



LYSEFJORDEN 365

Lysefjorden Utvikling AS - Innkalling til styremøte

Asle Rafdal, styreleder	Vara: Jarle Bø	(Rogaland Fylkeskommune)
Nina Othilie Høiland	Vara: Leif Magne Kleppa	(Stiftelsen Preikestolen)
Per A. Thorbjørnsen	Vara: Erik Hammer	(Stavanger Kommune)
Kenny Rettore	Vara: Inger-Lise Erga	(Sandnes Kommune)
Irene Heng Lauvsnes	Vara: Bjørg Tryland	(Strand Kommune)
Preben Falck	Vara: Hans Olav Sandvoll	(Ryfylke Friluftsråd)
Gunhild Vevik	Vara: Liv Jorunn Tjelmeland	(Fritt valgt)

Vara møter bare etter ekstra innkalling

Dag: Tirsdag 30. september 2025 kl. 0830-1500 (vi holder på så lenge vi trenger)

Sted: The Bolder

Sakliste:

LU Sak 33/2025	Godkjenning av møteinnkalling og sakliste
LU Sak 34/2025	Strategiseminar
LU Sak 35/2025	Eventuelt

Forsand, 22. september 2025
Lysefjorden Utvikling AS

Asle Rafdal, styreleder (s.)



Om de enkelte sakene:

LU Sak 33/2025 **Møteinncalling og sakliste**

Forslag til vedtak: Godkjent

LU Sak 34/2025 **Strategiseminar**

STRATEGISEMINAR FOR STYRET I LYSEFJORDEN UTVIKLING AS

Forrige gang styret vedtok en strategi var i 2021 og denne ble revidert i 2023. Nå har Rogaland Fylkeskommune utarbeidet en regionalplan for Preikestolen og Lysefjordområdet og det blir viktig å «skrive» denne inn i strategiene våre slik at vi jobber i tråd med målsetningene i denne.

Dette notatet er utarbeidet av administrasjonen med utgangspunkt i de utfordringer vi ser, innholdet i regionalplanen og for å videreføre arbeidet fra tidligere strategi slik at vi har en «rød tråd» i det vi gjør.

Så er det opp til styret å diskutere seg gjennom dette for å slutføre en strategi for selskapet. Vi er nå på et strategisk nivå og ikke på handlingsplan nivå. Vi kan aldri fange alt vi gjør i strategiene, men vi må identifisere de viktigste fokusområdene for de kommende årene. Så har vi jevnlig revideringer underveis.

Notater er delt i 4 deler.

Del 1 er en gjennomgang og evaluering av gjeldende strategi.

Del 2 er en gjennomgang av de viktigste temaene i Regionalplanen

Del 3 sier litt om andre sentrale aktørers strategier

Del 4 er en struktur/forslag for strategi og diskusjonspunkter til styret

Del 1 til 3 er altså bakgrunnsinformasjon mens del 4 er kjernen i strategimøtet.



DEL 1

STRATEGI LYSEFJORDEN UTVIKLING AS

*Strategidokument for Lysefjorden Utvikling AS 2021-2030
revidert 2023*

Visjon

Lysefjorden – en levende fjord

Reiselivsoppdrag

Lysefjorden skal være et innovativt, helårig og bærekraftig reisemål,
verdenskjent for sine unike vandreopplevelser

Samfunnsoppdrag

Lysefjorden skal være en fjord der det bor og arbeider mennesker gjennom hele året,
og et område der lokalsamfunnet verdsetter og bruker natur- og kulturverdiene.

Verdier

Trivsel, trygghet, fellesskap og lokal forankring

Kvalitet

Bærekraft

Nytenkning

Hovedmål

Attraktive lokalsamfunn

Økt jobb- og verdiskaping

Høy kundeverdi

Å bli et bærekraftig reisemål

Strategier

«Fix the basics»

Helhetlig konseptutvikling

Hele fjorden – hele året

Implementering av teknologiske og digitale løsninger

Ressurs- og attraksjonsgrunnlaget

Det er lokalsamfunnet og naturen som utgjør ressurs- og attraksjonsgrunnlaget
for opplevelser knyttet til fysiske aktiviteter og kultur.

Målgrupper

Betalingsvillige natur- og kulturturister, aktivitetsturister og «retreat»-turister
fra regionen, Norge og europeiske nærmekeder.

Gruppe- og bedriftsmarkedet fra regionen og Norge.



Evaluering av forrige strategiperiode

Visjon:

Å jobbe mot visjonen om å skape en «levende fjord» foregår i skjæringsfeltet mellom reiselivs- og samfunnsutvikling. En levende fjord er en fjord der folk bor, arbeider, har hytte, driver fritidsaktiviteter og besøker. I denne sammenheng er all næringsaktivitet interessant, ikke bare innen reiseliv.

Reiselivsoppdraget:

Reiselivsoppdraget handler om å ivareta og ta i bruk natur- og kulturverdier i og rundt Lysefjorden for å skape et attraktivt reisemål, der betalingsvillige gjester besøker hele fjorden, hele året, og skaper ringvirkninger som kommer lokalsamfunnet til gode, uten at ressursgrunnlaget forringes.

Samfunnsoppdraget:

Samfunnsoppdraget handler om at Lysefjorden skal være et lokalsamfunn som verdsetter og bruker lokale natur- og kulturverdier. I sum skaper dette en levende fjord der mennesker bor, arbeider og beveger seg på ferie og fritid, året rundt.

Vurdering:

Bosetningen har gått ned i indre del av fjorden i perioden. Det har vært fraflytting fra både Flørli, Lysebotn og Songesand. Når det gjelder kommunene Sandnes og Strand så har det her vært en vekst i folketallet. Vi har ikke statistikk som viser utviklingen rundt Jørpeland og Forsand spesifikt, men totalt sett er det trolig vekst i ytre del av fjorden.

Hytte andelen har vært stabil med lite eller ingen utvidelse av tilbudet privathytter. Når det gjelder antall arbeidsplasser så har nok det sunket i antall folk i kraftproduksjonen grunnet automatisering av stasjonene, men kraftproduksjonen generelt har økt i perioden. Ny stasjon i Lysebotn 2 og nytt privat kraftverk ved Helmikstøl.

Reiselivet har siden 2021 hatt en vekst, men dette var og midt i pandemien. Ser vi opp mot 2019 så har det vært vekst på de største attraksjonene Preikestolen og Kjerag. Men vi ser at veksten i selve fjorden har vært mindre eller stabil. Dette gjelder Kjerag, Lysebotn, Flørli, Songesand og også trafikken på selve fjorden.

I perioden har vi likevel fått inn nye eiere og ny utvikling på Preikestolen Basecamp og ved etableringen av The Bolder.

Det er også etablert en del nye aktivitetsbedrifter med base i Lysefjorden.

Det er etablert nye turstier som er godt brukt av lokalbefolkningen. Stien mellom Høllesliheia og Preikestolen Parkering har gått fra 0 til nærmere 10 000 i 2025 (7000 pr. august). Det er flere lokale årlige turprosjekter i form av toppturer og ti på tur. Det er etablert flere løp i fjorden som lokalbefolkningen nyter. Generelt er inntrykket at andelen lokale brukere av Lysefjorden har økt og da særlig i ytre del der kommunikasjonene er lettere.

Oppsummert:

Det har vært noen nye næringsetableringer innen reiseliv mens lokalsamfunnets nok sliter mer med bosetning og arbeidsplasser særlig innover i fjorden. Lokalbefolkningen bruker Lysefjorden mer enn tidligere. Vi har ikke hentet ut potensialet i antall tilreisende.



Strategiene:

«fix the basics»

Gjester skal oppleve å få «valuta for pengene» og være fristet til å bli lengre og bruke mer penger. Dermed er det viktig å kartlegge og utbedre reiselivstilbudets flaskehalser og utfordringer knyttet til logistikk, kapasitet, kvalitetssikring, vertskap og sikkerhet. Sentralt er arbeidet med å sikre et langsiktig og forutsigbart ferjesamband på Lysefjorden.

Vi har utvidet vertskapsfunksjonen med økt tilstedeværelse og utvidet tilbud på en rekke lokasjoner i fjorden. Digitale infoskjermer er plassert ut i hele destinasjonen.

Vi har gjort mange tiltak på turstiene som har forbedret tilgjengelighet og sikkerhet. Infrastruktur som toalettkapasiteter og vann og avløps anlegg har blitt forsterket og utvidet på Preikestolen og Kjerag. Det er og gjort store investeringer i Flørli men her har vi fortsatt problemer med vannkvaliteten.

Vi har ikke løst transporten på Lysefjorden og dette er fortsatt det mest kritiske området for hele destinasjonens framtidige utvikling.

Helhetlig konseptutvikling

Lysefjordens merkevare og identitet er formet av og assosiert med trafikkstrømmen knyttet til Preikestolen og Kjerag som fyrtårn, preget av punkt- og masseturisme. En mer helhetlig merkevarebygging forutsetter et utviklingsarbeid tuftet på en bred involvering av og bevisstgjøring blant bedrifter og organisasjoner, lokalsamfunnet og gjestene.

I perioden har vi etablert sykkel løypa «Lysefjorderuta» rundt hele fjorden. Det gjenstår imidlertid en del før helheten er etablert. Vi må utvikle flere lokale ruter, Daladalen vil være en svært viktig faktor for helheten og vi har slitt med å få næringsaktører med på kommersialisering av sykkeltilbudet.

Lysefjorden Rundt er et annet viktig prosjekt som skal skape en helhet for Lysefjorden og her har vi gjort mye på nordsiden av Lysefjorden. Dette kombinert med etablering av aktivitetsbedrifter inne natur og kulturopplevelser er det godt steg på veien mot et helhetlig konsept for Lysefjorden. Den nye regionalplanen for Preikestolen og Lysefjorden er og et viktig verktøy for å skape denne helheten.

Vi har imidlertid en jobb å gjøre for å ta denne helheten ut i markedet og utvikle produktpakker sammen med næringen.

I perioden har vi fokusert mye på kvalitet i bedriftene gjennom kurser og krav om dokumentasjon. Vi har og en til en oppfølginger med eksisterende og nye aktører. Vi ønsker å forsterke synlighet og vilkår kombinert med kvalitets standarder. Dette kan vi gjøre siden vi ikke er medlemsbasert.

Det er kommet til nye aktører innen guiding, padling, sightseeing med båt og noe overnatting.

Status i dag er at området har noen få større og profesjonelle aktører, som The Bolder, Norwegian Experience, Stavanger Turistforening og Rødne. Kronen Gruppen har også langsiktige planer for Lauvvik. Flertallet av aktørene er imidlertid små. Selv om profesjonaliteten har økt noe de siste årene, er driften hos mange fortsatt preget av personavhengighet, sesongbasert aktivitet og manglende integrasjon med det øvrige



reiselivstilbudet i Lysefjorden. I tillegg er det ofte begrenset kunnskap om markedsføring og produktutvikling rettet mot mer bærekraftige og lønnsomme markedssegmenter. Dette har resultert i lavere trafikkgrunnlag, svakere lønnsomhet og lavere standard enn det reelle potensialet tilsier. I enkelte tilfeller drives det også virksomhet i strid med gjeldende lovverk, særlig innen transportsektoren. Kulturen for å drive profesjonelt og kunnskapsbasert må dyrkes videre.

I Flørli er den største flaskehalsen at det er for lav standard på overnatting for mer betalingsvillige gjester, kombinert med forfallet på særlig kraftstasjonen, som har mulighet til å være en større attraksjon enn i dag, og skapt muligheter for bedriftsmarkedet.

Hele fjorden hele året

Turiststrømmen til Preikestolen og Kjerag gir et godt grunnlag for videreutvikling av Lysefjorden, men er samtidig veldig sesongbetont. For å oppnå et mer bærekraftig reiseliv og å tiltrekke, spre og sakte besøk i tid og rom, må en satse på nye/flere produkter i hele fjorden, særlig utenfor høysesongen. Særlig Lysebotn og Flørli har muligheter til dette, men fjorden trenger en infrastruktur og logistikk som muliggjør dette.

Vi har i perioden forsterket Preikestolen som en helårsdestinasjon. Vi har gjort flere forsøk på å få næringsaktører med på å teste ut vinterpakker men det har vist seg å være vanskelig å få de med på dette. Generelt har ikke næringen nok fokus på vinter og dette har selvsagt å gjøre med transport, historie og kultur. Dette er noe vi må jobbe videre med. Men på den positive siden så er det flere tilreisende som oppholder seg i ytre deler av fjorden i vinterhalvåret og dette har selvsagt med tilgjengelighet og nye tilbud å gjøre. (The Bolder)

Implementering av teknologiske og digitale løsninger

Vi skal prioritere ny teknologi og nye (digitale) løsninger som støtter arbeidet med visjonen og som øker kvalitet, tilfredshet, effektivitet, sikkerhet, lønnsomhet og bærekraft gjennom hele kundereisen.

Vi har gjort en hel del på dette feltet. Digital informasjon i hele destinasjonen, vi har digital innhenting av gjesteinformasjon og vi har etablert digital fjernstyring på vannverk. Vi har utviklet nettsidene som en del av planleggingen før besøk. Også redningstjenesten har innført digitale løsninger og vi har koblet dette opp mot blant annet helikopterlandingsplassen.

Vi håper å gjøre mer med digital vær og føre informasjon i forbindelse med realiseringen av besøkssenter på Preikestolen samt at økt bruk av KI blir en utfordring som må løses framover.

Vi har og et prosjekt sammen med SINTEF for å se på strukturering av informasjon til bruk i besøksforvaltningsarbeidet.

Konklusjon

Det er svært viktig å ha en forankret strategi slik at handlingsplanene støtter opp om denne hvert år. Strategiene må være så konkrete at de faktisk løser utfordringene når man oppnå dem. Det er viktigere å ha noen få konkrete gjennomførbare mål og tilknyttede prosjekter og tiltak enn mange og vage strategier for å nå over alt.

Vi føler at de strategiene vi har hatt har gitt oss fokus i arbeidet og måloppnåelsen er rimelig god. De tre store tingene som henger igjen, er transport, Flørli og økt profesjonalitet.



DEL 2

Identifiser hovedelementer fra regionalplanen

I dette avsnittet trekker vi ut det vi mener er hovedelementene i den nye regionalplanen som vi må ha med oss inn i strategiarbeidet.

Visjonen:

Lysefjorden skal være blant Nordens mest bærekraftige reisemål

Vi ønsker også å fremme samarbeid med andre reisemål i Norden som jobber for en bærekraftig utvikling.

Planens funksjon:

Regionalplanen er et nyttig verktøy som kan bidra til å samle aktører, mobilisere ressurser, prioritere områder og gi strategisk retning til utviklingen av et område.

Mål:

Natur, kulturmiljø og landskap

Mål – hva vil vi!

Natur, kulturmiljø og landskap i Lysefjorden skal tas vare på, og er grunnlaget for naturopplevelser, rekreasjon og reiseliv.

Slik gjør vi det:

Fremme bærekraftig bruk

Etablere kunnskap-samhandling-langsiktig forvaltning-ta vare på landskap og kulturhistorien

Reiselivs- og destinasjonsutvikling

Mål – hva vil vi!

Lysefjorden er en unik helårlig turistdestinasjon med en konkurransedyktig reiselivsnæring.

Slik gjør vi det:

Tilrettelegge for utvikling av reiseliv og verdiskaping basert på natur og kulturopplevelser

Styrke samarbeid og dialog om reisemålsledelse

Utvikle rammebetingelser som kan bidra til flere lønnsomme bedrifter

Samarbeide om markedsføring

Bruke FN bærekraftmål

Opprettholde landbruk og annet næringsliv

Lokalsamfunnsperspektiv

Helårsdrift og infrastruktur for lang og kortidsopphold

Friluftsliv

Mål – hva vil vi!

Friluftslivet i Lysefjorden er mangfoldig og basert på naturens premisser.

Slik gjør vi det:

Opprettholde det «enkle» friluftslivet

Styrke Lysefjorden Rundt som attraksjon

Begrense inngrep

Vurdere grunnlag for statlig sikring

Redusere støyende aktivitet på Preikestolen og i Lysefjorden

Lokalsamfunn

Mål – hva vil vi!

Reiselivsutvikling skal styrke lokalsamfunnene.

Slik gjør vi det:

Samarbeide med lokalbefolkningen for å styrke bolyst, trivsel og arbeidsplasser

Stimulere til bærekraftig, lokal reiselivsutvikling gjennom involvering og medvirkning

Utnytte synergier for økt sysselsetting og helårlege arbeidsplasser

Stadutvikling som bygger opp om lokalt særpreg, naturkvalitet og kulturmiljø

Transport og mobilitet

Mål – hva vil vi!

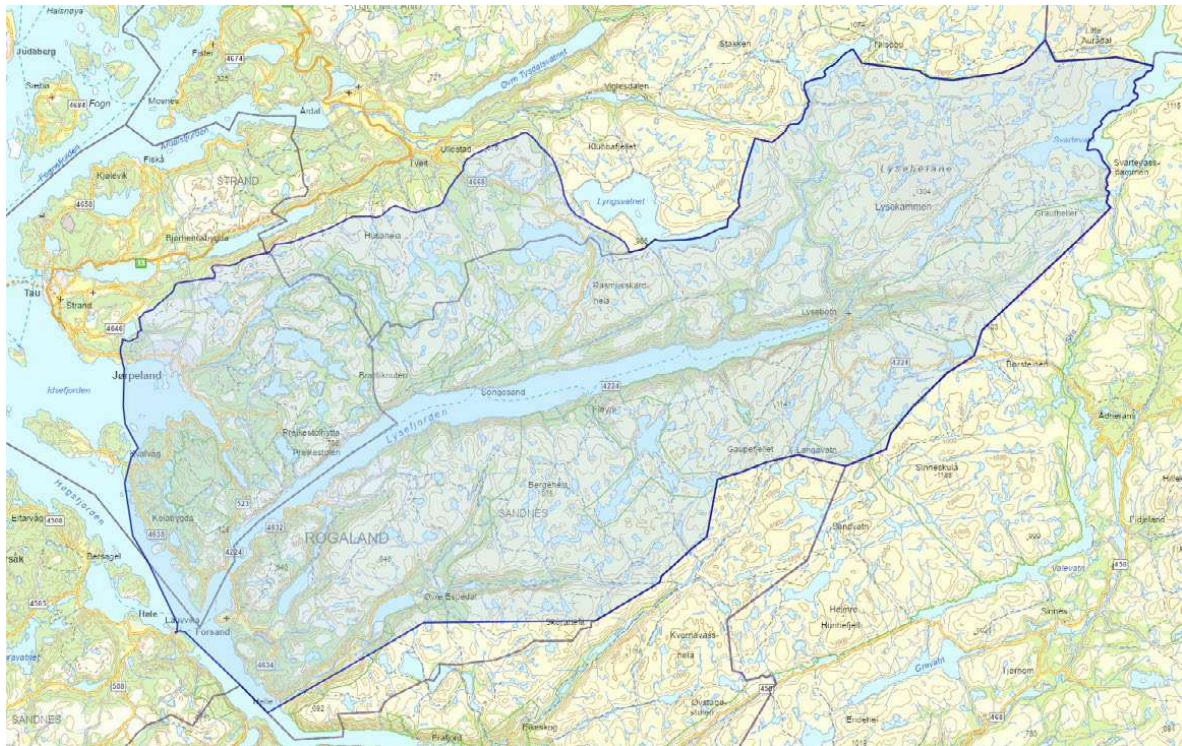
Lysefjordområdet har et koordinert, forutsigbart og miljøvennlig transporttilbud tilpasset ambisjonene for de prioriterte områdene hele året.

Slik gjør vi det:

Sikre tilgang til prioriterte attraksjoner og destinasjoner

Styre besøkende og regulere ferdsel til viktige innfallsporter med tilstrekkelig parkering og lademuligheter

Utvikle et utslippsfritt kollektivtilbud med stabilitet, forutsigbarhet og langsiktighet

Område:

Jørpeland og Forsand har status som **region delsentre og lokalsentre** i Regionalplan for Jæren og Søre Ryfylke og er planområdets viktigste sentre for utvikling av lokalsamfunn, tjeneste- og servicetilbud.



Attraksjoner skal tiltrekke og samle turister. Skal kunne ta imot et høyt antall. I planen er dette Lysefjorden, Preikestolen, Kjerag, Flørli, vandrerruten Lysefjorden Rundt, Lyseveien og Lysebotn.

Destinasjonene som er prioritert i planen er valgt med bakgrunn i deres markedspotensial og tålegrenser for utvikling. Stedene har kapasitet for å romme vekst i antall besøkende og reiselivsnæringen, og de egner seg for utvikling av nødvendig infrastruktur, transport- og overnattingstilbud. I planen er dette Flørli, Lysebotn-Øygardstølen, området ved Preikestolhytta, Songesand, Lauvvik og området ved Skjerafjell.

For de utvalgte destinasjonene, som allerede har tiltrekningskraft og utviklingspotensial, legges det til rette for en målrettet og effektiv ressursbruk.

Hovedrute sjø og Jørpeland har status som **hovedinnfallsporter** mens Forsand, Lauvvik, området ved Preikestolhytta, Lyngsheia, Songesand, Lysebotn-Øygardsstølen og Oanes er andre **prioriterte innfallsporter**.

En innfallsport er et inngangspunkt til et område eller en destinasjon, ofte et tettsted eller transportknutepunkt, som gir tilgang til andre steder og attraksjoner i regionen. Innfallsporter kan tilby nødvendig infrastruktur som parkering, toaletter, og andre fasiliteter. Differensiering mellom hoved innfallsporter og øvrige prioriterte innfallsporter legger opp til en fleksibel tilnærming som kan tilpasses ulike behov og kapasiteter i forskjellige områder.

En sammenhengende vandrerrute rundt Lysefjorden vil knytte sammen kjente attraksjoner som Preikestolen, Flørli, og Kjerag, og dermed skape en unik helhetlig opplevelse for besøkende.

Planen legger til grunn at man skal bruke FN's bærekraftsmål i arbeidet med reisemålet.

Planen sier og at miljødirektoratets veileder for besøksforvaltning skal legges til grunn: Her beskrives besøksforvaltning som «en metode som hjelper deg med langsiktig og helhetlig planlegging, slik at du kan legge til rette for og styre bruken av et område etter definerte mål.

I veilederen presenteres følgende tre prinsipper for besøksforvaltning knyttet til natur- og kulturverdiene:

1. Ivareta natur-og kulturverdiene.

Natur- og kulturverdiene er selve grunnressursen til det naturbaserte reisemålet og utfartsområdet, og det er derfor helt avgjørende at dette ressursgrunnlaget ivaretas og tillegges størst vekt i arbeidet. Hensynet til natur- og kulturverdiene må gå foran andre hensyn.

2. Bygg livskraftige lokalsamfunn.

Utvikling og forvaltning av et naturbasert reisemål eller utfartssted er nært knyttet til hensyn til og utvikling av lokalsamfunnet. Arbeidet må bidra til å bygge gode, livskraftige lokalsamfunn gjennom å ivareta både natur, kultur, bolyst og lokal lønnsomhet. Arbeidet må skje i tett dialog med innbyggerne, og utvikling må planlegges, utvikles og drives i et omforent lokalsamfunnsperspektiv. Som regel vil det som er godt for lokalsamfunnet og naturen, også være godt for de tilreisende.



3. Sikre forpliktende samhandling og gode løsninger.

Private og offentlige aktører på det naturbaserte reisemålet må samhandle med hverandre i forpliktende og langsiktige løp, og samtidig sikre best mulig samhandling lokalt og regionalt. Kommunen bør være sentral i arbeidet.

Fra regionalplanens handlingsprogram:

Lysefjorden Forum skal prioriteres og opprettes høsten 2025

Organisering 2027-2029

Lage en besøksforvaltningsplan 2027-2028

Utrede muligheter for finansiering skal prioriteres 2026-2027

Kartlegge mulige statlige sikrede friluftsområder med oppstart i 2027

Utrede muligheter for forbedring av transporttilbudet oppstart 2027

Opprettholde kulturlandskapet og fjord- og fjellgårder i Lysefjorden 2027-2028

Utvikling og bevaring av Flørli prioriteres 2025-2026

Videreutvikle, koordinere og profesjonalisere destinasjonsarbeidet i Rogaland-kontinuerlig prosess

DEL 3

I det videre arbeidet med strategi er det viktig å se på hvilke andre strategier som kan innvirke på vårt område og hva disse sier av betydning for oss. Her er en kort oversikt over de mest sentrale.

Innovasjon Norge fra 2020, «Nasjonal reiselivsstrategi 2030 — Sterke inntrykk med små avtrykk».

Den nasjonale strategien har som mål å utvikle norsk reiseliv på en bærekraftig måte, med fokus på økt verdiskapning, helårsturisme, kvalitet og unike opplevelser, samt digitalisering og innovasjon. Sentrale tiltak er utvikling av bærekraftige reiselivsprodukter, i form av støtte til utvikling av produkter som reduserer miljøpåvirkningen og fremmer grønn transport. Tiltak som øker lokal verdiskapning er viktig, slik at turismen gir noe tilbake til lokalsamfunnene.

Viktige tiltak er også knyttet til kompetanseheving innen bærekraft, digitalisering og markedsføring for å styrke bedriftenes evne til å konkurrere internasjonalt.

Nærings- og innovasjonsstrategien er også i tråd med regjeringens «Veikart for reiselivsnæringen» som kom i 2024. I likhet med den nasjonale reiselivsstrategien pekes det her på bærekraft, konkurransekraft og helårs- og distriktsturisme som hovedmål, hvor de sentrale tiltakene er innovasjon og digitalisering, grønn omstilling, kompetanseheving og samspill med lokalsamfunnene.



Rogaland Fylkeskommune-Nærings og innovasjonsstrategi for Rogaland

Visjonen er at Rogaland skal være en ledende destinasjon i Norge for bærekraftig helårsturisme. Målet er at fylkeskommunen skal stimulere til en forsvarlig utvikling av reiselivet, som øker både besøks- og boattraktivitet i hele Rogaland.

Rogalands regionale fortrinn er først og fremst knyttet til Lysefjorden og de mulighetene som finnes knyttet til den. Gjennom vårt eierskap og samarbeid med Fjord Norge AS har vi en verdifull mulighet til å markedsføre Lysefjorden gjennom den internasjonalt anerkjente merkevaren Fjord Norway. Viktige regionale fortrinn finnes også innen natur, kultur og mat, og disse forsterkes ytterligere hvis de henger sammen med Lysefjorden.

Sandnes kommune-Reiselivsstrategi 2019-2030

Reiselivsstrategien for Sandnes har 4 hovedmål:

1. Målet er å skape flere helårs arbeidsplasser i Nye Sandnes. På bakgrunn av NHOs nullpunktsanalyse skal det settes et konkret mål for antall arbeidsplasser. Dette skal vurderes opp mot den effektiviseringsgevinsten digitaliseringen vil gi.
2. 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.
3. Videreutvikling av natur, idrett- og kulturbaserte opplevelser.
4. Gjøre produktene og opplevelsene mer tilgjengelige både fysisk og digitalt.

Målene skal nås gjennom 3 strategier som omhandler følgende tema:

Strategi1: Infrastruktur

Strategi 2: Næringsutvikling

Strategi 3: Omdømmebygging og attraktivitet

Reiselivsplan for Strand kommune 2023-2030

Målene for planen er

- Være en ansvarlig reiselivsdestinasjon
- Tilby de beste vandreturene, hele året
- Være et godt vertskap for innbyggere og gjester
- Utvikling gjennom Samskaping mellom lokalsamfunn, næring og kommune
- Strand kommune skal ha gode lavutslipp transportløsninger for lokalbefolkning og gjester
- Utvikle opplevelser og arrangement hele året • infrastruktur for lokalbefolkning og turister



Region Stavanger-Reiselivsstrategi 2022-2026

Under er hovedpunktene i gjeldende strategi:

- **En bærekraftig helårsdestinasjon.** Bærekraft og miljø ligger til grunn når Region Stavanger skal markedsføre Stavanger-regionen som en helårsdestinasjon. Vi skal stimulere til at våre gjester blir lengre, og benytter seg av hele regionen. Region Stavanger skal jobbe for verdiskaping på en måte som balanserer vekst og bærekraft. Det handler om å utnytte tilgjengelig kapasitet og forlenge sesongen, i hele regionen. Markedsføringen skal vektlegge det autentiske og det ekte, og vi skal bidra til at gjestene enklere kan ta bærekraftige valg.
- **Næringsutvikling sammen med våre medlemskommuner og næring.** Region Stavanger kan bidra i strategisk utviklingsarbeid etter initiativ fra våre medlemskommuner og næring.
- **Fokus på kommersialisering og et økonomisk robust destinasjonsselskap.** En mer kommersiell driftsfilosofi skal bidra til å gjøre Region Stavanger økonomisk robust, og dermed sikre satsingen til det beste for medlemsbedrifter og medlemskommuner.
- **Søke samhandling med andre aktører.** Region Stavanger skal aktivt søke samarbeid og samhandling med andre aktører i reiselivets økosystem. Dette prioriteres for få mest mulig effekt ut av ressursene totalt sett, og øke regionens konkurransekraft.
- **Nærmarkedene og Norge blir selskapets prioriterte markeder.** De etablerte og tradisjonelle markedene i Europa prioriteres, mens nasjonale kampanjer og prosjekter skal styrke Stavanger-regionen som reisemål mot det norske markedet. Dette er med hensyn til bærekraft og prognoser for vekstpotensiale.
- **Cruise-satsing på vegne av hele Stavanger-regionen.** Selskapet skal ha en aktiv rolle i cruise-segmentet, på vegne av hele Stavanger-regionen. Cruise-arbeidet skal komme hele regionen til gode, og bidra til økt verdiskaping til reiselivsnæringen og kommunene. Satsingen skal utvikles i tett samarbeid med havnene i regionen.

Region Stavanger har satt i gang arbeidet med ny strategi.

Reisemål Ryfylke-strategi 2023-2026

Formål:

Føremålet til selskapet er å utføre felles marknadsopplegg og å stimulere til produktutvikling for reiselivsnæringa i Ryfylke. Selskapet kan ellers delta i samarbeidstiltak og i forretningmessig verksemd relatert til reiseliv.

Visjon: Fleire lønsame gjester – heile året!

Våre 4 fokusområder:

1. Marknadsføring:

Nasjonale- og internasjonale marknadstiltak på ferie- og fritid og kurs og konferanse marknaden. Me skal inspirere, informere og konvertere til salg for våre medlemsbedrifter. Marknadstiltak på det internasjonale marknaden gjøres med Fjord Norge, og på det nasjonale samarbeider me med Reiseliv Sørvest SA.



2. Berekraftig Utvikling:

Me vil oppfordra våre medlemsbedrifter og kommunar til å arbeida med merke- og miljøsertifiseringer, slik at me kan styrkje Ryfylkes konkurransekraft og tiltrekke oss fleire besøkande på ein berekraftig måte.

3. Merkevarerbygging:

Me ynskjer å styrkje Ryfylke som ein viktig og solid merkevare gjennom målretta marknadsføring og utvikling. Me vil samarbeide tett med våre medlemsbedrifter, kommunar og samarbeidspartnere for å auke bevisstheten om Ryfylke og styrkja fellesskapet. Dette samarbeidet kan inkludere marknadsføring, produktutvikling og ulike prosjekter.

4. Kunnskap og Kompetanse:

Ein viktig del av vår rolle er å auka kunnskapen og fokus på kvalitet hjå våre medlemsbedrifter i reiselivsnæringa. Me vil dela vår marknadskunnskap med næringa og arrangera relevante kurs for å hjelpe dei med å lykkas i marknaden.

Oppsummering:

Det offentlige er opptatt av en reiselivsutvikling som tar hensyn til bærekraft, miljøvennlig transport, helårsdrift, digitalisering, lokal verdiskaping og et godt samspill mellom Reiseliv og lokalsamfunn. Rogaland Fylkeskommune fremhever Lysefjorden som et nav i reiselivssatsingen. Utvikling av infrastruktur som grunnlag for reiselivsutvikling er sentralt.

Destinasjonsselskapene har selvsagt et litt annet perspektiv der blant annet markedsføring og merkevarebygging er sentralt. De er opptatt av de samme prinsippene, men jobber først og fremst for medlemmene sine og mye av aktiviteten er rettet inn mot disse kombinert med medlemskommunene. Lysefjorden Utvikling har sitt medlemskap knyttet til Reisemål Ryfylke (av geografiske hensyn) men har ikke vært et aktivt medlem da markedsføring ikke har vært prioritert.

DEL 4

Arbeid med ny strategi 2026-2035

Vi må ta en diskusjon om visjonen. Hva er det visjonen til Lysefjorden Utvikling AS skal være. Visjonen må være forståelig slik at «alle» vet hvor vi skal og den må ha en ambisjon, men og mulighet av oppnåelse i seg. I dag har vi denne visjonen: *Lysefjorden-en levende fjord*. Regionalplanen har følgende visjon: *Lysefjorden skal være blant Nordens mest bærekraftige reisemål*.

Strategisk bør vi tilnærme oss regionalplanens visjon, men det kan jo og være en diskusjon om en kan lage en variant av denne eller kombinere den med et annet tilleggsbudskap.

Hovedutfordringer sett fra adm. sin side og som må løses og ev. løftes som egne strategier:

Transport

Dette er den største utfordringen og vi ser nok nå effekten av at Lysefjorden gjennom 5 år ikke har hatt noe forutsigbart samband. Trafikken har stagnert eller blitt redusert. Men det er og viktig å fokusere på transporten til lands til og rundt fjorden.



I tillegg er det et mål om nullutslippsløsninger.

Etter min oppfatning er det god forankring i regionalplanen for å arbeide mye med dette temaet.

Lysefjorden Rundt

Lysefjorden rundt skal være hovedsatsingen når det gjelder produkt og profil på Lysefjorden. Dette prosjektet er både rettet mot tilreisende og lokalbefolkningen. For lokalsamfunnet skal dette prosjektet skape bolyst og næringsutvikling. Prosjektet er godt forankret i regionalplanen.

Profesjonalisering

Dette er også et viktig felt å fokusere ekstra på. Vi har behov for å heve kvaliteten i alt vi og næringen gjør i Lysefjorden. Dette henger og sammen med hvem vi skal henvende oss til i markedet. LU har mulighet til å jobbe konstruktivt med dette siden vi ikke er en medlemsorganisasjon. Lysefjorden har i dag for store ulikheter i kvalitet og en uklar profil i markedet. Regionalplanen peker på lønnsomhet i næringen, helårs arbeidsplasser og en næring som driver etter målsetningene som ligger i at Lysefjorden skal være et naturbasert reisemål. Næringsutviklingen er og et viktig element i målsetningene om lokalsamfunnsutvikling. Dette er en bevissthet og en profesjonalisering som ikke skjer av seg selv.

Flørli

Flørli haster med tanke på forfall og det er store muligheter for at dette stedet kan bli en highlight i Lysefjorden. Det er mye som må gjøres og det vil kreve ressurser. Regionalplanen legger et godt grunnlag for å komme videre med dette og det haster.

Marked/profil

Satt på spissen så er det ingen som driver systematisk markedsarbeid for Lysefjorden. Preikestolen, litt Kjerag og enda mindre Flørli brukes litt tilfeldig som bakgrunnsteppe i markedsføringen. Vi må bli mye mer bevisst og jobbe mer målrettet. LU må få et mandat på dette feltet og få tak i ressurser slik at en kan ta et eget ansvar for dette og ha mulighet for å benytte destinasjonsselskapene mer aktivt. I dette ligger og å samordne en felles strategi sammen med bedriftene om hvilke kunder, hvilke markeder og hvilket produkt vi skal satse på.

Dette er omtalt i regionalplanen, men er et område som skal arbeides med de nest to årene. Vi må komme i gang før dette og vi har fått flere innspill fra aktører om at Lysefjorden ikke blir prioritert nok. I regionalplanens punkt om destinasjonsutvikling står det at en skal samarbeide om markedsføringen. LU er i dag ikke en aktør rigget for dette samarbeidet. Markedssiden må utvikles i takt med produkt og infrastruktur utviklingen.

Andre viktige oppgaver som en må ta tak i og som har føringer i regionalplanen:

-en må inn å se på hva en kan gjøre i de ulike destinasjonene. I dette begrepet ligger at det her bør skje en utvikling som tiltrekker besøkende og beriker totalopplevelsen i vår region. Hva kan vi gjøre for å løfte destinasjonene Lauvvik, Skjerafjellet, området ved Preikestolhytta, Songesand, Lysebotn og Øygardstølen? (Flørli er eget punkt).

-videre må en se om de ulike innfallsportene har de fasiliteter som de forventes å ha som innfallsport.



-attraksjonene må utvikles videre i tråd med intensjonene i planen.
Disse områdene må uansett prege handlingsplanene i årene som kommer.

-regionalplanen legger opp til å utvikle en besøksforvaltningsplan for hele destinasjonen. Vi har i dag mye materiell og har kartlagt og utviklet forvaltningsplaner for flere attraksjoner og flere etapper av Lysefjorden Rundt. I det videre arbeidet må vi samle disse og utvikle en helhetlig plan for planområdet. Her kommer og prosjektet sammen med SINTEF inn som en mulighet samt arbeidet i nettverkene Bærekraftig Reisemål, Nasjonale Turiststier og Bærekrafts nettverket.

-ta vare på og formidle kulturhistorien som har to hovedområder-den gamle gardshistorien og historien om folket som levde i fjorden i tidligere tider og krafthistorien.

-organisering

Hvordan skal oppgavene i reisemålet organiseres og løses. LU og SP sin rolle må avklares, men vi kan ikke vente på dette. Vi må gå i gang utifra den organiseringen vi har i dag. Etableringen av Lysefjorden forum bør imidlertid prioriteres å få på plass.

-finansiering

Her kan det være ulike kilder til ulike prosjekt, men følgende vil kunne være aktuelt:

Fellesgodefinansiering/turistskatt

Parkering

Off-privat transport

Spleiselag/fond

Søke ulike kilder som stiftelser og fond.

-område

Regionalplanen omtaler Jørpeland og Forsand som regionalt delsentre og lokalsentre. Hva vil og skal dette bety for vårt arbeid?

- bærekraftsmålene må tas hensyn til da regionalplanen er tydelig på dette. Vi må sørge for å sikre dette gjennom sertifiseringen som bærekraftig reisemål, en status vi har hatt siden 2018.

-Stillesone Preikestolen

Hvordan skal vi angripe denne?

Andre oppgaver vi har pr. idag:

-vertskapsrollen

I selve fjorden/reisemålet i form av skilter, digital info, verter ved Preikestolen, Kjerag, Lysebotn og Forsand

-infrastruktur

Stier, kaier, vann og avløp, bygg mm

-kunnskapsgrunnlag-undersøkelser

Egne gjesteundersøkelser, bruk av studenter ved UIS, andre eksterne kilder

-rådgivning

Både til bedrifter, potensielle bedrifter og investorer men og andre reisemål og offentlige instanser. Viktig med dette arbeidet er å sikre ensrettet profil i produkt og kvalitet.



Forslag til vedtak: Styret ber administrasjonen skrive ut et forslag til strategi, basert på innspillene i saken, til neste styremøte.

LU Sak 35/2025 Eventuelt

Forsand, 22. September 2025
Helge Kjellevoid



Styremøte i Lysefjorden Utvikling AS - Protokoll

Dag: Tirsdag 30. september 2025 kl. 0830-1500

Sted: The Bolder

Til stede: Asle Rafdal, styreleder
Nina O. Høiland
Irene Heng Lauvsnes
Per A. Thorbjørnsen
Gunhild Vevik
Preben Falck

Forfall: Kenny Rettore
Inger-Lise Erga (vara)

Administrasjonen: Helge Kjellevoid
Johannes C Apon

LU Sak 33/2025 Møteinnkalling og sakliste

Vedtak: Godkjent

LU Sak 34/2025 Strategiseminar

Styret diskuterte mange tema under strategiseminalet og dette vil bli skrevet ut i et eget revidert strategidokument.

Når det gjelder regionalplanens handlingsprogram vil det bli tatt et initiativ til et møte med Rogaland Fylkeskommune for å klarlegge framdriftsplanen for dette arbeidet.

Vedtak: Styret ber administrasjonen skrive ut et forslag til strategi, basert på innspillene i saken, til neste styremøte.



LU Sak 35/2025 Eventuelt

Under eventuelt vedtok styret protokollene fra styremøte 19. Juni 2025 og 18. September 2025.

Neste styremøte er tirsdag 18. november kl. 0900-1100 i Sandnes Rådhus

Asle Rafdal, styreleder

Leif Magne Kleppa

Irene Heng Lauvsnes

Gunhild Vevik

Per A. Thorbjørnsen

Preben Falck

Helge Kjellevold, daglig leder