



2016 -2022

HEMSEDAL KOMMUNE



Strategisk
næringsplan

Vedtekten

18.6.2015

K-sak 27/15

INNHALD

INNHALD	2
1 BAKGRUNN	4
1.1 Mål for Hemsedal	5
1.2 Strategiske næringar, mål og tiltak	5
2 UTFORDRINGER OG MOGLEIGHET FOR REISELIVET	5
2.1 Mål og ansvar for reiseliv	7
2.2 Tiltaksplan reiseliv	7
3 LANDBRUK (jord-, skog,- utmark,- og tilleggsnæring på gard)	10
3.1 Utfordringar og moglegheit for landbruket	10
3.2 Mål og ynskt utvikling for landbruket	11
3.3 Tiltaksplan landbruk	12
3.4 Utfordringar og moglegheit for andre næringar	15
3.5 Mål og ansvar – «andre næringar»	16
3.6 Tiltaksplan «andre næringar»	16
4 KULTUR OG SAMFUNN	18
4.1 Utfordringar og moglegheit for kultur og samfunn	18
4.2 Mål og ansvar for kultur og samfunn	20
4.3 Tiltaksplan kultur og samfunn	21
5 Hovudsatsningsområder i handlingsplanen Det vil årleg bli lagt opp til ein rullerende handlingsplan med prioriteringar i samarbeid med næringen, organisasjonar og kommunen.	23
AREALPOLITIKK FOR SENER I NÆRING OG FRITID I HEMSEDAL	26
6 FORORD	26
7 SENTRALE BEGREP KNYTTA OPP MOT AREALFORVALTNING	27
8 NOSITUASJON HEMSEDAL KOMMUNE	28
9 RAPPORT «AREALPOLITIKK FOR VARME OG KALDE SENER PÅ REISEMÅL» V/ ASPLAN VIAK 29	
10 RINGVERKNADER AV SENER I NÆRING KONTRA FRITID	31
10.1 Definisjon av kjerneområde	33
10.2 Kva er «kritisk mengde» næringssener innan kjerneområdet ?	34
11 MARKNADSVURDERING AV KJERNEOMRÅDET	36
11.1 Kvalitetar i kjerneområdet - føringar for SWOT- analyse	36
11.2 SWOT sone 1 – Fjellandsbyen og områdeplan Holdebakken	38

11.3	SWOT sone 2 og 3 – Totteskogen og deler av Trøym sør	39
11.4	SWOT sone 4 – Trøym sentrum	40
11.5	SWOT sone 5 – Storelia I-II, Skarsnuten/ Veslestølen, Sjøstadfeltet og Tinden	41
11.6	SWOT sone 6 – Røggjelia	42
11.7	Oppsummering arealsonering av kjerneområdet Hemsedal.....	43
12	AREALPOLITIKK UTANFOR KJERNEOMRÅDA	44
12.1	Tuv og Ulsåk	44
12.2	Området Solheisen.....	45
12.3	Andre turistverksemdar og næringsareal for turistverksemd	45
13	PRESEISERING AV KOMMUNEPLANEN	46
13.1	Utbyggingsavtaler – ein mogelegheit for gjennomføring	46
13.2	Endring av planskildringa til kommuneplanen.....	48

1 BAKGRUNN

Hemsedal kommune ynskjer å vere ein føregangs kommune innan verdiskapning og næringsutvikling der formålet er å utvikle framtidsretta og bærekraftig entreprenørskap som skal gje grobunn for nettverk og klynger samt auke destinasjonens attraktivitet.

Ein strategiske næringsplan avklarar kva for mål, tiltak og ansvar kommunen som verksemd og næringsliv har i høve næringsutvikling. Næringsplanen skal vere ein temaplan (retningsgjevande) som bygger på kommunestyret sin visjon; Ta vare på Hemsedal – vekst og utvikling bygd på natur, kultur og livskvalitet samt Hemsedal turisttrafikkklags visjon :Hemsedal - Skandinavias ledande ski- og fjelldestinasjon! Fjellbygda for alpine opplevingar.

Kommunen kan gjennom si rolle som samfunnsforvaltar bidra til at verksemdene sine tilsette trivast i bygda, opplever gode bu- og oppvekstmiljø med tilgang på barnehageplassar og kulturtilbod. Manglar dette vil grunnlag for nyetableringar, eller vidare vekst i etablerte verksemdar bremse opp. Ei verksemd vil også få problem med å rekruttere kompetanse, eller halde på kompetanse om ikkje bygda samla har eit komplementært tenestetilbod. Med andre ord, eit samspel mellom kommune og næringsliv er avgjerande for betre lønnsemd og utvikling i næringslivet.



Modellen over er basert på at regionen har ei attraktivitet og framtidig evne til vekst som ein kan forstå som resultatet av fire gjensidig forsterkande element;

- kvalitet på bustad
- tilbodet på arbeid
- næringsstruktur og
- kunnskapsmiljø.

Til saman utgjør desse faktorane det vi kallar BANK-modellen (Menon). Lykkes ein med å skape eit sterkt kunnskapsmiljø, vil det styrke mogleghetene for å trekke til seg verksemdar som har behov for kunnskap, noko som aukar attraktiviteten for menneskje som har kompetansen som bedriftene etterspør. Vekst i befolkninga vil føre til at butikk-, service- og kultur tilbod i regionen vert utvida, noko som styrker attraktiviteten på bustaden. Det å oppnå ein kritisk masse er sentralt for å løyse ut ei positiv spiral. Med kritisk masse meiner ein at det må være en viss etterspurnad etter eit produkt eller ein teneste før denne vert tilbyd. Det kan vera litt ulikt kva som er utløysande for den enkelte næring. Gjennom bruk av BANK-modellen kan me identifisere utfordringar knytt til de fire faktorane og drøfte kva overordna strategi som ein kan følgje for å løyse utfordringane.

1.1 Mål for Hemsedal

Hemsedal er staden der fjellfolk møtes – ein attraktiv kommune å etablere og drive verksemd i.

1.2 Strategiske næringer, mål og tiltak

Kommunen har definert reiseliv, landbruk, «andre næringer», kultur og samfunn som fokusområder med eigne mål og skildring av tiltak. I val av mål/ delmål er det i hovudsak lagt vekt på mål som kan påverkast slik at resultat/ effekten vert målbar i kommande periode. Valte mål, strategiar og tiltak skal bidra til resultat. Måla er ikkje meint å vere uttømmande. I eit lengre perspektiv er vel heller ikkje det det viktigaste, men måla er valt fordi dei skal vere konkrete, og fordi dei lar seg realisere i kommande periode innan fornuftige økonomiske rammar. Føremålet er å ha eit retningsgjevande næringsarbeid (kommune og næringsliv) i kommunen.

2 UTFORDRINGER OG MOGLEIGHET FOR REISELIVET

Reiselivsnæringa i Hemsedal er den største hovudnæringa i bygda der spesielt vinterbaserte aktivitetar og opplevingar står for den største verdiskapinga, jfr. kjelde TØI. Hemsedal Skiheiser har vore, og er eit fundament for utviklinga bygda har opplevd dei siste 50 åra.

Reiselivsnæringa består av fleire komplementære bransjar – overnatting, servering, transport, formidling og attraksjonar/opplevingar. Det som bind desse bransjane saman er fellesskap i marknaden. Saman leverer dei eit meir eller mindre komplett reiselivstilbod til marknaden. Marknaden delast gjerne i to med grunnleggjande forskjellar på det internasjonale og den lokale marknaden. Den lokale marknaden består av lokalbefolkninga, yrkesreisande og lokale kurs/konferansegjester, altså ein marknad som er skjerma frå internasjonal konkurranse. Den andre marknaden er den som er utsett for internasjonal konkurranse. Dette er den delen av næringa som konkurrerer med internasjonale marknader om både norske og utanlandske turistar.

I Hemsedal er om lag 50% av turistane utlendingar. Marknaden vert påverka av finansielle tilhøve i verda, men også det faktum at Noreg er eit høgkostland. Generelt veit ein at reiselivet er svært arbeidsintensivt, noko som inneber at ein stor del av inntekta går til å betale lønningar. I tillegg er det ei utfordring at næringa tapar i kampen om talenta fordi lønnsnivået og mogelegheitene for karriere er for dårlege. Undersøkingar, jfr. Menon viser at ein ikkje har høve til å auke lønningane fordi ein allereie har for høge kostnader, og om ein reduserer lønningane får ein gjerne lågare kompetanse, og dermed lågare kvalitet og mindre mogelegheit til å ta ut høgare priser.

Mykje av bygda sin reiselivsbaserte infrastruktur er basert på ein marknad som etterspør vinteraktivitetar. Bygda opplever store svingingar i sysselsetting (ca. 500 sesongtilsette i vinterhalvåret) mellom vinter og sumar. Fleire verksemdar legg ned verksemda i skuldersesongane/ deler av sommaren og permitterer tilsette med dertil turnover og gjennomtrekk. Lønsemda vert pressa sidan realkapitalen vert forrenta av ein marknad som etterspør tilbod i berre deler av året.

Reiselivet treng å utvikle fleire heilårsaktiviteter, høgare kvalitet på overnattingstilbodet,

arrangement og tilbud som både aukar lønsemda og skapar heilårsarbeidsplassar. Kommunen treng fleire fyrtårn som er mindre avhengig av finansielle konjunkturar, sesong, klima og ver tilhøve.

Hemsedal er kjent for sitt vakre natur- og kulturlandskap. Strategisk plassering mellom aust og vest, samt Hemsedal sin alpine natur vil også i framtida trekke folk til bygda, anten som turistar eller vegfarande. Ein føresetnad for gjennkjøp er at bygda framleis kan opplevast som ei perle i Europa. Kvar Hemsedøl må ta vertskapsrolla på ansvar, og syte for at miljøet kan opplevast både urørt og velpleid. Estetiske og visuelle opplevingar slik som byggjeskikk, universell utforming, skilting, eller søppel/ skrot (stygt/pent) er noko som påverkar alle som kjem til bygda. Næringa sine tilsette spesielt, men også kvar og ein av oss er ambassadørar som skal ha fokus på gjestfridom. Summen av desse faktorane påverkar korleis omdømme Hemsedal vil få i framtida.

Reiselivsnæringa er ei arealkrevjande næring som nyttar utmarksareal, eller treng areal for spesielle opplevingar. Dette utfordrar kommunen si arealforvaltning i høve viktige «interesseavvegingar» mellom friluftsliv, landbruks- og reiselivsnæringa. I framtidig arealpolitikk er det viktig å sikre areal for opplevingsbaserte aktiviteter gjennom eit tett samarbeid mellom grunneigar, reiselivsnæring og offentleg forvaltning. Utbyggingspolitikken må både vere marknadsretta i form av å sikre sengekapasitet der marknaden er, men også balanserast for å unngå overetablering. Grunnlaget for «landbruksbaserte» utleigesenger i grendene må stimulerast ved at også aktivitetstilbod vert tilrettelagt perifert.

Kommunen sin utbyggingspolitikk må vere tufta på kommunen si reelle økonomiske løfteevne. Næringa sitt mål om 1 000 000 kommersielle gjestedøgn innan 2020 føresett ein auka bruk av eksisterande senger om ein skal betre lønnsemda. Det vil også innebære investeringar i nye einingar. Kommunen står overfor store investeringar i vatn og avlaup, men også samferdselsmessige utfordringar. Dette føresett at ei samla næring må ta ansvar og forstå samanhengen mellom eigeninteresse og fellesskapet sine behov. Gjennom utbyggingsavtaler må næringa ta del i finansiering av tiltak/ fellesgodar som alle er avhengig av. Det er viktig at rekkjefølgjeføresegner i lokale arealplanar er praktiske, gjennomførbare og vert basert på fakta.

Ein ny gjennomgang av kommunen si varmsengspolitikkk syner at kommunen i større grad må reindyrke ABC- modellen, kjelde «Arealpolitikk for «varme og kalde senger» på reisemål 2013 v/ Asplan Viak AS. Kommersielle senger må leggest der verdien av ulike attraksjons- og servicetilbod er størst (A- områder). Det vert vist til eige avsnitt under kapittel samfunn og kultur, og eige vedlegg til næringsplan, «Arealpolitikk for senger i næring og fritid i Hemsedal».

2.1 Mål og ansvar for reiseliv

Mål	Næringa sitt ansvar	Kommunen sitt ansvar
5 % auke i lønnsemda	Kompetanseutvikling skal styrke innovasjons- og produktutviklingsprosessar. Leiar- og kompetanseutvikl. hjå tilsette (Eks. VRI, Benkasam og Kunnig m.m.).	Støtte opp om kompetanseutvikling i næringa, m.t.p. finansiering, og nettverk. Avklare ein evt. framtidig etablering av Norges Friluftshøgskule .
	Vidareutvikle mangfall av aktiviteter, arrangement og fyrtårn som gjer Hemsedal til ein meir robust destinasjonen (badeanlegg, skitunnel/-heilårs langrennstilbod, gondol, aktivitetsanlegg m.m)	Tett samarbeid frå plan til handling. Gjennom økonomiplanen øyremærke midlar til reiselivsbasert infrastruktur med stor samfunnsnytte (fellesgodar). Revitalisere arbeidsgruppa for nytt badeanlegg.
	Vidareutvikle fysiske miljøkvalitetar i Trøym sentrum som appellerer til stopp og handel (grøntareal, sittebenker, aktivitetsanlegg for born/ungdom, elva som ressurs, bruer etc.)	Utvikle gode nettverk som bidreg til samarbeid mtp finansiering av fellesgodar. Vere ein døropnar for statlege midlar som kan støtte opp om lokale prosessar og prosjekt.
	Styrke merkevara Hemsedal både visuelt, kulturelt og mentalt	«Gjennomføre» nye skilt- og reklamevedtekter
Ei arealforvaltning som er tilpassa næringa si økonomisk løfteevne	Prioritere og finansiere nødvendig reiselivsbasert infrastruktur og fellesgodar som bygda er avhengig av.	Legge til rette for realistiske og gode planprosesser der prioritering av kommunaltekniske infrastruktur og reiselivsutvikling vert tydeleggjort
		Kommunen si økonomiplan må verte eit tydelegere styringsreiskap i høve vidare realistisk reiselivsutvikling og meir aktivt sette krav om bruk av utbyggingsavtaler

2.2 Tiltaksplan reiseliv

Hovudsatsingsområde	5 % auke i lønnsemda
Tiltak	A
Namn på tiltaket	Kompetanse og leiarutvikling i reiselivet

Bakgrunn: For å møte aukande konkurranse i reiselivet må nyskappingsaktivitetar stimulerast. Ei føresetnad for auka innovasjonskraft og evne til omstilling er kunnskap og kompetanse. HTTL si satsing på kompetansefremjande tiltak i næringa (døme VRI- prosjektet) må vidareførast. I tillegg arbeidar kommunen med og avklare moglegheita for ein bachelor grad innan friluftslivslivsliv/reiseliv «Entreprenør i naturbasert reiseliv» innan 2016, i nær samhandling med reiselivet.

Formål: Kompetanse gir omstillingsevne, skaparkraft, og forståing av kva som gir gjennkjøp (vertskap).

Innhald: Næringa skal vidareføre VRI- prosjektet med fokus på leiarutvikling og dei tilsette. Årleg skal det arrangerast felles studieturar til andre destinasjonar m.o.t. «best praktise», og erfaringsoverføring.

Ansvar: Hemsedal Turisttrafikklag (HTTL)

Framdrift: Årleg

Kostnad/ Finansiering: Over drift. Vertskapsavtala mellom HTTL og Hemsedal kommune

Hovudsatsingsområde	5% auke i lønnsemda
Tiltak	B
Namn på tiltaket	Reiselivsbasert infrastruktur – Fyrtårn

Bakgrunn: Hemsedal treng fleire aktivitetsfyrtårn som supplement til skiheisen. Fleire aktiviteter styrker bygda som heilårsdestinasjon, vil auke beleggsprosenten, samt gjere Hemsedal meir attraktiv som bukommune.

Formål: Samarbeid om utvalte aktivitetsfyrtårn til fremje for eit samla reiseliv og samfunn.

Innhald: Næringslivet og kommunen skal gjennom felles prosesser jobbe for realisering av skitunell Tinden, Gondol «oppfart» frå sentrum, aktivitetspark, rulleskiløype og etablering av eit bade/- spa og aktivitetsanlegg i aksen Trøim sentrum - Holdebakken. Hemsedal kommune vil gjennom prosjekt av samfunnsøkonomisk betydning for bygda vurdere å ta i bruk aktiv arealpolitikk for å gi stønad til samfunnsviktege prosjekt.

Ansvar: Næringslivet, HTTL og Hemsedal kommune

Framdrift: 2016 nedsette 1-3 felles grupper – jobbe med nettverk, konseptutvikling og finansiering

Kostnad/ Finansiering: Over drift i verksemd og Hemsedal kommune. Prosjektmidlar IN, BFK

Hovudsatsingsområde	5% auke i lønnsemda
Tiltak	C
Namn på tiltaket	Hemsedal – Noregs arrangementskommune

Bakgrunn: I deler av året er reiselivsbygda Hemsedal i dvale. Fleire tilbod av aktiviteter aukar beleggs- % og fremjar heilårsarbeidsplassar. Infrastruktur, overnattingskapasitet og gjestfridommen må nyttast betre.

Formål: Arrangement betrar økonomi, verkty for merkevarebygging, kan fremje bulyst og kulturliv.

Innhald: HTTL sitt arbeid med felles arrangementskonsept må stimulerast. Felles arrangementsplanlegging er viktig for å få best utnytting av marknadsføring, samarbeid, og infrastruktur (overnatting, transport, bruk av kulturformidlarar etc).

Ansvar: Hemsedal Turisttrafikk (HTTL)

Framdrift: Årleg

Kostnad/ Finansiering: Over drift i verksemd. Vertskapsavtala mellom HTTL og Hemsedal kommune

Hovudsatsingsområde	5% auke i lønnsemda
Tiltak	D
Namn på tiltaket	Miljø og visuell opplevingskvalitet

Bakgrunn: Hemsedal sin attraksjonskraft er og avhengig av at menneskjeskapte miljøgodar står fram som estetiske glansbilete. Utforming av tettstadane, fargeval, byggjeskikk, og grad av universell utforming må appellere til stopp og pirre nysgjerrigheita. Sentruma har eit stort forbettringspotensial kva gjeld estetikk, der elva som ressurs er dårleg utnytta. Ein bør sjå på mogeligheita for å leggja til rette for sentrumsnære vandrestiar/sykelstiar langs Hemsila og vandrestiar langs Trøimsåni. Fleire gangbruer (øyhopping) som opnar opp og gjer elva tilgjengeleg. Sentrumsnær treningsløype. Preparerte lanngrensløyper gjennom sentrum med tydeleg skilting. Vidareutvikle aktivitetar for barn & unge i området ved sentrumsstranda.(Rampa) Ein viser og til «Sti og løypeplanen» som ble vedtatt 8.10.2014 som ein temaplan for Hemsedal kommune med ein eigen handlingsdel for vedlikehald og opparbeiding av stiar.

Formål: Fremje miljø- og visuell opplevingskvalitet

Innhald: Næringa og kommunen skal i fellesskap fremje fysiske miljøtiltak, herunder leggje til rette for øyhopping og vidareutvikle friområder i Trøym sentrum, følgje opp nye skilt- og reklamevedteker.

Ansvar: Hemsedal Turisttrafikk (HTTL), Hemsedal Næringsforeninga og kommunen

Framdrift: Årleg vurdering

Kostnad/ Finansiering: Over drift i verksemd og prosjektmidlar.

Hovudsatsingsområde	5% auke i lønnsemda
Tiltak	E
Namn på tiltaket	Ski- og fjellopplevingar

Bakgrunn: I tillegg til å vidareutvikle Hemsedal si posisjon som Norges beste og mest populære destinasjon skal Hemsedal vidareutvikle Hemsedal sin posisjon som Norges og Skandinavias beste og mest populære stad for vandring/fiske/sykling i fjellet . Dette skal skje gjennom å levere fjellopplevingar du lengtar tilbake til. Fortsatt utvikling av «Topp 20» og «lågterskel tilbod for vandregjestene» . ,

Formål: Aktivitetar betrar økonomi og trekkjer fleire turistar til Hemsedal, verkty for merkevarebygging, kan fremje bulyst og kulturliv.

Innhald: HTTL sitt arbeid med satsing på Ski – og fjellopplevingar må stimulerast. Eit breidt utbud av aktivitetar sommar som vinter er viktig for å få best utnytting av marknadsføring, samarbeid, og infrastruktur (overnatting, transport, bruk av kulturformidlarar etc).

Ansvar: Hemsedal Turisttrafikklag (HTTL) og Hemsedal kommune

Framdrift: Årleg

Kostnad/ Finansiering: Over drift i verksemd. Vertskapsavtala mellom HTTL og Hemsedal kommune

Hovudsatsingsområde	5% auke i lønnsemda
Tiltak	F
Namn på tiltaket	Kulturformidling og tilrettelegging

Bakgrunn: Hemsedal har ei unik kulturhistorie å vise til med rike forminner og spennande historier frå folketrua. Eit av konkurransefortrinna til Hemsedal kan vere å formidle desse ekte historiene til gjester frå inn og utland. Stølsnatt/Seternatt kan og vere eit forslag på eit konsept som kan synliggjera vår unike kultur å gi eit breiare tilbod med tanke på overnatting. Ein utstilling med bileta frå Hemsedal sin skihistorie eller «Skjult i Hallingdal» med turar til ulike stader i Hemsedal som har ein unik historie og fortelje kan være andre døme.

Formål: Kulturtilbod byggjer oppunder vår eigenart, betrar økonomien, verkty for merkevarebygging, kan fremje bulyst og kulturliv.

Innhald: «Skjult i Hallingdal» bør stimulerast. Det å byggje oppunder vår kulturarv og gjere dette tilgjengeleg for eit breidt publikum er viktig. Kulturstiar, stølsnatt er andre prosjekt HTTL kan arbeide med.

Ansvar: Hemsedal Turisttrafikklag i samarbeid med lag og organisasjonar

Framdrift: Årleg

Kostnad/ Finansiering: Over drift i verksemd. Vertskapsavtala mellom HTTL og Hemsedal kommune

Hovudsatsingsområde	Realistisk og gjennomførbar arealforvaltning
Tiltak	G
Namn på tiltaket	Arealplan og økonomi – hand i hand

Bakgrunn: Overordna arealplanlegginga må vere tufta på næringa si reelle økonomiske løfteevne. Arealformåla må sikre nødvendig arealbehov for næringa på ein måte som er realistisk og underbygger Hemsedal kommune sin visjon.

Formål: Marknads- og samfunnsanalysar som grunnlag for ønskja samfunnsplanlegging.

Innhald: Jfr. sluttrapport «Arealpolitikk varme og kalde senger», revidere samfunnsplanen.

Ansvar: Hemsedal kommune

Framdrift: 2016-2022

Kostnad/ Finansiering: Over drift i verksemd.

3 LANDBRUK (jord-, skog,- utmark,- og tilleggsnæring på gard)

3.1 Utfordringar og moglegheit for landbruket

Den viktigaste oppgåva til landbruket er å produsere mat. I ei tid med auke i folketall, nedbygging av matjord (nasjonalt årleg 8000 daa fulldyrka mark), samt attgroing er det eit overordna mål å auke produksjonen. Anslag frå SSB anslår at me vert 20 % fleire innbyggjarar i Noreg kommande 20 åra. Samstundes har sjølvforsyningsgraden gått ned med 5% siste 5 år, og var i 2012 på 37,5 % prosent jfr. kjelde NILF. Menneske og samfunn er avhengig av eit landbruk som kan bidra til ein stabil tilførsel av nok og trygg mat, tømmer og energi.

Norsk landbruks- og matsektor skal bidra til samfunnsnytte på kort og lang sikt. Landbruket har ei multifunksjonelle rolle som produsent av mat, miljøvennlig bygningsmateriale, fornybar energi, ivareta kulturlandskap og er berer av kultur og tradisjonar. Landbruket nyttar store areal, produserer grunnleggjande private gode, tenester og viktige fellesgodar, og bidreg med verdiskaping til samfunnet gjennom store og små verdikjeder. Landbruket er også viktig for busetjing i grendene og eit levande bygde- og lokalsamfunn. Landbruksproduksjonen er eit nasjonalt ansvar, og følgjeleg er landbruksnæringa sterkt statleg styrt og med avgrensa kommunal påverknad.

For Hemsedal, som lokalsamfunn er landbruket i sum ein hjørnesteinsverksemd. Reiselivet er heilt avhengig av eit vitalt landbruk som ein viktig premisse for korleis turistane opplever destinasjonen Hemsedal (lokal mat- og bygdekultur, visuell oppleving og kulturlandskap, tilgang på aktivitets- og friluftstilbod i skog og utmark etc.). Hemsedal med sitt ressursgrunnlag må legge vekt på produksjonar basert på ressursar som grovfor og beite. Landbrukssektoren er også viktig for busetnad og sysselsetting og har ei sentral rolle i utvikling og bevaring av lokalsamfunn. Norsk landbruks- og matpolitikk er ein politikk for både forbrukar, næring og samfunnet som heilskap.

Gjeldande Landbruksplan (temaplan) vart vedteke juni 2007 og inneheld 14 delmål med 19 konkrete tiltak. Sidan da finn me dei same utviklingstrekk i Hemsedal som nasjonalt i form av færre aktive bruk, samanslåing og større einingar, rekrutteringsproblematikk, svekka lønsemd og attgroing. Ein må likevel merke seg at endringane i næringa ikkje har gått så fort i Hemsedal som store delar av resten av landet. Samspel reiseliv landbruk, og eit sterkt fagmiljø kan vera noko av forklaringa på dette.

For Hemsedal er det viktig å oppretthalde fagmiljøet. Sjølv om næringa har sterke interesseorganisasjonar er det viktig med ressursar slik at ein kan ha eit aktivt landbrukskontor som både forvaltar prosjekt og verkemiddel, samt vere ein dørøpna for dei statlege verkemidla på ein måte som kjem kvar einskilt til gode. Det er viktig å støtte opp om yngre brukarar i samband med generasjonsskifte samt stimulere neste generasjon til å satse på næringa. Auka fokus på rekruttering til landbruket er viktig for å ha produsentar i framtida.

Hemsedal har absolutte fordelar i skjeringspunktet landbruk/ reiseliv kva gjeld nisjeprodukt. Gjennom nettverksprosessar og verkemiddelforvaltning må næringa og kommunen ha fokus på nyskaping. Potensiale i alternativ bruk av bygningsmasse, lokal foredling og auka bruk av utmarka er framleis viktige innsatsområder.

Kommunen er forplikta til å vidareføre ei restriktiv haldning til nedbygging av dyrka mark i samband med framtidig arealforvaltning. Jordlova opnar i større grad opp for å kunne dele i frå areal som ledd i å sikre aktive brukarar tilleggsareal. Dette er ei viktig mogelegheit, men samstundes ein vanskeleg balansegang i høve buplikta som er knytt opp mot eigedomane sitt jord og skogbruksareal.

3.2 Mål og ynskt utvikling for landbruket

Mål	Næringa sitt ansvar	Kommunen sitt ansvar
1 % auke i produksjon/ år (svarar til årleg folketalsauke i Norge) Sikre befolkninga trygg mat gjennom ein berekraftig produksjon.	Saman med interesseorganisasjonar utvikle sterke fagmiljø og møteplassar/ som støttar opp om dei som vil satse – prosjekt «mjølkerampa».	Målretta kommunale tilskot til gardbrukarar som ønskjer å satse tradisjonelt.
	Auke produksjon innan grovforbaserte produksjonar som mjølk, storfe- og sauekjøtt	Offensiv oppfølging av BU-søknadar i samband med investeringar. Fylgje aktivt opp den tradisjonelle tilskotsforvaltninga til landbruket slik at midlane kjem bøndene til gode.
Halde jordbruksareala våre i produksjon, og søke å oppretthalde verdiane i kulturlandskapet Arbeide for aktive stølar og levande stølslandskap. Sjå viktigheita i å ta vare på landbrukseigedomen som bustad og næringsbedrift.	Sjå forvaltningsansvaret som ligg til det å eige og drive ein landbrukseigedom	Gjennom arealforvaltning og handheving av driveplikta arbeide for langsiktige leigekontrakter og at aktive bruk får auka andel eigd jord
	Invitere reiselivsnæringa til eit tettare samarbeid i forhold til korleis ein skal oppretthalde eit attraktivt kulturlandskap.	Aktiv oppfølging av tildkotsmidlar som SMIL, RMP, Organisert beitebruk slik at midlane kjem aktivt landbruk, matproduksjon og kulturlandskapet til gode.
10 % auke i avverkinga i skogen	Næringa må gjennom «Hallingskog» syne kva for verdi skog- og utmark har, og stimulere til aktiv forvaltning (avverking/ planting)	Oppretthalde kommunale tilskot til fremje av skogplanting.
	Initiere 1-2 konkrete treprosjekt som fremjar bruken av tre som industriell råvare, og skogen som kjelde for bioenergi.	
Stimulere til etablering av ny lønnsam tilleggsnæring	Initiere og arrangere fagturar og fagmøter med vekt på nytenking, og alternativ bruk/ foredling av naturressursane	Hallingdals kommunane saman med Hallingdal Etablerarsenter etablere ei ressursgruppe for tilleggsnæringar
	Leite etter gode tiltak med fokus på reiseliv/landbruk for styrking av begge næringar	Synleggjere potensiale i skjeringspunktet landbruk/ reiseliv
Bygging av omdømme	Synleggjere Hemsedalsbonden som produsent av mat og miljøkvalitetar lokalt og nasjonalt	Vera støttespelar ved til dømes Open gard arrangement.
Auka rekruttering og oppbygging av kompetanse innan naturbruksfag og agronomi.	Arbeide for at fleire tek basisutdanning innan landbruket.	Arbeide for ei hensiktsmessig landbruksutdanning som gjer at nye bønder har den faglege ballasten dei treng i landbruksproduksjon. (1 årig agronomkurs, etterutdanning og liknande.) Støtte opp omkring prosjekt - «Fjellbonden» tilpassa fjellandbruket, på Ål vidaregåande skule.
	Få etablert faste besøkgardar for utplassering av ungdomskuleelevar	Vera støttespelar ved eit fagopplegg for barneskulen knytt opp mot jordbruksdagar / skogdagar.

3.3 Tiltaksplan landbruk

Hovudsatsingsområde	1 % auke i produksjonen kvart år
Tiltak	A
Namn på tiltaket	Arbeide for tilgang på investeringsmidlar i landbruket

Bakgrunn: BU og Innovasjon Norge forvaltar investeringsmidlar til landbruket. Desse midlane er svært viktige som delfinansiering ved investeringar som til dømes nybygging/ ombygging av driftsbygningar. Også investeringar i driftsapparatet i høve til tradisjonell jordbruksproduksjon er naudsynt for å auke matproduksjonen lokalt. Det finnes også verkemidlar knytt til prosjekt fjellandsbruket.

Formål: Fornye driftsapparatet. Stimulere til vedlikehald av driftsapparat og bruksutbyggingar innfor tradisjonelle produksjonar. Auke i tilgjengelege investeringsmidlar og auke i matproduksjonen.

Innhald: Informasjonsretta verksemd, rettleiing og oppfølging for å stimulere til bruksutbyggingar. Samarbeid med faglaga, Nortura og TINE og målrette politisk arbeid mot departementsnivå og mot jordbruksforhandlingane for å auke investeringsstønad til landbruket.

Ansvar: Kommunestyra, faglaga i landbruket, og landbruksforvaltinga

Framdrift: Årleg gjennomgang.

Kostnad/ Finansiering: Tiltaket er avhengig av tilgjengelege tilskottsmidlar. Forvaltning over driftsbudsj.

Hovudsatsingsområde	1 % auke i produksjonen kvart år
Tiltak	B
Namn på tiltaket	Tilskot frå kommunalt næringsfond til aktive gardbrukarar

Bakgrunn: Kommunen har årleg øyremerka kr. 250.000,- i tilskot frå kommunalt næringsfond til «Ymse jord og skogbrukstiltak». Etterspurnaden ligg godt under dette beløpet. Det bør takast ein gjennomgang av retningslinjene for å målrette dei mot aktuelle etterspurte tiltak, aktive brukarar og situasjonar som til dømes generasjonsskifte.

Formål: I større grad målrette kommunale tilskottsmidlar mot etterspurte tiltak, aktive gardbrukarar/ generasjonsskifte.

Innhald: Revidering av retningslinjer .

Ansvar: Landbruksforvaltinga

Framdrift: 2016 revidering

Kostnad/Finansiering: Konesjonsavgiftsmidlar/ Næringsfondet.

Hovudsatsingsområde	Ta vare på matjorda vår
Tiltak	C
Namn på tiltaket	Oppretthalde matproduksjonen

Bakgrunn: Ta vare på dyrka jord og beiteressursar for å sikre matproduksjonen i framtida. Auke medveten om landbruksareala sin verdi. Det er viktig med omsyn til neste generasjon sin moglegheit til å drive landbruk med eit sterkt vern av jordbruksressursane i høve omdisponering og nedbygging. Arbeide for at aktive brukarar har tilgang på jordbruksareal ved å stimulere til langsiktige leigekontraktar. Statlege midlar som investeringstilskot kan nyttast til å fremje tiltak i samband beiting, beiteareal, biologisk mangfald og freda- og verneverdige bygningar. Ordninga gjeld tiltak på landbrukseigedomar.

Formål: Sikre jordbruksareal for matproduksjon no og i framtida. Bruke midlar slik at tilskotta i hovudsak kjem aktive landbruksprodusentar til gode.

Innhald: Aktivt handheve driveplikta ved kontroll av produksjonstilskot. Sterkare marknadsføring av SMIL-ordninga. Justere tilskots- % opp, og målrette midlane mot aktive brukarar.

Ansvar Landbrukskontoret, faglaga i landbruket, og politisk nivå.

Framdrift: Årleg

Kostnad/ Finansiering: Ingen kostnad utover ordinær drift.

Hovudsatsingsområde	Oppretthalde dagens arealbruk og kulturlandskap
Tiltak	D
Namn på tiltaket	Stimulere til auka beiting og fokus på å vedlikehalde eksisterande kulturlandskap

Bakgrunn: Attgroing er eit resultat av lågare beitetrykk, endra stølsdrift og natur/ klimatilhøve. Opne område som innmarksbeite på heimebruka og stølane bør prioriterast å haldast opne, saman med område med registrert biologisk mangfald og spesielt verdifulle kulturlandskap.

Formål: Styrke beitebruken på eksisterande inngjerda beiter heime og på stølane. Auka beiting i utmark gjennom auke i spesielt sauetalet. Nytte tilskotsordninga organisert beitebruk til bygging av sperregjerde / andre samarbeidstiltak.

Innhald: Stimulere til etablering av beitelag og innmelding i ordninga organisert beitebruk også for storfe for å legge til rette for samarbeid, og lette tilsyn og sanking. Organisere fleire «beiteprosjekt» som opnar for beitedyr frå andre kommunar i beiteområde som står tomme. Arrangere fagmøte, skjøtselskurs mv. Tilretteleggja for gratis vedhogst for å fremje kulturlandskapet (Hyttehemsedøler og andre)

Ansvar: Landbruksforvaltninga, Norsk landbruksrådgivning og faglaga

Framdrift: Oppstart 2016 og vidare ut planperioden

Kostnad/ Finansiering: Tilskot «Organisert beitebruk», SMIL, eigeninnsats frå bøndene/ landbr.forvaltn.

Hovudsatsingsområde	Oppretthalde infrastruktur og busetjing i grendene «Lys i alle glas».
Tiltak	E
Namn på tiltaket	Legge til rette for aktivt landbruk og busetjing i grendene.

Bakgrunn: Prosjekt som «Lys i alle glas» synte at det er interesse for å busette seg på gardsbruk. Mange bruk har små landbruksressursar, men kan likevel vere attraktive som buplassar. Talet på gardsbruk i aktiv drift blir redusert kvart år medan talet på landbrukseigedommar er omtrent uendra. Dette viser at meir jord blir leigd bort, og erfaring syner at leigd jord jamt over blir drivi dårlegare enn eigen jord.

Formål: Få fast busetting på landbrukseigedommar som i dag vert nytta som fritidseigedommar eller står og forfell. Auke busetjinga i grendene, og vera positive til gode rasjonaliseringssaker i samband med eigarskifte.

Innhald: Gjere nytte av det lovverket kommunen har for utøving av arealpolitikken innanfor landbruket

Ansvar: Landbruksforvaltninga og politisk nivå.

Framdrift: Kontinuerlig

Kostnad/ Finansiering: Over driftsbudsjett.

Hovudsatsingsområde	10 % auke i avvirkinga i skogbruket
Tiltak	F
Namn på tiltaket	Stimulere til auka avverking og alternativ bruk av tre

Bakgrunn: Hogstmoden skog må avverkast. Foredling av treverke lokalt gjev positive ringverknader. Tre som byggemateriale og bioenergi er miljøvennleg og gir avsetnad og arbeidsplassar.

Formål: Auka avverking og skogplanting reduserer CO₂ utslepp og gir verdiskapning. Meir bruk av tre i offentlege bygg, men og ved investeringar i Hemsedal jf. «Treprosjekt» Innovasjon Norge.

Innhald: Gjennom fagmøte, informasjon, kurs m.m. stimulere til auka avvirking og kunnskap om bioenergi. Arbeide for at det i kommunale bygg og elles vert nytta bioenergi til oppvarming.

Ansvar: Hallingskog, Viken Skog og Landbruksforvaltninga.

Framdrift: 2016 og heile planperioden

Kostnad/ Finansiering: Vidareføre ENØK- tilskot. Ingen kostnad utover ordinært driftsbudsjett

Hovudsatsingsområde	Utvikle lønnsam tilleggsnæring i landbruket
Tiltak	G
Namn på tiltaket	Samarbeid og gjensidig nytte i landbruk og reiseliv

Bakgrunn: Endring i etterspørselsmønster gjer moglegheiter for ny eller utviding av eksisterande tilleggsnæring. Mange gardar har tome driftsbygningar, eller ressursar som kan vidareforedlast / har potensial for alternativ bruk. Grøn omsorg eller opplevingsturisme basert på kultur og tradisjon er døme.

Formål: Motivere til å finne tilleggsinntekter til tradisjonell gardsdrift. Sjå moglege tilleggsnæringar bygd gardens ressursar og det omfattande reiselivet i bygda.

Innhald: Stimulere til tilleggsnæringar, Sjå på finansieringskjelder, fagturar og fagmøter.

Ansvar: Lokale bønder med hjelp av kommune, Hallingdal Etablerer senter og Innovasjon Norge.

Framdrift: Få på plass eit prosjekt innan 2016 i samarbeid med HTTL og Bondelaget.?

Kostnad/ Finansiering: Over drift

Hovudsatsingsområde	Omdømmebygging, kompetanseutvikling og rekruttering
Tiltak	H
Namn på tiltaket	«Open gard», fagtilbod skule og barnehage (Skogdag)

Bakgrunn: : Mange barn og unge har etter kvart eit litt perifert forhold til matproduksjon. Kjennskap til landbruksnæringa i ung alder dannar basis for resten av livet. Gode opplevingar relatert til landbruket gir positive haldningar til mat- og landbruksproduksjon generelt. Viktig for menneske i alle aldersgrupper.

Formål: Gje befolkninga med barn og unge positive opplevingar og kjennskap til landbruksnæringa.

Innhald: Knytte kontakt mellom landbruket og befolkninga forøvrig gjennom «Open gard» arrangementet i regi av produsentlag og faglag. Etablere besøkgardar med eit fagleg opplegg for barnehagen og barneskulen som ein del av undervisninga i skulen. Organisere skogdagar for barneskular og barnehagar.

Ansvar: Fagлага i landbruket eventuelt i samarbeid med landbruksforvaltning og skulesektor.

Framdrift: Årleg

Kostnad/ Finansiering: Sponsing frå samvirkeorganisasjonane. Andre kostnadar ved «inngangspengar».

Hovudsatsingsområde	Tilleggsnæring kortreist mat, næringsklynger
Tiltak	I
Namn på tiltaket	Småskala produksjon

Bakgrunn: Gode, reine og kortreiste produkt er eit positivt tilbod til turistar, hyttehemsedølar og fastbuande. Stadig fleire forbrukarar etterspør lokal mat og spesialprodukt. Dette har ført til at mange gardbrukarar nå satsar på småskalaproduksjon. Det har vore eit ynskje hjå dei lokale produsentane å sjå nærmare på mogleg samlokalisering sentralt i Hemsedal med Kafe, utsal og tilbod om ulike opplevingsprodukt som omvisning i produksjonslokale, matlagingskurs m.m. I Hemsedal sin situasjon med mange turistar bør det vera marknad for å selja fleire lokalproduserte produkt. «Smaken tå Hemsedal» må synleggjerast i alle dei lokale butikkane.

Formål: Skape eit besøkssenter med vekt på lokal matproduksjon som kan gje utvikling og synergieffekt, og gje turistar og fastbuande enkelt tilgang til lokalprodusert mat.

Innhald: Knytte kontaktar med/mellom småskalaprodusentar i Hemsedal i dag, også Hallingkost produsentar. Jobbe med prosjekt i forhold til felles lokalisering, og evt. støttetiltak i løpet av 2015

Ansvar: Småskalaprodusentane i samarbeid med Hemsedal kommune.

Framdrift: Få på plass eit prosjekt innan 2016, viss det er interesse i næringa med tanke på dette.

Kostnad/Finansiering: Midlar via Innovasjon Norge/Buskerud Fylkeskommune og «Fjellnettverket».

3.4 Utfordringar og moglegheit for andre næringar

For å sikre heilårs arbeidsplassar treng Hemsedal eit større mangfald av næringar. Det er viktig at veksten kjem i sektorar som kan bidra til auka lokal foredling og sysselsetting. Dei siste åra har kommunen opplevd avskaling innan viktige hjørnesteinsverksemdar. Avvikling av SPIS Grillstad og Hemsedel Ysteri er døme på næringsmiddelproduksjonar som råka kommunen hardt. Om lag 30 tilsette har mista jobben. Andre næringar har relativt låg verdiskapning pr. tilsett, og relativt lågt lønnsnivå i høve landssnittet. Dette skuldast ein overrepresentasjon av næringar der produktiviteten og lønnsnivå er lågt.

Småskala næringsmiddelverksemdar slit og med lønsemd i høve naudsynte investeringar. Tradisjonell industriproduksjon opplever svekka konkurransekraft, og har spesielle utfordringar med eit høgt kostnadsnivå. Det er difor ikkje stor etterspurnad etter ledige næringsareal – ei problemstilling som truleg vil vare ved. For Hemsedal er det utfordrande ikkje minst med lang transportveg. Samstundes er også RV 52 ei viktig «pulsåre» mellom aust og vest, ein veg med moglegheiter.

Utbygging av offentleg infrastruktur er basert på vidare vekst, og veksten bør spesielt koma innan næringar som kompletterer eksisterande næringsliv. Etablering av Hemsedal Veksthus, som infrastruktur og miljø for kunnskapsbaserte næringar er eit positivt bidrag. Nasjonalt, men også lokalt er slike næringar eit satsingsområde. Hemsedal har utvilsamt bukvalitetar som trekker folk til bygda. Me er kjent med at fleire vil til bygda, men da må også Hemsedal freiste med arbeid for to. Hemsedal Veksthus er eit døme på eit kontormiljø som gjer det mogeleg å ta med verksemda/ jobben frå sentrale strøk, og samstundes vere i eit attraktivt fagmiljø. I sitt næringsarbeid, og kanskje særskild i høve arbeid med akkvisisjon av verksemdar til bygda (trekke verksemdar til bygda) vert det viktig å synleggjere denne moglegheita.

Det er viktig at kommunen tydeleggjer kva for kvaliteter bygda har, og kan tilby konkurransedyktige areal for etableringar/ akkvisisjon.

Hyttefolket er ein viktig ressurs for bygda i form av nettverk, kapital og kunnskap. Hytteeigarane utgjer ei viktig kritisk masse både som forbrukar, og eigedomsforvaltarar i bygda. Hyttefolket som gruppe har difor eit stort potensial i høve ringverkander for anna næringsliv. Likevel, Hemsedal har ikkje strategisk jobba med å auke tal fritidseiningar, eller vurdert om dagens arealplanar stimulerer til optimal utnytting av fritidshyttemarknaden. I overordna plan har nok fokuset vore retta mest mot kor mange tomter sameigene/ grunneigarane kan få realisert for å sikre ei rettferdig fordeling mellom desse, men og kopla denne tomteutnyttinga mot høve til å frigjere kapital for investering på gardane – men kor realiserbare er godkjente tomter så lenge eit fleirtall av desse er kopla opp mot sameiger ?

I høve langsiktig arealplanlegging må kommunen jobbe meir med å dokumentere kva for økonomiske ringverknader fleire fritidstomter gir for kommunen, og korleis desse skal kunne realiserast. Ei slik tilnærming gjer det også mindre vanskeleg å sikre fleire tomter i overordna plan.

3.5 Mål og ansvar – «andre næringer»

Mål	Næringa sitt ansvar	Kommunen sitt ansvar
Styrke aktive næringsklynger med vekstpotensial.	Vidareutvikle Hemsedal Veksthus til å bli eit prioritert senter for kunnskapsbaserte næringer.	Støtte utviklings-aktiviteter i Hemsedal Veksthus som ledd i vidareutvikle miljøet
	Jobbe for å skape «Bondens marknad» i Hemsedal. Samlokalisering av småskalaprodusenter med kafe, utsalg og opplevelsesproduksjon.	Støtte til produsenter i samband med samlokalisering. I form av evt reduksjon av husleie i en etableringsfase.
	Vitalisere Svøo Næringspark til å bli ein attraktiv møteplass for ulike næringer, småindustri og marknaden	Legge til rette infrastruktur og aktivt kople næringsareal mot nye marknader.
Etablere fleire felles arenaer for auka samhandling mellom «hyttefolk» og lokalsamfunn.	I samarbeid med næring og kommune utvikle møteplassar der hytteigar og lokale aktørar møtast for å drøfte felles utfordringar, interesser og løysningar.	
Samferdsel – ein kanal for verdiskapning	I fellesskap identifisere kva for potensial RV 52 har for vidare næringsutvikling i Hemsedal. Tilgang til breiband i tettbygde strøk i Hemsedal. Gjennom samarbeid med regionrådet halde trykket oppe for å få kortare reisetid til marknaden.	
Medveten auke i tal fritidstomter i høve auka næringsutvikling	Kommunen må jobbe fram eit betre dokumentasjonsgrunnlag kva gjeld ønska tall fritidstomter i samband med langsiktig arealplanlegging. Det skal i større grad dokumenterast kva slags næringsmessige ringverknader hyttefolket gir for anna næringsliv, ei vurdering av korleis tall tomter best kan stimulerast i arealplansamenheng, og gjennom dette leggje til rette for ei auke i tall fritidstomter i overordna arealforvaltning.	

3.6 Tiltaksplan «andre næringer»

Hovudsatsingsområde	Stimulering av næringsklynger
Tiltak	A
Namn på tiltaket	Vidareutvikle Hemsedal Veksthus

Bakgrunn: Hemsedal Veksthus er i dag eit senter for kunnskapsbaserte verksemder. Senteret er avhengig av vidare vekst for å bli eit sterkare miljø for kunnskapsbaserte næringer og nyskappingsaktivitetar. Skal Hemsedal Veksthus utvikle sterkare «business to businessrelasjonar» må veksten både koma organisk og fysisk i form av fleire firma.

Formål: Utvide senteret til å bli ein enda sterkare utviklingsaktør for kunnskapsbaserte verksemder i Hemsedal/ Hallingdal.

Innhald: Det er eit mål å utvide Hemsedal Veksthus slik at tal tilsette/ tal verksemder vert dobla over ei 5 års periode. Det må jobbast målretta av både huseigar, Hemsedal Veksthus og kommunen for å vidareutvikle miljøet.

Ansvar: Sparebank 1 Hallingdal/ Valdres, Sagji AS, Hemsedal Veksthus AS og Hemsedal kommune

Framdrift: 2016- 2020

Kostnad/ Finansiering: Over drift.

Hovudsatsingsområde	Stimulering av næringsklynger
Tiltak	B
Namn på tiltaket	Vidareutvikle Svøo Industriområde

Bakgrunn: Svøo Industriområde er i dag eit næringsområde for 8 verksemdar (næringsmiddel, møbelindustri, Energi, proff- byggevarar, og entreprenørverksemd). Det står ledige næringsareal og tomme næringsbygg i området. Det er viktig å vidareutvikle området slik at næringsareala kjem i «produksjon», og bidreg til vidare vekt og utvikling.

Formål: Sal av kommunalt næringsareal slik at næringsområdet vert styrka innan småindustri og handel.

Innhald: Oppdatere utviklingsplan for industriområdet – utarbeidet et salsprospekt for ledige næringsareal, og jobbe med meir aktiv marknadsføring av desse . Få etablert komplementære næringer. Bidra til fellestiltak i form av marknadsføring og profilering.

Ansvar: Sparebank 1 Hallingdal/ Valdres, Hemsedal kommune og verksemdene i området.

Framdrift: 2016- 2020

Kostnad/ Finansiering: Over drift.

Hovudsatsingsområde	Hyttefolk som ressurs
Tiltak	C
Namn på tiltaket	Hytteigarar – dørøpnar for næringsutvikling

Bakgrunn: Hemsedal har om lag 2500 hytter. Mange av eigarane er oppteken av Hemsedal, og ønskjer å ta del i utviklinga av bygda. Fleire hytteigarar innehar kompetanse, kapital, marknads- eller produktkunnskap som kan tilføre bygda store ressursar. Fleire av hyttefolket kan sjå hytta som base for eigen næringsdrift.

Formål: Jobbe strategisk mot hytteigarar som ressurs. Identifisere hytteigarar, og inkludere desse i høve næringsutvikling og nyskapsaktiviteter i bygda. Avklare om Hemsedal kan vere base for vidare verksemdutvikling/ grunnlag for flytting til Hemsedal.

Innhald: Etablere ei ressursgruppe av hytteigarar – nytte «gruppa» som ressurs og «kritisk masse» i høve nyskaping og næringsetablering.

Ansvar: Hemsedal kommune, HTTL, Hytteforeningen

Framdrift: 2016 - 2022

Kostnad/ Finansiering: Over drift.

Hovudsatsingsområde	Hyttefolk som ressurs
Tiltak	D
Namn på tiltaket	Hemsedal som hyttekommune

Bakgrunn: Det ligg eit stort potensial for næringsmessige ringverknader for andre næringer ved å legge til rett for fleire fritidstomter i bygda. Potensiale fritidstomter er gjerne lokalisert i sameiger, og ei realisering her føreset einighet mellom mange grunneigarar. Ei realisering krev ofte tunge og lange prosessar på tvers av generasjonar.

Formål: Ringverknadsanalyse – ønskja auke i tall fritidstomtar – greie ut korleis fritidsmarknaden kan utviklast på ein berekraftig måte med størst lokal verdiskaping.

Innhald: Hemsedal kommune må utarbeida ein strategisk plan for utvikling av fritidstomter som ressurs for bygda.

Ansvar: Hemsedal kommune

Framdrift: 2016

Kostnad/ Finansiering: Næringsfondet og drift.

Hovudsatsingsområde	RV- 52 – ein kanal for verdiskapning
Tiltak	E
Namn på tiltaket	Samferdsel og kommunikasjon

Bakgrunn: Det er viktig for næringslivet, hyttegjestene og dei fastbuande at det jobbast kontinuerleg med forbetring av infrastrukturen til Hemsedal. Opp gradering av Hønefoss- Roa, pådrivar for firefelts veg Sandvika- Hønefoss og Ringeriksbanen, samt, pådrivar for at RV52 Hemsedalsfjellet vert prioritert som ein hovudferdsåre mellom aust og vest. Kva for næringsutvikling kan skapast som ein konsekvens av denne samferdselsåra. Kven er brukarane, kva for nye brukarar av RV kan ein sjå for seg, og kva er deira behov.

Formål: Halde trykket oppe iht samferdsel (veg, tog og fiberutbygging) i Hallingdal. I samarbeid med TØI/ studentoppgåve identifisere dagens brukarar, og deira behov for service/ tenester. Kan noko av adm. tilknytta transportåra leggjast til Hemsedal.

Innhald: Det bør bli oppretta ein arbeidsgruppe med kontinuerlig fokus på infrastruktur i tett dialog med regionrådet i Hallingdal. I tillegg til dette bør det bli opparbeida lokale og regionale møteplassar med lokale og regionale politikarar for å betre utfordringane i distriktet. Gjennomføre ei kartleggingsoppgåve av trafikkinnhald (telling, type transport, og avklaring av deira behov) , og med bakgrunn av ei slik analyse identifisere mogelege strategiske tiltak for næringsutvikling knytt til deira behov (administrering, lagerplass, service, komplementære tenester/ produkt).

Ansvar: Næringen, Hemsedal kommune, IS52

Framdrift: 2016

Kostnad/ Finansiering: Ordinær drift i verksemd

4 KULTUR OG SAMFUNN

4.1 Utfordringar og moglegheit for kultur og samfunn

Hemsedal har dei siste åra opplevd ei unik folketalsutvikling. Veksten har stagnert noko parallelt med lågare investeringsaktivitet i næringslivet. Vidare folketalsvekst kjem ikkje av seg sjølv, og ein registrerer også at unge ressurssterke familiar har flytta/ vurderer å flytte ut av bygda. Også Hemsedal opplever aukande konkurranse om kunnskapsarbeidaren.

Hemsedal kommune har vore medveten på kva for rolle ein ønskjer å ta i høve utbyggingspolitikk. Kva gjeld bustadbygging har kommunen eige vedtak på at det er kommunen som skal syte for bustadfelt i dei 3 sentruma i bygda. Dette har spesielt vore viktig i ei tid med underdekning av bustadtomter. I dag opplever kommunen det motsette, og ein ser og at dei felte kommunen har utvikla til sjølvkost gir tomteprisar som ligg i grenseland for kva marknaden er viljug til å betale for. Næringslivet i Hemsedal (Landbruk/ Reiseliv) er verksemd med låg lønnsemd, med dertil lågare lønnsnivå. Generelt inneber dette også mindre evne til å investere. Dette er og eit høve ein skal vurdere kva gjeld kostnadsnivå for kommunale tenester.

Rapporten om «varme- og kalde senger» gir eit tydeleg bilete av kor viktig «senger i næring» er for ein kommersiell turistdestinasjon som Hemsedal. Næringsplanen legg til grunn ei ny arealsonering av kjerneområdet,- utbyggingsareal i aksen frå og med Trøym sentrum – Røggjelja/ Tuv. Soneringa må sjåast i samanheng med kva for areal Hemsedal som kommersiell turistdestinasjon må sikre seg i kommande 30 års periode – altså «kritisk masse» for senger i næring. Oppsummeringsvis synast det å vera eit behov for rundt 15 000 senger i næring inkludert dei 6350 sengene som går i booking i dag, (kjelde Hemsedal Turisttraffikklag og Skistar feb. 2014). Dette resulterer i at volumet senger i næring må aukast med rundt 7-8000 senger, eller rundt 760

einingar. I tillegg veit ein at fråfallet av senger er ca 100/år. Det må i tillegg byggjast det same tall senger årleg berre for å oppretthalde det volum ein har i dag. Eit slik volum vert mellom anna grunngeve med kva Skistar må ha i auka salsvolum knytt til heisomsetnad for å kunne forrente dei investeringane verksemda meiner er viktig for å vere konkurransedyktig i framtida. Det vert vist til eige vedlegg til næringsplan, «Arealpolitikk for senger i næring og fritid i Hemsedal», som drøftar dette tema nærmare.

Samfunnsutviklinga er prega av trendar som også påverkar Hemsedal (Kjelde Strategisk Plan for Hallingdal). Urbanisering og sentralisering fører til at folk vert trekt mot større byar. Internasjonalisering og globalisering fører til at marknaden vert større, og rykker nærmare. Det gjer også konkurransen, ikkje berre i produktmarknaden, men også i konkurransen om å tiltrekke seg kompetanse, verksemder og kapital. Kvart år flyttar Hemsedøler ut frå bygda, spesielt unge menneske som flytter til byar som Oslo, og Bergen. Mange reiser ut for å studere. Dei fleste kjem attende, men berre som «turistar» til vener og familie. Dei som tek høgare utdanning, finn ikkje relevant jobb i bygda, og fagmiljøa vert for små. Gledelig er det at utdanningsnivået, del høgskule/ universitet av folketalet, dei siste åra har auka frå ca. 14% i 1990, til ca. 25% i 2012, og ligg no høgast blant kommunane i Hallingdal. Likevel ligg vi under både fylkes- og landssnittet.

Hemsedal har vore ein av 15 såkalla suksessfulle distriktskommunar, utpeika av Distriktsenteret (Tf. Rapport nr. 303, 2012). Hemsedal lukkast med ei positiv vekst i næringslivet og folketalsutvikling siste åra. Telemarksforskning peikar på 4 sentrale drivarar som kan forklare ei slik utvikling.

- Hemsedal har gjennom lang tid hatt tradisjon for å dyrke ein utviklingskultur.
- Det er kort veg mellom ide og avgjerd.
- Grad av kunnskapsdeling og tillitsbygging skjer på tvers av fag- og sektorgrenser.
- Bygda har hatt viktige eldsjeler som viser tiltakslyst, nyskapning eller tek nye vegval innanfor det handlingsrommet dei har, har teke, eller fått.
- Kommunen har vore framoverlent og hatt god gjennomføringsevne på planar i tett samarbeid med næring sjølv. Det er folket sjølv, ikkje berre gjennom tall, men også gjennom sine haldningar og handlingar som er forklaringa på «suksessen». Hemsedal har fått til eit samarbeid om mange utviklingstiltak samtidig.

«Konkurransen i næringsutvikling» handlar med andre ord om å kunne tilby ei totalpakke der dei som er i, eller ønskjer å busette seg i bygda opplever «bulyst, bukvalitet og blilyst». Viktige føresetnader for dette er mellom anna Hemsedal sin eigenart og kultur. Omgrepet kultur har i denne samanheng ei vid meining. Hemsedal sin kulturarv er eit sentralt fundament i denne samanhengen, men også kva for grobotn det er for «Kulturnæringar» er viktig. Kulturnæringar er eit felles omgrep for musikk, film, foto, spel, TV/ radio, design, arkitektur, trykte media, annonse og reklame og anna kunstnarisk verksemd. Kulturnæringane har mange av dei eigenskapane som trengs for at næringslivet, og kanskje reiselivet spesielt skal lukkast med å vere nyskapande og kunne omstille seg. Kulturnæringane bidreg til ei breiare samfunnsutvikling ved å fremje bygdas attraktivitet for dei som bur der, for besøkande og for næringslivet. Kultur er viktig for å skape trivsel og sosiale møteplassar.

Hemsedal sitt kulturliv gir i dag eit rikt innhald i reiselivsprodukta på forskjellig måte. Konkrete arrangement som Fauskivalen, lokale verksemder som etterspør/ nyttar lokale produkt, og matkultur, idrettsarrangement, stølsrock, tilrettelegging av kulturminner (døme Kongevegen,

Bygdatunet, bøker/ historier om Hemsedal og immateriell kulturarv som segn/ eventyr) gjer tydinga av omgrepet kultur mangfald som gir eit ansikt for bygda. Kulturtilboda kan vere viktige bidrag for auka besøk, også i sesongar når det normalt er lite besøk. Det er viktig at bygda i saman identifiserer mogelege bidrag i reiselivssamanheng, slik at kulturelement kan inngå i ei heilskapleg utvikling av reiselivs- og opplevingsprodukta. HTTL si satsing på arrangement kan vere ein slik døropnar. Kommunen si satsing på ei storstove for kultur – ein ny revitalisert samfunnssal vil også kunne utvikle seg til å bli ein møteplass for både arrangement og eksponering av neste generasjons kulturarbeidarar.

Kommunale tenester må vere konkurransedyktige for både næring og samfunn. I konkurransen om arbeidskraft, kapital og etablering av lønnsame næringar sett dette store krav til kommunalt leiarskap og streng økonomistyring. Kommunal infrastruktur må tilpassast ei 10-dobling i innbyggjartalet sidan bygda opplever store svingningar i sesongen.

Kommunen må finne finansieringsløyser i utvikling av infrastruktur i nært samarbeid med næringslivet sjølv. Næringa må samstundes sette seg inn i samanhengen mellom investeringsbehovet for kommunal infrastruktur, kostnadsnivå på kommunale tenester, eller mangel på offentlege tilbod. Samanlikningar av gebyrnivå innan vatn, avløp, renovasjon syner at Hemsedal ligg i øvre sjiktet.

4.2 Mål og ansvar for kultur og samfunn

Mål	Næringa sitt ansvar	Kommunen sitt ansvar
Innan 2016 initiert eit omdømmeprojekt «Hemsedal verdas beste kommune for fjellfolk»	Kompetanseutviklinga i næringa skal tydeleggjere gjestfridom og vertsskapsroller (Eks. VRI, Benkasam og Kunnig m.m.).	I all kommunikasjon tydeleggjere kommunen sine bu/- blilystkvalitetar og marknadsføre dette i nært samarbeid med Regionrådets «Hallingdal 2020».
	Vidareutvikle fysiske miljøkvalitetar i Trøim sentrum som appellerer til stopp og handel (grøntareal, sittebenker, aktivitetsanlegg for born, elva som ressurs, bruer etc.)	Økonomisk bidrag gjennom Trøym stadformingsplan.
Samfunnsalen som møtestad for «kulturnæringar»	Felles samarbeid om å bruke, og utvikle samfunnsalen til ein attraktiv møteplass for ulike kulturarrangement, underhaldning, debattar, og kulturkafear.	
Vidareutvikle «sosiale møteplassar» samt styrke samhandling og samarbeid	Vere aktiv bidragsyter og deltakar på frukost- / møteplassane	Vidareutvikle «Møteplassen» - til å bli vitale og kreative, men også «beslutningsskapande» fora
Tydeleggjere kommunen sin prioritet innan samferdsel og kommunikasjon	Aktivt talerør for næringa sitt behov	
Kompetanseheving	Initiere behov	Legge til rette for kompetansehevingsprogram i samarbeid med reiseliv, næringsliv og landbruk
		Entreprenørskap i skulen

Utbyggingspolitikk	Næringslivet skal være bevisst/solidarisk i forhold til destinasjonen sitt behov for senger i næring og fritid, infrastruktur og tilrettelegging som utviklinga fører med seg.	Utarbeide bustadpolitiske retningslinjer. Utbyggingsaktørane i dei sentrale områda må inngå ei avtale som er bevisstgjerdande iht arealpolitikk for senger i næring og fritid.
Miljø/bærekraft	Flest mogleg sertifiserte bedrifter. Jobbe for at Hemsedal som destinasjon blir sertifisert. Marknadsføre Hemsedal som ein destinasjon som er opptatt av miljø. «Ta vare på Hemsedal» Oppretthalde tilbodet om gratis skibuss	Fleire molokkordningar nær store hyttefelt (Lik den ein finn på Holdebakken) Frå plan til handling gjennom Energi og klimaplanen for Hemsedal kommune Mulighet for å søke kr.3000 i støtte fra kommunen til konsulent i forbindelse med sertifiseringsarbeid. Det skal etablerast ladestasjon for El-bil i løpet av 2015.
Stimulere til lønnsame kultur næringer	Initiere prosjekt i skjæringspunktet kultur/reiseliv	Gjennom samarbeid med kultur/etablerarar initiere og støtte ulike prosjekt.
Etablere sterkare finansieringsnettverk av fellesgodar	Finne felles finansieringsløyser av infrastruktur til fremje for vidare vekst i næringslivet (innan samferdsel, oppleving, miljø og kompetanse).	

4.3 Tiltaksplan kultur og samfunn

Hovudsatsingsområde	Styrke identiteten til Hemsedal
Tiltak	A
Namn på tiltaket	Felles kommunikasjonsstrategi «Verdas beste kommune for fjellfolk» Bygge vidare på prosjektet «Hemsedal 2010»

Bakgrunn: Hemsedal har behov for ein felles kommunikasjonsstrategi der ein involverer dei ulike næringane og eit utval av befolkninga i Hemsedal og byggjer vidare på arbeidet gjort i prosjektet «Hemsedal 2010». Viktig å meisle ut ein felles kommunikasjonsstrategi og få på plass tiltak og initiativ. Ein felles identitet innad gjer seg utslag i eit positivt omdømme utad. Kva rolle skal Hemsedal ha under Hallingdals nye merkevarebygging? (Gjeld Hallingdal 2020)

Formål: Eit slik prosjekt med målretta strategi kan gjera det lettare og rekruttera nye folk og auke lønnsmda. Ein slik strategi kan gje grunnlag for ein felles kommunikasjonsstrategi slik at reiselivsnæringa, anna næringsliv og kommunen har eit felles mål, strategi og tiltak for korleis Hemsedal skal informere og kommunisere med innbyggjarar, gjester og hyttehemsedøler.

Innhald: Kommunen skal saman med næringslivet og HTTL, landbruk og ungdommen definere og konkretisere ein prosess. Kva er vi pr i dag bra på, kva må me arbeide meir med.

Ansvar: Hemsedal kommune, HTTL, Bondelaget, Ungdomsrådet

Framdrift: 2016

Kostnad/ Finansiering: Over drift, søke midlar frå Buskerud Fylkeskommune, Næringsfond.

Hovudsatsingsområde	Stimulere til vekst i kulturtilbod
Tiltak	B
Namn på tiltaket	Kultursalen (Kulturhuset) som møtestad for «Kulturnæringar»

Bakgrunn: Hemsedal får ein utvida og «ny» kultursal våren 2015.

Formål: Fremje større bruk av det nye kulturhuset som ein attraktiv møteplass for ulike kulturarrangement, underhaldning, debattar og kulturkafear. Skape ein arena der turistar, hyttefolk og innbyggjarar møtast.

Innhald: Kulturskulen, og HTTL skal saman jobbe fram ein kulturkalender med konsertar, oppsettingar, debattar og kulturkafear. Avklara roller mellom kommunen og næringa.

Ansvar: Hemsedal kulturskule, HTTL, Kommunen

Framdrift: 2016

Kostnad/ Finansiering: Ordinær drift - Hemsedal kommune (Kultur)

Hovudsatsingsområde	Nettverksbygging
Tiltak	C
Namn på tiltaket	Vidareutvikle «sosiale møteplassar»

Bakgrunn: Utfordringar innanfor næringsutvikling med låg lønnsemd har sett fokus på korleis ein kan jobbe tettare saman i nye konstellasjonar.

Formål: Motivere og inspirer reiseliv og anna næringsliv til samhandling

Innhald: Arrangere «Møteplassen», Idekafe (Hemsedal kommune og HTTL i veksthuset) og skape uformelle og tverrfaglege arena.

Ansvar: Hemsedal kommune, HTTL, Bondelaget

Framdrift: 2016

Kostnad/ Finansiering: Ordinær drift/næringsfondet

Hovudsatsingsområde	Meir reiselivspraksis inn i ungdomsskulen og ungt entreprenørskap
Tiltak	D
Namn på tiltaket	Kompetanseheving

Bakgrunn: Hemsedal er ein av dei største reiselivskommunane i landet og det er viktig for reiselivsnæringa å rekruttere personar lokalt i tillegg til utanfor bygda. Ein ser at stadig færre hemsedøler vel å ta utdanning innanfor reiselivsaget da reiselivet har låg status innan den lokale målgruppa.

Formål: Gje barn og unge positiv oppfatning av moglegheitene innanfor den største næringa i Hallingdal.

Innhald: I samarbeid med næringa få på plass eit opplæringsopplegg i ungdomsskulen med ulike temaveker. Ein ynskjer i tillegg og leggje til rett for meir entreprenørskap i barne-/ungdomsskolen.

Ansvar: HTTL, Hemsedal kommune (HBU)

Framdrift: 2016

Kostnad/ Finansiering: Ordinær drift i verksemd

Hovudsatsingsområde	«Ta vare på Hemsedal»
Tiltak	E
Namn på tiltaket	Miljø/Bærekraft

Bakgrunn: Ei utvikling mot eit meir berekraftig reiseliv er eit mål for vidare vekst i Hemsedal. Bærekraft betyr å handle ansvarleg i eit langsiktig perspektiv. Eit berekraftig reiseliv fokuserer ikkje berre på fordelane for dei reisande, men også reiselivet sin påverknad for menneske som besøker Hemsedal og for verdiane i Hemsedal sin natur, kultur og som lokalsamfunn. Ein veit marknaden i Europa er opptatt av bærekraftige og miljøvennlege reisemål.

Formål: Hemsedal må ikkje bli valt bort i konkurransen med andre destinasjonar grunna mangel på sertifiserte bedrifter. Ein må bli oppfatta som ei rein bygd som tar vare på naturens rikdommar i dag og i tida framover. 10 bedrifter kvart år. Ein bør bli samde om når destinasjonen skal ha som mål og starte

arbeidet mot eit bærekraftig reisemål (Nasjonal merkeordning for reisemål) .

Innhald: Sertifisere minimum 10 bedrifta pr. år. Kommunen støtter med kr 3000 pr bedrift for konsulentbistand.

Ansvar: Hemsedal Kommune, HTTL

Framdrift: Løpande

Kostnad/ Finansiering: Ordinær drift og via næringsfond.

Hovudsatsingsområde	Utbyggingsavtaler
Tiltak	F
Namn på tiltaket	Sterkare finansieringsnettverk av fellesgodar

Bakgrunn: Det er eit behov for Hemsedal kommune og leggja til rette for utbyggingsavtaler som tek omsyn til kommunenes behov for å dekkja inn fellesgoder framover. Dette gjeld infrastrukturtiltak og sentrale aktivitetsanlegg.

Formål: Identifisere og legge til rette for ulike utbyggingsavtaler med fellesfinansiering.

Innhald: Arbeide med å få istand ulike workshop mellom næringa og Hemsedal kommune for å arbeide fram forslag til ulike utbyggingsavtaler.

Ansvar: Hemsedal kommune

Framdrift: 2015

Kostnad/ Finansiering: Ordinær drift.

5 Hovudsatsningsområder i handlingsplanen

Det vil årleg bli lagt opp til ein rullerende handlingsplan med prioriteringar i samarbeid med næringen, organisasjonar og kommunen.

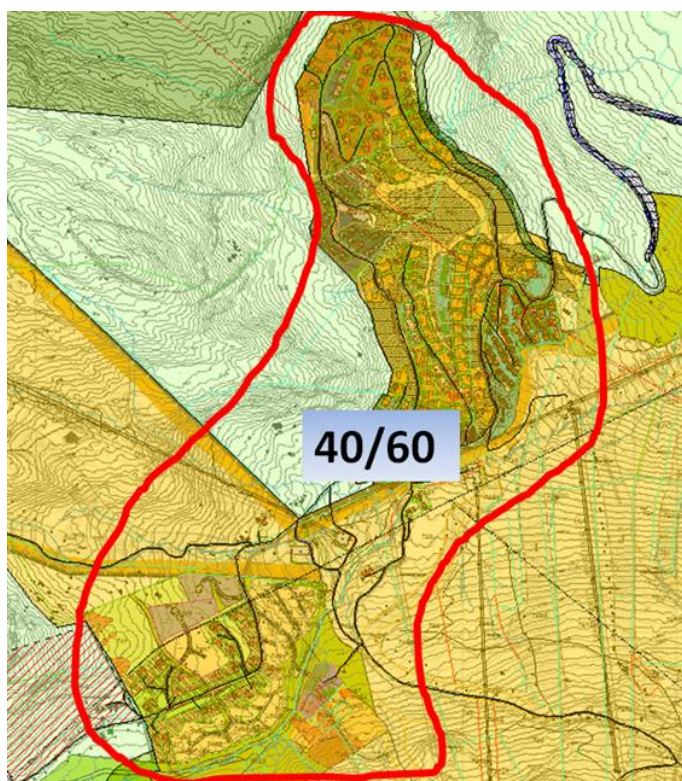
FORSLAG TIL HOVEDSATSNINGSOMRÅDER		ANSVAR									
		2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022			
	Reiseliv										
A.	Kompetanse/leiarutvikling/Friluftshøgskulen										
B.	Reiselivsbasert infrastruktur/Fyrtårn										
C.	Arrangementskommune										
D.	Miljø og bærekraft – visuell opplevingskvalitet										
E.	Ski og fjellopplevingar med kvalitet										
F.	Kulturformidling og tilrettelegging										
G.	Arealplan og økonomi										

	Landbruk										
A.	Tilgang på investeringsmidlar BU / Innovasjon Norge. oppretthalde /auke matproduksjon										
B.	Revidering av vedtekter: Tilskot til ymse jord- og skogbrukstiltak										
C.	Oppretthalde matproduksjonen										
D.	Oppretthalde jordbruket sitt kulturlandskap ved beiting/ rydding.										
E.	Aktiv landbruk og busetjing i grendene										
F.	Auka avverking/alternativ bruk av tre										
G.	Prosjekt samarbeid landbruk/reiseliv										
H.	Omdømmebygging «Open gard»										
I.	Prosjekt småskalaproduksjon, kortreistmat										

	Andre næringer										
1.	Vidareutvikle Hemsedal veksthus										
2.	«Bondens marknad»										
3.	<u>Vidareutvikle Svøo</u> industriområde										
4.	Hytteigar – dørøpnar for næringsutveking										
5.	Hemsedal som hyggekommune										
6.	Strategisk analyse av RV52 <u>betydning for vidare næringsutveking</u>										
7.	Samferdsel og kommunikasjon										
	Kultur og samfunn										
1.	Omdømmeprojekt «verdas beste kommune for fjellfolk»										
2.	Kultursalen som møtestad										
3.	<u>Vidareutvikle</u> «sosiale møteplassar»										
4.	Kompetanseheving										
5.	Miljø/bærekraft										
6.	Sterkere finansiering av fellesgodar										

HEMSEDAL KOMMUNE

2016 -2022



Arealpolitikk for
«kjerneområdet»
i Hemsedal

AREALPOLITIKK FOR SENGER I NÆRING OG FRITID I HEMSEDAL

6 FORORD

Ei rekkje reiselivskommunar opplever store utfordringar i samband med utøving av ein hensiktsmessig arealpolitikk for, nærings- og fritidsområder i kommunen – populært kalla «varme og kalde» senger. Utbyggjarar, grunneigarar og enkeltbedrifter har i åra etter finanskrisa (2008-2009) formidla synspunkt om behovet for endra arealpolitikk med større moglegheit for den enkelte aktør til sjølv å avgjere om bygg skal vere fritidsbygg eller næringsbygg etter plan- og bygningsloven.

Hemsedal kommune, i samarbeid med Hol, Ål og Buskerud Fylkeskommune etablerte hausten 2012 eit prosjekt for å sjå nærare på problemstillinga. Deretter vart konsulentselskapa Asplan Viak/ Mimir engasjert for å greie ut dei utfordringane kommunane har i høve ein framtidsretta arealpolitikk.

Prosjektet har hatt som mål å skaffe meir kunnskap om denne problemstillinga gjennom å samle inn og analysere erfaringar frå eit utval av vinterdestinasjonar, og mål om å kunne koma med konkrete tilrådingar. Med dette underlaget er det utvikla eit sett med tilrådingar for utøving av ein framtidig arealpolitikk for nærings- og fritidsområda i kommunen. Prosjektet vart gjennomført i 2013 (perioden januar-mai), og rapporten er tidlegare presentert for Kommunestyret, 10. juni 2013.

Basert på rapporten sine tilrådingar, og teori for fordeling mellom næring og fritid, men også arbeid med næringsplan, har styringsgruppa samla seg om eit forslag til overordna arealpolitikk i Hemsedal, med unntak av området i aksen Trøym sentrum - Totteskogen. Etterfølgjande dokument er ei samanstilling, og eit forslag til arealpolitikk. Dokumentet vert lagt ut på høyring der det vert invitert til innspel før saka vert lagt fram til kommunestyret for endeleg handsaming.

Frå styringsgruppa;

Jan Egil Halbjørhus – Høyre

Odd Holde/Marte Thorset – Høyre

Olav Støyten – Kristelig Folkeparti

Olav Syversbråten/Helene Sagabråten – Arbeiderpartiet

Bernt Müller/Tor Grøthe – Fremskrittspartiet

Oddvar Grøthe – Senterpartiet

Tove Eggen Lien (siste del av arbeidet)– Senterpartiet

Elin Tangen (første del av arbeidet) /Sosialistisk venstreparti

Nov. 2014

7 SENTRALE BEGREP KNYTTA OPP MOT AREALFORVALTNING

Senger i næring (Varme senger)

Senger i næring (Varme senger) er senger i hotell, pensjonat, leiligheter og hytter som er regulert til næring og som er gjort tilgjengeleg i ein utleigemarknad gjennom turoperatørar, skisentra og destinasjonane sine egne bookingsystem og andre salsledd som ønskjer å legge trafikk og gjester til destinasjonen. Senger som er regulert som næring er det som og vert kalla kommersielle senger.

Fritidsbustader (Kalde senger)

Med fritidsbustader (kalde senger) meinast hytter og leiligheter som vert regulert til fritidsformål. Fritidsbustader som vert leigd ut på åremål, til private eller bedrifter, er i denne samanheng å rekne som fritidsbruk og ikkje næringsføremål sidan bruken er tilsvarande ein privat fritidsbustad.

Sal/ tilbakeleige

Sal-tilbakeleiemodellen inneber at det vert skyta inn kapital til å byggje anlegga frå dei som kjøpar eininga (hytter/leiligheter) i form av næringsandelar slik at kapitalkostnadane for verksemda vert redusert. Dette er eit konsept som inneberer at bygningane regulert til turistverksemd – næringsformål vert seksjonet og selt som private næringsseksjonar med avtale om tilbakeleige til verksemda. Seksjonane skal brukast i tråd med reguleringsføresegna, og i medhald av lover knyttast til kommersiell utleige, uavhengig av eigartilhøve. Desse ulike modellane for sal/tilbakeleige er konsept som ikkje er tilpassa plan- og bygningslova.

Det har vore mykje usikkerheit om korleis kommunen skal følgje opp og praktisere plan- og bygningsloven for bygg med avtaler om sal/-tilbakeleige. Miljøverndepartementet legg til grunn følgjande føringar; Sidan det skjer eit sal til private vert det lagt til grunn ei streng fortolking der vilkår om at utleigeperioda minst må vere på 9 månadar, og at utleigeverksemda skjer som næringsverksemd i fellesdrift.

Kommersiell destinasjon:

Ein kommersiell destinasjon er eit reisemål basert på sal av overnatting, aktivitetar, arrangement, bevertning, uteliv m.m. Dei besøkande bur i «varme sengar», og kjøper aktivitetar og tenester i løpet av opphaldet. Både overnatting, arrangement og aktivitetar vert gjort tilgjengeleg for sal gjennom bookingsystem, turoperatørar eller andre aktørar. Ein kommersiell destinasjon er ein næringsveg i større grad enn ein hyttekommune, der gjestane bur i private «kalde» senger og i mindre grad nyttar aktivitetar og servicetilbod. Kommersiell destinasjonar har i større grad gjester i vekedagane i tillegg til helgene.

Kombinasjonsformål:

I plansamanheng finn ein ofte areal regulert til kombinasjonsformål (fritid/næring), for å balansere utviklinga av «varme og kalde senger» ved f.eks. å krevje at arealet i ein detaljreguleringsplan skal vere minst 70 % utleige. Erfaringane med denne praksisen er dårleg, fordi det ikkje framstår som tydeleg kva for del av området som skal vere fritid og kva som er næring.

8 NOSITUASJON HEMSEDAL KOMMUNE

Hemsedal er ein av landets største reiselivskommunar der reiselivsbaserte verksemdar står for den største verdiskapninga. I Hemsedal er om lag 50% av turistane utlendingar, og næring har sjølv sett 1 mill kommersielle gjestedøgn som mål innan 2020 (i dag ca. 650.000).

Reiselivsnæringa består av fleire komplementære bransjar – overnatting, servering, transport, formidling og attraksjonar/opplevingar. Saman leverer dei eit meir eller mindre komplett reiselivstilbod til marknaden. Marknaden vert gjerne delt i to med grunnleggjande forskjellar på det internasjonale og den norske marknaden. Den norske marknaden består av lokalbefolkninga, yrkesreisande og norske kurs/konferansegjester. Den andre marknaden konkurrerer med internasjonale marknader om både norske og utanlandske turistar.

Som planmynde legg Hemsedal kommune premisser for framtidig arealbruk. Når marknaden er i endring (svingar) vert også kommunen som planmynde utfordra til å tilpasse, eller endre arealpolitikken slik at næringsinteressene sine behov vert tilfredsstilt. Dei siste åra har marknaden av ulike årsaker vorte endra, anten av finansielle tilhøve i verda, at det har kome nye konkurrerande fritidstilbod (eks. Myrkdalen og billige sydenturar), men også grunna det høge kostnadsnivået. Noreg er eit høgkostland og det rammar destinasjonar som satsar internasjonalt.

Generelt kan ein skildre nosituasjon for Hemsedal slik;

- Reiselivsnæringa er konkurranseintensiv og opplever sterkare konkurranse enn tidlegare. Nye aktørar i marknaden, men også endra kjøpsvanar har svekka næringa sine marknadsandelar
- Mange verksemdar ønskjer å tilpasse bygningsmassen (nyinvesteringar/ vedlikehald), men manglar kapital
- Turistverksemdar vurderer å leggje ned den tradisjonelle drifta, og selje ut bygningsmassen som private næringsseksjonar
- Ein del verksemdar oppfyller ikkje krava til utleige, og kommunen må følgje opp bruken som er i strid med arealformåla.
- Kommunen opplever ei rekkje førespurnader/ søknader om omregulering/ dispensasjon frå næring til fritid, eller ønskje om seksjonering og sal av private næringsseksjonar
- «Perifere reiselivstilbod/ utleigeeiningar har større utfordringar enn sentrale nærskianlegget

I kommuneplanen sin arealdel vedteke 8. desember 2011 finn ein føringar for dagens arealpolitikk knytt til varme og kalde senger (ABC- modellen). ABC-modellen er brukt for å skildre fordeling mellom næring og fritid (kalde og varme senger) i eit område. Eit A-område ligg sentralt i høve til butikkar, attraksjonar, spisestader osv. Eit B- område er område som ligg meir usentralt i høve nemnde fasilitetar. Eit C-område ligg meir perifert i høve butikkar, attraksjonar osv. ABC-modellen og fordeling mellom kalde og varme senger inngår som ein del av planstrategien.

9 RAPPORT «AREALPOLITIKK FOR VARME OG KALDE Senger PÅ REISEMÅL» V/ ASPLAN VIAK

Rapporten diskuterer tilhøve omkring «varme og kalde» senger og gjev ei tilråding i høve arealforvaltning avhengig av kva for reiselivsutvikling kvar kommune måtte velje.

Utdrag frå rapporten er etterfølgjande i skravert.

Kommunar som ønskjer å utvikle seg til å vere ein heilårs kommersiell destinasjon må forhalde seg til følgjande samanhengar;

- *Reiselivsverksemdene (næring) bidreg til å skape større breidde i det lokale og regionale næringslivet*
- *Dei ulike reiselivsverksemdene i kommunen gir lokalsamfunnet viktige bidrag i form av aktivitetstilbod, «urbane tilbod og tenester», tenester og infrastruktur. Dette aukar attraksjonskrafta, bulyst og kommunen si evne til å trekke til seg arbeidskraft*
- *For å konkurrere i marknaden som ein attraktiv kommersiell destinasjon er reisemålet avhengig av å ha tilstrekkeleg tall kommersielle senger med sentral og god plassering, samt kort avstand til alpinanlegg, aktivitetstilbod, bevertning m.m.*
- *Verksemdar som leverer aktivitetstilbod, til døme skisentra er avhengig av tilgang på kommersielle senger for å kunne tilby sine gjester bustad, særleg for å ha god drift i vekedagane.*
- *Større reiselivsaktørar, som f.eks. Color Line, vektlegg satsing på destinasjonar som har ein kritisk masse av senger som går i næring, og som tenker langsiktig i si utvikling av desse*
- *Ved sal av fritidsbustader vert også nærleiken til servicetilbod framheva,- variert varehandel, tilgang til hotella sine SPA- og bassengtilbod, restaurantar/- afterski, alpintilbod og ikkje minst eit løypenett av høg kvalitet.*

For at Hemsedal skal fortsette å utvikle seg som kommersiell destinasjon, må arealpolitikken legge rammer for reiselivsnæringa. Ein kan ikkje forvente same servicenivå og tenestetilbod i ein kommune med overvekt av fritidsbustader som i kommunar med ein balansert kombinasjon av senger i næring og fritid. Det er e i utfordring å basere aktivitetstilbod berre på weekend- og ferieperiodar. Om ein kommune veljar å leggje meir til rette for fritidsbustader i sin arealpolitikk, og ein samstundes manglar areal for kommersielle senger vil truleg tal arbeidsplassar på sikt bli redusert, noko som igjen vil påverke busettinga og lokalsamfunnet for øvrig.

Rapporten sin tilråding, sitat;

«Undersøkelsen viser at kommunen har gjort mye riktig i arealpolitikken på reisemålene, men viser også at det er behov for en bedre innretning av arealpolitikken når det gjelder «varme og kalde» senger. Anbefalingene og forslagene til endringer i arealpolitikken tar utgangspunkt i dette. Målet er endringer som bidrar til å styrke reisemåla og gjøre arealpolitikken knyttet til «varme og kalde senger» enklere og mer robust.

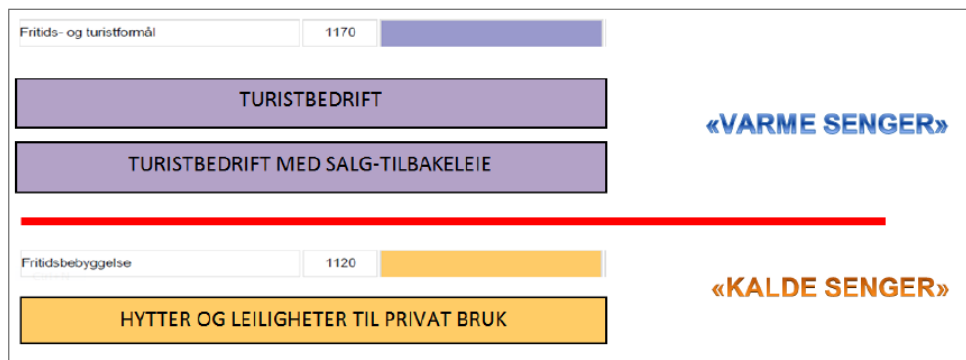
Anbefalingene omfatter 4 strategiområder:

1. *Kjerneområder turistnæring - Kvalitativ bedre avgrensing av områda som blir satt av til turistnæring i rettslig bindande kommunale arealplaner.
o Langsiktig og konsistent arealpolitikk for de valgte kjerneområda
o Vekt på ansvarliggjøring av næringsaktørene framfor kontroll*
2. *Innfasing av en ny arealsone - fritidsbebyggelse lagt til rette for utleie
o Fritidsbebyggelse tilrettelagt for utleie dersom eier ønsker*

o Forutsett at kommunen først har avklart kjerneområde for turistnæring
o Særskilte krav til planløsninger, bebyggelsestyper og størrelse

3. Sortering av områder som i dag har salg-/tilbakeleie
 - o Gjennomgang av områder som er forutsatt å ha salg-/tilbakeleie.
 - o Områder som ligger i kjerneområder turistnæring opprettholdes som turistnæring med salg-tilbakeleie
 - o Områder som ligger utanfor vurderast endra til fritidsbebyggelse lagt til rette for utleige
4. Nye prinsipp for arealsonering og bruk av de formelle planformåla i PBL»

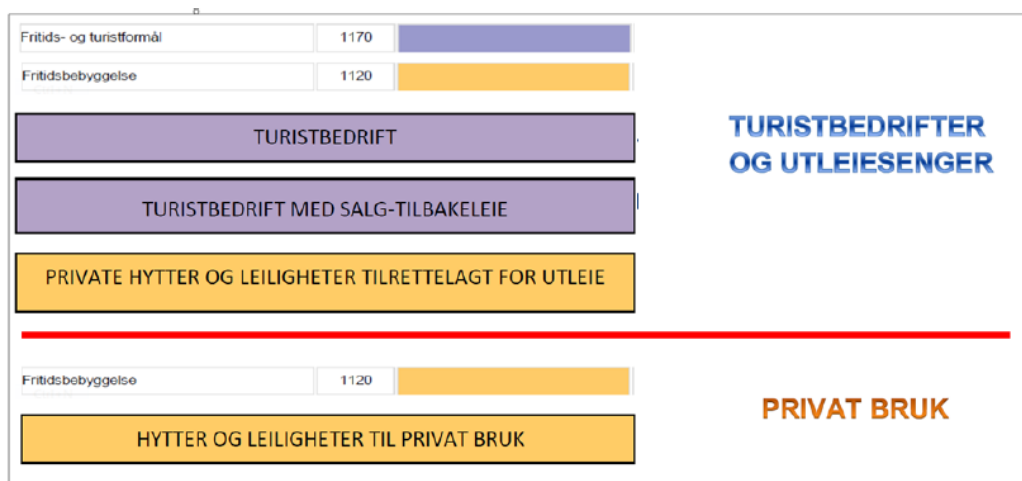
I dag er det i hovudsak ei todeling av arealformåla, jfr. plan- og bygningsloven. Dei «varme sengene» har arealkategori «fritids- og turistformål», - anten avsett til rein turistverksemd eller til turistverksemd med sal- og tilbakeleige (blå areal). Dei «kalde sengene» er regulert til fritidsbebyggelse, anten det er hytter eller leiligheter til privat bruk (oransje areal). Dette vert illustrert i figuren under.



Figur 6.3 Figuren viser hvordan turistbedrifter og senger i salg-tilbakeleie inngår i arealformål etter plan- og bygningsloven og kobles til begrepene «varme og kalde» senger i dag.

Med den nye tilnærminga vil «Fritidsbebyggelse tilrettelagt for utleie» komme inn som ein ny arealbrukstype med nye krav til eignaheit. Slik sett får ein ei prinsipiell tredeling i arealsonene for byggeområda, der det nye føremålet gir ei meir glidande overgang mellom dei to gamle arealsonene. Omgrepet «varme og kalde senger» vil med dette få eit nytt og utvida innhald i høve dei formelle arealformåla i plan- og bygningsloven.

Dette vert illustrert i figuren under;



Figur 6.4 Figuren viser hvordan turistbedrifter, senger i salg-tilbakeleie og områder tilrettelagt for utleie inngår i arealformål etter plan- og bygningsloven med anbefalt nytt plangrep. Områder for turistbedrifter, og turistbedrifter med salg-tilbakeleie vil inngå i kjerneområder for næring.

Den nye arealsona «fritidsbebyggelse tilrettelagt for utleie» er ei sone rett utanfor kjerneområda, som også har store krav til eignaheit. I desse områda kan det tillatast bebyggelse som står fram som utleieeiningar ut frå storleik, type bygningar, felles areal, felles servicefunksjonar, og der det vert lagt til rette for utleie av einingar dersom eigar ønskjer det.

Det er viktig å presisere at utleie er frivillig, men det må leggjast til grunn ein felles aksept for at dette er eit tilrettelagte utleieområde der det er ønskeleg med «varme senger». Dette vil gi ein meir forutsigbar situasjon for både kommune, utbyggjar, kjøparar og gjester.

10 RINGVERKNADER AV SENGER I NÆRING KONTRA FRITID

I arbeidet med næringsplan har ein forsøkt å sjekke ut kor stor forskjellen på fritids eller senger i næring har i høve forbruk og lokale ringverknader på turistdestinasjon. Det vert vist til påstanden om at høgstandard hytter etter kvart har såpass stor bruksfrekvens at forskjellen mellom kalde og varme senger vert liten. Så langt kjeldesøk viser ligg det ikkje føre noko dokumentasjon som klart slår fast korleis ringverknadene til senger i næring og fritid påverkar verdiskapninga lokalt. Det er difor vanskeleg å gje eit eintydig svar på dette spørsmålet.

Menonrapporten, «Strukturendringer og markedsituasjon i distriktreiselivet i Buskerud 2012» peiker på at kalde senger gir ringverknader på destinasjon, men hovudsakeleg for opplevingsanlegg, handel og byggenæring, medan kalde senger i mindre grad bidrar til fellesgodefinansiering. Rapporten legg og vekt på at utviklinga i reiselivsnæringen er inne i ei negativ trend som og inneheld fleir sjølvforsterkande spiraler. Reiselivet i distriktet opplever ein nedgang i etterspurnaden. Dette fører igjen til nedgang i omsetnaden og auka prispress som fører til nedgang i lønnsemd. Dette inneber låg lønnsemd og færre investeringar, som igjen fører til lite vedlikehald og forfall. Produkta vert mindre attraktive i ein stadig sterkare konkurranseprega marknad som kan føre til ytterligare nedgang i etterspurnaden. Vidare kan nedgangen i lønnsemda i verste fall føre til konkursar, som igjen fører til mindre komplette destinasjonar, og

eit mindre heilskapleg tilbod for turistane. Her oppstår enda ein negativ spiral, ved at ein mindre komplett destinasjon fører til eit mindre attraktivt turisttilbod. Dette fører til nedgang i etterspørselen, som igjen fører til nedgang i omsetninga. «*Lavere lønnsemd, færre reiselivsbedrifter og overgang frå varme til kalde senger, fører også til at det er færre bedrifter som kan bidra til finansiering av reisemålsselskapa og dermed færre som bidrar til fellesgodefinansieringa*». Reisemålsorganisasjonane utfører aktivitetar som alle eller dei fleste av reiselivsverksemdene på staden dreg nytte av, uavhengig av om dei er overnattings-, serverings eller opplevingsverksemdar. Bedrifter innanfor andre næringar, som handel og byggenæringa får også glede av turistane på destinasjonen. For eksempel vil alle ha glede av at destinasjonen marknadsførast, sjølv om ein ikkje er med på å betale for marknadsføringa, dvs. dei deltek som «gratispassasjerar». Sagt på en annan måte produserer reisemålsorganisasjonane fellesgodar for alle bedriftene i ein region.

Hemsedal har sjølv gjennomført ei eiga undersøking av fritidsbustadene i høve bruk og verdiskapning (2007). Undersøkinga er ikkje utført av noko FOU- miljø, og tala byrjar også bli gamle. Likevel, undersøkinga syner ein del element som underbyggjer kva for verdier hyttefolket representerer. **Undersøkinga skiljar likevel ikkje klart på forskjellen mellom senger i næring, private hytter i booking, eller reine fritidssenger.** Av 1890 utanbygds fritidsbustadeigarar svarte 523 (28%). Over 50 % har gjort forbetringar på hytta sidan den vart bygd, og dei fleste av desse utbetringane har skjedd etter år 2000. Av dei som planlegg utbetringar av hytta svarer over 50% at det vil vere aktuelt å bruke lokale leverandørar til grunnarbeid, råbygg, innreiingar, rørleggar-, snekker- og elektrikertjenester. Eit fåtall av respondentene ønskjer å nytte seg av ferdighytter ved påbygg eller bygging av ny hytte. Undersøkinga synte at ein hytteeigar i snitt brukte kr **28 429 kroner** per hytte på mat og fornyelsar/ år, og kr **21 968 kroner (alt i 2007- kr)** på driftskostnader knytt til fritidsbustaden. Det er samstundes stor variasjon i kor mykje hyttefolket brukar på mat og fornyelsar når dei er på hytta.

Det vart også reist spørsmål om fritidsbustadane vart leigd ut, men her svarar heile 89 % at dette var uaktuelt. Det at det var så få respondentar som ønskja å leige ut hytta står i kontrast med andre fritidsbustadundersøkingar, t.d. Trysil, der kvar 4. hytteeigar leigde ut hytta (Velvin 2002). Heile 93 % av respondentane frå Hemsedal har innlagt straum og 71 % vatn noko som syner høg standard. Undersøkinga synte vidare at tall bruksdøgn på frittstående hytter i Hemsedal i snitt var 60,7 døgn. På spørsmål om kva som kan auke bruken av fritidshytta svara respondentane fyrst å fremst nærleiken til høg fjellsområdene - over 90 % syntest det er svært avgjerande for kor ofte dei brukar hytta. Det vart ellers peika på aktivitetar som tilgang på langrennsløyper, alt frå preparering, skilting, variasjon og tilgjengelighet. Heile 79 % ser på Hemsedal Skisenter som meir enn gjennomsnittleg viktig for bruken av hytta. Mogelegheit for fottur sommarstid er også viktig for kor mykje hytta vert brukt. Heile 71 % seier at dette er viktig for dei. Avstand til hytta, men også kvalitet på RV er moment som vart trukke fram i høve bruken av hytta. Heile 85% trekte fram at avstand og reisetid var eit kriterie for auka bruk av hytta.

Undersøkinga syner at eit fleirtall av fritidshytteegaren kjøper sesongkort i alpinbakken. Hovudvekta ligg på 1-3 sesongkort per husstand. Sidan det i gjennomsnitt var 3,6 personer per husstand syner dette at det er mange hyttebrukarar som kjøper sesongkort til heile husstanden. Det har også komme fram i andre hytteundersøkingar at dei som kjøper sesongkort nyttar skianlegga ofte, noko som igjen førar til auka hyttebruk. Det er difor positivt for Hemsedal at så mange kjøper sesongkort i Hemsedal skisenter. Undersøkinga syner og at dess nærmare hytta er skisenteret desto meir bruker hytteegarane skisenteret. Dette kjem og fram av kommentarane frå hyttefolket. Fleire nemner at dei har kjøpt hytte nær skianlegget på grunn av dei fantastiske

alpine forholda . Dei som har hytte lengre unna, nemnar at det gjerne er den yngre generasjonen som gjer nytte av skisenteret.

TØI undersøkinga frå 2011 «Økonomiske virkningar av reiseliv i Buskerud 2010»

avdekker turistane sitt forbruk i Hemsedal fordelt på overnattingsgjestar, gjennomreisande og turistar på dags besøk. Forbruket frå turistane låg på kr 969 545 000. Om ein ser nærmare på dei økonomiske effektane relatert til eksisterande fritidsbustad kan ein i same TØI rapport syne til følgjande talmateriale som omhandlar kostnader ved eigarskap og hyttehold samt kostnader ved oppussing /opp gradering. Totalbeløp på kr 80 000 000.

Styringsgruppa viser til at det ikkje finnst noko underlag frå FOU- miljø som eintydig peikar på kva for arealbruk (fritid/ næring) som har størst potensial for samfunnsøkonomisk verdiskapning. Undersøkingar, men også erfaring frå Hemsedal syner at kommersielle gjestedøgn har størst direkte effekt på heilårs arbeidsplasser. Styringsgruppa vil også peike på at dei kommersielle gjestesengene gir meir føreseieleg finansiering av grunnleggjande infrastruktur (bruer/ anlegg, off. toalettanlegg, og aktivitetstilbod som gondol, svømmebasseng m.m.), - tiltak Hemsedal må investere i om turistdestinasjonen skal vera konkurransedyktig i ein internasjonal marknad. Styringsgruppa vil samstundes peike på at det ikkje er anten/ eller i høve fritid/ næring. Hemsedal må vere enda meir offensiv i å leggje til rette for fleire fritidseiningar gjennom framtidig kommuneplanlegging. Det er imedan viktig at lokaliseringa av desse nye einingane ikkje fortrenger, eller legg beslag på nødvendig areal for næring i kjerneområdet.

10.1 Definisjon av kjerneområde

Ei avgrensning av kjerneområder vil vere ei konkretisering og tydeleggjering av områder med høg attraksjonskraft for senger regulert til næring. Avgrensinga vert gjort ved å leggje til grunn følgjande kriteria;

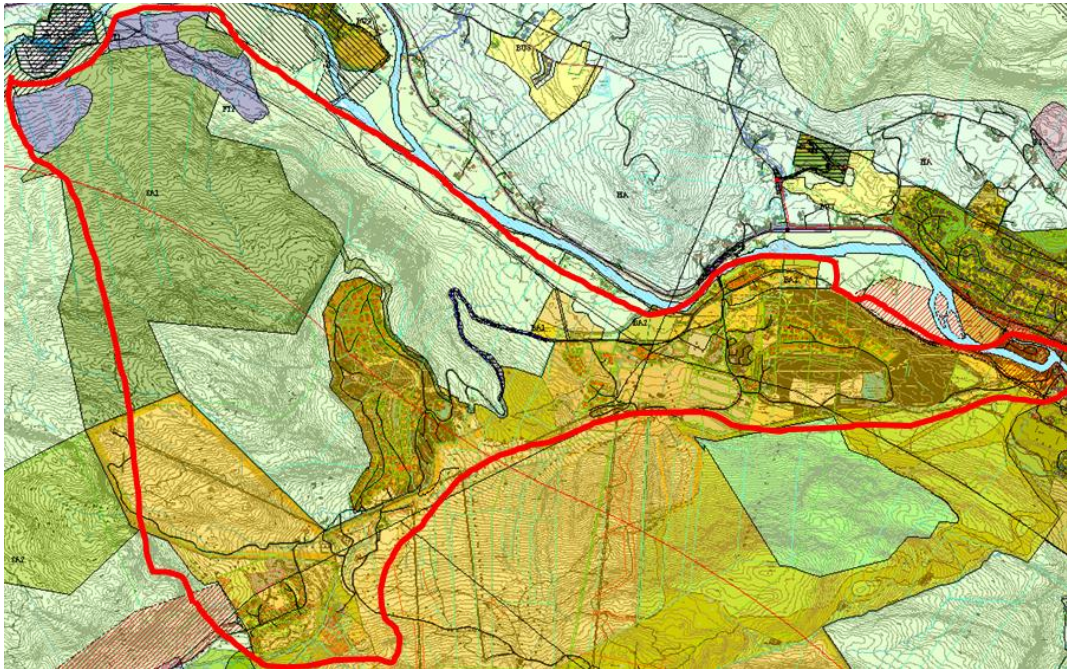
- Høg kvalitet og lett tilgang på skitilbodet/alpinanlegg, ski inn/ ski out, eller minimum det marknaden opplever som grei gangavstand til aktivitetstilbodet
- Kundane vert tilbydd eit kommersielt totaltilbodet (aktivitetar, shopping/ cafe latte-kultur, bespisning, overnatting mm).
- Staden må fungere for gjestane med gangavstand mellom tilboda, atmosfære på staden.
- Miljøkvalitetar skal ivaretakast (byggjeskikk, opplevings/- opphaldsmiljø, drift/ renovasjon, miljøfyrtårn)

Ved å foreslå ei avgrensning av kjerneområdet for turistverksemdene vil eksisterande verksemdar i A- områda (jfr. gjeldande kommuneplan) sikrast langsiktige og føreseielege rammer innanfor arealsona «næringsareal – turistverksemd». Innanfor desse rammene kan verksemdene tilpasse rom/ storleik på leiligheit, endre aktivitetstilbod og utvikle senger så lenge det er i tråd med reguleringsformålet.

Ein bør merke seg at det er store kvalitetsmessige skilnadar innanfor kjerneområdet. Kjerneområda som peiker seg ut er Trøym sentrum, Totteskogen, Fjellandsbyen, Skarsnuten/ Tinden (tilrettelagt for i arealplan). Ein har også valt å ta med Røggjelia i same akse sidan dette utbyggingsområdet har ein attraktivitet med høg alpin verdi og nærleik til Fjellandsbyen.

Med eit utbygd heis/ gondolsystem, som det allereie er lagt til rette for i overordna planar har alle desse områda element som tilfredsstillar det ein turist etterspør. Dette er områder som langt på veg tilfredsstillar kriteria for å kunne definerast som attraktivt område, og som har areal som er godt eigna for senger regulert til næring. Her ligg også hovudtyngda av eksisterande turistverksemdar i kommunen, og desse må oppretthaldast og utviklast i eit langsiktig perspektiv. Her vil det krevjast ei konsekvent oppfølging av prinsippa, slik at kjerna ikkje vert vatna ut over tid.

Definisjonen av «Kjerneområdet» i Hemsedal vert avgrensa innanfor raud innramminga i kartet under.



10.2 Kva er «kritisk mengde» næringsenger innan kjerneområdet ?

Rapporten om «varme- og kalde senger» gir eit tydeleg bilete av kor viktig senger i næring er for ein kommersiell turistdestinasjon som Hemsedal. Om ikkje ein sikrar areal for senger i næring på kort og lang sikt bevegjar kommunen seg bort i frå å vere ein kommersiell turistdestinasjon til å bli meir ei kommune for fritidshytter. Basert på dei 4 strategiane som rapporten til Asplan- Viak skisserer ser ein det som ønskjeleg å gjere ei ny runde med arealsonering for å tydeleggjere prinsippa. Ei ny arealsonering vil kunne opne opp for endring av arealføremåla i høve eksisterande planar.

Ei ny sonering må også sjåast i samanheng med kva for areal Hemsedal som kommersiell turistdestinasjon må sikre seg i kommande 30 års periode – altså me bør ta stilling til ein «kritisk masse» senger for næring sentralt lokalisert. Siste året har det i samband med næringsplanarbeidet vorte halde fleire møter med næringslivet. Eit av tema har vore konkretisering av kva for kritisk masse senger destinasjonen Hemsedal treng i eit 30 års perspektiv. Hemsedal Turisttrafikklag og Skistar Hemsedal har kvar for seg komme med innspel.

Oppsummeringsvis synast det som å vere eit behov for rundt 15 000 senger inkludert dei 6350 sengene som går i booking i dag, (kjelde Skistar februar 2014). Dette inneber at volumet senger i

næring må aukast med rundt 7-8000 senger, eller rundt 760 einingar. I tillegg veit ein at fråfallet av senger er ca 100/år. Det må i tillegg byggjast det same tall senger årleg berre for å oppretthalde det volum ein har i dag. Eit slik volum vert grunngeve med kva Skistar må ha i auka salsvolum knytt til heisomsetnad for å kunne forrente dei investeringane verksemda meiner er viktig for å vere konkurransedyktig i framtida. Aktuelle investeringsbehov og kva som må til for å realisere langsiktige mål vert som følgjer:

- Nedfart sentrum
- Gondol fra Trøym og opp til Fjellcafeen
- Øvrige investeringar innanfor det arealet Skistar driv i dag
- Heisar og nedfart i Røggelia

Inntektsanalyse med heisomsetnad per næring/ fritidsseng og planlagt investeringsoversikt syner kva som kan forrentast basert på kjent gjestestruktur. Om ein ser på tall senger som går i booking i dag, og legg til grunn beleggsgrad, og justerer for kor attraktive desse sengene er i høve alpinfaktor, kan ein rekne seg fram til kor store inntekter kvar seng kan gje. Reknestykke som **Skistar** har presentert syner ei gjennomsnittleg inntekt pr. seng i næring på rundt kr. 9500,-.

Om ein samstundes ser på kapitalbehovet for nedfart/ gondol med 5% rente på forretning av investert kapital, samt estimat på driftskostander knytt til skibuss, snøproduksjon/ tråkking, samt lønn/ personal kan ein rekne seg fram til kor mange nye senger ein må ha for å forrente nemnde investeringar. Nedfart og gondol til sentrum vil krevje 1350 nye senger, fornying av heisar og investeringar innan resten av planområdet i ein kommande 20-30 års periode vil krevje 2650 nye senger, medan investeringane i Røggelia vil krevje 3250 nye senger.

Hemsedal Turisttrafikklag (HTTL) tek utgangspunkt i uttalt mål med auke til kommersielle gjestedøgn på 1 million i 2020. For å nå dette målet, med ein maks beleggsprosent på 73% vinterstid (som i 2008) må destinasjonen ha omtrent 7.600 senger totalt. Med eit fråfall årleg på 100 (1,5%) betyr dette at det må byggast 1888 nye senger før 2020. Om målet er 2 millionar gjestedøgn i 2064 må ein ha dobbelt så mange senger å tilby som i 2020 (15.213). Med fortsatt årlig fråfall på 100 senger må det da byggjast nye 12.200 senger i perioden 2020-2064. Det vert understreka at kalkylane er forenkla sidan potensielle kalde senger som og kan gå i utleige ikkje vert fanga opp (evt. går til fradrag).

Beleggsprosent	73 %	Antal senger totalt	Må bygges
Frafall senger/år:	100	nødvendig:	
1 million gjestedøgn i 2020:		7 607	1 888
2 millioner gjestedøgn i 2064		15 213	12 207

Ei totaloversikt over senger regulert til næring og fritid i dei mest sentrale reiselivsområda i Hemsedal er vanskeleg å lage. Det er likevel gjennomført ei grovkartlegging i det som vert definert som kjerneområde i Hemsedal – i aksen mellom Trøym sentrum – Totteskogen – Fjellandsbyen – Skarsnuten – Tinden – Røggelia. I aktuelt område har ein gjennomgått gjeldande reguleringsplanar og sett på kva for areal som er godkjent, men enno ikkje bygd ut. Det er som hovudregel lagt til grunn ei fordeling med 70% næring/ 30% fritid i attverande planar.

I tabellen under har ein da føresett ein litt anna brøk i Røggelia og Totteskogen som grunnlag for diskusjon.

Restkapasitet antall senger - grunnlag 70/30				
Sone	Antall	Næring	Fritid	
Sone 1 - Fjellandsbyen	7351	5006	2345	
Sone 1 - Områdeplan Holdebakken	2798	1935	863	
Sone 2 – Totteskogen (50/50)	2603	1302	1301	
Sone 3 - Trøym Sør - sentrum	2496	1747	749	
Sone 4 - Hemsedal sentrum	274	274		
Sone 5 - Storelia/ Tinden (Areal ureg.)	2593 (400)	1537 (+280)	1056 (+120)	
Sone 6 – Røggjlia (30/70 brøk)	4825	1448	3377	
Samla antall senger	22940	13249	9691	

Oversikta syner at det i gjeldande planar ligg ein sannsynleg restkapasitet på rundt 23000 senger i allereie regulert område. Oppsummeringsvis kan ein vektleggje følgjande pkt.

- Det er rikeleg med restkapasitet for bygging av fleire senger regulert til fritid og næring utan at dette har negativ påverknad på «bumiljø» og opplevingskvalitetane
- Mykje av restkapasiteten ligg i planar som er godkjent/ ein kan fortette utan å måtte ta i bruk nye store LNF- areal
- Restkapasiteten tilfredsstiller destinasjonen sine behov for senger regulert til næring i eit langsiktig tidsperspektiv (30 års løp)
- Ein stor del av restkapasiteten har stor attraksjonsverdi,- nærleik til opplevingar, tilfredsstiller «urbane behov», miljøkvalitetar i høve marknaden sine krav, ref. Asplan Viaks rapport.
- Av ein teoretisk restkapasitet på 23 000 senger må minst 8650 av desse vera senger regulert til næring for å ivareta kritisk masse på 15000
- Det er potensial for noko fleire fritidssenger utan at dette svekkar grunnlaget for senger i næring.

11 MARKNADSVURDERING AV KJERNEOMRÅDET

11.1 Kvalitetar i kjerneområdet - føringar for SWOT- analyse

SWOT-analyse er ei internasjonal kjent analyseform som nyttast ved strategisk planlegging eller kartlegging av ein organisasjon (i dette høve arealkvalitetar) i høve sterke og svake sider. Analysa identifiserer eventuelle problem og mogeligheter som kan påverke utviklinga. Bokstavane er ei forkorting av kva orda *strengths* (styrker), *opportunities* (moglegheiter), *faults* (manglar) og *threats* (trugslar).

Ein bør merke seg at det er store kvalitetsmessige skilnader innanfor kjerneområdet. Kjerneområdet er difor delt i ulike soner. Gjennom SWOT- analyse for kvar sone er det forsøkt å

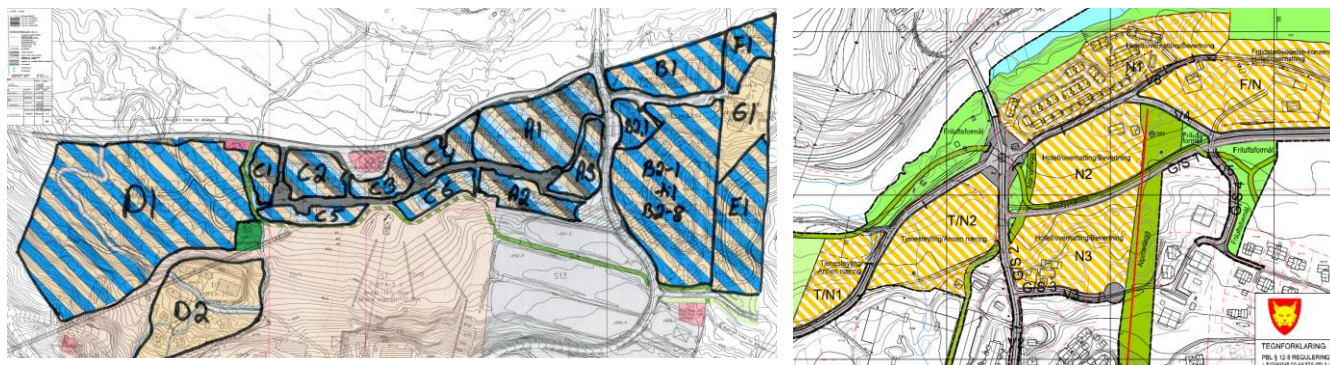
avdekke kva for kvalitetsmessige forskjellar det er innanfor kjerneområdet. Det er heile tida marknaden som vert premissleverandør. Det er viktig å stille spørsmål om kva gjesten opplever på destinasjon, og i kva grad turisten sine behov vert ivareteke ? Auka trivsel gjer det lettare å drive varme senger i området.

Som overordna føring for SWOT- analysa har ein lagt til grunn gjestene sine behov og ynskje for nærleik til attraksjonar, kafe/restaurant, kulturtilbod, møte med lokale tradisjonar, og kollektivmoglegheiter i eit heilårsperspektiv når ein har vurdert områder for ein % vis fordeling av kalde og varme senger. Med nærleik til attraksjon og kollektivknutepunkt meiner ein i denne samanheng ein avstand på maks 500 meter, ref. kjelde konsulentselskapet COWI – basert på «Bybaneutredning Stavanger – Vista Utredning 2002». Nærleiken til vinteraktivitetar vert vektta høgast sidan om lag 75 % av all trafikk i Hemsedal baserer seg på vinterturisme. Ein har som føresetnad at skituristane i dag ynskjer å parkere bilen når dei kjem, for så å la denne stå - dette er og eit framtidsretta miljøkriterie som i stadig større grad vert vektlagt.

	Kriterier	Grunngiving
1.	Ski inn/Ski out	Framtida sine kundar ønskjer å komme lett inn og ut frå skianlegget og kunne parkere bilen ved starten av ferien. Ref. føresetnad over.
2.	Skibuss	Nærleiken til busstopp for skibuss er viktig, ref. føresetnad over. Hemsedal har om lag 50 % belegg frå utanlandske kundar og ein aukande del av gjestane kjem med fly til Gardemoen og Leirin. Ein er da avhengig av skibussmoglegheitar til og frå alpinanlegget.
3.	Kollektive mogeligheitar hele året	Gjester som kjem med buss og evt. med rutefly til flyplass på sentralt Austland/Fagernes Lufthavn er avhengig av gangavstand frå haldeplass.
3.	Aktivitetar; vandring, sykling, fiske mm.	Nærleiken til utgangspunkt for aktivitetar må sjåst på som eit konkurransefortrinn. Det at ein ikkje er avhengig av å bruke bil for å leie sykkel, dra på fisketur/ vandring etc opnar opp for fleire kundegrupper.
4.	Kafe/Restaurant	Gå avstand innafor maks 500 meter til kafe/restaurant
5.	Bredt utval av butikkar	Gå avstand innafor maks 500 meter til eit breitt vareutval av butikkar.
6.	Kulturtilbod/- lokale tradisjonar	Moglegheit til å nå (tur-retur) kulturelle opplevingar, eller kunne oppsøke lokale kulturelement-/ tradisjonar med lett tilgang til kollektivtilbod.
6.	Skitunell/ Rulleskiløype	For målgruppa som er interessert i langrenn vil nærleiken til skitunell vera eit viktig kriteriet - heilårstilbod.
7.	Booking funksjon	Det må vera mogleg å booke overnatting/ aktivitetar på den aktuelle plassen gjennom ein sentral bookingfunksjon
8.	Varierte natur-attraksjonar, t.d. fossar	Tilgjengeleg og nærleik til spanande naturelement, visuelle særpreg i kulturlandskapet

11.2 SWOT sone 1 – Fjellandsbyen og områdeplan Holdebakken

Denne sona er delt i to kartblad – sjølve Fjellandsbyen og eit kart for områdeplan Holdebakken.



Styrke • Ski inn/Ski out • Langrennsløyper • Terrengsykkel i alpinbakke og sykkelløyper • Summaropen heis • Vandring • Nærleik til fiske • Nærleik til restaurant og Cafe • Nærleik til sportsbutikk • Nærleik til matbutikk vinterstid • Nærleik til skibuss vinterstid • Nærleik til rutebuss	Svakheit • For lite utval av butikkar • For få alternative restaurant og butikker om summaren. • Ingen daglegvarebutikk om summaren. • For lite tilbod av sumaraktiviteter/opplevingar • Manglar eit fullservice hotell med dei fasilitetar dette inneber. • Badeanlegg/SPA
Moglegheit • Større utval av tenestetilbod innanfor restaurant og butikkar • Større tilbod på aktivitetar i nærleiken for ulike brukargrupper, born, ungdom, yngre vaksne, eldre • Fortetting av baseområdet som vil kunne gi området eit arkitektonisk løft og eit meir intimt landsbypreg.	Trugsel • Det kan vera ei utfordring å ta marknadsdelar i dette området om sumaren før ein har fått etablert ein kritisk masse av tilbod med døme på aktivitetar. Det vera til dømes: Badeland, gondol, eks. «Rampusland», rundar lagt til rette for stigsykling, pumptrack, klatrehus, rodelbane mm. • Meir variasjon av restaurantar/Kafear og butikkar

Konklusjon:

Sidan dette området har ein «A» plassering, ski inn/ski out, eit bra utval av restaurant/Kafe og butikkar (ikkje sommar), samt nær offentleg kommunikasjon bør fordeling næring/ fritid oppretthaldast som i gjeldande kommuneplan - 70/30 (næring/fritid)

11.3SWOT sone 2 og 3 – Totteskogen og deler av Trøym sør



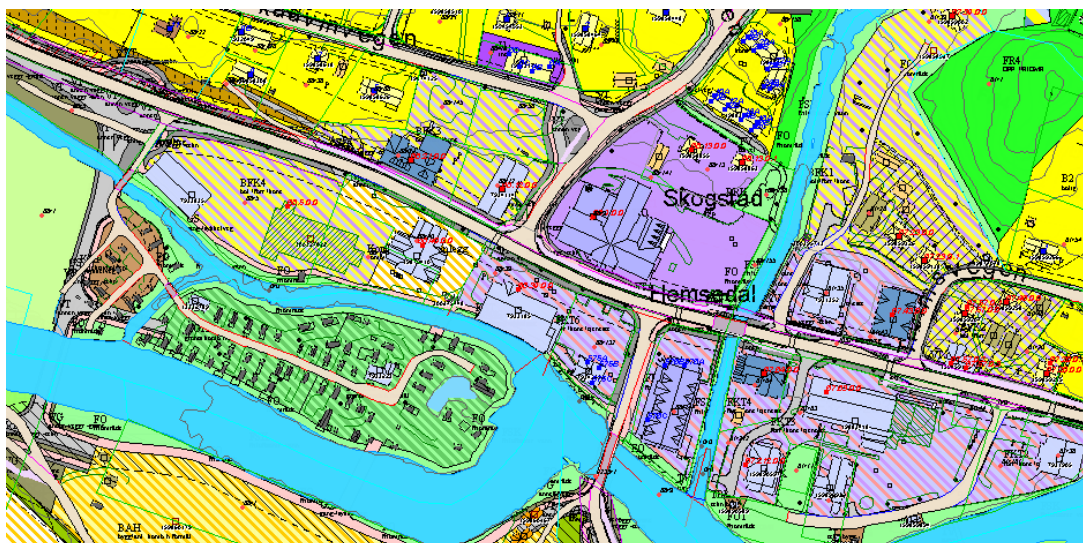
Styrke • Ski inn/ski out • Langrennsløyper • Terrengsykkel i alpinbakke/ og sykkeløyper • Summar open heis • Vandring • Nærleik til fiske • Nærleik til restaurantar og kafear • Nærleik til ein sportsbutikk om summaren og fleire vinterstid • Nærleik til skibuss vinterstid • Nærleik til rutebuss • Rolig område	Svakheit • Hovuddelen av området ligger over 500 meter frå offentlig transport/restaurant og tilbod av aktivitetar. Cowi meiner 500 meter er grense for kva som er akseptabel avstand for å ligge i det mest attraktive område. • For lite tilbod av butikkar • Få alternative restaurant/ butikkar om summaren. • Ingen daglegvarebutikk om summaren. • For lite tilbod av sumaraktivitetar/opplevingar • Manglar eit fullservice hotell med dei fasilitetar dette inneber • Badeanlegg/SPA
Moglegheit • Større utval av tenestetilbod innanfor restaurant og butikk i baseområdet • Større tilbod på aktivitetar i nærleiken for ulike brukargrupper, born, ungdom, yngre vaksne, eldre • Gondol til fjellet	Trugsel • Det kan vere ei utfordring å ta andelar av marknaden i dette området om summaren før ein har fått jobba opp ein kritisk masse av tilbod med døme på: aktivitetar. Det vera seg f.eks: Badeland, gondol, Rampusland, tilrettelagte stisyklingsrunda, pumptrack mm. • Restaurantar/Kafear • Butikkar

Konklusjon:

Det er ein føresetnad at området får regulert returløysing med heis attende til baseområdet, og gondol til fjells. Det vert peika på at utvikling av området er tufta på store initialkostnadar i form av flytting av campingplass/ frigjere areal for campingplass, store infrastrukturkostnader i form av bruløysingar for kryssing av Heimsila, samt frigjering av kapital for finansiering av pulsgondol/ gondol til fjell. Området har ei «B»- plassering på bakgrunn av at ein del av tilboda har ein viss avstand til eit utval av restaurant/Kafe og butikkar samt offentleg kommunikasjon.

60/40 (næring/fritid)

11.4 SWOT sone 4 – Trøym sentrum



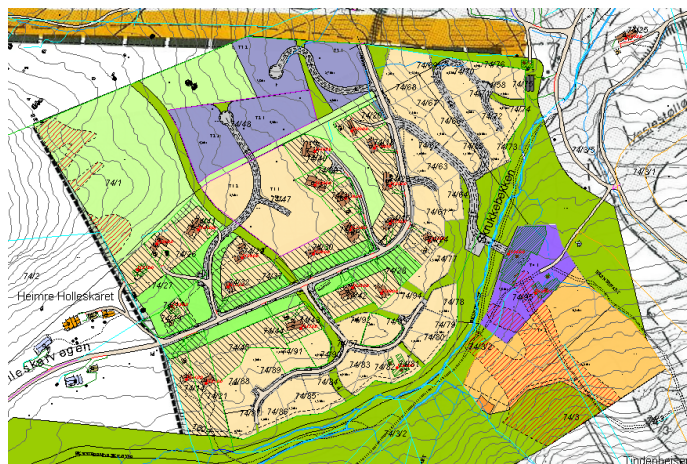
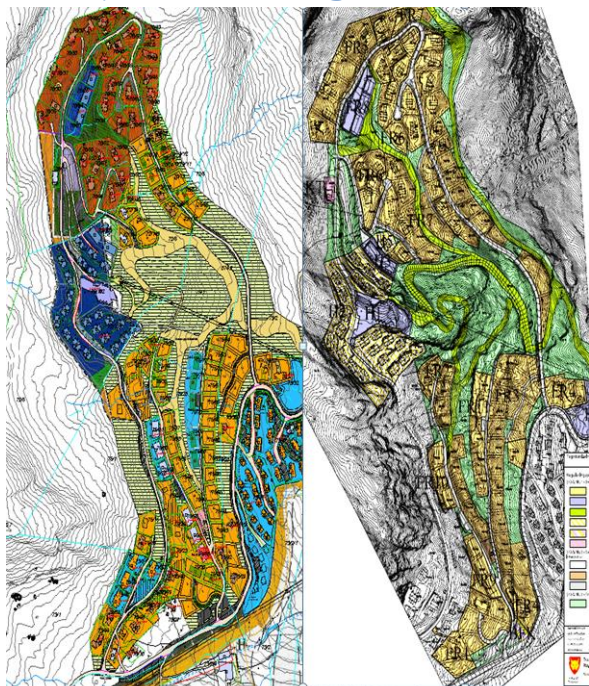
<u>Styrke</u> • Ski inn/ski out med ny sentrumsløype samt sikk/sakk heis Sollaust, og gondol • Langrennsløyper • Sykkelløyper, vandring og nærleik til fiske • Nærleik til restaurant og kafe • Nærleik til eit breitt utval av butikkar • Nærleik til skibuss og rutebuss • Nærleik til andre kulturtilbod/ friområder elva	<u>Svakheit</u> • For lite tilbod av sumaropplevingar med døme på sentrumsnære aktivitetar og arrangement som dei til dømes har i Wistler og på Beitostølen • Fleire arrangement vinterstid • Badeanlegg/SPA • Er avhengig av ein del tunge infrastrukturinvesteringar i form av etablering av off. toalettlysingar, etablering av bruløysingar
<u>Moglegheit</u> • Sentrum har mogeligheit til å skape fleire aktivitetar, meir arrangement og liv i sentrum så gjestane prioriterer å bruke meir tid her • «Bygdebyen» har eit potensiale til å skape miljøgodar, sitteplassar m.m. som rettar seg mot langt fleire, t.d. «dropp inn», forbi-passering, universelt utforma løysingar for gamle • Heimsila som ressurs – «øyhopping» - auka tilgjenge for mange brukargrupper, gondol og heisar til fjells	<u>Trugsel</u> • Det kan vera ei utfordring å ta andelar av marknaden i dette området om sumaren før ein har fått arbeida seg opp en kritisk masse av tilbod med døme på: aktivitetar. Det vera seg f.eks: Badeland, gondol, Rampusland, tilrettelagte runde for sti sykling, pumptrack mm. • Manglande samarbeid om tunge infrastrukturinvesteringar (off. toalettlysningar), etablering av bruløysing.

Konklusjon:

Ein føreset at området får regulert inn ein gondol til fjellet samt returløysing med pulsheis tilbake til baseområdet. Dette området er svært attraktivt med mogelegheit for ski inn-/ out, nærleik til aktivitetar, breitt tilbod av restaurant/kafe/ handel, men også nærleik til lokale kulturtilbod. Det er tilgang på off. kommunikasjon, samt mogeleg å fange opp dropinn besøkande. Det vert likevel peika på store initialkostnadar i form av flytting/ frigjering av areal for campingplass, store infrastrukturkostnadar i form av bruløysingar, samt frigjering av kapital for finansiering av pulsheis/ gondol til fjellet.

100/0 (næring/fritid)

11.5 SWOT sone 5 – Storelia I-II, Skarsnuten/ Veslestølen, Sjøstadfeltet og Tinden

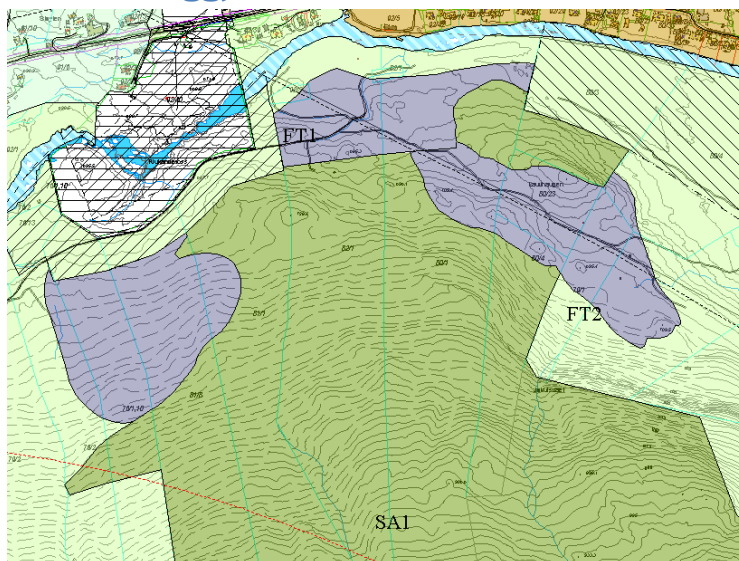


<u>Styrke</u> • Ski inn/ski out • Sykkelløyper • Vandring • Via Ferrata • Nærleik til fiskevatn • Nærleik til restaurant og afterski tilbod vinterstid • Bra utsikt og solforhold • Relativt stille og roleg	<u>Svakheit</u> • Ingen butikk tilbod. Ein må alltid ned i baseområdet eller sentrum om ein treng varer. • Manglar eit fullservice hotell som er opent hele året. • Badeanlegg/SPA (Er prosjektert på Skigarden) • Tilrettelagte aktivitetar summerstid • Lengre avstand til lokale kulturtilbod, eller komplementære aktivitetar • Forholdsvis krevjande sykkelløyper • Klimamessige avgrensingar for komplementære aktivitetar – høgt til fjelles
<u>Moglegheit</u> • Dette området har ein god mogeligheit til å skape fleire aktivitetar og arrangement • Skitunell	<u>Trugsel</u> • Det kan vera ei utfordring og ta store delar av marknaden summerstid da det syner at sumarturisten i større grad enn før ynskjer nærleik til butikk, kafe/restaurant og aktivitetar som ein naturleg del av sumarproduktet

Konklusjon:

Området har en «A» plassering vinterstid, med ski inn-/out, men har samstundes for lang avstand til eit utval av restaurant/Kafe og butikkar , lokale kulturtilbod og aktivitetar, samt offentleg kommunikasjon. Området har difor eit potensial for ein næring/ fritid etter brøken 40/60 (næring/fritid)

11.6 SWOT sone 6 – Røggjelia



<u>Styrke</u> • Ski inn/ski out • Langrennsløyper • Sykkelløyper • Vandring • Nærleik til elvefiske • Stille og roleg	<u>Svakheit</u> • Ingen komplementære butikk tilbod. Langt frå sentrum/baseområdet om ein trenger varer. • Manglar eit fullservice hotell, badeanlegg/SPA • Tilrettelagte aktivitetar summarstid. • Ikkje optimale sol tilhøve – meir skugge • Kollektivmessige utfordringar i høve nærleik til andre komplementære tilbod • Store initialkostnader kva gjeld avkøyring RV, elvekryssing, drikkevasskjelde og utfordringar med kraftlinje i området med døme på arealutnytting.
<u>Moglegheit</u> • Eit eldorado for sykling og stisykling kan være eit døme på aktiviteter ein kan sjå nærmare på • Nærleik til Rjukandefossen – verdifulle naturelement	<u>Trugsel</u> • Lang avstand frå Trøym sentrum = ei utfordring med å finne USP (Unique Selling point) som kan skilja dette området frå andre områder • De kan vera ei utfordring og ta større del av marknaden summar tid da det syner at sumarturisten i større grad enn før ynskjer nærleik til butikkar, kafe/restaurant og aktivitetar som ein naturleg del av sumarproduktet. • Store initialkostnader kva gjeld avkøyring RV, elvekryssing, drikkevasskjelde og utfordringar med kraftlinje i området med døme på arealutnytting.

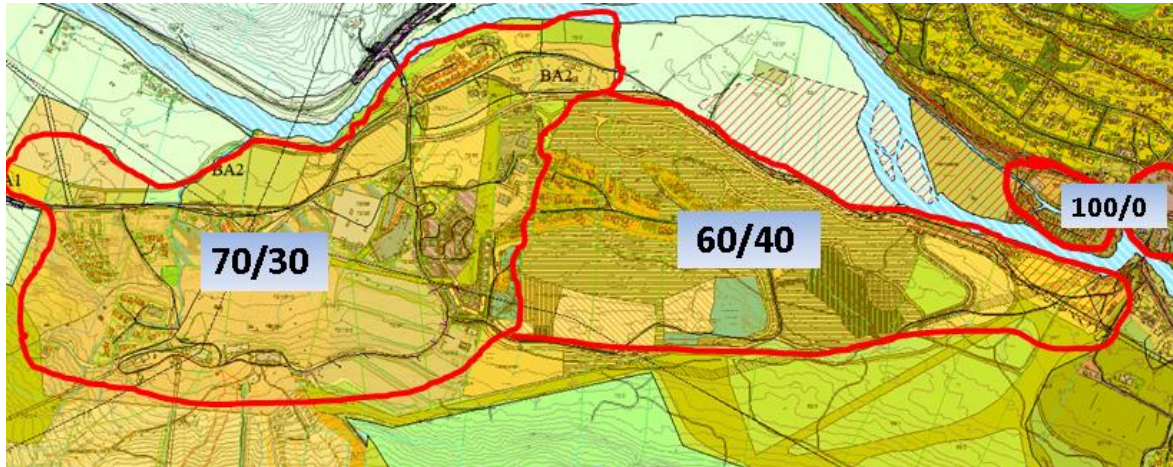
Konklusjon:

Ein føresetnad er at området får heis og trase ned til Røggjelia samt restaurant/Kafe. Området har store initialkostnader, få aktivitetar og restaurant/kafe tilbod, og ligg avstandsmessig slik til at området bør ha ein 30/70 fordeling næring/ fritid.

11.7 Oppsummering arealsonering av kjerneområdet Hemsedal

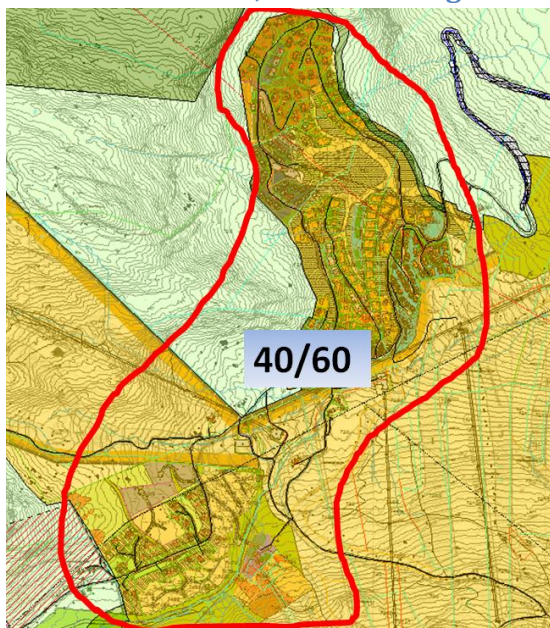
Med bakgrunn i SWOT- analyse for kvar sone vil ein tilrå følgjande overordna fordeling næring/fritid.

11.7.1 Fjellandsbyen – Holdebakken, Totteskogen og Trøym sentrum

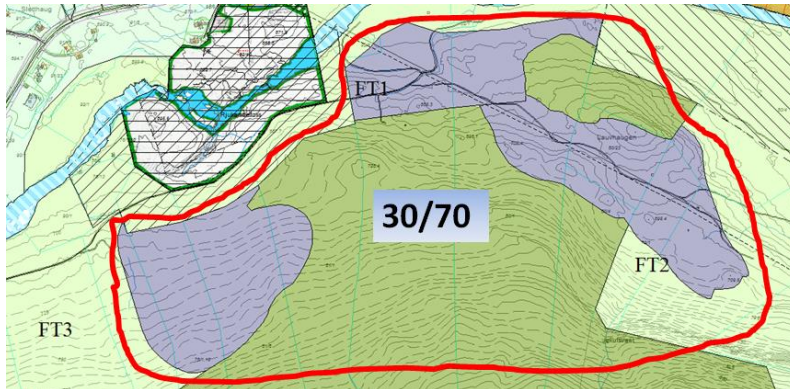


Styringsgruppa har ulik oppfatning av korleis området bør delast inn i høve lokalisering av nye næring- og fritidseiningar. Grunna høg attraksjonsfaktor har området Trøym sentrum nord for Heimsila vore vurdert som sone for næring. Det er argument for ikkje å blande fritid, næring og busetnad i same geografiske området. Argumentet andre vegen har vore å sikre nokre kalde einingar for å reise kapital til sentrale infrastrukturinvesteringar. Korleis ei eventuell lokalisering av pulsheis på øya vil påverke fordeling næring/fritid nord eller sør for Heimsila er også eit ubesvart spørsmål. Tilsvarande diskusjonar finn ein for området Trøym sør – Totteskogen kva gjeld å sikre ideell miks mellom næring og fritid for å kunne realisere gondol til fjellet og lønnsemd i å drifte nedfart med heisar mot sentrum.

11.7.2 Storelia I-II, Skarsnuten og Tinden



11.7.3 Røggjelia



12 AREALPOLITIKK UTANFOR KJERNEOMRÅDA

12.1 Tuv og Ulsåk

Som kommuneplanen er svært tydelig på ønskjer ein å vidareutvikle grendene Tuv og Ulsåk som viktige samfunnsentra i Hemsedal. Dette har med busettingsmønster, skule og oppvekstmiljø og anna ressursforvaltning slik som off. infrastruktur. Det er difor naturleg å vekte samfunnsøkonomiske til høve meir enn dei marknadsmessige mekanismene som arealpolitikken i kjerneområdet er tufta på.

Som allereie skildra er Tuv i dag eit bustadfelt, ein butikk og eit hotell som vert brukt som asylmottak. Det er få andre tilbod i dag som underbygger at dette er eit kjerneområde. Det er langt til andre butikkar, og kollektivtilbodet er dårleg. Det er ikkje andre aktivitetstilbod enn dei mogeligheter som ligg i langrenn, sykkel, vandring, og fiske. I overordna plan er det lagt til rette for nedfart og fjellheis opp Røggjelia. Gjennom Tuv sentrum går ein sterkt trafikkert RV-52 med stor del tungbil (30 %). Med bakgrunn i område sine kvalitetar, men også nærleiken til bustadfeltet finn ein det mindre problematisk å endra arealformålet her i høve dei føringane kommuneplanen i dag har sett.

Ulsåk har eit noko større innslag av butikkar, men kan likevel ikkje definerast som eit typisk kjerneområde sett frå eit marknadsmessig standpunkt. Kollektivtilbodet er for dårleg, og området manglar aktivitetstilbod som gjer området komplementært. Samstundes er det kommersielle aktørar som har lang reiselivstradisjon, og som har forsøkt å spisse produktet mot forskjellige nisjar siste åra. Deler av området Ulsåk kan vere betre eigna til «fritidsformål tilrettelagt for utleie» (kalde sengar). Området vert meir å rekne som eit service, bu- og oppvekstmiljø med areal for landbruksverksemd.

Om ein legg til grunn Asplan Viak/ MIMIR sin rapport og samanliknar denne med kommuneplanen finn ein at kommuneplanen sett for strenge krav til antal sengar i næring. Det synast ikkje å vere grunnlag for å kalle t.d. Tuv sentrum som eit A område med 100 % næring m.t.p. kva for tilbod ein gjest får i dette området. Når det gjeld Ulsåk har kommunestyret langt på veg allereie teke stilling til Fossheim (næring i 1. etasje), og område fritidseiningar for området Vibehaugen. Tuv og Ulsåk er likevel viktige grendesamfunn. Dette er miljø med eit visst framtidig potensial for å utvikle allsidig næring. Det vil difor vere feil å sleppe heilt opp på «varmsengspolitikken» for desse områda. Samtidig synast ikkje områda å ha større arealkvalitetar som openbert inviterer til fleire varme sengar utan at dette kjem i konflikt med andre arealføremål. **Kommunestyret ynskjer at brøken (næring/ fritidsbustad) må vurderast nærmare på kommunestyremøte den 10/9- 2015.**

12.2 Området Solheisen

I desse områda finn ein eit variert tilbod av aktivitetar, både sommar og vinter. Med golf- og alpinanlegg «vegg i vegg», flotte mogelegheiter for vandring, fiske og sykkel har dette området mange kvalitetar.

Det manglar likevel ein del tilbod innan butikk/ handel, Cafe, og uteliv. Området har også dårleg kollektivtilbod i høve kriteria for ei varm seng. Området manglar også tilgang på eit variert kultur- og opplevingstilbod.

Ut i frå ei marknadsmessig vurdering er det difor ikkje argument for å definere dette området som kjerneområde. Området kan leggjast til rette for fritidsbebyggelse, eventuelt tilrettelagt for utleige.

12.3 Andre turistverksemdar og næringsareal for turistverksemd

Bygda sin arealpolitikk basert på «Masterplanen» frå slutten av 1990- talet har bidrege til ein betydeleg vekst i sentrumsnære senger, både som fritid og næring. Dette som eit resultat av ei planlagt utvikling, men og tufta på marknaden som har etterspurt nærleik til alpinanlegget. Parallelt med denne utviklinga kan ein registrere eit auka problem med å få lønnsemd i senger som er regulert som næring i randsona, t.d. grender som Lio, Mørkedalen, Grøndalen, Eikredammen, Hemsedal Hytte og Feriepark, Lykkja og Huso. Utleiehytter som ressurs til gardane har heller ikkje den lønnsemda som var tidlegare, og tapar i konkurransen.

Arbeidet med næringsplan drøfter denne problemstillinga noko nærmare. Signal frå arbeidet så langt er at ein ønskjer å tydeleggjera Hemsedal som ein hyttekommune i framtida. Dette inneber at ein ønskjer å legge til rette for fleire fritidshytter i randsonene, som ledd i vidare næringsutvikling. Ei slik tilrettelegging vil kunne kompensere noko for reduksjon i inntekter frå utleiehyttane dei siste åra. Det er viktig at ei slik arealpolitikk framleis støtter opp om aktive gardbrukarar. Det ligg nokon openbare motsetnader mellom auka hyttebygging, og viktige miljøomsyn. Kommunen bør difor vurdere kva for standard ein legg til rette for. Skal ein i større grad leggje til rette for hyttebygging i meir perifere områder, må ein truleg også fastsette soner for hytter med føringar på storleik, høg- og låg standard etc. Det er og viktig å prioritere fortetting der dette er mogeleg. Dette vert eit viktig arbeid i samband med ny arealplan.

Det ligg fleire turistverksemdar, utleiehytter og ubebygde næringsareal til turistverksemd/utleie utanfor kjerneområda og grendesentra i dag. Det er ikkje laga nokon oppdatert oversikt over kor mange senger som er regulert som næring i desse områda, men dei fleste sengene er knytt til følgjande planer;

- Lykkja Fjellstue
- Lykkja Feriesenter – reguleringsplan
- Huso Fjellgard – reguleringsplan
- Reg.plan Krik
- Røggelia Apartment (Tuv)
- Golf Alpin
- Gravasletto (Markegard) – 50/50
- Fiskum – Jegeir Trøym
- Hemsedal Hytte og Feriepark

På kommuneplanens sine H og F soner som ligg på LNF- areal har det vore vanleg å bruke jordlova som verkemiddel for å sikre utleige i staden for fritidseiningar. Dette er eigentleg ein feil bruk av jordlova sidan Jordlova har eit anna føremål knytt til den einskilte landbrukseigedom, enn å styre utbyggingspolitikken i høve næring og fritidsføremål. Eigaroversikt viser at det i kommuneplan, der jordlova er gjort gjeldande (LNF- areal) er lagt opp følgjande volum;

H1-HC = Ershovd	14 hy
H2-HB = Krøssleino - Bulidalen	3+12 hy
H2- HC = Feten, Klanten, Heggeslettane	15 hy
H3-HB = Mørekvamdalen	16 hy
H5- HA = Helsingla	9 hy
H6 – HA = Torsetstølane	18 hy
Byggpunkt i Helsinglia	10 hy
F1 = Strupa	12 einingar
F6 = Ålrust – Eikre Sameige tils.	25 hy
F7 = Muren	6 hy

Gjennom planbehandling av planane for F6 Ålrust – Eikre, F7-Muren og Strupa er ikkje jordlova gjort gjeldande.

Ein konsekvens av den teorien me har lagt til grunn for kjerneområdet, og grendene Tuv og Ulsåk er at kommuneplanen også bør endrast utanfor desse områda. Om ein legg til grunn teorien i høve langsiktig arealpolitikk, og signal frå marknaden synast det ikkje å vere grunnlag for å definere Lio som eit 50/50 område, men i staden eit område for fritid.

Arbeidsgruppa vurderer det slik, med bakgrunn i rapporten som er utarbeida, at det ikkje lenger er hensiktsmessig å krevje at overnevnte planer/ einingar utanfor kjerneområdet definert i kap. 7 skal oppretthaldast som turistverksemd/næringsareal med krav om næring. Kriteria for fritid viser at verksemdar med avstand til aktivitetstilbod, alpinområdar m.m. vert lite konkurransedyktige. Det bør difor opnast opp for fritidseiningar.

Verksemdene kan sjølv velje om dei vil vidareføre næringsføremålet. Konsekvensane av dette er at ein kan få noko reduksjon i senger regulert til næring, men i tråd med tilrådingane frå rapporten er dette likevel riktig i eit langsiktig perspektiv.

13 PRESEISERING AV KOMMUNEPLANEN

13.1 Utbyggingsavtaler – ein mogelegheit for gjennomføring

Det er eigarane av næringsareal (kommersielle senger) som i hovudsak er mest pådrivar i å investere i anlegg som aukar lønnsomheten på destinasjon. Mykje av det som bidreg til ei positiv destinasjonsutvikling er nettopp «fellesgoder» som kan vere vanskeleg å få finansiert. Det må i overordna planar (områdeplanar/ kommunedelplan) sjåast nærare på kva for mogelegheit kommunen har for å sikre at framtidig utbygging kan bidra med ein førehalsmessig del til finansiering av felles infrastrukturinvesteringar. Dette må avgrensast til investeringar, og ikkje drift. På overordna nivå er det viktig at sentrale næringsaktørar og kommunen får avklart kva for infrastruktur som er avgjerande å få etablert for å sikre ei konkurransedyktig destinasjonsutvikling. Etter ei naturleg geografisk avgrensing, fastsetting av

investeringskostnader, organisering og prioritering vil ein i større grad kunne etablere eit system i form av reguleringsplaner/ utbyggingsavtaler som kan bidra til å sikre ei bærekraftig utvikling. Det er viktig at næringa og kommunen vert enige om kva for grunnleggjande infrastruktur som må på plass før ein opner opp for fleire senger. Infrastruktur i «kjerneområdet» aksen Trøym sentrum – Røggjelia står sentralt.

Det er samstundes slik at om kommunen skal ha eit juridisk reiskap gjennom bruk av utbyggingsavtaler etter Plan og Bygningsloven må aktuelle utbyggingsareal og infrastruktur ha ein viss samanheng. Avtala kan gå ut på at grunneigar eller utbyggjar skal sørge for, eller heilt eller delvis koste tiltak som er nødvendige for gjennomføringa av planvedtak. Slike tiltak må stå i rimelig forhold til utbygginga sin art og omfang og kommunen sitt bidrag til gjennomføring av planen og forpliktelsar etter avtala. Kostnadane som vert belasta utbyggjar eller grunneigar til tiltaket, må stå i høve til nødvendige investeringar samfunnet må gjere for å sikre tiltaket. Som ei retningslinje vil ein gjennom kommuneplanen sette krav om at det før oppstart av detaljreguleringsplanarbeid skal avklarast behov for utbyggingsavtalar (mellom grunneigar – og utbyggjar) som i størst mogeleg grad skal sikre ei forholdsmessig finansiering av infrastruktur mellom det offentlege og private, samt mellom dei einskilte utbyggingsområda. Frikjøp frå rekkefølgekrav gjennom innbetaling til infrastrukturfond kan vera aktuell metodikk for at utviklinga ikkje skal stoppe opp når fyrste prosjektet møter rekkjefølgekrav.

Bruk av slike utbyggingsavtaler i tråd med plan og bygningslova må vurderast i heile bygda. Kommunen kan også stimulere til private utbyggingsavtaler, men kan sjølv sagt ikkje sette dette som vilkår. Næringa må sjølv vere proaktive og samlast om ei prioritering som deretter vert

Sone	Infrastruktur
Sone 1 - Områdeplan Holdebakken	- Rundkjøring m/ undergang v/Mølla - Kulvert alpinnedfart n/øst for T/N2 - Kulvert alpint mellom N2 og N3 - Kulvert mellom G/S1 og G/S4
Sone 2 - Totteskogen	- Flytting av camping frå sentrum - Køyrebru RV52-Øya-Trøym
Sone 4 - Hemsedal sentrum	- Kollektivknutepunkt v/Øya. - Øyhopping - Off. toalett
Sone 6 - Røggjelia	- Køyrebru kryssing Mørkedøla - Køyrebru langrenn over Mørkedøla
Felles for alle soner	Høgdebasseng, vassforsyning, etc.

presentert for kommunen som planmynde. Etablering av HIAS er eit godt døme på korleis ein kan gjere det. Erfaringar frå andre destinasjonar syner gjennom etablering av t.d. grunneigarlag at ein vedtektsfesta etablering av friarealkasse viss føremål er å fordele inntekter/arealverdiar frå sal og

bortfeste av tomter til fritidsformål. Ved sal av tomter/leilegheiter el. til fritidsformål kan ein styre bestemte kronebeløp pr. tomt som skal innbetalast fellesarealkasse/ infrastrukturfond. Beløpet kan være likt for alle utbyggingsområder eller differensiert i forhold til trulege forskjellar i råtomtverdi. Verdsettinga vert fastlagt gjennom forhandlingar.

Tabellen over infrastruktur syner eksempel på grunnleggjande infrastrukturinvesteringar i kjerneområdet.

13.2 Endring av planskildringa til kommuneplanen

Med bakgrunn i teori, men også dei analyser ein har gjort i kapitla ovafor vert det foreslått at planskildringa til arealdelen i kommuneplanen vert endra. Etterfølgjande tabell syner fordelinga for næring og fritid, og kva for vilkår/ kriterie ein legg til grunn.

I planskildringa skal også kommunen sine kriterie drøftas nærmare slik at ein gjennom samarbeid med næringa/ utbyggjarar i størst mogeleg grad sikrar finansiering av infrastruktur som må vere gjennomført / finansiert før det vert bygd fleire fritidseiningar.

Fordeling	Kriterier	Soneinndeling
70/30 (næring/ fritid)	Utbyggjar inngår utbyggjingsavtale som sikrar anleggsbidrag til grunnleggjande infrastruktur	Hemsedal Fjellandsby, og Holdebakken, Grensene følgjar gjeldande reguleringsplan.
40/60 (næring/ fritid)	Utbyggjar inngår utbyggjingsavtale som sikrer anleggsbidrag til grunnleggjande infrastruktur	Skarsnuten, Storelia, og Tinden.
60/40 (næring/ fritid)	Utbyggjar inngår utbyggjingsavtale som sikrar anleggsbidrag til grunnleggjande infrastruktur	Totteskogen
100/0 (næring/ fritid)	Utbyggjar inngår utbyggjingsavtale som sikrar anleggsbidrag til grunnleggjande infrastruktur	Trøym sentrum
70/30 (næring/fritid)	Utbyggjar inngår utbyggjingsavtale som sikrar anleggsbidrag til grunnleggjande infrastruktur	Trøym Sør (områdeplan Trøym Vest)

70/30 (næring/fritid)	Utbyggjar inngår utbyggjingsavtale som sikrar anleggsbidrag til grunnleggjande infrastruktur	Tuv og Ulsåk sentrum (endeleg fordeling/vedtak i kommunestyret 10.09.2015)
30/70	Utbyggjar inngår utbyggjingsavtale som sikrar anleggsbidrag til grunnleggjande infrastruktur	Røggelia,
Sjølvstendig vurdering i kvart tilfelle	Utbyggjar inngår utbyggjingsavtale som sikrar anleggsbidrag til grunnleggjande infrastruktur	Resten av kommunen