



Saksframlegg

Stads - og reiselivsutvikling 2026 - tiltak

Utval	Utvalssak	Møtedato
Kommunestyret	6/26	19.02.2026

Endeleg vedtaksrett i saka har: Kommunestyret

Dokument i saka:

Bakgrunn for saka:

Denne saka tek føre seg korleis vi bør arbeide med stadsutvikling og reisemål framover og konkrete tiltak i tillegg til oppsummering av fjorårets sesong.

Sammenhengen mellom reiseliv og stadsutvikling

Fyresdal står framfor ei av dei største industrietableringane i moderne tid i Vest-Telemark. Etableringa er av ein slik skala at den kan bli eit internasjonalt føregangsprosjekt for distriktsutvikling, der kombinasjonen av tilgang til naturressursar, lokalsamfunn og ny industri viser ein ny modell for vekst. Ei av dei viktigaste utfordringane blir å gjere Fyresdal til ein attraktivt plass å flytte til for dei om lag 200 nye arbeidsplassane som kjem i tilknytning datasenteret. Bustad og jobb er ein grunnmur, men forskning viser at varig tilflytting i stor grad blir avgjort av stadskvalitet, livskvalitet og sosial integrering, altså bu- og bli-lyst.

Reiseliv er ikkje berre ei næring – men og eit verktøy for å utvikle stader slik at dei blir **meir levande, funksjonelle og interessante**. Det som gjer ein stad attraktiv å besøke (identitet, opplevingar, møteplassar, vertskap, arrangement, naturtilrettelegging, servering og kultur) er mykje av det same som gjer ein stad attraktiv å bu i.

- Tretoppvegen var starten på ei ny fase i reiselivet i Fyresdal
- Datasenteretablering er starten på ein ny samfunnsstruktur
- Kombinasjonen kan bli ein ny distriktsmodell

Reiselivets rolle i utbyggingsfasen

Reiselivet i Fyresdal og Vest-Telemark vil i åra framover spele ei viktig rolle både i samband med industriutbygginga og i den langsiktige samfunnsutviklinga. Under

utbyggingsfasen kan reiselivet bidra som ein del av leverandørgrunnlaget gjennom overnatting, servering, opplevingar og vertskap for arbeidrarar, leverandørar og internasjonale besøk. Utbygginga vil bidra til å gjere skuldersesongane meir lønnsame for dei aktørane som tek moglegheiten.

Reiseliv er del av total samfunnsberedskap

Reiselivet er òg ein viktig del av den samla samfunnsberedskapen i Fyresdal. Gjennom lokal produksjon, overnattingskapasitet og servering bidreg reiselivet til styrkt matsikkerheit og lokal forsyningsevne, medan reiselivsaktørar med si rolle i vertskap og informasjonsformidling er viktige kanalar for kommunikasjon til tilreisande og besøkande ved uønskte hendingar. Samla sett gjer dette reiselivet til ein sentral samarbeidspartnar i arbeidet med å bygge ein robust og framtidsretta beredskap i Fyresdal.

Evaluering og innsikt frå 2025

Besøktal 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	2 290	2 583	5 554
Nov	532	715	643
Des	759	506	461
Totalt (just)	45 843	59 069	65 258

Endring i besøktal – 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 (Næringsshagen).
- Slutten av august, september og oktober har blitt påverka av stengt veg over Våmur

Parkeringsinntekter

Inntekter på parkering i 2025 blei 946 800. I tillegg er det kome inn 43 050 kroner frå frivillig Vipps donasjon i Tretoppvegen. Dette er nesten på linje med fjoråret – trass i 12 000 færre besøkande. Skilta blei fjerna etter pålegg frå Statens vegvesten 1 desember.

I 2024 og 2025 har vi praktisert frivillig parkeringsavgift, etter pålegg frå Statens Vegvesen endrar vi skilta slik at det i endå større grad kjem fram at parkeringsavgifta er frivillig. Sommaren 2026 vil vise korleis dette slår ut i inntekter i forbindelse med parkering. Formannskapet vedtok i oktober 25 (2025/929) at vi fortsett med frivillig parkeringsavgift.

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 2025 og har vore eit flott samarbeid mellom ca 15 ulike produsentar. Butikken får svært 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. Dette er eit svært godt folkehelseiltak og reisemålstiltak i Folkestadbyen.

Lokalbua har fått ekstern finansiering både i 2024 og 2025.

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	960 459

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

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 «ryggrad» 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 særskild god avkastning på marknadsføringa.

Visit Telemark har etablert samarbeid med bookingplattforma GoToHub, ei plattform som er basert på integrasjonar, kundereise og brukervennlighet. Gjennom denne plattformen blir Telemark bookbar og vi endeleg moglegheit til å gjere bygda vår bookbar på andre plattformer enn telefon, sms og facebook innlegg. Slik det er no er ikkje aktørane flinke nok til å marknadsføre seg. Utan Visit Fyresdal og SoMe kanalane i regi av kommunen er det ikkje lett å finne ut av tilbodet i Fyresdal dersom ein besøker kommunen for fyrste gong.

Turistvertskapet

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 sjølve leveransen av turistvertskapet. Det var ei god blanding av gutar og jenter med ulik bakgrunn og alder.

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

Moglegheitar

Investeringane som er gjorde i kjølvatnet av Tretoppvegen og Hamaren aktivitetspark representerer starten på ei ny opplevings- og stadskvalitetsutvikling i Fyresdal. Den komande datasenteretableringa markerer samstundes starten på ei ny industriell og samfunnsøkonomisk utvikling. I kombinasjon gir dette Fyresdal eit unikt utgangspunkt for å utvikle ein ny distriktsmodell, der høgteknologisk industri og naturbasert livskvalitet verkar saman. I dette biletet blir vidare utvikling av reiselivet ikkje berre ei

næringsssatsing, men ein strategisk del av samfunnsbygginga – knytt til rekruttering, tilflytting, attraktivitet, beredskap og lokal verdiskaping.

Reiselivet er viktig for anna næringsutvikling og hevar tilbodet i bygda. Tilgang på servering, faste opningstider og sikring av eit tilbod i skuldersesongen og til behovet som melder seg i kjølevatnet av utbygginga.

Samarbeidet med Visit Telemark er veldig godt og gjer gode resultat, både på innhaldsproduksjon og digital marknadsføring. Vi må fortsetje marknadsføringa Fyresdal for å behalde attraktiviteten og besøkstala i forbindelse med Hamaren og Tretoppvegen. Vidare, med den digitale løysinga «GoToHub» vil vi endeleg ha tilgang til eit verktøy som gjer produkta meir tilgjengelege og bookbare.

Turistvertskap - fyrste lønsslipp i bygda er ofte første steg mot å bli – eller kome heim att. 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.

Utfordringar

Fyresdal manglar ein kommersiell primus motor, som vi ser i eksempelvis Vinje med Rauland Skisenter og Vrådal hotell i Vrådal. Vi ser allereie no at nokre aktørar slit med kapasitet og skalerbarhet, både i relasjon til utbygging og generell auke i antall besøkande til Fyresdal.

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.

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 og blir viktig i tida framover når vi er vertskap for ei større datasenteretablering.

Tiltak for 2026

Reiselivet kan bli eit av dei viktigaste verktøya Fyresdal har for å vinne konkurransen om arbeidskrafta, fordi konkurransen ikkje berre handlar om jobb og løn, men om livskvalitet, stad og kvardagsliv. For å lykkast i konkurransen med andre datasenterkommunar må Fyresdal utvikle ein tydeleg identitet og finne ei lokal nerve, forankra både i kulturarv og næringshistorie.

I tillegg til større strukturelle satsingar som hotelletablering, friluftsbad og dagsturhytte, er det viktig å prioritere følgjande tiltak og initiativ:

- Vidare styrkje marknadsføring og digitalisering av eksisterande og nye tilbod, mellom anna gjennom samarbeidet med Visit Telemark og bruk av løysingar som GoToHub.

- Vidareutvikle opplevings- og verdiskapingspotensialet rundt Hamaren og Tretoppvegen, mellom anna gjennom vurdering av heilårsdrift og tilrettelegging som til dømes belysning.
- Synleggjere og aktivt bruke lokal kultur- og næringshistorie i utviklinga av Folkestadbyen og utbygginga av Århusjordet.
- Vidareutvikle Lokalbu(a) som eit sentralt element i reisemålet og som inkluderingsarena for lokale produsentar og verdikjeder.
- Støtte, koordinere og bidra til å skalere aktivitetar som styrkjer sentrumsutvikling og lokal møteplassfunksjon, til dømes Bygdedagen, konsertar og andre arrangement.
- Auke bruk og synleggjering av lokalmat som ein naturleg del av opplevings- og reisemålsprofilen til Fyresdal.

Gjennom desse tiltaka ønskjer kommunen å styrkje livskvaliteten for eigne innbyggjarar, sikre talet på besøkande, både turistar og arbeidsrelatert trafikk knytt til datasenterutbygginga, og på sikt leggje til rette for ei god mottaking og integrering av nye innbyggjarar og familiar.

Økonomi:

For å klare å oppretthalde fokuset og satsinga på stadsutvikling og turisme i 2026 er det nødvendig å sette av økonomi til utvikling av eksisterande tiltak, take vare på innbyggjarinitiativ som kjem og marknadsføring av disse. Det bør derfor settast av kroner 450 000 frå næringsfondet til disse føremåla. Det vil bli jobba med å søke ekstern finansiering for tiltak for å redusere den kommunale kostnaden.

Drift av sommarkafeen kjem i tillegg til dette. Det er Opplev Fyresdal AS som drifrar sommarkafeen. Erfaring frå 2024 og 2025 visar at det er vanskeleg å få ei drift med overskot. Drifta i 2026 vil basere seg på erfaringane frå 2024 og 2025. Det betyr i praksis at ein må skalere ned drifta noko. I 2025 blei det negative resultatet til sommarkafeen finansiera med mindreforbruk i stab og økonomi. For 2026 vil Opplev Fyresdal AS søke om finansiering frå morselskapet Fyresdal Vekst AS for å ha trygg økonomi til årets drift. Dersom dei ikkje får eit slik tilskot er alternativet å leggje ned sommarkafeen. Kommunestyret vil få ei orientering om resultatet av handsaming av ein slik søknad, når styret i Fyresdal Vekst AS har gjort dette.

Konklusjon:

Kommunen bør fortsetje å ta ei tydeleg rolle som strategisk utviklar, tilretteleggjar og samordnar av reiselivssatsinga i Fyresdal. Med eit fragmentert reiseliv utan ein stor kommersiell motor, vil kommunen vere avgjerande for å samle aktørar, byggje kompetanse, utvikle datagrunnlag og sikre heilårige tilbod som styrkar både besøksnæring, stadskvalitet og tilflytting.

Kommunen bør vidare bidra til profesjonalisering av opplevingsøkonomien rundt Hamaren og Tretoppvegen, styrkje samarbeidet med Visit Telemark og leggje til rette for kommersiell utvikling gjennom felles system for booking, data og marknadsarbeid. Samstundes bør kommunen sjå reiselivet som ein del av samfunnsutviklinga, der tiltak som turistvertskap, sommarjobbar for ungdom og samarbeid mellom reiseliv og anna næringsliv bidreg til tilhøyrslø, kompetansebygging og langsiktig rekruttering. I lys av den komande industriutbygginga vil ei slik rolle vere avgjerande for å sikre at auka aktivitet gir varig verdiskaping, fleire heilårsarbeidsplassar og auka attraktivitet for busetjing i Fyresdal.

Kommunedirektøren ynskjer og meiner det er nødvendig å satse vidare på stads – og reisemålsutvikling og fortsette det nyskapande og strategiske arbeidet som er gjort i regi av kommunen.

Det bør derfor settast av midlar frå næringsfondet for utvikling og marknadsføring av stads og turismesatsinga for 2026.

Søknad om finansiering til sommarkafeen vil bli sendt til Fyresdal Vekst AS for å sikre drifta i 2026. Dersom ein ikkje får til finansiering vil kommunedirektøren kome tilbake med ei sak om konsekvensane av dette.

Innstilling frå kommunedirektøren:

Fyresdal kommune skal vidareføre og styrkje si rolle som strategisk næringsutviklar, tilretteleggjar og samordnar av reiselivssatsinga, som ein del av arbeidet med attraktivitet, rekruttering og berekraftig samfunnsutvikling i møte med komande industrietablering.

Kommunestyret gjev for 2026 ei bevilling på kroner 450 000 frå næringsfondet til utvikling og marknadsføring av årets stads- og turismesatsing.

Det vil bli jobba med å søke ekstern finansiering for tiltak for å redusere den kommunale kostnaden.

Ulf Pedersen	
Kommunedirektør	Gerd Straume
	næringssjef