier og tiltak skal i tillegg til å gjøre kommunen mer attraktiv for reiselivet også styrke bokvaliteten i kommunen. Dette vil kunne styrke kommunens generelle attraktivitet som nærings-, bosted og besøksattraktivitet.

### **3. Innspill til regionale satsninger**

Strand kommune er en sentral del og inngangsporten til resten av Ryfylke og vil derfor arbeide aktivt for å styrke satsningen innen reiseliv i Ryfylke. Kommunens hovedsatsninger vil være rundt:

- Styrke satsningen på Nasjonal Turistvei Ryfylke
- Kople Jørpeland opp mot Sauda og Odda som destinasjoner
- Styrke utviklingen av Lysefjorden som et attraktivt reisemål
- Nye satsninger innen opplevelser og attraksjoner som bygger opp rundt områdene der kommunen og Ryfylke har fortrinn

### **4. Målsettinger og strategier for Strand kommune**

**Hovedmål:** Strategien skal bidra til at reiselivspotensialet i kommunen utnyttes bedre både i form av flere bedrifter, attraksjoner og arbeidsplasser. Kommunen skal også bidra til at regionen posisjoneres som det foretrukne helårs reiselivsproduktet i Norge.

#### **Delmål 1: Legge til rette for en bærekraftig utvikling av «Fjordturisme 1.0 – Volum»-segmentet hele året**

Fjordturisme 1.0 – Volum er typisk cruiseturisme, og kjennetegnes av at det er organisert turisme og storskala drift, store volumer som betjenes av store operatører. Kommunen må arbeide for at disse blir lengre i kommunen og legger mer penger igjen. Kommunen har fortrinn innenfor mindre cruiseskip med høy betalingsvillighet. Med Preikestolen vil denne gruppen være viktig og «the bread and butter» for mange reiselivsaktører. Kommunen må derfor legge til rette for at dette segmentet utvikles gjennom følgende strategier:

#### **Strategi 1: Infrastruktur:**

- Kommunen må legge til rette for at en utvikler en reiselivshub i kommunen. Det foretrukne område for en reiselivshub er Jørpeland.
- Kommunen må bidra til en sømløs logistikk for turister fra Jørpeland til Preikestolen.
- Kommunen må legge til rette for en digital infrastruktur for hele kommunen
- Kommunen må også se på hvordan Oanes kan utvikles til en portal for Lysefjorden.

#### **Strategi 2: Samskaping:**

- Kommunen går i samarbeid med reiselivsaktører for å utvikle reiselivshuben. Det må også vurderes å etablere cruisehavn og et opplevelsessenter sammen med private aktører.
- Kommunen samarbeider med Nye Sandnes kommune og andre relevante aktører for utvikle framtidens turistinfrastruktur for Lysefjorden.

#### **Strategi 3: Attraktivitet:**

- Kommunen må arbeide for en bærekraftig utvikling av Preikestolen og Lysefjorden.

- Kommunen må vurdere å etablere å markedsføre og utvikle nye områder med utgangspunkt i Preikestolen

**Delmål 2: Utvikle attraktive reiselivsprodukter for «Fjordturisme 2.0 – Verdi»-segmentet hele året**  
Fjordturisme 2.0 – Verdi er typisk bobilturister fra Europa. Disse kjennetegnes av å være individuelle gjester eller gjester i mindre grupper (reiser på egenhånd). De reiser mer spredt og har et høyere tjenestekjøp/forbruk enn cruiseturisten. Dette er kunder med høy betalingsvillighet med høyere krav til opplevelsesverdi, individuelle tilpasninger og eksklusivitet. Kommunen må bidra til legge til at dette segmentet utvikles gjennom følgende strategier:

#### **Strategi 1: Infrastruktur**

- Kommunen bidrar til å utvikle Jørpeland til en Village Vibe
- Kommunen bidrar til å etablere infrastruktur som gjør Strand attraktivt for dette segmentet
- Kommunen bidrar til at det utvikles «Mobility as a Service» for transport av turister
- Kommunen må bidra til en digital infrastruktur i hele kommunen

#### **Strategi 2: Samskaping**

- Kommunes går i samarbeid med å utvikle identiteten i Strand og å utvikle Jørpeland til en Village Vibe
- Kommunen går i samarbeid med relevante aktører for å gjøre investeringer i bedrifter og infrastruktur for dette markedssegmentet

#### **Strategi 3: Attraktivitet**

- Kommunen må bidra til at det utvikles markedsføringsstrategier for dette markedssegmentet
- Utvikle tiltak og attraksjoner som er attraktive for dette segmentet

#### **Delmål 3: Utvikle attraktive reiselivsprodukter og attraksjoner for Fjordturisme 3.0 – Opplevelser hele året**

Fjordturisme 3.0 – Opplevelser er turister som ønsker å gjøre utendørsaktiviteter. Dette er det raskest voksende markedssegmentet innen reiseliv og kjennetegnes av høy betalingsvillighet og turistene forventer høy kvalitet. De ønsker å komme tett på det lokale - «connecting with people and culture». Kommunen må bidra til legge til at dette segmentet utvikles gjennom følgende strategier:

#### **Strategi 1: Infrastruktur**

- Kommunen bidrar til at Jørpeland og Tau utvikles til knutepunkter for opplevelser og stimulerer til at det etableres servicebedrifter for dette segmentet.
- Kommunen bidrar til at det utvikles nye attraksjoner og infrastruktur for dette markedssegmentet.
- Legge til rette for en digital infrastruktur i hele kommunen

#### **Strategi 2: Samskaping**

- Kommunen må i samarbeid med lokale aktører utvikle Jørpeland og Tau til knutepunkter for dette markedssegmentet
- Kommunen må i samarbeid med reiselivaktører utvikle nye attraksjoner for dette markedssegmentet
- Kommunen må i samarbeid med relevante aktører gjøre det attraktivt for etablering og investeringen inne reiselivsbedrifter innen dette segmentet

#### **Strategi 3: Attraktivitet**

- Kommunen må bidra til at det utvikles markedsføringsstrategier for dette markedssegmentet
- Utvikle tiltak og attraksjoner som er attraktive for dette segmentet

## **5. Foreslåtte tiltak**

Tiltaksplanen er vedlagt dette dokumentet.