



Saksframlegg

Turist 2025 - interim evaluering og resultat

Utval	Utvalssak	Møtedato
Formannskapet		
Kommunestyret		

Endeleg vedtaksrett i saka har: Kommunestyret

Dokument i saka:

Bakgrunn for saka:

Administrasjonen har starta arbeidet med å gjere opp status og evaluere Turist 2025 satsinga, både besøkstal, marknadsføring og dei ulike delprosjekta (mellom anna Landsbyovernatting, lokalbu, turistvertskap og Hamaren sommarkafé).

I denne saka blir førebels tal presentert, vurdert og forslag til konkrete grep vi må gjere allereie nå. Saka tek for seg;

1. Innsikt
 - ✓ Besøkstal i Hamaren
 - ✓ Parkeringsinntekter
 - ✓ Marknadsføring
 - ✓ Verdiskaping hos reiselivet, inklusive matbutikkane

Vi manglar innsikt på fylgjande;

- ✓ Det vil gjennomførast ei digital evaluering som i fjor. Dette skjer ila dei neste vekene.
- ✓ I tillegg vil det vere eit Marknadsråd i midten av november som vil gje ytterlegare innspel får næringslivet
- ✓ Organisering, evaluering, førebels resultat og vurdering med tiltak knytt til reisemålssatsinga Opplev Fyresdal
- ✓ Turistinformasjon
- ✓ Turistvertskap

INNSIKT

Besøkstal i Hamaren

	2 025	2 024	2 023
Jan	245	217	110
Feb	352	465	166
Mar	822	813	294
Apr	2 980	2 752	818
Mai	3 396	5 019	1 734
Jun	5 495	5 180	1 792
Jul	14 935	22 265	27 000
Aug	7 364	8 769	12 875
Sep	2 505	4 415	7 878
Okt	1 335	1 623	5 554
Nov			643
Des			461
Totalt	39 429	51 518	59 325
Justert (feilmargin)	43 372	56 670	65 258

Figur 1: Per 13.10.2025

Endring i besøkstal – generell utvikling og andre påverknadsfaktorar

- Eit generelt utviklingsmønster for nye attraksjonar er at dei 2 fyrste åra ser ein ei høg interesse, mykje medieomtale, og besøkstala er ofte minst 30% høgare enn på eit langsiktig nivå. År 3-5 startar besøkstala å flate ut og ein ser ei stabilisering mot normal drift. Etter år 5 kan ein sjå at attraksjonen får sitt normale publikumsgrunnlag – og for å ikkje flate for mykje ut må ein tenke på fornying, sesongutviding osv.
- Sommarværet i juli var veldig bra med høge temperaturar og mykje sol. Dette påverka nok besøk i sjølve Tretoppvegen og auka besøk i blant anna Stykkjevika og Bygdestranda (Næringshagen).
- Slutten av august, september og oktober har blitt påverka av stengt veg over Våmur

Parkeringsinntekter

Inntekter pr 15.10.2025 er 927 600. I tillegg er det kome inn 42 600 kroner frå frivillig Vipps donasjon i Tretoppvegen. Dette er nesten på linje med fjoråret – trass i 12 000 færre besøkande.

I 2024 og 2025 har vi praktisert frivillig parkeringsavgift, dette kan det bli ei endring på då Statens vegvesen har innsigelser på denne praksisen. Det er laga ei eiga sak til politisk handsamning på dette og korleis denne saka endar vil ha påverking på inntekt frå parkeringsavgifta.

Marknadsføring og samarbeid med Visit Telemark

Vi har hatt ein kombinasjon av egen produsert innhald, betalt annonsering og bruk av influensar.

Det har vore fokus på å lyfte fram heile Fyresdal. Dette inkluderer kursing, besøk, innhaldsproduksjon og publisering på plattformar til Meta og Snapchat samt Visit Fyresdal. Vi har i tillegg hatt fokus på korleis vi ynskjer at turistar skal oppføre seg i Fyresdal og har i den forbindelse laga ein artikkel som ligg ute på Visit Fyresdal

(<https://www.visittelemark.no/fyresdal/turistinformasjon/barekraftig-turisme>). Denne artikkelen er bruka som «rygggrad» for stories som blir publisert både på Meta og Snapchat. Fleire lokale filmar og bilete er produsert og dela i sosiale media.

Årets fyrste kampanje (28. april – 11. mai) leverte svært gode resultat, både på rekkevidde og engasjement. Vi oppnådde totalt 17 754 lenkeklikk og en klikkfrekvens (CTR) på 3,81 %, noko som er godt over snitt. Kostnad per klikk var låge 1,24 kr, noko som viser at innhaldet treff godt i målgruppa.

Det er og veldig gode resultat på Snap-kampanjen. Her er det stor interesse, og både materiell og tema vekkjer merksemd. Både pris på CPC, klikkfrekvens (CPC) og totalt 17 754 klikk viser tydeleg at denne kampanjen har fungert svært godt.

Explore with Johan besøkte Tretoppvegen, Fiskebustøylen, ViaFerrata, Hvelvet og Folkestadbyen. Han besøkte oss to dagar og leverte totalt 8 reels og innlegg, som til sammen har resultert i 1,6 millioner visninger, 20 768 likes og 6234 lagringer på *explorewithjohan*, *MyNorway*, *MittNorge* og *VisitTelemark*. Dette er heilt andre tal enn det vi har sett før og det har ført til at fleire andre kjendisar/influensarar har besøkt bygda og publisert på sine kanalar og tatt oss med i podcasts. Explore with Johan har bidratt til sær god avkastning på marknadsføringa.

Visit Telemark har etablert samarbeid med bookingplattforma GoToHub, ei plattform som er basert på integrasjoner, kundereise og brukervennlighet. Gjennom denne plattforma blir Telemark bookbar og vi endeleg moglegheit til å gjere bygda vår bookbar på andre plattformer enn telefon, sms og facebook innlegg.

Verdiskaping hos næringslivet

Vi har bedt om tilbakemelding frå næringslivet på korleis sesongen har vore så langt. Av dei svara som har kome inn ser vi at aktørar opplever auke i omsetninga også i 2025, godt belegg på overnatting og godt besøk gjennom sommaren. Det er framleis mange som ikkje har rapportert på dette enda.

Overnattingstilbodet i Fyresdal har blitt betre og det har kome fleire einingar ut på blant anna Airbnb. Kundetilbakemeldingane er gode. Vi har ikkje samla omsetning alle private einingar, men tal frå Landsbyovernattinga viser ei forsiktig auke frå 2024 og at dei som bookar blir 1-2 døgn lenger.

Lokalbua har omsett for nesten 300 000 i år og har vore eit flott samarbeid mellom ca 15 ulike produsentar. Butikken får gode tilbakemeldingar og er viktig for reisemålsutviklinga. I tillegg er Lokalbua ein viktig arena for dei produsentane som er med, det er ein inkluderande arena og skapar ein arena for omsetjing av produkt dei lagar.

ORGANISERING, EVALUERING OG FØREBELS RESULTAT AV REISEMÅLSSATSINGA

Organiseringa av Turist 2025 (og i 2024) skjer i ein kombinasjon av samarbeid mellom avdelingane næring, teknisk og Opplev Fyresdal (100% eigd av Fyresdal Vekst).

Opplev Fyresdal blei stifta i 2024 med vedtektsfesta formål å gjere det enkelt å velje Fyresdal. Verksemda har hatt utviklings – og driftsansvar for reisemålsutviklinga i kommunen, inklusive pilotane Landsbyovernatting og Hamaren sommarkafé. Hamaren sommarkafé vore ein arena for lokale matprodusentar og ein HUB for heile turistvertskapet, næringshagen og turistinformasjon. I motsetning til 2024 då verksemda fekk 250 000 i oppstartsmidlar har drifta så langt i år ikkje motteke støtte frå kommunen eller anna verkemiddelapparat.

Omsetningstal Opplev Fyresdal

Hamaren sommarkafe	NOK, eks mva	
Periode	2 024	2 025
21 juni - 31 august	407 830	671 519
Juli	343 253	427 201
Heile året (opna juni 2024)	675 060	912 676

Landsbyovernatting	NOK, eks mva	
Periode	2 024	2 025
Mai - oktober (klare juli)	70 000	96 000

I tillegg har Opplev Fyresdal hatt omsetning på turistinformasjonen og noko uteståande på Landsbyovernatting / Lokalmat – finansiert frå Villreinordninga.

Førebels resultat for Opplev Fyresdal og prognoser for resten av året viser at drifta ser ut til å havne på omtrent null i resultat. Det er under føresetnad at ein får til ei fornuftig fordeling på lønnskostnader. På litt lengre sikt bør det leggjast meir kapital til verksemda for å sikre handlingsrom og utviklingskapital.

Turistvertskap

Vi er ikkje heilt i mål med intern evaluering av organisering og deling av ressurspoolen som Turistvertane har vore (vertskap, parkering, reinhald, vedlikehald, bibliotek og museumsguiding). Dette arbeidet ferdigstiller vi i løpet av november.

Det vi har erfart så langt er at Fyresdal kommune har blitt ein attraktiv plass å søke sommarjobb i. Arbeidsoppgåvene er varierte og ungdommen føler dei blir fylgt godt opp. Langt på veg så har ungdommane forma sin eigen arbeidsplass, forma tilbodet både i kafeen og sjølv leveransen av turistvertskapet. Det var ei god blanding av gutar og jenter med ulik bakgrunn og alder. Skiftplan, koordineringa og dagleg styring blei

Som ein del av vertskapsarbeidet har vi nytta verktøyet Motimate, dette verktøyet har og vore tilgjengeleg for næringslivet. Ansvar for innhald og opplæring i plattformen har vore hos kommunen. Løysinga har vore tilgjengeleg for næringslivet gjennom sommaren.

Vurdering:

Saka er vurdert ut frå strategi i Kommuneplanen sin samfunnsdel Fyresdal kommune 2023-2035; Strategi for Næring og arbeidsliv der Reismålsutvikling er nemnd spesifikk.

Moglegheitar rundt reismålsutvikling

- Auka attraktivitet for reismålet Fyresdal
- Auka attraktivitet for kommunen som arbeidsgivar
- Betre kontroll på data, både frå teljarverk men også omsetningsverktøy
- Reiselivet er viktig for anna næringsutvikling og hevar tilbodet i bygda. Tilgang på servering, faste opningstider og sikring av eit tilbod i skuldersesongen.
- Samarbeidet med Visit Telemark er veldig godt og gjer gode resultat. Med ny bookingløysing kan vi endeleg gjere meir kommersielt å drive fram opplevingsøkonomien i reismålet Fyresdal.
- Effektiv ressursbruk der vi deler på kostnadane og sikrar at ungdom får ei variert og lærerik sommarjobb dei har nytte av seinare i livet.

Utfordringar med reismålsutvikling

- Fyresdal manglar ein kommersiell primus motor, som vi ser i eksempelvis Vinje med Rauland Skisenter og Vrådal hotell i Vrådal.
- Vi er framleis ferske i reiselivet etter Tretoppvegen. Dette ser vi på generell kompetanse og profesjonalitet blant reiselivsaktørane. Mykje har blitt betre, men det er likevel ein veg å gå. Opplevingsøkonomien kring Hamaren og Tretoppvegen har eit uforløyst potensiale. Det same gjeld korleis dei andre tilboda framstår og marknadsfører seg.
- Lønnsamheit heng nødvendigvis ikkje saman med omsetningsvekst. Vi ser derfor at vi har veksesmerter i reiselivssatsinga. Dette gjer utslag i høge lønnskostnader grunna opplæring, ungdommen er nye og kort sesong og veldig svak skuldersesong.
- Opplev Fyresdal har tilgang på ressursar i høgsesongen gjennom vertskapet, resten av året er det ikkje midlar til dette.
- Vertskapet har drifta kafeen og mattilbodet utan å ha spesialkompetanse på dette. Det er gjort ein flott jobb men vi ser vi bør ha på plass ei betre spisskompetanse for å sikre betre marginbilde på kafedrifta. Drift utafor sesong er ikkje lønnsam men viktig for å styrke tilbodet for leigetakarar i Næringshagen og utvikling av ein framtidig HUB med utgangspunkt i Næringshagen.
- Turistvertskap - fyrste lønsslipp i bygda er ofte første steg mot å bli – eller kome att. Turistvertane og Opplev Fyresdal gjer arbeidsplass til kring 20-30 ungdommar og flyktningar. Ordninga med sommarjobbar for ungdom byggjer varig tilhøyrsløse, utvidar profesjonelle nettverk og synleggjer lokal karriereveg. Erfaringa frå liknande kommunar er at ungdom som jobbar i heimbygda i vidaregåande/ung alder oftare kjem tilbake etter studiar, fordi dei allereie har kontakt med arbeidsgivarar, kjenner arbeidsmarknaden og har positive

kvardagsminne knytte til staden. Tiltaket er difor eit av dei mest kostnadseffektive verktøya vi har for rekruttering og bustadsetjing av unge vaksne.

- Frå tradisjonell turistinformasjon –til besøkssenter og HUB for nye industrietableringar og tilflytting. Budsjett til turistinformasjonen bør revurderast slik at det tek høgde for at vi dei 3 seiste åra har hatt ei rivande utvikling på reiselivet, og at vi nå kan bli vertskap for ei eller fleire industrietableringar

For at ikkje reiselivet i Fyresdal skal stoppe opp må Fyresdal kommune fortsetje å ta eit stort ansvar for denne utviklinga. For å sikre forsvarleg drift må vi ha ei betre finansiering, tilføre arbeidskapital og utviklingskapital. Finansieringa bør fordelast på kommunens eigne avdelingar og Opplev Fyresdal som har det operative driftsansvaret for nokre av tilboda.

Tiltak for å sikre berekraftig utvikling av reisemålet

- Finansiering frå næringsfondet av årlege tiltak slik vi har sett i 2024 og 2025
- Driftstilskot til Opplev Fyresdal, tilsvarande praksis for Fyresdal Næringshage.
- Som tilskot til Opplev Fyresdal i 2025 krev ikkje Fyresdal kommune refusjon for lønsutgifter til drift av Hamaren sommarkafé av Opplev Fyresdal – dette utgjær omlag kr 400 000,- for heile sommarsesongen.

Konklusjon:

Reisemålsutviklinga er strategisk viktig for både innbyggjarar, besøkande og for øvrig næringsutvikling i Fyresdal. Det å sørge for at Fyresdal har eit godt tilbod til dei som både bur og besøker bygda er viktig og blir viktig i tida framover når vi kan bli vertskap for ei større datasenteretablering.

Pilotprosjekta som er sett i gang viser potensiale for gode ringverknadar både økonomisk, omdømme-messig og lagar gode møteplassar i bygda. Opplev Fyresdal er ein viktig katalysator som samlar data og erfaring, og kan skalere konsept i samarbeid med ressursar i kommunen.

Slik Landsbyovernatting og Hamaren Sommarkafe er organisert får privatpersonar moglegheit til å ta del i verdiskapinga i reiselivet.

Reiselivet og måten det har vore organisert på dei to seiste åra har gitt ungdom ein ny arena å ta del i arbeidslivet på – og kan bidra til at vi beheld fleire og / eller at dei kjem tilbake etter utdanning.

Både landsbyovernatting, turistinformasjon og drift i kafeen må justerast for å sikre betre økonomi på sikt, men gjer ein grep som redusere veksesmertene er dette mogleg.

Kommunedirektøren ynskjer og meiner det er nødvendig å satse vidare på reisemålsutvikling og fortsette det nyskapande og strategiske arbeidet som er gjort i regi av kommunen og Opplev Fyresdal AS. "

Innstilling frå kommunedirektøren:

- 1) Kommunedirektøren fremmer årleg ei sak til kommunestyret om omfanget av årets tiltak, slik vi har sett i 2024 og 2025. Tiltaka finansierast frå næringsfondet.
- 2) Kommunestyret ber formannskapet om å innarbeide eit årleg driftstilskot i budsjett frå og med 2026 til Opplev Fyresdal på kr 500 000. Driftstilskotet kjem i tillegg til det årlege tilskotet til drift av turistinformasjon på kr 100 000.
- 3) Som tilskot til Opplev Fyresdal i 2025 krev ikkje Fyresdal kommune refusjon for lønsutgifter til drift av Hamaren sommarkafé av Opplev Fyresdal

Ulf Pedersen	
Kommunedirektør	Gerd Straume
	næringssjef