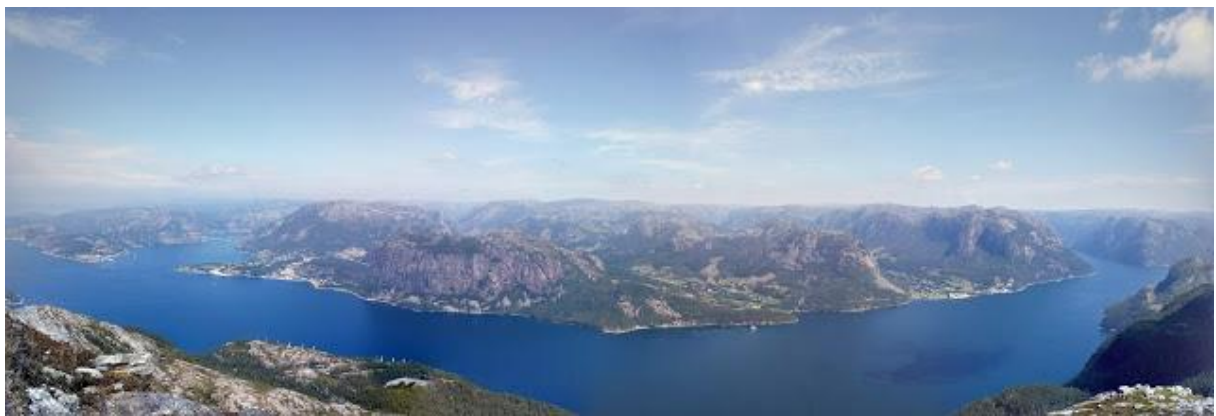


# Reiselivsstrategi for nye Sandnes - et landskap av muligheter 2019 - 2030



## INNHold

### **1.0 Innledning og bakteppe**

- 1.1 Prinsippdokument for Nye Sandnes
- 1.2 Bærekraftig reisemål - overordnet

### **2.0 Kommunens rolle i reiselivssatsingen**

### **3.0 Hovedutfordringene**

### **4.0 Mål for reiselivssatsingen i Nye Sandnes**

- 4.1 Hovedmål
- 4.2 Målene utdypet

### **5.0 Strategier**

- 5.1 Strategi 1 - INFRASTRUKTUR
- 5.2 Strategi 2 - NÆRINGSUTVIKLING
- 5.3 Strategi 3 - OMDØMMEBYGGING OG ATTRAKTIVITET

### **6.0 Faktagrunnlag, analyser og utfordringsbilde**

- 6.1 Reiselivsutviklingen generelt
- 6.2 Fjord Norge
- 6.3 Ryfylke
- 6.4 Utfordringer Forsand
- 6.5 Utfordringer Sandnes
- 6.6 Innspill fra de ulike gruppene
- 6.7 Bærekraftig reisemål - de ti prinsippene

### **7.0 Vedlegg**

- eksempler på tiltak som kan utløses av den enkelte strategi

## 1.0 Innledning og bakteppe

### 1.1 Prinsippdokument for Nye Sandnes

Sandnes kommune og Forsand kommune blir en ny sammenslått kommune fra 1. januar 2020. Det er vedtatt et prinsippdokument for den nye kommunen. Dokumentet peker på to næringer som skal prioriteres og satses særskilt på; reiseliv og havbruk.

I dokumentet står det om næringsutvikling: "Ny kommune skal, i kraft av sitt areal, legge til rette for et allsidig næringsliv. Økt verdiskaping gjennom flere arbeidsplasser og aktiv tilrettelegging for nye næringsklynger skal ha høy prioritet i kommunens næringspolitikk. Ny kommune har behov for en næringsenhet som både kan være pådriver og tilrettelegger. Konesjonsavgiftene (avgift fra konsesjon/kraft) som er lovbestemt, skal brukes til næringsutvikling/ infrastrukturtiltak/ turisme."

Videre står det om turisme spesielt: "Tilrettelegging og utvikling av en mangfoldig turistnæring skal ha høy prioritet. En slik satsing, sammen med muligheten for å videreutvikle turismen knyttet til Lysefjorden, Preikestolen og Kjerag skal prioriteres som tiltak for økt verdiskaping. Ny kommune har et potensiale til å utvikle grønn turisme. Det betyr for eksempel at grønne områder gjøres tilgjengelige for allmennheten. Opplevelse og friluftsliv, folkehelse og gårdsturisme vil her være sentrale oppgaver. Ambisjonen skal være å bli blant landets mest attraktive turist- og opplevelsesmål i framtiden."

### 1.2 Bærekraftig reisemål - overordnet

I tillegg er det en viktig forutsetning at Lysefjorden er klassifisert som bærekraftig reisemål. Bærekraft må ligge til grunn for og er en forutsetning for alt reiseliv i regionen. For at en i 2020 skal være i stand til å satse på en videreutvikling av en bærekraftig reiselivsnæring trengs et strategisk grunnlag. Innovasjon Norge definerer bærekraftig reiseliv med ti prinsipper etter malen til FNs tolv prinsipper. En kan ikke utelate det ene til fordel for et annet da alle skal fungere sammen i en helhet på reisemålet.

*De ti prinsippene for bærekraftig reiseliv er gjengitt i punkt 6.7 - side 10..*

## 2.0 Kommunens rolle i reiselivssatsingen

Kommunens rolle knyttet til reiselivssatsingen kan beskrives som følger:

**2.1 Gi rammebetingelser:** Gjennom politiske føringer, kommunal planlegging og saksbehandling være en rammesetter; gi aktørene rammer for egenutvikling.

**2.2 Tilrettelegge infrastruktur:** Tilrettelegge for reiselivsproduktet, ved å bidra til samferdselsløsninger, toaletter, strømkapasitet, turstier, gågater, badeplasser, parker og annet som til sammen utgjør totaltilbudet og bidrar til destinasjonens attraksjon.

**2.3 Bidra til næringsutvikling:** Stimulerer næringsutvikling, opprette og forvalte utviklingsfond, stimulere til engasjement og utvikling i destinasjonsselskapene og utviklingsselskap og der det er naturlig, være prosjektleder/prosjektledelse som generer næringsutvikling i kommunale, regionale, nasjonale og internasjonale prosjekter

**2.4 Være vertskap:** Ansvar for turistinformasjon, informasjon, skilting og kart.

### **3.0 Hovedutfordringene - nå-situasjonen**

Hovedutfordringene som skal løses i denne strategien:

- å få til helårsturisme
- økte adkomstmuligheter ved forbedret infrastruktur
- bedre informasjon om adkomstmulighetene ved hjelp av nye digitale verktøy
- få turistene inn i Lysefjordområdet via Sandnes (Høgsfjord)
- holde turisten lengre i regionen
- oppskalering av en rekke småbedrifter med vekstpotensial

### **4.0 Mål for reiselivssatsingen i Nye Sandnes**

#### **4.1 Hovedmål**

Hensikten med strategien er å se på muligheter som kan forsterke reiselivsarbeidet og skape nye arbeidsplasser.

*- fra vedtaket i bystyret/kommunestyret*

#### **4.2. Målene utdypet**

- Målet er å skape flere helårs arbeidsplasser i Nye Sandnes. På bakgrunn av NHOs nullpunktsanalyse skal det fastsettes et konkret mål for antall arbeidsplasser. Dette skal vurderes opp mot den effektiviseringsgevinsten digitaliseringen vil gi.
- Det skal etableres minst ett stort nytt tilbud innen aktivitetsbasert opplevelsesturisme innen 2021 for å øke verdiskapningen ved å holde turisten lengre i regionen. Utredning av dette kan starte umiddelbart.
- Videreutvikling av natur, idrett- og kulturbaserte opplevelser.
- Gjøre produktene og opplevelsene mer tilgjengelige både fysisk og digitalt.

### **5.0 Strategier**

En strategi består av tre hovedelementer: Det første er utgangspunktet, nåsituasjonen, der vi er i dag (*gjengitt i pkt 3.0*). Det andre er målet, der vi ønsker å være (*gjengitt i pkt 4.0*). Til slutt kommer strategien som er de veivalg vi må ta for å komme fra der vi er til der vi ønsker oss.

Valg er den viktigste og vanskeligste delen av en strategiprosess og en god strategi skal være tydelig slik at den er enkel å oppfatte. En strategi skal i utgangspunktet ikke inneholde konkrete handlingspunkter, men må følges opp av en handlingsplan med virkemidlene som

gjenspeiler strategiens hovedpunkter. Strategivalgene vil ha konkrete følger for handlingsplanen som utarbeides etter at strategien er vedtatt.



(Foto: VisitNorway)

## 5.1 Strategi 1 - INFRASTRUKTUR

**Nye Sandnes vil jobbe aktivt for å bedre infrastruktur og øke attraktiviteten og tilgjengeligheten til egen kommune for turistene som kommer til vår region.**

### Kommentar til strategien

Kommunen vil ta en aktiv rolle både som tilrettelegger og pådriver for bærekraftige infrastrukturtiltak som forbedrer reiselivsproduktet Nye Sandnes. Dette inkluderer også digitalisering og informasjon både for tilreisende og egne innbyggere. Det må særlig tas hensyn til at verden er digitalisert. Den store målgruppen er de såkalte «millennias», født rundt 1990 og utover. De har aldri vært uten nett. De søker opplevelse og inspirasjon. Lysefjorden med alle tilbud rundt er et perfekt reisemål for disse. Den digitale forbruker forventer sømløshet mellom kanaler, er opptatt av tjenester og opplevelser, krever god service i alle ledd og forventer skreddersøm. Big data gjør slik målretting mulig.



## 5.2 Strategi 2 - NÆRINGSUTVIKLING

**Nye Sandnes skal være en JA-kommune overfor aktørene i reiselivet og med ulike virkemidler gjøre reisemålet interessant for investorer og andre aktører.**

### Kommentar til strategien

Nye Sandnes vil være en kommune der "me seie ja så sant me kan og bare nei så sant me må..." for å hjelpe og utvikle reiselivsnæringen for å sikre lokal verdiskaping. Reiselivsbedrifter skal bli godt tatt i mot i Nye Sandnes, gründere skal få veiledning og kommunen vil kontinuerlig vurdere ulike program og tiltak for oppskaleringsbedrifter. Det er særlig viktig å hjelpe bedrifter med kommersialisering og til å kunne drive hele året. Lysefjorden utvikling skal være et viktig verktøy i næringsutviklingen.



### 5.3 Strategi 3 - OMDØMMEBYGGING OG ATTRAKTIVITET

**Nye Sandnes vil satse på bærekraftig opplevelsesbasert aktivitetsturisme og friluftsliv. Dette må gjenspeiles i produktutvikling og profil for egen næringsutvikling.**

#### Kommentar til strategien

Lokal kultur og natur er råvarene i den raskt voksende opplevelsesturismen. Opplevelsesturismen benytter seg av natur og kultur som utgangspunkt for unike opplevelser. Den inkluderer det man ser, lukter, hører og smaker - og hva man føler som et resultat av dette. Disse kildene til opplevelse kan ikke eksporteres, men må nytes på stedet. Samtidig må hensynet til natur og miljø sikre at man ikke bruker opp råvarene. Potensialet for vekst og utvikling er stort, men må skje bærekraftig. I Nye Sandnes kan turisten tilbys spesielle, unike opplevelser, som ikke kan oppleves andre steder. Dette omfatter også arrangementer innen kultur og idrett. Arrangementer knyttet til idrett og opplevelser har fått en posisjon og bidrar til omdømmebygging og er med å styrke attraktiviteten. Dette gjelder særlig Blinkfestivalen, Nordsjørittet og Lysefjorden Running.

Forsand kommune er medlem i Reisemål Ryfylke og Sandnes kommune medlem i Region Stavanger. Region Stavanger har også ansvar for turistinformasjon i Sandnes. Organiseringen i form av destinasjonsselskap er som annen næring i stadig utvikling. Destinasjonsselskapene i Rogaland har i 2018 opprettet et samvirke for samkjøring og samarbeid om markedsføringen av Rogaland. Nye Sandnes vil være medlem i begge destinasjonsselskap, men vil jobbe aktivt for en sammenslåing til ett felles selskap for hele Rogaland slik det foreligger planer om. Vi støtter tanker om at det nye destinasjonsselskapet skal kan hete Region Preikestolen, på engelsk The Pulpit Rock Region.

## 6.0 Faktagrunnlag, analyser, utfordringer

### 6.1 Reiselivsutviklingen generelt

Reiselivsnæringen er et verdens raskest voksende næring, og innen 2030 er det spådd at den globale turismen vil vokse med 66% (Kilde; UNWTO-prognoser). Ferie- og fritidssegmentet har de siste årene hatt en formidabel vekst og det er de europeiske nærmarkedene som vokser mest, i tillegg til Asia. Sommersesongen har utvidet seg fra å i hovedsak gjelde pluss/minus juli, til nå å strekke seg fra påske til langt ut i oktober. Veksten har ført til flere nyetableringer i næringen med hovedvekt på opplevelsesaktører og nye konsepter. Utvikling av nye pakkeløsninger, rundturer og kommersialisering har i tillegg bidratt til en bedre spredning av turiststrømmene og økt verdiskapning.

For at Norge og Rogaland skal kunne ta sin del av reiselivsveksten, må det offentlige løse sine primæroppgaver på en bedre og mer tidsriktig måte. Hvis ikke hemmes reiselivet som en moderne og digitalisert næring. Effektiv transport med fly, buss, ferge og tog er en offentlig primæroppgave. Det er viktig å sørge for at offentlige virkemidler er tilpasset tjenestesektoren og reiseliv.

### 6.2 Fjord Norge

Dette er en analyse som ligger til grunn for Fjord Norges arbeid med ny strategi:

ENDRINGER:	UTFORDRINGER:	MULIGHETER:
<ul style="list-style-type: none"><li>• Reiselivsmarkedet &amp; markedsføring endrer seg</li><li>• Digital innholds-kommunikasjon viktigere</li><li>• Fokus på vekst har endret seg til fokus på bærekraft</li><li>• Fra fokus på høysesong til fokus på helår</li><li>• Store endringer i struktur, eierskap og arbeidsform - nye og andre behov hos næringen øker.</li><li>• Endringer av fylkeskommunene endrer våre rammebetingelser</li><li>• Endringer hos destinasjoner har bare begynt</li><li>• NCE Tourism inne i sitt siste år</li><li>• Regjeringen og IN endrer sitt fokus, prioriteringer og arbeidsform</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Verdikjeden står for fall – disrupsjon preger næringen</li><li>• Mer komplekst å drive markedsføring (big data styrt)</li><li>• Mål om kvantitet byttet med mål om kvalitet pga fire mnd</li><li>• Sterk markedsutvikling, svak produkt &amp; destinasjons-utvikling</li><li>• Større krav til relevans, kunnskap og kompetanse fra næringen</li><li>• Uforutsigbare utsikter for offentlig finansiering innen markedsføring</li><li>• Svakere og mer selvstrerte destinasjoner – svak økonomi</li><li>• Ingen langsiktig utviklingsorgan etter NCE blir borte</li><li>• Vanskelig med matching fra IN, større sentralisering, mindre natur og mer Oslo (kunst).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Stort behov for digitalt lederskap</li><li>• Flere små og mellomstore aktører trenger hjelp med kommersialisering (PPPP)</li><li>• Unikt innhold må skapes lokalt og regionalt</li><li>• Helårsturisme viktigere enn stagnasjon i høysesong</li><li>• Landsdelen trenger felles visjon, Scenarioprojektet 2030 gir oss retning og kunnskapsbase</li><li>• Økt offentlig vilje og evne til finansiering av destinasjonsutvikling</li><li>• Behov for effektivisering av fellesapparatet</li><li>• Behov for strategisk utvikling av regionen og for aktører</li><li>• Nye nettverk og samarbeidskonstellasjoner</li></ul>

### 6.3 Ryfylke

Fra reiselivsplanen for Ryfylke: "Samstundes er det ei utfordring at det i for liten grad har styrka det lokale og regionale næringslivet i Ryfylke, i alle høve sett i forhold til forventningane. Det vert såleis ei viktig strategisk utfordring at ein større del av dei mange som vitjar området, finn vegen til fleire attraksjonar og reiselivsbedrifter i Ryfylke før dei reiser frå oss. Me ynskjer folk inn- og vidare gjennom Ryfylke.

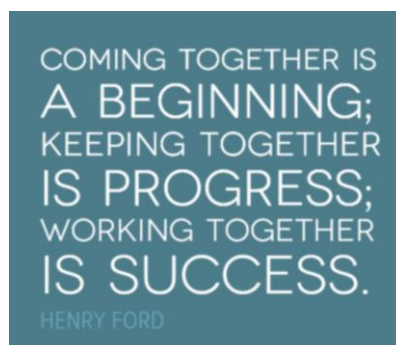


## 6.4 Forsand

Fra næringsplanen: Reiselivet i Forsand består for det meste av småskala næringsvirksomheter. Det er flere som driver med utleiehytter, camping, bed/breakfast, kafé og kioskdrift. Det er hovedsakelig Lysefjorden, Preikestolen og Kjerag som trekker turister til kommunen, men det er også andre godt besøkte unike naturområder slik som Røssdalen, Vindalen, Flørli, Songesand, Leite (Skrøylå) og Uburen. Hotel er det ikke i kommunen. Områdene som er viktige i reiselivssammenheng er merket på plankart som «kjerneområder reiseliv». Det er flere reiselivsselskap spesielt knyttet til Lysefjorden, som driver et langsiktig og godt arbeid med å utvikle turisttilbud langs og i fjorden. Reiseliv er det næringsområdet som har størst potensiale for vekst og utvikling og må stimulerast på flere områder for at Forsand kommune skal få ut potensialet som ligg i næringen. Det bør satses på få men gode tiltak som gjennomføres 100%. Videre er det viktig å følgja opp det arbeid og tiltak som Lysefjorden utvikling har planar for i og langs Lysefjorden. Spesielt prosjektet: "Legg dei at pengar" som LU driv, vil være naturlig å følgja opp for å nå reiselivsmåla i planen. Forsand kommune er kanskje ikke den største reiselivskommunen, men er heilt klart en av de viktigste i landet med de juvelene som en finner langs Lysefjorden. Reiselivsnæringa er sammensatt og ulike tiltak trengs for å nå de enkelte mål. Hotell er et tiltak som vil kunne gi stor gevinst for at Forsand skal være en attraktiv plass å forlenge besøket. Vinteraktiviteter i Forsand kommune er et tiltak som vil kunne gi et mer stabilt aktivitetstilbud gjennom året. Disse to tiltakene vil kunne komplettere reiselivsnæringa i kommunen.

## 6.5 Sandnes

Sandnes kommune og handels- og reiselivsaktører har en viktig og vesentlig rolle for å utnytte muligheten og potensialet som ligger klart. Sandnes kommune gir i dag tilskudd til destinasjonsselskapet Region Stavanger. Selskapet har ansvar for å sette Sandnes på kartet overfor ferie/fritidsgjesten samt møte- og kongressgjesten. Kommunen er også medlem i Fjordvegen/Rute 13 som har fokus på reiseliv og har aksjer i Lysefjorden Utvikling AS (LU). LU arbeider med nærings-produktutvikling i området rundet Lysefjorden. Sandnes kommune er også partner i det regionale næringsutviklingselskapet Greater Stavanger. Det gis årlige tilskudd/bidrag til dette arbeidet. Sandnes Sentrum AS mottar årlige tilskudd fra Sandnes kommune og gis i tillegg tilskudd til konkrete prosjekter som skal fremme aktivitet i sentrum. Det er et urealisert potensial innen reiseliv og turisme for Sandnes kommune. Dette er blant annet knyttet til utvikling av nye produkter og tjenester innen reiselivet, lokalisering av eksisterende opplevelsesbedrifter, samt etablering av hoteller særlig i tilknytning til Lysefjorden.



## 6.6 Innspill

### Innspill fra referansegruppen

- **Hjelpe bedriftene**
  - å bli helårsaktører, hjelpe dem over kneiken når de skal vokse – bedre med færre solide, enn 100 små
  - å tiltrekke seg talent, kompetanse og kapital – hvordan kan det offentlige bidra til dette?
  - Et reiselivsfond, investeringsfond for oppskalingsfasen
- **Bestemme profil for reiselivssatsingen; Sandnes og Lysefjordområdet**
  - Friluftskommunen, Preikestolbyen, Pulpit Rock destination, Nullutslipps-destinasjonen – zero destination
- **Infrastruktur**
  - Ferjer, busser, koordinering, "travel like the locals"-informasjon
  - Miljøperspektiv i infrastrukturplanleggingen
  - Skilting, toalettkapasitet tømmestasjoner for campingbiler, pusse opp sanitæranlegg – strømuttak etc
  - Framsnakke og bygge videre på regionale sømløse ordninger som bookingsystem, sykkelutleie etc
- **Organisering**
  - si noe om organisering av markedsføring og salg; medlem av to destinasjonsselskap?
  - viktig med Fjord Norge
  - fortsette den gode jobben med nasjonale turistveier – beholde samarbeidet langs den veien

### Innspill fra næringslivsworkshopen

- Kommunen kan bidra til
  - Bedre **infrastruktur**: skilt, toaletter, dusj, ladestasjoner, ferjer, veier, tunell; vann, strøm, telefonnett, parkeringsplasser, tømmestasjoner - noe kan gjøres fort
  - **Økonomisk støtte**: støtte først og fremst til oppskalering av bedrifter og hjelp til helårsdrift og styrke kompetansen – men også oppstartstøtte
  - **Markedsføring**: bidra til å styrke markedsføringen via de to destinasjonsselskapene – mer penger
  - **Informasjon**: bedre informasjon om rutetilbud, merking av turløyper og kart
    - Gjennomgå digital infrastruktur + bruke Tripadvisor, Google og Facebook som informasjonskanaler
  - **Saksbehandling**: være en JA-kommune
  - **Profil**: spisse profilen

### Innspill fra publikum på Nordic Edge

- **Infrastruktur**
  - Oppstilling for bil på Lauvvik
  - gratis kollektivtransport
  - Gratis vannscooter og båt over Gandsfjorden
  - God framkommelighet, kollektiv, Sats på turistene, cruisebåter
  - Gratis buss
- **Informasjon**
  - Virtual turist reise info, via VR
  - Utendørs WIFI
  - Virtual Reality Preikestolen - naturen for alle
- **Samarbeid**
  - Tett regionalt samarbeid om reiseliv, ikke kretsmesterskap
  - Slå dere sammen med Sola og Stavanger
  - Samarbeid på tvers av kommunene
  - Advise from Finland; shared communication between different city organization is the key for a smart city
  - Samarbeid tett med regionen, få en dedikert turistsjef som skal ha hovedkontor på Forsand
- **Profil**
  - Bærkraftig turisme
  - Vær spiss for de ekstreme, være inkluderende og utfordrende for de fleste
  - Opplevelsesbaserte aktiviteter
- **Generelt**
  - Fokusere strategien om noen viktige leveranser
- **Konkrete tiltak**:
  - Byvandring i Sandnes, Guidecompaniet
  - Entreprenørskap inn i skolen, la barna tenke nytt og skape verdi for andre – innovatører trengs overall
  - Boss nett (som i Bergen)
  - Zipline over Lysefjorden

## **6.7 Bærekraftig reisemål - de ti prinsippene**

Innovasjon Norge definerer bærekraftig reiseliv med ti prinsipper etter malen til FNs tolv prinsipper. En kan ikke utelate det ene til fordel for et annet da alle skal fungere sammen i en helhet på reisemålet. Disse 10 prinsippene styrer arbeidet for bærekraft i reiselivet:

### **Bevaring av natur, kultur og miljø**

#### **1. Kulturell rikdom**

Å respektere, videreutvikle og fremheve lokalsamfunnets historiske kulturarv, autentiske kultur, tradisjoner og særpreg.

#### **2. Landskapets fysiske og visuelle integritet**

Å bevare og videreutvikle landskapskvalitet, både for by og bygd, slik at landskapets fysiske og visuelle integritet ikke degraderes.

#### **3. Biologisk mangfold**

Å støtte bevaringen av naturområder, dyreliv og habitater, og minimere ødeleggelser av disse.

#### **4. Rent miljø og ressurseffektivitet**

Å minimere reiselivsbedrifters og turistenes forurensning av luft, vann og land (inkludert støy), samt og minimere genereringen av deres avfall og forbruk av knappe og ikke-fornybare ressurser.

### **Styrking av sosiale verdier**

#### **5. Lokal livskvalitet og sosiale verdier**

Å bevare og styrke livskvaliteten i lokalsamfunnet, inkludert sosiale strukturer, tilgang til ressurser, fasiliteter og fellesgoder for alle, samt unngå enhver form for sosial degradering og utnyttning.

#### **6. Lokal kontroll og engasjement**

Å engasjere og gi kraft til lokalsamfunnet og lokale interessenter mht, planlegging, beslutningstaking og utvikling av lokalt reiseliv.

#### **7. Jobbkvalitet for reiselivsansatte**

Å styrke kvaliteten på reiselivsjobber (direkte og indirekte), inkludert lønnsnivå og arbeidsforhold uten diskriminering ut fra kjønn, rase, funksjonshemninger eller andre faktorer.

#### **8. Gjestetilfredshet, trygghet og opplevelseskvalitet**

Å sørge for trygge, tilfredsstillende og berikende opplevelser for alle turister uavhengig av kjønn, rase, funksjonshemninger eller andre faktorer.

### **Økonomisk levedyktighet**

#### **9. Økonomisk levedyktige og konkurransedyktige reiselivsdestinasjoner gjennom lokal verdiskapning**

Å sikre levedyktigheten og konkurransedyktigheten til reiselivsdestinasjoner i et langsiktig perspektiv, gjennom å maksimere reiselivets verdiskapning i lokalsamfunnet, inkludert hva turistene legger igjen av verdier lokalt.

#### **10. Økonomisk levedyktige og konkurransedyktige reiselivsbedrifter**

Å sikre levedyktigheten og konkurransedyktigheten til reiselivsbedrifter i et langsiktig perspektiv.

## 7.0 Vedlegg - eksempler på tiltak som kan utløses av den enkelte strategi

### 7.1 Eksempler på tiltak som kan utredes eller iverksettes som følge av strategien om infrastruktur:

- arbeide for å realisere veien Espedal - Frafjord
- utrede hvilke kommunikasjoner vi vil trenge på Lysefjorden og Høgsfjorden i framtiden
- bedre kollektivtilbud i hele kommunen - tilrettelagt for turister (travel as the locals)
- nytt servicebygg Øygardsstøl
- utvikling Flørli med utgangspunkt i den gamle kraftstasjonen
- digitalisering og smart teknologi skal gi bedre informasjon om tilbud og transport i de rette kanaler
- kartlegge hvor der er hensiktsmessig å tilrettelegge for næringsareal med formål reiseliv
- turistkontor for Lysefjord-området i Forsand
- cruisekai på Lauvvik
- styrke og sikre eksistens av reiseruter som Nasjonal turistvei og Discovery route
  - eks utsiktspunktet på Høllesli
  - arbeide for forlengelse av Nasjonal turistvei til E39 i Sandnes

### 7.2 Eksempler på tiltak som kan utredes eller iverksettes som følge av strategien om næringsutvikling:

- utvikle Lauvvik som hub for Lysefjord- og Høgsfjordtrafikken (*både infrastruktur- og næringsutviklingstiltak*)
- utrede etableringen av et kraftsenter for reiselivsnæringen gjerne i tilknytning til Lysefjorden Utvikling
- vurdere et utviklingsfond for næringsutvikling til prosjekter som gir økt verdiskapning i reiselivsnæringen
- bruke kommunikasjon som virkemiddel for å sikre enkel saksbehandling for reiselivsbedriftene både internt i kommunen og overfor bedriftene

### 7.3 Eksempler på tiltak som kan utredes eller iverksettes som følge av strategien om omdømmebygging og attraktivitet:

- det utarbeides en egen handlingsplan for omdømmebygging og attraktivitet
- digitalisering av opplevelseskart og veiledere
- styrke bidraget til markedsføring og destinasjonsutvikling