

PROSJEKTRAPPORT OG HANDLINGSPLAN «BÆREKRAFTIG UTVIKLING AV TOPPTURDESTINASJON SKJERVØY, NORDREISA OG KVÆNANGEN



Instagramkonto for Off Piste Performance, UK

PROSJEKTRAPPORT OG HANDLINGSPLAN «BÆREKRAFTIG UTVIKLING AV TOPPTURDESTINASJON SKJERVØY, NORDREISA OG KVÆNANGEN»

1. Innledning

- 1.1 Prosjektets formål og tidslinje
- 1.2 Premisser gitt for prosjektet fra Troms Fylkeskommune, Skjervøy og Nordreisa kommuner og Kvænangen omstillingsprosjekt
- 1.3 Utvikling av topptur turismen i nord – tall og økonomi
- 1.4 Områdets forutsetninger for toppturer

2. Hvordan skal regionen kunne bli en attraktiv bærekraftig toppturdestinasjon

- 2.1 Generelt
- 2.2 Konkrete tiltak
 - 2.2.1 Turbrosjyren
 - Innledning
 - Turbeskrivelser / KAST klassifisering
 - Annen informasjon
 - 2.2.2 Tilrettelegging i felt
 - Parkering
 - Toalettfasiliteter
 - Sjøppel- og avfallshåndtering
 - Informasjonsformidling
 - 2.2.3 Utvikling av reiselivsbedrifter rettet mot toppturmarkedet
 - 2.2.4 Ski & Seil konseptet
 - 2.2.5 Bærekraftig besøksforvaltning

3. Avsluttende betraktninger

4. Bildereferanser

5. Vedlegg

- 5.1 Møterefaterat
- 5.2 Rapport fra kartleggingsturnè 9.-20.april 2019
- 5.3 Rapport fra kartleggingsturnè 4.-12.mai 2019
- 5.4 Rapport fra kartleggingsturnè 24.-26.mai 2019
- 5.5 Mediaoppslag
- 5.6 Oversikt over båter som besøker Havnes
- 5.7 Oversikt over toppturmål i brosjyren

1. Innledning

Toppturer på ski er blitt en meget populær aktivitet. Over hele verden der skisport har fotteste har interessen for såkalt «backcountry ski touring», eller toppturer på ski som er den mest brukte norske benevnelsen, økt de siste årene. (Ref. [USA](#), [Canada](#), [Europa](#)).

I Norge har vi også sett en økning i antall personer som søker mot toppene. Trenden fremkommer bl.a. i det økte antall utgivelser og tilhørende salg av [toppturguidebøker utgitt av bokhuset Fri Flyt](#). Dette gjelder både norske og engelskspråklige utgaver. De to norske utgavene av boka Toppturer i Troms har f.eks. siden 2011 solgt rundt 11-12.000 eksemplarer og de engelske utgavene rundt 4-4500 siden 2013.

1.1 Prosjektets formål og tidslinje

Prosjektets intensjon målbæres av at det skal bidra til en bærekraftig utvikling av topptur turismen i regionen.

Begrepet bærekraft går på evnen til å ta vare på natur, miljø, kulturarv og befolkning. Bærekraftig utvikling er definert som en samfunnsutvikling som imøtekommer dagens forbruksbehov uten å forringe mulighetene for kommende generasjoner til å få dekket sine behov.

Skiturister er et reisende folkeferd som liker å utforske nye områder. Det har de senere år vært økende vekst i besøk til Troms og spesielt da Lyngnområdet. Dette fremkommer bl.a. i tall fra bedriften Tromsø Outdoor som driver med utstyrsutleie. De har hatt en økning på over 400 % i utleie av randonee/splitboard og skredutstyr fra 2015 til 2018. ([Rapport Kartlegging av informasjon om snøskredfare av Agnete Ryeng, Arctic-365, 25. april 2019](#))

Samtidig aner vi en trend at flere og flere besøkende utvider og ser etter nye destinasjoner for å sette sine skispor. Områdene rundt Tromsø by, Arnøya og Senja er noen lokasjoner som har opplevd vekst de senere år. ([Ref. f.eks turprogram til Offpiste Performance, UK](#))

Skjervøy, Nordreisa og Kvænangen innehar i utgangspunktet mange av de naturgitte kvaliteter som de allerede populære toppturområder har. Derfor er det et ønske å få kartlagt toppturmogighetene i denne regionen. Kartleggingen kan så være et utgangspunkt for en gjennomtenkt bærekraftig utvikling av området som toppturdestinasjon. Til det beste for både næringsdrivende, reiselivsbedrifter, de besøkende og lokalbefolkningen.

Det er også et håp om at prosjektet kan bidra til at innbyggerne i kommunene ser de toppturmogigheter som ligger i fjellene i nærområdene og hvordan disse kan benyttes til et aktivt og gledesfylt friluftsliv. Toppturer på ski er en aktivitet som kan samle hele familien og være et viktig og fremmede element i folkehelsearbeidet.

Følgende tidsplan er fulgt:

14.Mars og 15.mars:	Informasjons- og dialogmøter med kommunene
April – Mai	Gjennomføre og kartlegge aktuelle toppturer i kommunene
Juni-August	Arbeid handlingsplan
Juli-august	Arbeid brosjyre
August	Handlingsplan ferdig

September: Brosjyre design og trykk
Oktober: Brosjyre publiseres

1.2 Premisser gitt for prosjektet fra Troms Fylkeskommune, Skjervøy og Nordreisa kommuner og Kvænanen omstillingsprosjekt

Hentet fra tilsagnsdokument for økonomisk bevilgning til prosjektet:

«Prosjektets tematikk og potensielle samhandlingseffekter kan forankres to av fire fokusområder i Strategi for Næringsutvikling (SNU); Opplevelsesøkonomi, da skitoppturisme er et opplevelsesprodukt, og stedbunden verdiskapning gjennom samhandlingen på tvers av kommunene.

Kriterier for måloppnåelse

Prosjektets hovedmål er å kartlegge potensialet for skitoppturisme i Skjervøy, Kvænanen og Nordreisa kommuner. Prosjektet treffer flere av kriteriene for måloppnåelse som særlig økt sysselsetting, økt samarbeid mellom lokale aktører, og utvikle og legge til rette for lokalt næringsliv. Økt samarbeid mellom lokale aktører vil potensielt sett føre til økt sysselsetting og dermed også utvikle og legge til rette for lokalt næringsliv. Prosjektets kartlegging gir et kunnskapsgrunnlag for samhandling mellom flere aktører i de forskjellige kommunene. Dette vil kunne bidra til at det tilrettelegges for at både eksisterende og nye aktører innen skitopptursegmentet.

1.3 Utvikling av topptur turismen i nord – tall og økonomi

Lyngsalpene fremstår i dag som kanskje den sterkeste lysende stjernen på den norske toppturdestinasjonshimmelen. Hit valfarter skiturister fra hele verden for å få oppleve magien av alpine fjell, snø og skikjøring med havet som nærmeste nabo. Denne kombinasjonen fylt med sterke naturkontraster er uslåelig. Den er skapt til å imponere og har stor tiltrekningskraft på mange!

Den virkelig store veksten for toppturer på ski i Lyngen startet rundt 1995. Fra sjøsiden. For da seilte den italiensk skiguide Luca Casparini inn i området og viste oss den geniale kombinasjonen av å bo om bord i båt for å farte rundt til nye toppturmål hver dag. «Ski & Sail»-konseptet var født.

Det er fortsatt en god del skiturister som benytter seg av Ski & Sail, men de senere år er det flere og flere som baserer seg på landbaserte bosteder.

Lyngsalpene er som nevnt blitt det store lokomotivet og den sterkeste merkevaren for å trekke til seg turister med ski på beina. Men de senere år ser vi en utvikling at flere besøkende gjester leter opp nye områder for å gå toppturer. Tromsø området, Senja, Arnøya, Vest-Finnmark, Lofoten, Vesterålen er bl.a. noen av de destinasjoner som begynner og se flere og flere skispor. ([Ref. turprogrammet til Offpiste Performance, UK](#))

I denne konteksten innehar kommunene Skjervøy, Nordreisa og Kvænanen naturgitte forutsetninger med mye spennende fjellnatur og storslagen utsikt, som absolutt bør ha potensiale til å kunne utvikle en levedyktig topptur turisme og også skape en mer lokal toppturkultur.

Tall og økonomi

Det finnes lite tilgjengelig informasjon om eksakt antall gjester som kan relateres direkte til skiturisme. Men erfaringer fra noen bedrifter kan vise hvilke muligheter som ligger i denne gjestegruppen.

Tall fra Visit Lyngenfjord fra 2015 tilsa at det totalt er beregnet rundt 25-30 000 årlige gjestedøgn fra toptur turister i Lyngen, Kåfjord og Skjervøy området. Men da mange bor på Airbnb eller mindre overnattingssteder som ikke er registreringspliktige, er det vanskelig å få frem eksakte tall.

98 % som bodde på landbaserte overnattingssteder rettet inn mot topturmarkedet var utenlandske gjester.

Antallet folk som går topturer er økende over hele verden; [her](#) med eksempel fra USA.

Samme trenden fremkommer også i [denne artikkelen](#) med intervju av representanter fra en del sentrale utstysprodusenter.

Tallene fra Tromsø Outdoor i Tromsø nevnt tidligere underbygger også den generelt økte interessen for Troms som topturdestinasjon.

I Lyngen-regionen har man sett noen få prosent økning i besøket gjennom de siste årene, men det er ikke en eksplosiv økning slik man har sett for nordlysturismen.

Dette underbygges av informasjon fra Magic Mountain Lodge på Lyngseidet. De opplyser at de siste vintrene har hatt meget godt belegg av skiturister fra midten av mars til tidlig i mai. Også bra med overnattingsgjester 1-2 uker før og etter disse datoene, avhengig av forholdene. Hos dem utgjør andelen utenlandske gjester 90-95%.

Seil & Ski

[Havnnes Handelssted](#) på Uløya er et av de steder som har lengst erfaring med besøkende skiturister med båt og er således et utgangspunkt for å kunne få en liten oversikt over Ski & Seil-konseptet som jo har eksistert en tid. Til Havnnes kommer mange båter innom med gjester for å gå toptur. Største båten som har vært til kai hadde 35-40 skiturister om bord. Vedlegg 5.6 gir en oversikt over besøkende båter på Havnnes vinteren 2019.

De opplyser for øvrig at det er en økende andel skiturister som setter fra seg bilen på Rotsund og tar ferga over for til Havnnes. På det meste var det sist vinter estimert rundt 50 personer på en dag.

Det er veldig vanskelig å beregne noe eksakt antall gjester som har frekventert Ski & Seil turer. [Boreal Yachting](#) gjennomførte f.eks. i 2019 11 turer med 12 båter med totalt 76 gjester.

Basert på opplysninger fra Havnnes kan vi estimere at det kan være snakk om 30-35 båter som seiler rundt. Vi kan grovt anslå at dette utgjør 1000-1400 toptur gjester i våre fjorder i perioden midt Februar til midt Mai. De fleste av disse er ute på ukesturer og er utenlandske skiturister.

Det tilsier da at segmentet totalt kan utgjøre 6-8000 gjestedøgn. Men da båtene forflytter seg daglig fra sted til sted omfatter disse tallene både Tromsøområdet, øyene utenfor, Lyngen, Nord-Troms og Vest-Finnmark.

På Havnnes tar de 450,- i havneavgift pr. båt. Dette ble økt fra 250,- i fjor og de vurderer å øke det ytterligere inn mot neste sesong.

De har butikk på kaia på Havnnes. Generelt har de fleste båter har med seg det meste av proviant

etc. Noen båter har kjøpt inn varer, men det er i hovedsak turistene som handler på butikken. Generelt har omsetningen økt de siste årene.

I 2019 etablerte de et tilbud og relax/sauna/jacuzzi til besøkende skiturister. Dette har vært populært. Uten å ha drevet noe utstrakt reklame for dette genererte det inntekter på 40.-50 000 første sesongen.

Ski & Seil operatører i Lyngen/Kåfjordområdet opplyser for øvrig at ved de fleste kaianlegg de benytter kunne det vært bedre fasiliteter hva gjelder butikk, vann og drivstofftilgang. Så her ligger nok et potensiale for forebedring.

Landbaserte opplegg

For å bruke [Lauksletta Overnatting](#) på Arnøya som et eksempel. De har i flere år hatt grupper av skiturister på besøk. Stedet tilbyr overnatting på enkelt-/dobbelrom, full pensjon og har også minibuss tilgjengelig for transport. De er nå i ferd med å klargjøre bl.a. badestamp som et nytt tilbud.

Sesongen 2018/2019 hadde de rundt 100 skigjester. Disse har i gjennomsnitt opphold seg på stedet ei uke med full pensjon. Med en døgnpris på 1.000,- pr. pers. tilsier det at stedet har hatt en brutto inntekt på rundt 700.000 på skituristene. Neste vinter øker de døgnprisen til 1.200,-.

Disse eksemplene synliggjør at det absolutt ligger et potensiale for å kunne hente ut økonomi i overnatting, bespising, aktiviteter og tilbud rettet mot skiturister.

Det vi også ser at det er flere og flere organiserte opplegg med skiturister som benytter seg av landbaserte opplegg!

1.4. Områdets forutsetninger for toppturer

Etter gjennom vinteren 2019 å ha gjennomført tre perioder med kartlegging av aktuelle toppturer i regionen er konklusjonen at det er absolutt et potensiale for flotte turopplevelser. Her finnes en rekke attraktive skitopper med gode kvaliteter når det gjelder terreng og utsikt. Infrastrukturen og tilgjengeligheten er generelt god. Det er også bra tilbud på overnattings- og serveringstilbud. Så her er alle muligheter til å kunne tilby attraktive totalpakker for skituristen.

Utgangspunktet var å presentere turer som lå nært vei og kunne nås med bil eller annet kommunikasjonsmiddel. Men det er aktører i regionen som ønsker å etablere reiselivsbedrifter på steder hvor det kreves båt for ankomst. Sett i relasjon med de erfaringer vi kan hente ut fra fra Ski & Seil konseptet gjør at vi beskriver en slik lokasjon i brosjyren. Dette kan da være et utgangspunkt for å fokusere og se på mulighetene fremover som ligger innen dette segmentet. Både hva gjelder etablering av bedrifter, men også for at et regionalt et samarbeid mellom bedrifter kan gi et mer spennende totaltilbud.

2. Hvordan skal regionen kunne bli en attraktiv bærekraftig toppturdestinasjon

2.1. Generelt

De er viktig å fokusere på at det blir en bærekraftig tilrettelegging og utvikling slik at det tilfredsstillende og utvikler et positivt samkvem mellom turister og lokalbefolkning som gir gode opplevelser for alle involverte. Antall turister må tilpasses de fasiliteter og vilkår for opplevelser som finnes og er tilgjengelig på lokalitetene til enhver tid.

For å utvikle levedyktige reiselivsbedrifter er det også viktig at tilbudene er tilpasset de behov og ønsker som innkommende skiturister har. I denne konteksten må vi fremjobbe og fokusere på både de naturgitte og de stedsgitte kvaliteter. Dette vil bidra til å utvikle genuine opplevelser tilknyttet en bærekraftig topptur turisme.

En god langsiktig økonomi i satsingen er forutsetter at det legges til rette og opprettes tilbud og tjenester som er tilpasset toppturistenes ønsker og behov. Og som også lokalbefolkningen føler tilhørighet til. Disse omtales nærmere under pkt.2.2 Konkrete tiltak.

2.2 Konkrete tiltak

2.2.1 Turbrosjyren.

Handlinger:

- **Primært:**
 - **Brosjyren skal inspirere og være et utgangspunkt for å gi gode og tryggest mulige opplevelser, både for besøkende men også for lokale toppturentusiaster**
- **Sekundært:**
 - **Bidra til økt bevissthet rundt det å velge tur etter snø- og værforhold og gruppesammensetning**
 - **Bidra til økt fokus på bruk av snøskredvarslene til turplanlegging**

Innledning

Formålet med brosjyren er å inspirere skiturister å komme på besøk. Og samtidig motivere lokale skientusiaster til å ta i bruk den fantastiske fjellnaturen som ligger rett utenfor stuedøra.

Turbeskrivelser / KAST klassifisering

Brosjyren beskriver turer til totalt 25 topper; 7 i Skjervøy, 11 i Nordreisa og 7 i Kvæningen. Oversikt over hvilke topper som er med i brosjyren finnes under pkt.5.7

Turbeskrivelsene skal gjennom tekst og rute inntegnet på kart gjøre turistene i stand til å gjennomføre en best og tryggest mulig tur for gruppen.

Samtidig ønsker vi også at innholdet i brosjyren skal ha en holdningsskapende og bevisstgjørende effekt på brukerne. Derfor har vi valgt å klassifisere turene ved bruk av en modell som heter KAST (Klassifisering av skredterreng). Denne deler terrenget inn i fire klasser ut fra eksponering for

skredterreng. Mer informasjon om KAST finnes [her](#).

Vi har i brosjyren valgt å fokusere på turmål der man kan unngå skredterreng eller topper der eksponeringstiden kan minimaliseres mest mulig.

Turbeskrivelsene er også tilgjengelig på den [nettbaserte kartløsningen til KAST](#).

Annen informasjon

Snøskredvarsler

Snøskredvarslene på varsom.no er det viktigste verktøy og utgangspunkt for å kunne planlegge og gjennomføre tryggest mulige toppturer. Snøskredforhold turdagen og kunnskaper og ferdigheter til gruppen man skal på tur med gir utgangspunktet til å kunne velge tur innenfor aktuell KAST klasse.

Snøskredvarslene på varsom.no er derfor et viktig hjelpemiddel og bør være lett tilgjengelig på alle aktuelle plasser der skiturister er tilstede.

2.2.2 Tilrettelegging i felt

Dette er et viktig element for å bidra til at utviklingen av toppturismen får en bærekraftig profil der vi sikrer oss at det blir et trivelig samvirke mellom de besøkende og lokalbefolkningen.

Parkering

Handlinger:

- **Opparbeide og opprettholde gode tilrettelagte parkeringsfasiliteter med størrelse tilpasset popularitet til de tilknyttete toppturmål er viktig**
- **Det er viktig å avklare ansvarsforhold i forhold til å holde parkeringsplasser tilgjengelige gjennom sesongen**
- **Vi oppfordrer de steder det er hensiktsmessig for private å opparbeide parkeringsfasiliteter og ta betalt for bruken!**

Bil er det mest benyttede transport middel for å komme seg til og fra startsted for toppturer i regionen. Derfor er god parkeringstilrettelegging et veldig viktig element for å skape en bærekraftig topptur turisme.

Pr. i dag er det på de fleste av de aktuelle parkeringslokalitetene bra kapasitet. Men dette kan endre seg. Størst påtrykk er det på de som ligger i sørlige deler som grenser mot Kåfjord og spesielt i Djupvik.

Litt mer detaljert parkeringsinformasjon for de enkelte turmål er angitt i oversikten under pkt.5.7

I Lyngen og Kåfjordområdet har parkering tilknyttet skiturister skapt en del utfordringer der biler blir parkert litt i hytt og pine, også på privat innmark. Som forståelig nok har bidratt til noen negative reaksjoner fra lokalbefolkningen. Det er viktig å forebygge at slike hendelser oppstår.

Dette tilsier at man bør være i forkant og tilrettelegge best mulig for at det ved de mest populære startsted for toppturer er tilgjengelig tilstrekkelig med parkeringsareal.

Vi har i prosjektet prøvd å tilpasse startsteder for turene slik at parkeringsfasiliteter er tilgjengelig på en pr. i dag best mulig tilstrekkelig måte. Imidlertid vil på sikt en økning i antall besøkende kunne medføre at det på enkelte steder etter hvert må tas grep for å utvikle og forbedre parkeringsarealene.

For de fleste turmålene i brosjyren er utgangspunktene knyttet opp mot ubrøytede lommer/areal tilknyttet aktuelle veistrekning. Dette er da areal som var tilgjengelige under kartleggingsturene vinteren 2019. Imidlertid kan selvsagt situasjonen være annerledes senere vintre. Ofte er det begrenset hvor mange biler som kan parkere her. Men en del steder finnes alternative steder i nærheten som kan benyttes.

Noen steder er parkering på snuplasser i enden av veier. Her er det ofte litt bedre plass til flere biler.

Andre steder er utgangspunkt parkeringsplasser som er generelt mye brukt til friluftsliv/rekreasjon og/eller tilknyttet fergeanlegg og idrettsanlegg. Her er det oftest god kapasitet.

Største utfordring er de steder der parkering må skje på f.eks. campingplasser og på innmark. Her har vi vært i dialog med grunneiere om at det er ok å sette fra seg bilen. Men det kan uansett være greit å kontakte folk på stedet for å avklare at det er ok å parkere.

En annen mulighet er at lokale grunneiere bidrar med opparbeidelse av parkering og at de besøkende betaler en sum for å parkere. Dette er bl.a. gjort på Engenes i Kåfjord (Se 4.1.) Her koster det kr.50 å parkere.

Det er også viktig å følge med på utviklingen og kunne ta fortløpende grep for å tilpasse parkeringsfasiliteter til besøksvolumet, slik at det blir ei tilrettelegging som alle blir fornøyde med.

Det blir i denne sammenhengen viktig med et godt og nært samarbeid mellom lokale grunneiere, næringsaktører og kommunene for å definere ansvar og bidra til gjennomføring.

Toalettfasiliteter

Handlinger:

- **Det er utrolig viktig å ha tilstrekkelig med toalettfasiliteter tilgjengelige i nærheten av eller på lokalitet tilknyttet mest naturlige innfartsveier til/fra de mest populære startsteder. Dette for å unngå at naturen og hager brukes som sted for å gjøre fra seg.**
- **En mulig løsning kan være å få til et samarbeid med eksisterende reiselivsbedrifter om bruk av toalettfasiliteter**
- **Det må informeres om hvor toaletter finnes gjennom kanaler der det når flest mulige av potensielle brukere**
- **Det er viktig at toalettene driftes på en renslig måte og tømmes jevnlig**
- **Mobile enheter må vurderes og tas inn etter at skisesongen er over hvis det ikke skal være et helårstilbud**

Erfaringer de siste år fra Lyngen og Kåfjord tilsier at dette er et tiltagende problem. Mangel på toaletter tilknyttet områder rundt de mest populære startpunkt for toppturer har resultert i at de besøkende gjør sitt fornødende på nærliggende uteareal. Dette har sågar skjedd i hager hos folk, noe som selvsagt ikke er holdbart. Så også dette problemet må prioriteres for å finne akseptable løsninger.

Tilbud om fasiliteter kan enten være knyttet opp mot å sette ut mobile enheter eller benytte eksisterende toaletter hos f.eks. nærliggende reiselivs-/serveringsbedrifter.

Det er viktig at man utarbeide en strategi for hvordan man i regionen ser til at man har tilgjengelig tilstrekkelig med toaletter for å sikre at naturen ikke blir stedet for å gjøre fra seg.

Forslag på hvor toalettfasiliteter kan opprettes er vist i fig.5.7

Det er også her viktig så snart som mulig å få fastsatt ansvarsforholdene for hvem som skal håndtere at toaletter er tilgjengelig og at driften av disse følges opp!

Søppel-avfallshåndtering

Handlinger:

- **Det er utrolig viktig å ha tilstrekkelig med søppeldunker med kildesortering tilgjengelige på startlokalitet til eller i tilknyttet til de mest naturlige tilfartsvei til/fra de mest populære utfartsstedene.**
- **Det er også viktig å ha et system som sikrer jevnlig tømning dunkene slik at søppel og avfall ikke begynner å flyte rundt**
- **En løsning kan være å få til et samarbeid med eksisterende reiselivsbedrifter om bruk av deres søppelavhendingsystem**
- **Mobile enheter må vurderes som kan tas inn etter at skisesongen er over hvis det ikke skal være et helårstilbud**
- **Det bør vurderes om det skal informeres om hvor offentlige søppelfasiliteter er tilgjengelige**

Her er utfordringene mye det samme som for toaletter. Det handler om å ha søppeldunker tilgjengelig på sentrale steder der vi vet at det samler topptur turister. Det er også viktig at det etableres en oppfølgingsordning av at disse tømmes jevnlig slik at de ikke flyter over!

Tilbud om fasiliteter kan også her enten være knyttet opp mot allerede eksisterende nærliggende reiselivs-/serveringsbedrifter eller at det settes opp mobile søppelkasser.

Forslag på hvor søppeldunker kan opprettes er vist i fig.5.7

Det er også viktig så snart som mulig å få fastsatt ansvarsforholdene for hvem som skal håndtere at søppeldunker er tilgjengelig og at driften og tømning av disse følges opp!!!

Informasjonsformidling

Handlinger:

- **Viktig at all aktuell informasjon er lettest mulig tilgjengelig for turistene. Eksempler på aktuelle lokale kanaler og flater er beskrevet under**
- **Kunnskapen og kompetansen hos de enkelte bedrifter bør utvikles slik at de ansatte kan bidra positivt med informasjonsformidling og kunne bidra i diskusjoner om f.eks. snøforhold og turer**

Generell informasjon om alle aktuelle elementer som er relevante for topptur turister er viktig å få ut. Det kan f.eks. være om hvor det er muligheter å få gå på toalett og få kvitte seg med søppel.

Snøskredvarslene er selvsagt også veldig viktig informasjon.

Det vil også være et stor aktivum om bedriftene har ansatte med tilstrekkelig kunnskap og kompetanse til å kunne diskutere med gjesten aktuell turmål opp imot de rådende forhold.

Noen eksempler på aktuelle formidlingslokaliteter:

Flyplassen i Tromsø. Hit ankommer de fleste av innkommende skiturister til Troms. Det er i dag satt ut en infokube som spør om du har sjekket varsom.no og snøskredvarslene. [Samme kube er satt ut på flere flyplasser i Norge.](#)

På ferga over Lyngenfjorden vises det i vintersesongen på skjermer i kafeen informasjon om snøskredvarslene på varsom. Ferga er en mye benyttet inngang til toppturer i bl.a. Kåfjord og også videre nordover. (Se 4.2.)

Overnattingssteder der turistene bor er også en viktig kanal! I resepsjonen på Reisafjord hotell har de satt opp faregradskalaen fra varsom.no. (Se 4.3.).

Startsteder for toppturer er også en perfekt lokasjon. I Kåfjord og Lyngen er det gjennomført et prosjekt der det er plassert ut infoskilt på en del utvalgte parkeringsplasser (Se 4.4.).

Vi må nå ut med informasjon til topptur turistene gjennom ulike kanaler og flater. De nevnte eksempler er noen slike. Men det er viktig hele tiden å følge med for å fange opp andre aktuelle formidlingskanaler.

Et annet viktig element bør være å utvikle og øke aktuell kunnskap og heve kompetansen hos ansatte i de ulike bedriftsetableringer. Da kan disse bidra med gode råd og veiledning til skituristene og kunne diskutere forhold og turer litt mer inngående. Dette kan f.eks. bidra til å skape en bedre forståelse hos turistene av de aktuelle forhold og hvordan disse påvirker valg av turmål.

2.2.3 Utvikling av reiselivsbedrifter rettet mot toppturmarkedet

Hva skal til for å lykkes som reiselivsbedrift rettet mot topptur turister?

Innovasjon Norge i samarbeid med NCE Tourism Fjord Norway har gjennomført en undersøkelse blant topptur turister på besøk i Norge: [«Knowledge transfer project: SKI TOURING IN NORWAY. Ski touring in USA, France, Spain, Germany, Austria, Switzerland and Sweden and their perceptions of](#)

[Norway as a ski touring destination 2017-2018».](#)

Undersøkelsen er utgangspunkt for å hente ut informasjon over om hvilke behov og ønsker toppturistene har. Tilbakemeldinger varierer litt fra hvilke land de kommer fra, men noen av hovedpunktene er: Enkel, men komfortabel og god standard på overnatting; hotell eller gjestehus eller hytter; lokal sjarm; kjøkken til å lage mat, ingen luksus; Wifi; lokal og variert god mat; fleksibel booking-/betalingsordning for overnatting; tilgang på transport; sauna; skirom med tørkemuligheter; Ski & Seil er også et interessant tilbud

Handlinger

- **Tilby ulike boalternativer**
- **Ha gode dusjmuligheter**
- **Tilbud om god og variert lokal mat!**
- **Salg av drikke**
- **Gjerne tilby vafler, suppe e.l. når folket kommer ned fra skitur**
- **Ha wifi tilgjengelig**
- **Viktig å ha tilgjengelig romfasiliteter med tørkemuligheter for ski og utstyr**
- **Sauna/badestamp har også vist seg å være veldig populært!**
- **Tilbud om spennende aktiviteter med lokalt preg**
- **Ha tilgang på oppdatert snøskredinformasjon via egne lett synlige skjermer og/eller plakater på vegg e.l.**

Andre elementer som kan være fordelaktige:

- **Ha personale som har erfaring med toppturer på ski og kjenner området og som kan bidra med gode råd og diskusjoner**

Det er viktig å ha fokus på å utvikle produkt som er tilpasset skituristene. Dette vil gi en helhetlig tilbudsprofil som vil kunne generere en fornøyd kundegruppe og dermed bedre inntekter.

Vi kan anta at de dominerende antall som kommer til vår region er folk i godt voksen alder; 30-60 år. Dette er oftest personer som har lang erfaring i å reise på slike turopplegg. Turene er oftest organisert av en turarrangør og eller en fjellfører. Mange av disse reiser med samme guide år etter år og mange kjenner hverandre. Derfor er også den sosiale biten en viktig del av reisen.

Mange/de fleste av slike toppturopplegg har en varighet av ei uke. Derfor bør bedriftene vurdere å utarbeide tilbud på ukers pakker som inneholder både overnatting og servering.

Innkomne grupper bruker også å leier egne minibusser. Men hvis bedriftene har kapasitet og muligheter bør også tilbud om transport for å hente og bringe vurderes. Bussene kan da også fungere i den daglige transport til og fra utgangspunkt for turene.

I tillegg er det viktig å utarbeide gode hjemmesider med utførlig informasjon om de tilbud og muligheter man har. Det er også viktig å ha god løpende oppfølging av henvendelser via alle kanaler.

2.2.4 Ski & Seil konseptet

Som nevnt var det denne aktiviteten som på mange måter skikkelig åpnet opp for Troms som toppturdestinasjon. Fjordene i Lyngen og Nord-Troms har vært og er fortsatt de mest besøkte. Men de senere år har etter hvert flere og flere båter funnet veien nordover til farvannene i Vest-Finnmark.

Hvordan tjene penger på Ski & Seil?

Det har nok vært en kjensgjerning at båter med skiturister har lagt lite igjen av økonomi i de havner de har besøkt. Men Havnnes har vist at ved tilrettelegging av attraktive tilbud kan man oppnå at de besøkende vil legge igjen penger.

Eksempler på tilbud som vil kunne skape økonomi er f.eks:

- **Tilgang på vann og landstrøm**
- **Muligheter for avfallsavhending**
- **Badestamp/Sauna/Jacuzzi**
- **Ukentlige sosiale arrangement der også lokalbefolkningen blir invitert**
- **Butikk med salg av dagligvarer**

Selvsagt skal man ta betalt for de tjenester man tilbyr!

Alternative båtoplegg

I dette prosjektet ser vi også potensialet i de deler regionen som ikke har veiforbindelse en variant der turistene bor på land, men at de på bostedet har tilgang til båttransport ut til aktuelle toppturmål.

Reinfjord i Kvænangen er eksempel på et slikt sted. Her er det er i ferd med å etableres en reiselivsbedrift [Reinfjord Adventure](#), med ski turister som en av målgruppene. Selv om det er mye fint toppturterreng rundt stedet, vil tilgang på båttransport kunne bidra til et mer fleksibelt produkt som vil kunne heve interessen ytterligere.

Et alternativ er selvsagt at gjestene bor om bord i båtene, men benytter aktuelle tilbud tilrettelagt på stedet. Hvor mye båtgjester bidrar med av økonomi avhenger av hva som finnes av tilbud på stedet. Dert kan være serveringsfasiliteter, badestamp etc. som vil være av interesse for skituristene å benytte.

2.2.5 Bærekraftig besøksforvaltning

I takt med økt antall besøkende i regionen, igangsatte Troms fylkeskommune i 2018 [Program for bærekraftig besøksforvaltning i Troms](#). Programmet skal i første rekke bidra til å møte de utfordringer som økt slitasje i naturen, forsøpling, vilkårlig parkering, personskader og tidvis påtrengende oppførsel ved at stadig flere, både fastboende og tilreisende tar seg ut i naturen for rekreasjon og trim.

Dette er et flott incitament til å komme i gang med tiltak og tilrettelegging nevnt i denne planen og dermed kunne være føre var før utfordringene blir problem.

3. Avsluttende betraktninger

For å lykkes å bli en bærekraftig topptur destinasjon og en positiv tilvekst for alle i regionen, er det viktig med et ustrakt samarbeid mellom alle aktuelle aktører; staten, kommunene, reiselivsnæringen, næringslivsaktører, grunneiere samt lokalbefolkningen.

Det er viktig med god dialog for å kunne legge best mulig til rette for at topptur turist satsingen kommer alle til gode, både hva gjelder økonomi og trivsel.

Det er også veldig viktig å være i forkant av å iverksette tiltak slik disse er på plass når behovene utvikler seg!

Vi ser også et stort potensiale av mer regionalt samarbeid mellom reiselivsbedrifter over kommunegrensene. Bedrifter kan gå sammen og tilby ukesopplegg der turistene bor halve tiden på hvert av stedene. Dette vil skape et kanskje enda mer attraktivt tilbud for innkommende grupper som da kan få en mer innholdsrik opplevelse. Og som samtidig bidrar til en mer regional næringsutvikling.

Det er også viktig å fokusere på et lokalt perspektiv i de tilbud som utvikles. Mange skiturister er opptatt av å kunne få oppleve lokal kultur og få tilbud om aktiviteter med lokalt preg. Men for å lykkes er det viktig at tilbud tilpasses ønsker og behov hos målgruppene!

Prosjektet er også et innspill og et bidrag i den pågående debatt i turistNorge med fokus på å kunne spre trafikken.

Fjellene og snøen ligger der. Så for å kunne utvikle verdien av regionens potensiale som toppturdestinasjon er det viktig med åpen, positiv og romslig dialog og samarbeid mellom alle aktuelle aktører.

Ski Heil!

4. Bildereferanser



4.1: Skiparkeringskilt Engenes, Kåfjord



4.2: Infoskjerm på ferga over Lyngenfjorden



4.3: Oppslag i resepsjonen på Reisa fjord hotell



4.4: Skilt ved parkering i Djupvik ved start på tur til Storhaugen

5. Vedlegg

- 5.1 [Møtereferat fra Informasjons- og dialogmøter om prosjekt «Bærekraftig utvikling av toppsturdestinasjon Skjervøy, Kvænangen og Nordreisa»](#)
- 5.2 [Rapport fra kartleggingsturnè 9.-20.april 2019](#)
- 5.3 [Rapport fra kartleggingsturnè 4.-12.mai 2019](#)
- 5.4 [Rapport fra kartleggingsturnè 24.-26.mai 2019](#)
- 5.5 Mediaoppslag

- [Pressemelding fra Visit-Lyngenfjord](#)
- [«Espen Nordahl skal utvikle den nye toppturdestinasjonen i nord»](#) - Reiselivskunnskap.no
- [«Nå vil han ha ditt tips til storslåtte toppturer»](#) - Framtid i Nord (pluss-sak)
- [«Nordahl har over 35 års erfaring fra toppturer. Nå er han hentet inn for å lede et nytt prosjekt»](#) - iTromsø (pluss-sak)
- [«Ny toppturdestinasjon i nord»](#) - Fri Flyt
- [«Vil spre mer kunnskap om skredfaren i Troms til skiturister»](#) - Folkebladet
- [«Det er mye rikdom i ei kai i Reinfjord»](#) - kronikk i Nordnorsk debatt i Nordlys
- [«Det finnes mange flotte fjell – vi skal bidra til å spre skituristene i Troms»](#) - kronikk i Nordnorsk debatt i Nordlys
- [«Stappfullt skiendorado i Troms sender turister til andre kommuner»](#) - Dagens Næringsliv:
- [«Troms er mye mer enn Lyngen»](#) - FriFlyt
- [«De naturgitte kvalitetene er til stede»](#) - Framtid i Nord
- [Pressemelding fra Visit Lyngenfjord](#)

5.6 Oversikt over båter som besøker Havnes

Båter				Antall turer	Antall gjester pr. tur	Periode	Lengde tur	Pris
Polaris	Polaris Expeditions	Frankrike	8	12	Mid Februar-mid April	1 uke	Ikke oppgitt	
Isbjørn II	Escales Polaires	Frankrike	12	12	Mid Februar - mid Mai	1 uke	Båtleie: 12000 Euro uten mannskap	
Polargirl	Die Bergführer	Tyskland	4	21	Mars/April	1 uke	2299 Euro	
Arctic Aurora	Boreal Yachting	Norge (Tromsø)	11	76 (totalt for Boreal Yachting)		1 uke	Båtleie: 48000 Euro med mannskap	
Arctic Breeze	Boreal Yachting	Norge (Tromsø)				1 uke		
Arctic Ice	Boreal Yachting	Norge (Tromsø)				1 uke		
Arctic Light	Boreal Yachting	Norge (Tromsø)				1 uke		
Arctic Sky	Boreal Yachting	Norge (Tromsø)				1 uke		
Firebird	Boreal Yachting	Norge (Tromsø)				1 uke		
Lun II	Pépinière d'entreprises du Pays de Douarnenez (Bureau 12)	Frankrike				1 uke		
Antwerp Flyer	Bexplorer SA	Sveits	8	12	Mars-April	1 uke	Ikke oppgitt	
Aztec Lady	Aztec Lady	Frankrike	6	9	Februar-Mars	1 uke	2170 Euro	
Algol								
Southern Star	Olivier Pitras	Norge (Sommarøy)	3	10	Mars - April	1 uke	2500 Euro	
Sjøveien	Norwegian Adventure Company AS	Norge	4	8	Mars - April	3 dager	24000 NOK	
Langøysund								
Rembrandt van Rijn	Oceanwide Expeditions	Nederland	2	12	April	1 uke	2200 Euro	
Join Us								
Alter Ego								
Hi Ocean One	Explore North	Norge						
Skydancer	Explore North	Norge						
Arctic Princess	Arctic Cruise In Norway AS	Norge (Tromsø)		8				
The Golden Eagle	Pukka Travel	Norge (Tromsø)	9	6		1 uke	22000 NOK	
Nirvana	Seil Norge	Norge						
Strønstad	Arctic Expeditions	Norge (Tromsø)		16		1 uke		
Vulkana	Vulkana	Norge (Tromsø)		10			Ikke oppgitt	
Fleur de Lampaul				6	Mars-April		2520 Euro	

5.7 Oversikt toppturnmål i brosjyren

BOOK YOUR ARCTIC ADVENTURE TODAY!
WWW.VISIT-LYNGENFJORD.COM

VISIT LYNGENFJORD AS

Visiting address:

Nordkalottsentret

NO - 9143 Skibotn

Postal address:

Postboks 74

9148 Olderdalen

Tlf. +47 77 21 08 50

Email: post@visit-lyngenfjord.com

Org.nr. 911 611 538 MVA



Topp nr.	SKERØYVY kommune	Sted	Moh.	KAST	Timer	Startpunkt	Type parkering	Mulig konfliktpotensial	Koordinat parkering EU 85, UTM zone 33	Kapasitet pr. dag	Forslag hvor "turist toilet" kan opprettes	Forslag hvor "turist søppelbunker" kan opprettes
1	Kvæsningsfjell	Arneva	850	2	4,5	Høgtidalså	Utbryntet parkeringsomme langs vei	Dårlig brynt, for liten kapasitet	Nord 7793930,7, Øst 708815,47	Bra		Forslag hvor "turist søppelbunker" kan opprettes
2	Lauksettrinden	Arneva	977	2	6	Lauksetta	Utbryntet parkering langs vei/Lauksetta overnatting	Dårlig brynt, for liten kapasitet	Nord 7793968,52, Øst 716135,54	Bra	Lauksetta overnatting	
3	Røykettfjellei/Fostinden	Arneva	684/679	2	4,5	Langfjordalen	Utbryntet parkeringsomme langs vei	Dårlig brynt, for liten kapasitet	Nord 7795150,85, Øst 710210,11	Bra		
4	Singebindin	Arneva	740	2	3,5	Singelåsa	Utbryntet parkeringsomme langs vei	Dårlig brynt, for liten kapasitet	Nord 7782504,63, Øst 718324,33	Bra		
5	Store Våginden	Kågen	1228	3	6,5	Fergeliet Storsteinen	Ved fergeli	Dårlig brynt, for liten kapasitet	Nord 7789117,5, Øst 723447,15	Bra	Storsteinen fergeli	
6	Storsandnestrinden	Kågen	1097	3	7	Utbryntet Storelva	Utbryntet parkering	Dårlig brynt, for liten kapasitet	Nord 7775313,67, Øst 726059,58	Bra		
7	Trolltrinden	Arneva	850	1	4	Akkarvik	Ved kaanlegg	På privat kai, klare med grunnere	Nord 7782446,65, Øst 708752,45	Bra	Kaanlegg Akkarvik	
Topp nr.	HORDRESA kommune	Sted	Moh.	KAST	Timer	Startpunkt	Type parkering	Mulig konfliktpotensial	Koordinat parkering EU 85, UTM zone 33	Kapasitet pr. dag	Forslag hvor "turist toilet" kan opprettes	Forslag hvor "turist søppelbunker" kan opprettes
8	Båttfjell	Øvregråd	875	1	3,5	Øvregråd	Utbryntet parkering i ende av vei	Dårlig brynt, for liten kapasitet	Nord 7763504,63, Øst 718324,33	Bra		
9	Quhogalså	Straumfjorden	895	3	4	Foselv camping	Utbryntet parkering langs vei. Alt parkering på Foselv camping. Ring 91636193 for å klare at det er ok	På privat grunn, klare med grunnere	Nord 7760135,86, Øst 738484,47	Bruktbar	Foselv camping	
10	Jyppeva	Storsett	876	2	4	Løken	Parkering ved Løken. Ring Kjell Løken på tlf. 45455340 for å klare hvor det kan parkeres	På privat grunn, klare med grunnere	Nord 7754633,91, Øst 734917,88	Bruktbar	Bos Cafe og Bar, Storsett	Bos Cafe og Bar, Storsett
11	Kjølåginden	Uleya	1104	2	5,5	Havnnes	Gå fra fergeliet Havnnes. Parkering fergelie Rotund	For liten kapasitet fergelie Rotund	Nord 7754005,01, Øst 715399,42	Bra	Havnnes handelsstad	Havnnes handelsstad
12	Nuovagalså	Kvæsningsfjell	1120	2	4,5	Kvæsningsfjell	Utbryntet parkeringsomme langs vei	Dårlig brynt, for liten kapasitet	Nord 7765914,6, Øst 747739,45	Bruktbar		
13	Raabbarri	Straumfjorden	534	1	2,5	Hestnebukta	Parkeringssomme langs F.355. Alt inne på private veier. Sjøkk med nærmeste hus at det er ok å parkere.	Ved parkering på privat grunn, klare med grunnere	Nord 7782456,44, Øst 737369,36	Bra		
14	Sagstufjellei/Arasborvinn	Storsett	978	2	4,5	Saga skistadion	Parkeringssomme	Parkering utgjengeligg tilmynt skistadion	Nord 7749599,81, Øst 732306,85	Bra		
15	Stærnfjell	Rotsandålen	1040	1	5,5	Helgell	Utbryntet parkering i ende av vei	Dårlig brynt, for liten kapasitet	Nord 7748550,61, Øst 721251,7	Bra		
16	Storhaugen	Djupvik	1142	1	5	Djupvik. Ved kirkegården.	Utbryntet parkering i ende av vei	Dårlig brynt, for liten kapasitet	Nord 7747146,13, Øst 712624,48	Utfordrende	Mobiltoilet parkeringsbussen	Parkeringssomme
17	Storset	Storsett	1024	3	6	Strandheim	Parkering langs Kvarsteinen. Est. ring Rolf Gunter Johansen på tlf. 40105452 for å klare parkering på innmark	Ved parkering på privat grunn, klare med grunnere	Nord 7748550,61, Øst 721251,7	Bruktbar		
18	Sværnfjell	Rotsandålen	1162	3	5,5	Helgell	Utbryntet parkering i ende av vei	Dårlig brynt, for liten kapasitet	Nord 7748550,61, Øst 721251,7	Bra	Mobiltoilet Helgell	Mobiltoilet Helgell
Topp nr.	KVÆSNANGEN kommune	Sted	Moh.	KAST	Timer	Startpunkt	Type parkering	Mulig konfliktpotensial	Koordinat parkering EU 85, UTM zone 33	Kapasitet pr. dag	Forslag hvor "turist toilet" kan opprettes	Forslag hvor "turist søppelbunker" kan opprettes
19	Gårsnannul	Reinfjord	994	2	6	Reinfjord	Hurtigbåt	Mulig konfliktpotensial	Nord 7790747,63, Øst 750305,52	Bra		Forslag hvor "turist toilet" kan opprettes
20	Innernesoppan	Reinfjord	780	2	3,5	Reinfjord	Hurtigbåt	For liten overmattingskapasitet Reinfjord	Nord 7790747,63, Øst 750305,52	Bra	Reinfjord Adventure	Reinfjord Adventure
21	Jondættind	Jøkefjordeidet	806	2	3,5	Jøkefjordeidet	Utbryntet parkeringsomme langs vei	Dårlig brynt, for liten kapasitet	Nord 7782723,21, Øst 768030,05	Bruktbar		
22	Koppartind	Jøkefjord	923	2	4,5	Jøkefjord	Utbryntet parkering i gatakk	Dårlig brynt, for liten kapasitet	Nord 7783000,04, Øst 760918,91	Bra		
23	Olderbakkfjellei	Jøkefjordeidet	900	1	3,5	Jøkefjordeidet	Utbryntet parkeringsomme langs vei	Dårlig brynt, for liten kapasitet	Nord 7785667,45, Øst 768828,7	Bruktbar	Mobiltoilet parkering	Mobiltoilet parkering
24	Rastobvinn	Buderen	754	1	2,5	Buderen	Utbryntet parkering langs vei	Dårlig brynt, for liten kapasitet	Nord 7785401,86, Øst 768215,17	Bra	Kafe E6, Burfjord	Kafe E6, Burfjord
25	Vaaneind	Jøkefjord	897	2	4	Jøkefjord	Utbryntet parkering langs i grustakk	Dårlig brynt, for liten kapasitet	Nord 7783000,04, Øst 760918,91	Bra		

