



# Sluttrapport

**Mulighetsstudie Ballangen og Tysfjord  
(2019-2020)**

## Innhold

<b>Forord</b> .....	<b>3</b>
<b>Sammendrag</b> .....	<b>4</b>
<b>1. Innledning</b> .....	<b>5</b>
1.1 <i>Prosjektets formål</i> .....	5
1.2 <i>Reiselivet som næring for fremtiden i Narvikregionen</i> .....	6
1.3 <i>Prosjektets organisering</i> .....	6
1.4 <i>Masterplan for Narvik som reisemål</i> .....	7
1.5 <i>Bærekraftig reiselivsutvikling i Narvikregionen</i> .....	7
<b>2 Aktiviteter i prosjektet</b> .....	<b>7</b>
2.1 <i>Metode, begreper og avgrensinger</i> .....	7
2.2 <i>Tidligere utredninger og analyser</i> .....	9
2.3 <i>Lokal involvering</i> .....	11
2.4 <i>Andre aktiviteter i prosjektet</i> .....	11
<b>3 Presentasjon av kartleggingen av området</b> .....	<b>12</b>
3.1 <i>Hvem besøker området i dag</i> .....	12
3.2 <i>Beskrivelse av det stedlige ressursgrunnlaget i Ballangen</i> .....	14
3.3 <i>Beskrivelse av det stedlige ressursgrunnlaget i Tysfjord</i> .....	18
3.4 <i>Analyse av intervjuene</i> .....	21
<b>4 Trender og utviklingstrekk</b> .....	<b>25</b>
4.1 <i>Områdets bidrag til destinasjonens konkurransefortrinn</i> .....	25
4.2 <i>«Omrisset av en økologisk filosofi»</i> .....	26
4.3 <i>Naturbasert reiseliv</i> .....	26
4.4 <i>Delingsøkonomi som strategi</i> .....	27
4.5 <i>Smart Tourism</i> .....	28
4.6 <i>Nasjonale turiststier</i> .....	28
4.7 <i>Nasjonale turistveger</i> .....	28
4.8 <i>Vern som strategi</i> .....	29
4.9 <i>Teknologi, digital markedsføring og Big data</i> .....	29
<b>5 Mulighetsbildet</b> .....	<b>30</b>
5.1 <i>Fremtidige målgrupper</i> .....	30
5.2 <i>Nye fyrtårn i nye Narvik kommune</i> .....	31
5.2.1 <i>Stetinden - The National Eco Mountain</i> .....	31
5.2.2 <i>Geopark Nord - fremtidig fyrtårn i Ofoten</i> .....	32
5.3 <i>Bærekraftige produktkonsepter</i> .....	32

5.3.1	Naturstedet - Stetinden, Stefjorden og Efjord.....	32
5.3.2	«Kjeldebotn – Velkommen til hjertebygda» .....	33
5.3.3	Korshamn Fort – Et unikt matsted.....	33
5.3.4	Kystbasert friluftsliv .....	34
5.3.5	Arctic Sport - sportsarrangementer i natur.....	35
5.3.6	Naturvennlig kulturisme.....	35
5.3.7	Internasjonal Stetindkonferanse for naturvennlige tenke – og levemåter .....	35
5.3.8	Viltsafari/ elgturisme .....	36
5.3.9	Ballangen EL-gokartsenter.....	36
5.4	<i>Bidrag til eksisterende prosjekter.....</i>	36
5.4.1	«Narvikregionen – den ledende arktiske sportsdestinasjonen» og VM i alpint 2027 .....	36
5.4.2	Prosjektet «Arctic Kids» .....	37
5.4.3	Bodø – Europeisk kulturhovedstad 2024 .....	37
<b>6</b>	<b>Anbefalinger for det videre arbeidet.....</b>	<b>38</b>
6.1	<i>Anbefalinger for revideringen av Masterplan for Narvik som reisemål.....</i>	38
<b>Kilder</b>	.....	<b>40</b>

## Forord

Dette har vært en utrolig spennende reise, fra vi fikk idéen til en mulighetsstudie i 2018, til vi tok kontakt våren 2019 med Roger Bergersen og Wiggo Knutsen for å presentere den. Vi har møtt mange flotte og initiativrike personer i Ballangen og Tysfjord gjennom prosjektet, som har bidratt til å gjøre reisen komplett.

Mulighetsstudiet skal gi innspill til det videre arbeid med Visit Narvik og Narvik kommunes reiselivsstrategi, og konkrete utviklingstiltak i forbindelse med revidering av Masterplan for Narvik som reisemål.

I prosjektperioden fra 01.07.2019 til 31.08.2020 har vi opplevd en positiv utvikling i reiselivet. Aktørene har meldt om enda flere gjester, større synlighet og tettere samarbeid. Dessverre ble det en brutal stopp når situasjonen rundt Covid-19 inntraff i mars 2020. I skrivende stund er det ikke noen som vet hvordan og hvilket reiseliv vi vil få etter korona. Allikevel er det noen som velger å tenke positivt, nemlig at [naturbasert reiseliv kan komme styrket ut av koronakrisa](#). Det lokale reiselivet har måttet betalt en høy pris for bekjempelsen av Covid-19, og det vil gå en god stund før man er tilbake til en såkalt normalsituasjon. Samtidig ser vi at situasjonen også har bidratt til en positiv utvikling med blant annet konsepter som [SommerNarvik](#) og [Arctic Kids](#).

I løpet av prosjektperioden vedtok Narvik kommunestyre å iverksette «Utviklingsprosjekt Stetinden» gjennom Handlingsplan for Narvik kommune 2020-21. Vedtaket ble gjort blant annet på bakgrunn av hva vi har oppdaget i dette mulighetsstudiet, samt uttalte behov for utbedring av fasiliteter i området rundt Stetinden og Storelva.

Vi vil rette en stor takk til alle dere som har gitt oss verdifull informasjon og gode innspill gjennom intervjuer. Vi vil også takke lærere og ledelse ved Ballangen skole. Planen var å gjennomføre et spennende involveringsprosjekt på 9. trinn ved Ballangen Skole. Dessverre ble det umulig å gjennomføre dette delprosjektet på grunn av situasjonen rundt Covid-19. Istedenfor gjennomførte vi en innspilling av Stetinderklæringen. En stor takk til Gunnar Eide og familien Bussoli for at dere stilte opp!

Det er gjennomført fire møter i styringsgruppen. Vi takker gruppen for gode diskusjoner, kreative innspill og vurderinger av mulighetsbildet. Det har også vært kjempeflott å være en del av miljøet i Futurum AS, Narvik kommunes næringssselskap.

Vi retter også en stor takk til Ballangen Utvikling, Forte Narvik, Narvikgården, Narvikregionen Næringsforening, Visit Narvik og Futurum for innspill og økonomiske bidrag. Tusen takk for at dere hadde troen på oss!

Tone-Beathe Øvrevoll, prosjektleder  
Futurum AS

## Sammendrag

Denne rapporten er et resultat av prosjektet «Mulighetsstudie Ballangen og Tysfjord». Narvikregionen som reisemål er i en endringsfase, fordi fra 1. januar 2020 ble nye Narvik kommune et faktum. Gjennom videre utvikling er målet å gjøre nye Narvik kommune enda mer attraktiv som reisemål. Denne analysen danner et grunnlag for revidering av Masterplan for Nye Narvik som reisemål. Revideringen av masterplanen er planlagt gjennomført i 2020/2021.

Det satses på en bærekraftig utvikling av reiselivet i Narvikregionen. I 2018 startet Futurum prosessen med å [merke Narvikregionen som et bærekraftig reisemål](#). Det betyr at destinasjonen over tid prioriterer målet om økt bærekraft. Visjonen for [Strategiske næringsplan for Ofoten 2018-2021](#) er en vekstkraftig region med en attraktiv by. Et av de fem prioriterte satsingsområdene er reiseliv hvor målet er å løfte Narvikregionen til å bli den mest spennende helårlege reisemålsdestinasjonen i Nord-Norge. Å legge til rette for en bærekraftig reiselivsutvikling i området, vil bidra til å skape ny aktivitet som øker antallet sysselsatte og gir økt verdiskaping.

Analysen i mulighetsbildet gir et strategisk bilde på videre utvikling av Narvik som reisemål, og hvilke muligheter som ligger i å utvikle etterspørsel basert på bærekraftige produkter i området. Analysen viser også hvordan området kan bidra til å skape vekstmuligheter, ved å gi ny attraksjonskraft ovenfor både eksisterende og nye markeder. I området er det først og fremst mindre reiselivsbedrifter som ønsker å samarbeide i større grad med andre aktører. De sier at det er rom for flere aktører til området, og at det har vært en stor økning av besøkende.

Nasjonalfjellet Stetinden er det helt unike for kommunen. Områdets attraksjon for reisemålet knyttes først og fremst til den storslåtte naturen, til fjordene og fjellene og kulturen. Prosjektet foreslår nasjonalfjellet Stetinden som et nytt fyrtårn i Narvik kommune, ved å utvikle nasjonalfjellet til å bli et internasjonalt symbol på naturvennlige leve- og tenkemåter. De foreslåtte *produktkonseptene* er ment som forslag for å vise mulighetene til å skape større og helhetlig aktivitet, økt lokal verdiskaping og flere arbeidsplasser basert på det strategiske bildet analysen gir. I tillegg har prosjektet sett på spennende satsinger som pågår; Arctic Kids, alpin VM 2027, Bodø som Europeisk kulturhovedstad 2024 og kommet med anbefalinger knyttet til disse prosjektene.

Studien konkluderer med at området både komplementerer og forsterker Narvikregionen som reisemål. Området bidrar til en lengre kystlinje, med sterke kysttradisjoner og flere ressursrike fjordarmer. Et større område med urørt natur samt flere opplevelsesprodukter gir Narvik kommune store muligheter.

*«Å besøke Narvik og Stetinden skal være en moderne dannelsesreise, der ekte opplevelser i møte med den fantastiske naturen og folk gir handlekraft, optimisme for fremtiden og et sterkt ønske om å komme tilbake.»*

## 1. Innledning

Områdene Ballangen og Tysfjord er fascinerende og uoppdaget for mange. Hva med en trugetur i et naturreservat og overnatting på en gård i Melkedalen, «The Milk Valley»? Eller hva med en tur oppover mot Stetinden, [the Norwegian Eco Mountain](#) og klatre de «ti forbitrede fingertak» for å komme til toppen? En kveld på Hermetikkjazz i Skjellesvika eller en tur på den internasjonale bluesfestivalen i Kjøpsvik? Det er også mulig å overnatte på et fyr på Barøya og bli med på Vargfjordtind OPP\NED, den eneste randoneekonkurranse i Narvikregionen. Eller kanskje bare nyte stillheten og den uberørte naturen?

Reiseliv er et satsningsområde for hele Narvikregionen og vil bli en enda viktigere næring fremover. Det er en viktig næring for hele Nord-Norge, med en verdiskaping på over 10 milliarder i 2018 ifølge [Indeks Nordland](#). For Nordland fylke betyr det 2,4 milliarder kroner. En vellykket satsing fremover vil også bidra positivt til attraktivitet, bolyst og ikke minst styrke lokal identitet og stolthet i nye Narvik kommune.

Fra 1. januar 2020 ble nye Narvik kommune et faktum, da Ballangen kommune, Narvik kommune, og norddelen av Tysfjord kommune ble slått sammen. Behovet for en revidering av reiselivsstrategien er derfor til stede. Gjennom videre utvikling i den nye kommunen er målet å gjøre nye Narvik kommune til et enda mer attraktivt reisemål.

Bærekraft bør til grunn for all utvikling av samfunnsutviklingen. En utvikling som fremmer både miljømessige, sosiale og økonomiske verdier. Reiselivet i Norge har jobbet systematisk gjennom flere år med bærekraftig utvikling. Bærekraftig utvikling innebærer også å gi lokalsamfunnene eierskap til utviklingen av reiselivet på sitt sted. Dette området vil kunne bidra til at Narvikregionen blir *et foretrukket reisemål for bærekraftige natur- og kulturbaserte opplevelser*.

### 1.1 Prosjektets formål

Narvikregionen som reisemål er i en endringsfase. Fra 1. januar 2020 ble nye Narvik kommune et faktum. Gjennom videre utvikling er målet å gjøre nye Narvik kommune enda mer attraktiv som reisemål. Denne analysen (fase 1) danner et grunnlag for revidering av Masterplan for Nye Narvik (fase 2) som reisemål. Revideringen av masterplanen er planlagt gjennomført i 2020/2021.

Denne rapporten skal forsøke å gi svar på det todelte oppdraget i dette prosjektet;

- Bidra til bærekraftig reisemålsutvikling i nye Narvik kommune.
- Finne mulige fyrtårn som ivaretar, forsterker og fremhever stedets lokale egenart innen miljø, kultur, estetikk, kulturarv og som også kommer lokalsamfunnet til gode.

Analysen i mulighetsbildet vil også forsøke å gi et strategisk bilde på videre utvikling av Narvik som reisemål og de mulighetene som ligger i det å utvikle etterspørsel basert på bærekraftige produkter som gir sterke opplevelser i området. Analysen vil også vise hvordan man kan bidra til etterspørsel av nye produkter i dette området og skape vekstmuligheter ved å vise til ny attraksjonskraft ovenfor både eksisterende og nye markeder. De foreslåtte *produktkonseptene* er ment som forslag for å vise mulighetene til å skape større og helhetlig aktivitet, økt lokal verdiskaping og flere arbeidsplasser basert på det strategiske bildet analysen gir. I tillegg vil mulighetsanalysen forsøke å sette

mulighetene ved området inn i sammenheng med de andre spennende satsingene som pågå; Arctic Kids, alpin VM 2027, Bodø og Nordland som Europeisk kulturhovedstad 2024.

## 1.2 Reiselivet som næring for fremtiden i Narvikregionen

I [Strategisk Næringsplan for Ofoten](#) er reiseliv er valgt som en av fem strategiske næringer for regionen. Et mål er å løfte regionen til å bli den mest spennende reiselivsdestinasjonen i Nord-Norge. Sterke opplevelser er symbolet på hva denne regionen har å tilby. Narvikregionen gjenspeiler landsdelens mest spennende reiseliv, basert på en bærekraftig utvikling med unike naturbaserte opplevelser.

Reiselivet blir stadig med digitalisert, [ifølge NHO Reiseliv](#). Både med teknologi som bidrar til å tilrettelegge opplevelser for alle, og som bevarer og styrker den storslåtte og urørte naturen som finnes i området. Blant annet til opplevelser gjesten ellers ikke ville tatt del i, for eksempel er det ikke alle som kan gå opp til Stetinden eller klatre Eidetinden. Med bruk av VR-teknologi gjør man det mulig å oppleve den luftige utsikten og kanskje klatre «de ti forbitrede fingertak». Narvik kommune er en [Smart City](#) hvor [Smart Tourism](#) er et av satsingsområdene. Analysen i mulighetsbildet viser muligheter for å gjøre direkte koblinger opp mot den satsingen. For eksempel å ta vare på naturen ved hjelp av teknologi.

Den globale trenden innen opplevelsesnæringen og reiselivet har endret seg mye de siste årene. En dreining fra masseturisme og over til at det handler mer om nisjemålgrupper hvor målet er å tilby ekte opplevelser, som også gir læring og nye erfaringer for de besøkende. En utvikling som imøtekommer både den besøkende og lokalsamfunnet. For eksempel har en by som København endret sin reiselivsstrategi og satser heller på utvikling av "[Localhood- the End of Tourism as we know it](#)". På mange måter etterspør de besøkende og de fastboende lignende funksjoner og verdier; kultur, natur, mat, lokal stedsutvikling og hverdagsliv – og det å møte hverandre.

## 1.3 Prosjektets organisering

Prosjektet har vært organisert etter Prosesslederprosessen, også kalt [PLP- metoden](#) hvor Futurum AS har vært prosjektets eier. [Futurum AS](#) er Narvik Kommune sitt næringselskap og skal arbeide for næringsmessig utvikling og vekst i kommunen og regionen for øvrig.

Prosjektets øverste organ har vært styringsgruppen. De har kontrollert og påsett at utviklingen og gjennomføringen av prosjektet har forløpt i henhold til strategi, planer og økonomi. Det har vært gjennomført fire møter og gruppen har bestått av:

- Knut Einar Hansen, Ballangen kommune (Per Kristian Arntzen, varaordfører overtok 1.1.20)
- Lennart Kvernmo, Narvik kommune
- Lise Hansen, Visit Narvik
- Ragnar Norum, Forte Narvik
- Tor Harder Johansen, Ballangen Utvikling

Prosjektansvarlig har vært Futurum AS ved Ann-Hege Lund. Ansvarlig for gjennomføring av mulighetsanalysen har vært Tone-Beathe Øvrevoll i samarbeid med Frode Kristian Danielsen.

## 1.4 Masterplan for Narvik som reisemål

*Masterplan for Narvik som reisemål* skal revideres, blant annet på bakgrunn av kommunesammenslåingen. Den er planlagt å gjennomføres i 2020/2021. Den første masterplanen ble utarbeidet i 2003, hvor visjonen var at Narvikregionen skulle gjennom å tilby sterke opplevelser få en sterk posisjon som et sted det virkelig er verdt å reise til og komme tilbake til. Narvik skal være et sted det skal snakkes om. Det ble foreslått konseptet «*Narvik- sterke opplevelser*» som skulle være utgangspunktet for både markedskommunikasjonen og for produktutviklingen.

I 2008/2009 ble det gjennomført en [evaluering](#) av Masterplanen av Mimir AS. Nå var også reisemålsutviklingen i Ballangen kommune en del av denne prosessen gjennom sin utviklingsplan. På bakgrunn av denne vurderingen utviklet Futurum AS, Narvikgården AS og Destinasjon Narvik (Nå Visit Narvik) en strategi for det videre arbeidet. I den nye strategien ble «*Sterke opplevelser*» som visjon beholdt, og begrunnelsen var en økende etterspørsel for opplevelsesturisme i reiselivet.

## 1.5 Bærekraftig reiselivsutvikling i Narvikregionen

Det satses på en bærekraftig utvikling av reiselivet i Narvikregionen. I 2018 startet Futurum prosessen med å [merke Narvikregionen som et bærekraftig reisemål](#). Det betyr at destinasjonen over tid prioriterer målet om økt bærekraft. Merkeordningen, som eies av Innovasjon Norge, er et redskap for utvikling, og arbeidet krever samhandling mellom kommunene, reiselivsnæringen og lokalsamfunnet. Fase 1 av prosjektet ble godkjent av Innovasjon Norge i 2019, og resultatet foreligger i [Handlingsplan for bærekraftig reisemålsutvikling i Narvikregionen](#). De overordnede målene i planen er å skape en utvikling som sikrer investering i fremtiden.

For å oppnå dette er det valgt ut fire hovedmål/tiltaksområder som man skal jobbe med i fase 2:

- Besøksforvaltning og miljøansvar
- Helårsbasert reiseliv og produktutvikling
- Kompetanseheving
- Markedsføring, kommunikasjon og samarbeid

I tillegg skal en rekke kriterier og indikatorer besvares, status skal kartlegges og tiltak planlegges for forbedring på sikt. Fase 2 av prosessen ledes av Visit Narvik.

## 2 Aktiviteter i prosjektet

### 2.1 Metode, begreper og avgrensinger

Ifølge [Hvitehåndbok for reisemålsutvikling](#) er *reisemålsutvikling* et systematisk arbeid for helhetlig utvikling av et sted/reisemål/destinasjon, basert både på turistene og de fastboende sine ønsker og behov. Det betyr også et bærekraftige helhetsperspektiv for utvikling med utgangspunkt på reisemålet forutsetninger og muligheter.



Turisme ivaretar, forsterker og fremhever et steds lokale egenart; miljø, kultur, estetikk, kulturarv og kommer lokalsamfunnet til gode. Denne forståelsen er også kalt geoturisme. *Geoturisme* omhandler hvordan man best mulig skal utvikle en destinasjon basert på lokale fortrinn med fokus på miljø, kultur, estetikk, kulturarv og som derigjennom kommer lokalsamfunnet til gode. Geoturismen har fokus på destinasjonen som helhet og favner alle typer stedsbasert turisme.

Begrepet *reisemål* eller *destinasjon* blir i denne rapporten brukt om et geografisk sted som blir besøkt fordi stedet har kvaliteter og gir opplevelser verdt å besøke. Besøkende, turister, tilreisende, reisende, gjester og kunder. Det er mange ulike begreper som brukes for å omtale de som kommer hit. I denne rapporten blir disse begrepene benyttet om hverandre.

Et sted blir først et reisemål når det oppfattes som attraktivt av definerte målgrupper i markedet, dvs. at stedet har reell attraksjonskraft. Det betyr også at de besøkende får personlige og meningsfulle opplevelser i tråd med egne behov, ønsker og forventninger.

I dette prosjektet har vi brukt ulike kilder og tilnærminger. Det er blant annet gjennomført dybdeintervju med relevante reiselivsaktører fra området samt andre relevante utviklingsaktører som har ønsket å være med. En del av de lokale aktørene som ble spurt valgte å takke nei til deltakelse av ulike årsaker. Til sammen ble 53 aktører kontaktet, hvorav 22 ønsket å delta. En del aktører takket ned i denne omgang og ønsker heller å bidra når fase to, revidering av Masterplan for Narvik som reisemål. De fleste intervjuene ble gjennomført høsten 2019. Alle som deltok ønsket å bidra i prosessen videre i arbeidet med Masterplan for Narvik som reisemål. I denne fasen av prosjektet er det først og fremst de tradisjonelle reiselivsbedriftene som er involverte, samt utviklingsaktører som har et ønsket å delta. Å involvere de andre aktørene blir aktuelt å gjøre i fase 2 når revideringen av Masterplanen for Narvik som reisemål gjennomføres.

Strukturen på intervjuene har vært såkalt semistrukturerte, det vil si at spørsmålene ikke har vært klart formulerte på forhånd, men heller stikkord og temaer. Så langt det har latt seg gjøre har intervjuene vært gjennomført hos aktørene selv. Selve intervjuene har vart omtrent en til halvannen time og er gjennomført med lydopptak og deretter transkribert. Aktørene fikk deretter tilsendt den transkriberte versjonen til godkjenning.

Følgende temaer ble gjennomgått i intervjuene:

- Generelt om bedriften og driften, litt om årets sesong. Utdanning, erfaring.
- Markedet/gjestene. Hvem er de og hvorfor kommer de hit?
- Markedsføring og salg. Synlighet på sosiale medier.
- Bærekraftig utvikling – relevans for dem.
- Samarbeid/ Nettverk. Hva slags type samarbeid. Erfaringer.
- Tilrettelegging for din bedrift. Hvordan opplever du virkemiddel apparatet; hva er bra, hva kan bli bedre.
- Fremtidsplaner/ videre utvikling i bedriften
- Utviklingsmuligheter for området/potensialet for området
- «Sterke opplevelser» - hva forbinder du med det?

I tillegg fikk de intervjuede også spørsmål om de ønsket å delta videre i fase to, i arbeidet med revideringen av Masterplanen for Narvik som reisemål. Noe alle var positive og takket ja til.

I forkant av intervjuene ble intervjuguiden med temaene gjennomgått og godkjent av prosjekteier. For å forenkle og gjøre lesningen av rapporten mer effektiv er det lagt inn direkte koblinger i teksten på aktuelle/relevant dokumenter og nettsteder.

## 2.2 Tidligere utredninger og analyser

Her presenterer vi også utredningene og analysene som har relevans for dette prosjektet. I tillegg har vi også funnet flere relevante kilder på internett og i flotte turbøker. Det er gjort mye relevant forskning om reiselivet i Nordland, som også er benyttet som kilder.

- Et pågående forskningsprosjekt [TESTSONE TRÆNA](#) på Træna, en mindre kommune og et øysamfunn lokalisert på Helgeland i Nordland fylke undersøker hvordan fremtidens bærekraftige reiseliv og levedyktige lokalsamfunn kan formes. Prosjektet er finansiert av Norsk forskningsråd.
- Naturbasert reiseliv spiller en stadig viktigere rolle i den norske bioøkonomien. Potensialet for videre vekst er stort. Mangfoldet er blitt større, blant annet som følge av globaliseringstrender og innføring av ny teknologi. I denne sammenhengen er det relevant å se på [forskningsprosjektet BIOTOUR](#), et fireårig, tverrfaglig forskningsprosjekt. Prosjektet ledes av Norges miljø- og biovitenskapelige Universitet på Ås. Hovedmålsettingen for prosjektet er å utforske betingelser for videreutvikling av naturbasert reiseliv i norsk bioøkonomi som sikrer næringsutvikling, robuste lokalsamfunn og bærekraftig ressursbruk.
- Det finnes mange ulike lokale kilder fra Ballangen, blant annet har [Balnytt](#), lokalavisa for Ballangen vært nyttig. Bygdebøker for både Ballangen og Tysfjord har vært benyttet som kilder. Arbeidet som Ballangen historielag og Tysfjord historielag gjør er også viktige i en slik sammenheng. For fjellet Stetinden er det spesielt et nettsted [Stetind.nu](#) som har vært en veldig god kilde.
- Et spennende prosjekt, Geopark Nord av Museum Nord er beskrevet i rapporten [Geopark Nord](#). Det er en grundig gjennomgang og oversikt av alle de ressurser og muligheter som finnes i området, og som kan gi grunnlaget for etablering av en geopark. En geopark er et geografisk definert sted med en relevant naturhistorie for å legge til rette for bærekraftig og naturbasert reiseliv.
- De fleste utredningene og prosjektene som er gjennomført knyttet til reisemålsutvikling er om nasjonal fjellet Stetinden. Det første prosjektet var [«Mulighetsstudie Stetind»](#) som ble gjennomført av Transportutvikling AS, og var en kartlegging av mulighetene rundt Stetinden hvor man vurderte potensialet. I prosjektet ble det gjort en grundig gjennomgang av infrastrukturen til området. På den tiden var Tysfjord kommune også en del av destinasjonsselskapet Hamsuns Rike, sammen med kommunene Hamarøy og Steigen. De gjorde også en gjennomgang på hvordan man kunne samarbeide med andre kommuner, også på svensk side. Spesielt gjaldt det Gällivare kommune som Tysfjord hadde hatt et nært samarbeid med siden 1999. De to kommunene har hatt flere felles prosjekter hvor [Grenseleden](#) var et av dem. Det ble foreslått å utarbeide en Masterplan for reiselivsutvikling i samarbeid med nabokommunene på både norsk og svensk side. Andre konkrete tiltak som ble foreslått var blant annet produksjon av Stetindvann, et Stetindsenter, rorbuanlegg med utsikt mot Stetinden og klatresamlinger tilknyttet en Stetindfestival.

- Prosjektet [Studie avseende samverkan för tillväxt Gällivare – Tysfjord \(2009\)](#) var et Interreg III Nord-prosjekt hvor målet var å kartlegge forutsetningene for næringsutvikling til felles beste for kommunene Gällivare og Tysfjord.
- I reiselivssammenheng ble det utarbeidet en delrapport, [Samverkan för tillväxt» Delrapport Turisme og Handel – Norsk side](#) utarbeidet av Transportutvikling AS hvor det ble påpekt et stort vekstpotensial. Blant annet ble det foreslått felles pakketering og markedsføring med aktiviteter på begge sider av grensen. Grenseleden ble fremhevet som en slik felles satsing.
- I prosjektet [«Gleden ved å leve naturvennlig – Stetind»](#) i 2009 var målet for prosjektet å bidra til å skape interesse for naturvennlige tanker og levesett, blant annet ved å fokusere på forbruk og levemåte i Tysfjord kommune. Prosjektet ble etter hvert valgt ut som ett av ti prosjekter i programmet «Naturarven som verdiskaper» som Direktoratet for naturforvaltning ledet. Verdiskapningsprogrammet var en felles satsing fra Miljøverndepartementet og Kommunal- og regional departementet. Tysfjord kommune var eier av prosjektet, i samarbeid med Råd for økofilosofi. Delprosjektet var å utvikle og markere Stetinden som et «*symbol for naturvennlig tenke- og levemåte*» gjennom dialog, festskrift, Stetinderklæringen, seminarer og konferanser. Prosjektet ønsket å basere seg på natur- og kulturarven, i et samhandlende lokalsamfunn med to kulturer - samisk og norsk. Et annet delmål var å utvikle felles produkter i samarbeid mellom turistforetak og -organisasjoner over grensen til [Laponia](#), et verdensarvområde i Sverige som ligger i Lappland. Tiltakene i prosjektet skulle gi resultater i form av nye arbeidsplasser eller sikring av eksisterende arbeidsplasser.
- Boka «*Arven og gleden - et festskriv til naturen*» av Børge Dahle og Rådet for økofilosofi er en bok som ble utarbeidet i forbindelse med prosjektet Gleden ved å leve naturvennlig. I omtalen står det at mennesker står overfor sin hittil kanskje største utfordring - klimautfordringene. Hvilke muligheter har vi til å håndtere disse utfordringene, og hvilke alternative løsninger har vi? Hvordan kan vi finne gleden i å leve naturvennlig? Boken oppfordrer og utfordrer oss til en naturvennlig tenke- og levemåte. Engasjementet for en fornyet forståelse mellom menneske og natur strekker seg fra Peter Wessel Zapffe og Arne Næss til den gang miljøvernminister Børge Brende.
- I 2014 ble forprosjektet [«Samisk reiseliv i lulesamisk området»](#) gjennomført. Det lulesamiske området i Norge ligger nettopp i dette området. Det strekker seg fra Saltenfjorden i sør til Ballangen i nord. Bakgrunnen for prosjektet var at samisk reiseliv er lite utviklet, og særlig i det lulesamiske området. Potensialet for samisk reiselivsutvikling beskrives som stort ut fra en sterk samisk kultur, ressurspersoner med vilje til å satse og flotte naturområder med interessant samisk historie. Samisk reiseliv er primært knyttet til nordsamisk kultur i Troms og Finnmark, hvor opplevelser knyttet til reindrift er den viktigste attraksjonen.
- Det finnes mange turbøker som beskriver de flotte mulighetene i området. Turboken «*Skatter i fjell*» er skrevet av Trond Blomli og gitt ut av Museum Nord i 2011. Det ble også utarbeidet en nettside som gir utfyllende opplysninger til boken. På nettstedet kan vi lese at boka gir en kortfattet oversikt over områdets geologi og bergverkshistorie, og som presenterer [38 utvalgte turmål](#) som gjelder skjerping og

bergverksdrift i Ballangen, Evenes, Narvik og Tysfjord. Den finnes i norsk og engelsk utgave. Høsten 2008 kom boken «*På tur i Narvik og omegn*» og er skrevet av Bjørn Forselv fra Narvik. Den presenterer i alt 100 turmål hvor mange turer i dette området er beskrevet. Ved kjøp av denne boken får man samtidig tilgang til nedlastbare turbeskrivelser, kart og sporlogg for GPS på internett. Turboka «*Turer i Tysfjord*» er skrevet av Asgeir Kvalvik og har også sitt eget [nettsted](#). Den har flotte bilder fra området, og beskriver hele 60 fotturer og 10 sykkelturer i Tysfjorden. Boken tar opp bruk av kart og kompass, dyreliv og flora i området, hvordan ta bedre turbilder, førstehjelp på tur, om alle grottene som finnes, fisketips og om Grenseleden. Asgeir Kvalvik holder også på å skrive en bok om Stetinden, og planen er å gi den ut i løpet av høsten 2020.

- «Toppturer rundt Narvik» av Mikael af Ekenstam inneholder turbeskrivelser til 82 fjell og 6 traverser, blant annet i Ballangen, Efjorden og Tysfjorden. Da boken kom i 2004 ble en ny verden åpnet for skientusiaster på begge sider av den norsk-svenske grensen i Nord-Skandinavia. Siden den gang har randonee og toppturer på ski blitt en folkesport, og i 2016 kom en ny og oppdatert versjon. Nye topper og varianter er lagt til, og boka har flyfotografier med inntegnede ruter.
- Museum Nord har nylig startet å lage podcasten, [Ekspedert](#) som lar oss bli bedre kjent med lokalhistorien i Narvikregionen. Spennende og relevante episoder om blant annet Skatter i fjell, Aktieselskapet Bjørkaasen Gruber og Oppvekst og arbeid i Bjørkåsen.

## 2.3 Lokal involvering

Involvering i slike utviklingsprosesser er viktig, og i dette prosjektet var det et ønske om å involvere barn og unge fra området. Ballangen skole takket ja til å være med, hvor 9. trinn ble involvert. Planen var at elevene skulle jobbe en skoleuke med dette tverrfaglige prosjektet i juni 2020, hvor elevene og de lokale reiselivsaktørene skulle jobbe sammen. Prosjektet skulle blant annet forsterke deres lokale identitet og vise frem hva Ballangen kan tilby sine besøkende. På grunn av koronasituasjonen lot dette seg ikke gjennomføre.

I samråd med styringsgruppen ble det heller bestemt at det skulle gjennomføres en kort filminnspilling hvor Stetinderklæringen blir presentert. Et mål med innspillingen har også vært å få vise ekte naturglede og ikke minst gode delbare øyeblikk for barn og foreldre. Dette delprosjektet er finansiert av Narvikregionen Næringsforening, Futurum, Visit Narvik og Narvikgården. I dette prosjektet samarbeidet vi med Josu Media.

## 2.4 Andre aktiviteter i prosjektet

I løpet av prosjektperioden har det vært flere relevante aktiviteter å delta i. Her er en oversikt av de viktigste aktivitetene:

- Det ble utarbeidet et notat (se eget vedlegg) i forbindelse med kommunedelplanen, hvor vi viste til at Stetinden i seg selv er et viktig symbol for den nye kommunen, både som nye Narviks kommunevåpen og som Norges nasjonalfjell. Stetinden har et stort potensial i den bærekraftige utviklingen av Narvik som reisemål. Stetinden har sin egen erklæring som tar opp i seg de utfordringene og løsningene vi ser blant annet FNs bærekraftsmål.

- Vi har holdt en presentasjon for å se på muligheten til å videreutvikle «*Stetind som en merkevare med symbolverdi*» til ordfører Rune Edvardsen, varaordfører Per Kristian Arntzen og rådmann Lars Skjønnås (se eget vedlegg).
- Deltakelse på Snowballkonferansen på Lillehammer sammen med prosjektleder Line Benjaminsen, 2. og 3. mars 2020.
- Deltakelse på ulike møter knyttet til reisemålsutviklingen i Narvik.
- Dialog med Børge Dahle, Råd for økofilosofi.
- Dialog og intervju av Nils Faarlund, Råd for økofilosofi.
- Prosjektet har vært presentert i lokalavisen Fremover.

### 3 Presentasjon av kartleggingen av området

Denne presentasjonen beskriver de ulike forholdene som gjør området til et reisemål i dag. Først starter vi med en beskrivelse av kartleggingen av området, både det stedlige ressursgrunnlaget og deretter analysen av intervjuene som er gjennomført.

Hvitehåndboken i reisemålsutvikling anbefaler følgende inndeling:

- Naturkvaliteter (naturfenomen, landskap, strender, kjente turområder, etc.)
- Kultur (Festivaler, kulturhistorie, mattradisjoner, etc.)
- Andre menneskeskapt attraksjoner (badeland med mer).
- Områdets visuelle kvaliteter. Eksempelvis vakre kulturlandskap, unike bygningsmiljøer og utsiktspunkter.
- Andre ressurser kan være spesielle klimatiske forhold, kompetansemiljøer.
- Beskrivelse av andre stedegne forhold.

Området har så mange flotte og unike kvaliteter, og det har ikke vært mulig å gi en detaljert beskrivelse over alt som finnes. Rapporten har først og fremst lagt vekt på en generell beskrivelse av de kvalitetene som gjør området til et reisemål. Først er det beskrevet hvem som besøker området, deretter en presentasjon av de stedlige ressursene med hovedvekt på de ressursene som nå er en del av den nye kommunen. Begge disse tidligere kommunene er bygd opp rundt bergverksindustri og har derfor mange lokaliteter knyttet til en innholdsrik bergverkshistorie. Det er også presentert ressurser som tilhører Hamarøy kommune på grunn av relevansen for dette prosjektet.

#### 3.1 Hvem besøker området i dag

Det finnes ingen en eksakt oversikt over hvem som besøker området i dag, og derfor legges til grunn informasjon fra både reiselivsaktørene i området og fra Visit Narvik.

Reiselivsaktørene vi har intervjuet oppgir at det er ulike grunner til at gjestene deres kommer til området, og gjestene kommer fra hele verden med flertallet nordmenn. Det kommer også en del besøkende som først og fremst skal opp til toppen av Stetinden, og de fleste av de benytter guide. De er fra hele verden. Flere av reiselivsaktørene kan også fortelle om flere av gjestene deres som kommer tilbake år etter år i sommerferien. En del besøkende har også familiær tilknytning til området. Nærheten til Lofoten, en av de mest sentrale destinasjonene i

landsdelen og som markedsføres som et flaggskip både nasjonalt og internasjonalt har også en betydning. Mange av de gjennomreisende er enten på vei til Lofoten eller kommer derifra.

Majoriteten til de som besøker hyttene til turistforeningen er fra utlandet. Flertallet er svensker, samt andre turister fra Tyskland, Danmark, England, Sveits og Østerrike. De har også hatt asiatiske gjester på besøk på hyttene sine. Felles for de besøkende er at de er ressurssterke og har god kompetanse i friluftsliv. I tillegg er det også andre som også bedriver friluftsliv i området

Mange av gjestene, både de norske og de utenlandske er på rundreise i Nord-Norge og de har enten kommet med kollektivtransport (tog til Narvik eller buss), egen bil, fly og deretter leid seg bil.

Noen av de utenlandske gjestene er også opptatt av å komme i høytidene om vinteren, slik som jul og påske. Det er besøkende som ønsker en spesiell og unik opplevelse knyttet til en høytid med norske tradisjoner. Mange av de som kommer på denne tiden av året er gjerne fra større byer rundt omkring i verden.

Mange av de besøkende som kommer til Kjøpsvik er på arbeidsreiser, blant annet til hjørnesteinsbedriften Norcem. Både som gjester og som ansatte kommer de gjennom hele året, og overnatter enten på hotellet eller i leide leiligheter. På sommertid er det også mange besøkende som kommer til sine egne hytter som ligger langs Tysfjorden, Stefjorden, på Hundholmen og Haukøy for å nevne de mest sentrale plassene, eller at de har leid ei gjennom Finn.no eller via Airbnb. Det kommer også en del noen turister i sommersesongen som er på gjennomreise med bil.

Både i Ballangen og Tysfjorden er det mange hytter. De fleste som har hyttene sine kommer fra Narvikregionen og de er mest brukt i sommer- og høsthalvåret. Ifølge statistikk fra SSB er det i Ballangen 1251 hytter og i Tysfjord 739. Til sammen finnes over 4000 tusen hytter i nye Narvik kommune. Bare i løpet av de siste ti årene er det bygd over 260 hytter i Ballangen og 80 i Tysfjord. Det er mange felt som er regulert for hyttebygging og på Hundholmen i Tysfjorden er det regulert for over femti hyttetomter med muligheter for enda flere.

Årlig kommer det turister gjennom arrangerte og årlige gruppeturer med kajakk både i Efjorden og Stefjorden. De er blant annet fra Finland og Frankrike. Ifølge Visit Narvik er dette en utfordring da det ikke finnes tilsvarende aktører i området som arrangerer slike turer. Så lenge det ikke finnes lokale aktører, vil området tiltrekke seg aktører utenfra. Googler vi f.eks. kajakk med Efjord og Stetind vil det komme opp flere tilbydere fra aktører som ikke kommer fra området, både norske og utenlandske. Her er det en liten video på [youtube](#) som franske Nomade Aventure har lagt ut. Markedsføringsmessig er det også interessant for hvordan området blir presentert.

Det kommer stadig flere besøkende som går på toppturer om vinteren, og [her](#) kan vi lese hva prosessor i naturbasert reiseliv, Dominik Siegrist skriver om sitt besøk i området på forskning.no.

### 3.2 Beskrivelse av det stedlige ressursgrunnlaget i Ballangen

Ballangen er og har vært en bergverks- og landbrukskommune i Ofoten. Det nordsamiske navnet er Bálák. Pr. 1. januar 2019 var det ifølge SSB 2556 innbyggere i Ballangen. Området strekker seg over nesten 1000 km<sup>2</sup> - flott natur, med både fjorder og fjell. I området rundt Ballangen finner vi de første forsøkene på gruvedrift i Nord-Norge, helt tilbake til 1600-tallet. Siden den gang har det vært flere forsøk på gruvedrift med varierende suksess. I perioden 1909 til 1964 var Bjørkåsen Gruber aktive med utvinning av svovelkis.

Kjeldebotn er et tettsted i området og som var en del av Ballangen kommune. Landbruk er en viktig næring, med fem gårder i drift. Kjeldebotn har båtforbindelse til Evenes og Harstad/Narvik flyplass. Hvert år siden 1992 har det blitt arrangert [Kjeldebotndagan](#) rundt St. Hans. Det skjer med en stor innsats fra ildsjeler og dugnadspersoner. Siden 2016 er det samtidig arrangert motbakkeløpet [Håfjelltuva Opp](#) samme helg.

#### Naturkvaliteter

Ballangen har mange flotte og unike naturkvaliteter. Mange av disse kvaliteten er lett tilgjengelig for allmenheten, både til fjells og til fjords. Ballangen er et eldorado av vann, elver og fjellområder som gjør at mulighetene for jakt og fiske er svært gode og det er også nærmere 100 kilometer merkede stier og turløyper.

Det er mange bergverksminner i Ballangen, og i boka «*Skatter i fjell*» er det beskrevet seksten slike minner. Ballangen Museum presenterer den omfattende gruvevirksomheten som har vært i kommunen siden 1600-tallet. Martinstollen besøksgruve ligger høyt og fritt i Bjørkåsen og ble tilrettelagt som besøksgruve i 1995, men siden det har den forfalt. Før den kan gjenåpnes er det nødvendig med betydelige sikringstiltak.

Efjorden er av mange betegnet som en av Norges vakreste fjorder. Efjorden er en fjordarm til Ofotfjorden, og strekker seg 35 kilometer innover. Fra fjordbunnen er det kun 18 kilometer i luftlinje til Sverige. Efjord er spektakulær og naturskjønn, og er et eldorado for friluftsfolk, fjellklatrere, dykkere, padlere og sportsfiskere. Området har mange tilgjengelige opplevelser både til fjord og til fjells. Utsikten vestover er mot Vesterålen og Lofoten. De markerte fjellene, holmene og bruene i straumen er populære turmål og fotomotiver. Her nevnes fjelltoppene Kuglhornet, Henriknesfjellet, Stortinden, Eidetinden og Valletinden.

Det er mange flotte fjell som er relativt lett tilgjengelig i hele dette området, både sommer og vinter. Kuglhornet i Efjorden er et populært og spektakulært klatrefjell. Kjerna er Ofotens Prekestol og fra E6 i Ulvika kan man se den karakteristiske prekestolprofilen i det vertikale utspringet i fjellet. Det ser spektakulært ut, og det er det også når du står på toppen. Turen opp til Kjerna tar en liten times gange fra toppen av Skjellesvikskaret. Verdenssvaet, et svaberg som er 2000 meter langt er også en tur som blir stadig mer populær, som kan gjøres både til beins eller sykkel. I Råndalen ligger en kjent og populær fjelltopp, Rånkneipen (1200 moh). Isbreen Frostisen som ligger på 1724 meter er 25 km<sup>2</sup> og er den tolvte største breen i areal i Norge. Dit tar man seg opp fra Storvatnet i Råndalen. Det regnes også som det høyeste fjellet i Ballangen. I tillegg til Frostisen er også [Sepmola](#) på 1342 meter en flott utsiktstopp i nærheten.

Fossen Kvitforsen med et fossefall på over 100 meter ligger noen kilometer fra veien fra E6 ned til Kjeldebotn. Den kaster seg mektig ned fjellsiden foran Kvitforsgroten. Bak fossen kan man gå inn i Kvitforsgrotta, som på folkemunnen kalles "Fantometgrotta".

Store deler av kommunens areal er regulert som naturreservat eller vernet område, med stort biologisk mangfold. Ved [Melkevatn-Hjertvatn-Børsvatn naturreservat](#) er formålet med vernet å bevare et stort, spesielt og rikt område med truet, sjelden og sårbar natur, med sitt biologiske mangfold i form av økosystemer, naturtyper, arter og naturlige økologiske prosesser. Området har en særlig betydning for biologisk mangfold i form av rike høystaudebjørkeskoger og dødvedrik furuskog. For [Fuglevasslia naturreservat](#), er formålet med vern er å bevare et skogområde med sjelden og sårbar natur, med sitt biologiske mangfold i form av økosystemer, naturtyper, arter og naturlige økologiske prosesser.

Området har en særlig betydning for biologisk mangfold i form av en eng-bjørkeskog med krevende karplanteflora. Ivaretagelse av naturgrunnet innenfor naturreservatet er viktig for samisk kultur og næringsutnyttelse. Området skal kunne brukes til reindrift. [Grunnvatnet Naturreservat](#) er formålet med fredningen å bevare et viktig våtmarksområde med naturlig tilhørende vegetasjon og dyreliv, særlig av hensyn til dets sentrale betydning som trekk- og hekkeområde for våtmarksfugl. For [naturreservatet Osen/ Sandværet](#) er formålet med fredningen å ivareta et verdifullt kystområde, med det naturlig tilknyttede plante- og dyrelivet. Området har spesiell stor verdi i botanisk sammenheng (havstrandvegetasjon) og delvis som hekke- og overvintringsområde for sjøfugl.

Det blir stadig mindre urørt og inngrepsfri natur i Ballangen. Det vil si natur som ligger fem kilometer eller mer i luftlinje fra tyngre tekniske inngrep. En oversikt hos [miljødirektoratet](#) viser at Ballangen har en del større områder som ligger mellom 1-5 km i luftlinje fra inngrep. Denne inngrepsfrie naturen finnes stort sett i ulendt terreng, og store sammenhengende naturområder er i tillegg viktige som turområder, for landskapskvaliteter, landskapsvariasjon og for naturopplevelsen.

Det er mange gode fiskevann i Ballangen. Et tradisjonsrikt fiskevann er [Holmevannet](#) på Håfjellet, og i ville vakre Råndalen ligger Storvatnet hvor det også er gode fiskemuligheter. Det er også mulig å fiske i Børsvannet, som er en del av [Børselv-vassdraget](#) som tidligere var et sterkt forurenset og gjengrodd vassdrag.

Ballangen har gjennom mange år hatt en stor og sterk elgbestand. Forklaringen er at det finnes mange gode og næringsrike beiteområder, og også gode vinterbeiter for elgen i dette området. Det sies at den nordlandske elgen har gjennomgående god kondisjon, og at vekta er blant de høyeste i landet. Les mer om dette [her](#).

## Kultur

Det er nylig blitt gjennomført en kartlegging for en kulturminneplan for Ballangen. Den første bosettingen i Ballangen var allerede i eldre steinalder ut ifra de helleristningene som er funnet på Valle i Efjorden. Helleristningene antas å være 10000-11000 år gamle. Det var sommeren i 2017 dette sensasjonelle [funnet av helleristninger i Valle i Efjord](#) ble gjort. Motivet er en båt og den er mer enn 4 m lang og er slipt inn i fjellet. Ristningene er vanskelige å se og er kun synlige i spesiell belysning. Båtfiguren har form som en arktisk skinnbåt som ligner en grønlandsk umiak.

Det er mye av den lokale kulturen og historiene som finnes som er knyttet til at det var et gruvesamfunn her. Det finnes også mange relevante kilder som beskriver livet i gruvesamfunnet. Blant annet har Magnus Pettersen gjort det. I mer enn femti år samlet han, med god hjelp av sin kone, Cornelia lokalhistorie fra kommunen. Han utarbeidet et [fyldig arkiv](#) med slektsforskning som [han overrakte til kommunen](#). Han skrev blant annet om Bjørkaasen Gruber A.S boka Ofoten II som ble gitt ut i 1992. Både [bo- og arbeidsforholdene](#) i



gruvene i Bjørkåsen ble beskrevet som noe av det mest elendige, men dette endret seg etter hvert i løpet av de 47 årene som gruvene var i drift.

[Ballangen Museum, Museum Nord](#) er lokalisert i Bjørkåsen, i gamle Bjørkaasen Gruber AS sitt administrasjonsbygg. Alle de tre etasjene blir brukt til utstillinger om gruvedriften. I år starter museet med geobiking, en sykkelturné tett på bergverkshistorien. Det er en tur på rundt fire mil langs vei og sti til kobbergruvene i Melkedalen. Her får man oppleve lokal historie om gruvedrift, i tillegg til at man sykler gjennom regionens største fuglereservat, Grunnvannet Naturresevat hvor det er mulighet for å se sjeldne fuglearter.

Det er mange samiske kulturminner i Ballangen, og det er først og fremst fysiske spor etter samisk virksomhet. Stedsnavn og lokale tradisjoner hører også inn under begrepet. [Pipiira Sida](#) er et samisk tun som ligger i Kalvåsen. Det ble bygget og drevet av Anette og Ingolf Kvandahl. I 2019 ble tunet solgt til Eilert Ravn, som også eier Ballangen Camping. Den nye eieren har uttrykt et ønske om å beholde det samiske preget på anlegget og søker å utvikle dette til et naturbasert overnattingssted for hele regionen. Ikke langt unna ligger også Pipiira Skistadion og skianlegget i Håfjellet.

Det er også mange enkeltpersoner fra Ballangen som har gjort seg bemerket og har hatt betydning for ettertiden. Bygdefotograf [Charles Ravn](#) (1889-1963) var en slik person. Han levde i Kjeldebotn og i hele 35 år (1920-1955) var han den eneste fotografen i Ballangen. Han var også lokalhistoriker, slektsforsker og astrolog. Han skrev også dagbøker om hva som skjedde i nærmiljøet i Kjeldebotn og Ballangen. I 2011 fikk Arkiv i Nordland mesteparten av fotosamlingen etter han, bestående i underkant av 10.000 negativer og åtte fotoalbum.

Området ved innløpet til fjordarmen Efjorden har vært et levende lokalsamfunn og knutepunkt, mellom Skarstad i nord og Valle i sør. Begge disse stedene bodde det etter datiden flere mennesker, og Skarstad har inntil nylig vært et levende lokalsamfunn med butikk, kafe og overnatting. Det er også populært å dra med båt til Skarstad og fortøye i båthavna. På Skarstad i Efjorden er skulpturen [Himmel på Jord](#) plassert og er en del av [Skulpturlandskap Nordland](#). Der gjennomføres det blant annet utegudstjeneste.

Revelsøy ble på starten av 1900-tallet gjort til et handelssted da familien Klæboe kom og drev der, etter først å ha drevet handel på Barøya. Kirkegården der ble etablert i 1892. Revelsøy er i nyere tid mest kjent som øya hvor Alma Jenssen (1918 – 2007) bodde, og hun er nærmest en legende å regne, sterk og selvstendig. Hun livnærte seg blant annet ved å passe ei fyrlykt på Revelsøy. Hun bodde alene på Revelsøy i mange år. På Revelsøya ligger også en kirkegård, og hvert år arrangeres Revelsøydagen av Ballangen menighet.

Ytterst i Ofotfjorden ligger Barøya og i 1903 ble Barøya Fyrstasjon etablert da Narvik ble en viktig utskipningshavn for jernmalmen fra Kiruna i Sverige. Fyrstasjonen ble automatisert i 1980. I dag forpakter Gunnar Eide Barøya fyrstasjon gjennom reiselivsbedriften [Gunnars Fiskelykke](#), hvor han blant annet tilbyr omvisninger og overnatting på fyret.

### **Andre menneskeskapt attraksjoner**

Korshamn Fort i Vargfjorden ble bygd av den tyske okkupasjonsmakten under 2. verdenskrig. Forsvaret overtok fortet etter krigen og det ble nedlagt i 1997. Det har senere vært drevet som et turistanlegg for overnatting og servering, men står nå tomt. Fortet eies av Ballangen sjøfarm.

[Ballangen Camping](#) har vært en attraksjon og institusjon helt siden 1964. Den familievennlige campingplassen ligger rett utenfor Ballangen sentrum, og har blant annet utendørs svømmebasseng. Campingplassen har i de senere årene blitt oppgradert, med serviceroom og helårshytter.

I Ballangen sentrum ligger Nord-Norges eneste Harley Davidson forhandler. Den har eksistert siden 1986 og er den eldste forhandleren i Norge.

### **Områdets visuelle kvaliteter**

I Ballangen er det kanskje spesielt Efjorden, med de karakteristiske glattskurte granittfjellene som blir trukket frem. Å dra til Efjorden for den flotte naturen er for mange «*grunnen-for-reisen*» (reason-to-go), og i noen tilfeller for å kunne se, ta bilde og være i den vakre naturen. Det forteller også noen av de involverte reiselivsaktørene.

Efjordbruene er et velkjent motiv for mange, brukt i mange ulike sammenhenger. Det er tre bruer som krysser Efjorden. De ble åpnet i 1969 og erstattet da fergeforbindelsen over fjorden.

Kuglhornet og Kjerna har en karakteristisk form og er lett gjenkjennelig, og det samme er Verdenssvaet. På Visit Narvik sine kanaler er det blant annet tur på Verdenssvaet som blir trukket frem i området.

### **Analyse av andre stedegne forhold**

I dag er det få muligheter til å ferdes i området med kollektivtransport eller annen type transport via sjøveien. Båten mellom Kjeldebotn og Evenes er den eneste faste båtforbindelsen. En del av de lokale reiselivsaktørene transporterer egne gjester, mens det samtidig er egne lokale aktører som driver med transport. Og gjerne med bruk av elbil. Så man kan vurdere å sette opp flere ladestasjoner i området og stimulere til bærekraftig kollektivtransport. Bussen mellom Bodø og Tromsø kjører gjennom Ballangen tre ganger om dagen.

Det er mye som er vernet, både naturmangfoldet og kulturminner. I utkastet til Kulturminneplanen er det også foreslått at enda flere bygninger blir vernet som kulturminner. Bjørkåsen i Ballangen bærer preg av at mange av de gamle bygningene står til forfall. Museum Nord er tilknyttet det gamle administrasjonsbygget i Bjørkåsen, som museet holder til i. Museum Nord eier ikke bygningen, men har drift- og vedlikeholdsansvar. Det er Narvik kommune som eier bygget i Bjørkåsen. Når det gjelder de øvrige bygningene som er tilknyttet det gamle gruvesamfunnet i Bjørkåsen, er de fleste i privat eie.

Europavei 6 går gjennom store deler av Ballangen. Det planlegges å legge om E6, fra Mørstadbotn til Ballangen, oppstart i [2021-2022](#). Blant annet vil man slippe å få all trafikken i Ballangen sentrum. Veien er foreslått å komme ned Bjørkåsen. Mer om dette kan man lese [her](#). Det kan bety endringer som vil påvirke Ballangen sentrum spesielt når det gjelder gjennomgangstrafikk og mulighetene som ligger der.

Delar av vegstrekningen av E6 i Efjorden er fredet; de tre Efjordbruene og den tilknyttede vegstrekningen på 6,7 km. Statens vegvesen har videre lagt til rette for at området skal kunne benyttes med rasteplasser på fastlandet og område for camping med toaletter på

Storøya. I de senere år har fotografering/ filming samt fjell- og klatreturer økt i omfang, det skaper trafikale utfordringer knyttet til økt trafikk, spontane stopp, kort- og langtidsparkering, samt kryssing av veibanen og ferdsel av myke trafikanter på og langs veien på denne strekningen. Det er videre ikke tilrettelagt for ferdsel av myke trafikanter i området. Kjøremonstret sørover på denne strekningen er preget av høy fart motivert av å nå ferge fra Skarberget. Kjøremonstret nordover er preget av at trafikken kommer i puljer etter ilandkjøring på Skarberget med en rekke forbikjøringer. I de senere år har det også vært observert flere nestenulykker.

I en kommune som har som mål å være et bærekraftig reisemål bør renovasjonsordningen for hytte og fritidsboliger revideres for å kunne tilrettelegge for en mer bærekraftig søppelhåndtering, blant annet kildesortering. Det er heller ikke særlig naturvennlig eller tiltrekkende med alle de gule søppelsekkene liggende langs veien i dette naturskjønne området. På steder med mange hytter ligger de i store synbare hauger.

### 3.3 Beskrivelse av det stedlige ressursgrunlaget i Tysfjord

Kjøpsvik hadde per 1. januar 2019 832 innbyggere og var administrasjonssenteret i Tysfjord kommune. Det lulesamiske navnet for Tysfjord er Divtasvuodna. Fra 1. januar i år ble Tysfjord kommune delt; Den sørlige delen ble slått sammen med Hamarøy kommune, mens den nordlige delen ble slått sammen med Narvik og Ballangen i nord. Kjøpsvik har fergeforbindelse over Tysfjorden til Drag i sør og veiforbindelsen til E6 er ved Sætran i Efjord. Hjørnesteinsbedriften Norcem sementfabrikk, tidl. Nordland Portland Cementfabrik har drevet med sementproduksjon helt siden 1918. Det er et stort spenn i Kjøpsvik sin historie, med funn helt fra steinalderen til dagens industrisamfunn.

#### Naturkvaliteter

Særpreget i Tysfjord er de lange, dype fjordene og de høye bratte fjellene. Kontrastene er store i det vakre landskapet. Det er et landskap av en eldgammel høyslette hvor elvene har laget smale, brådype canyoner. De er senere gravd dypere og bredere av isbreer, og utgjør nå de indre fjordarmene. Der disse møtes i det ytre, vide fjordbassenget er fjorden hele 897 m dyp. Tysfjord er dermed Nord-Norges dypeste fjord og den nest dypeste i landet. Nye Narvik kommune har fått mange nye fjordarmer; deler av Tysfjord, Stefjorden, Efjorden, Haukøyfjorden, Tømmeråsfjorden, Fuglfjorden og Sildpollen. Indre Tysfjord er også en fjordarm med innløp mellom Kjøpsvik i nordvest og gården Næs i sørøst. Innover fjorden ligger en rekke veiløse og avfolkede gårder og grender, det samme gjelder i Stefjorden.

Her finnes også verdens nordligste bestand av hummer. Tysfjord har tidligere vært beriket med store flokker spekkhoggere på jakt etter gytende sild, men dette er et naturfenomen som har flyttet seg nordover da det er ikke lenger sild i Tysfjorden.

Både den dypeste kalkstengrotta og den største canyonen i Nord-Europa, Hellemojuvet ligger nå i Hamarøy kommune etter at Tysfjord kommune ble delt. Råggejávrrerájgge er Norges dypeste grotte, med 580 meter høydeforskjell fra inngangen på toppen av fjellet og til utgangen som ligger noen få meter over fjorden. Det er den nest dypeste gjennomgangsgrotten i Nord-Europa. Å begi seg inn på grottevandring i RJR betegnes som meget krevende. Grotta er en vertikalgrotte. Den er mye besøkt av klatrere fra hele Europa. Forskere fra universitetet i Bergen benytter ofte grotta til geologiske forskningsoppdrag. I [programmet 71 grader Nord kjendis](#) rappellerer de ned grotta.

Hellemofjorden i Hamarøy kommune deler Norge i nesten to. Bare 6,3 km skiller havet fra svenskegrensen. Fjorden gjør et dypt snitt i landmassivet. Her finner vi den dypeste kalkstengrotta og den største canyonen i Nord-Europa. Hellemobotn er beskrevet som [Norges svar på Alaska](#).

Det er mange flotte turmuligheter i hele området. Stetinden, Halls for topp, Svartvannet, Stefjordnes og Mulviktinden for å nevne noen flotte fjell å gå på. Turen opp til toppen av Stetinden er den eneste som krever klatreutstyr og klatreefaring eller guide. Det er også mange gode muligheter for å dra på sykkelturner i området, både langs vei, stier og fjell. Turen mellom Hundholmen og Kjelkvik går på lite trafikkert grusvei i nydelige omgivelser.

Fjellet Stetinden, på samisk kalt Stáddá ligger ved Stefjorden og reiser seg loddrett opp av fjorden og rager 1394 meter over havet. Stetinden var lenge et ubesteget fjell. På slutten av 1800-tallet gjorde flere klatrere forsøk på å bestige tinden. Og fjellet ble myteomspunnet, det fikk ry på seg som ubestigelig, juvelen blant nordnorske fjell. Først i 1910 ble fjellet besteget for første gang av nordmannen Ferdinand Schjelderup, Carl Wilhelm Rubenson og Alf Bonnevie Bryn. Et kvart århundre etter innførte Arne Næss bolteklatingen i Norge, og det betydde nye muligheter. I 1936 klatret han flere tekniske ruter, blant annet Sydpillaren. Han etablerte seg som selve kongen av Stetind, og i 1963 foretok han sammen med Ralph Høybakk og Kjell Friis Baasted den første vinterbestigningen av fjellet via Østveggen. Stetinden har med sin karakteristiske form en særpreget *visuell kvalitet*. Det reiser seg loddrett opp av havet og toppen er flat. Toppen er faktisk fra det opprinnelige flate slettelandskapet, på den tiden hvor dinosaurene gikk rundt på jorden.

I 2002 ble Stetinden kåret til Norges nasjonalfjell av lytterne til Reiseradioen på NRK. Fjellet er også kalt "Gudenes ambolt", og ifølge samiske sagn var fjellet gudenes ambolt hvor gudene smidde verdenen. Stetinden er omspunnet med mye mystikk, historie og sagn. Ved foten av Stetinden, i området som kalles Storelv, har bosetningen vært samisk. Stetinden er et automatisk [fredet samisk kulturminne](#) på grunn av sagn og tradisjoner.

Grottene i Kjøpsvik i Tysfjord er mer enn 700.000 år gamle og er blant de eldste i landet. Det er blant annet funnet rester etter levningene av en bjørn. Grotta Storsteinshola er en 900 meter lang kalksteinsgrotte i Kjøpsvik i Nordland. I grotta ligger det steinblokker på størrelser med hus. Den er ikke åpen for folk flest, da den ligger inne på den lokale sementfabrikken område. Den har gjennom flere år blitt utforsket og det er stadig funnet nye ganger. Storsteinshola er foreslått varig vernet som naturreservat.

Idylliske Hundholmen ligger åtte kilometer øst for Kjøpsvik sentrum, og er Tysfjords første industristed. Engelskmannen William Spear startet prøvedrift i feltspat- og kvartsbruddet. Såkalt regulær drift fra 1906. Stedets navn kommer av øya Lille Hundholmen, som ligger ute i fjorden like ved. I dag har stedet rundt fem fastboende, og har flere hytter og fritidsboliger. Den unike båthavna som ligger her gir spor etter den gamle gruvedriften. Fra gruva ble det sprengt åpning ut til havet og dermed var verdens tryggeste båthavn i boks.

Haukøya er ei grend som ligger i nærheten av Stetinden. Det er i dag få fastboende og har mange fritidsboliger og hytter. Historisk sett har Haukøya vært et knutepunkt og handelssted på den tiden man kom sjøveien. Det ble i forbindelse med prosjektet «Gleden ved å leve naturvennlig» regulert inn et område for muligheter til næringsutvikling, et såkalt LNFR areal. I de siste årene er det blitt bygd molo og småbåthavn.

[Bekkenesholmen naturreservat](#) ligger på ei øy i ytre del av Tysfjorden. Det regnes som Norges første naturreservat, fredet allerede i 1928. Formålet med fredningen å bevare en fattig, kortvokst og glissen kystfuruforekomst med alt naturlig plante- og dyreliv og med alle de naturlige økologiske prosessene.

Salthølene, en 2,2 km lang og 186 dyp karsthule som ligger på fjellet ved Indre Tysfjorden. Grottesystemet er utviklet i en smal vertikal marmorstripe, og har 8-10 åpninger i form av opptil 45 meter dype sjakter. Salthølene er et eksempel på en meget karstifisering som har foregått gjennom flere is- og mellomistider. I 2019 ble den [foreslått vernet](#) som et naturreservat.

### **Kulturkvaliteter**

Området er en del av [Sapmi](#), det samiske kulturområdet som strekker seg over det nordlige Norge, Sverige, Finland og Russland, og innenfor Nordlands grenser snakkes fem samiske språk. I dette området er det lulesamisk og nordsamisk som er de rådende språkene.

Museet i Kjøpsvik følger Kjøpsviks historie fra norsk og samisk fiskebondekultur til industrisamfunn. I 1918 etablerte Nordland Portland Cementfabrik (NPC) sin virksomhet i Kjøpsvik, og som forandret bygda totalt. Museet har mange gjenstander som kan knyttes til NPC/Norcem. Videre finnes en mengde gjenstander fra norsk og samisk fiskerbondemiljø, skolevesenet, krigshistoria og mye annet. Lensmannsgården inneholder også et kjøkken med et nokså intakt 1970-tallsinteriør.

Rørvik gård er en typisk nordlandsgård fra 1800-tallet. Tysfjord kommune har i flere år jobbet med restaurering av gården som ligger på Tysfjordens vestside. Rørvik gård ligger på Tysfjords vestside mellom Drag og Storjord. Eiendommen er på totalt 1,8 mål. Fiskebondegården består av hovedhus, fjøs, redskapshus, kvernhus, smie og naust med to nordlandsbåter.

[Árran](#) er et lulesamisk kompetansesenter som ligger på Drag, i Hamarøy kommune. Det er også et museum som formidler samisk kultur og historie.

I Kjøpsvik arrangerer den internasjonale bluesfestivalen [Sementblues](#) annethvert år. I 2019 ble den arrangert for 10. gang og neste festival er allerede i planleggingen. Det er Kjøpsvik bluesklubb, en aktiv lokal bluesklubb som står som arrangør.

[Skjellesvik Hermetikkfabrikk](#) i Skjellesvika er en nedlagt hermetikkfabrikk som er privat vernet. Her var det butikk og kai, og ei dampskipskaia med post og telegraf. Ingvald Hveding var den kreativt lokale gründeren som dro til Kabelvåg fra Solvær på egenproduserte vannski for å forsøke å få låne startkapital til fabrikk sin. Han fikk avslag, men ga ikke opp. Han fikk startet opp fabrikk sin, og var også en kreativ oppfinner. Blant annet laget han en fiskevaskemaskin. Dagens eier Ingvild Hveding, barnebarnet til Hveding har stått for restaureringen av fabrikk de siste årene. De fire siste årene har hun sammen med familie og venner arrangert HermetikkJazz i løpet av sommeren med full suksess. Dagens eier har videre planer om å drive servering og omvisninger.

I 2006 ble Hellemobotn og Tysfjord foreslått til UNESCOs verdensarvliste på grunn av sin levende lulesamiske bosetting i kombinasjon med storlått natur og gammelt kulturlandskap uten moderne tekniske inngrep. På det tidspunktet var det ikke et ønske fra samene om å gjøre det til et vernet område, blant annet fordi man ikke ante konsekvensene. Nå står Hellemobotn og Tysfjord på UNESCOs tentative Kulturarvliste. Selv om Hellemobotn nå ligger i Hamarøy kommune kan dette være en mulighet for et utviklingsprosjekt mellom de to kommunene.

### **Andre menneskeskapte attraksjoner**

Grenseleden er en gammel vandringsvei på 42 km som har blitt brukt som både næringsvei, handelsvei og som flyktningerute under andre verdenskrig med lulesamiske grenseloser. Leden går fra Sørfjorden i Hamarøy kommune til vestenden av Áhkájávrrre i Gällivare. Leden er relativt lett å gå og den er hele veien merket med steinvarder. Kulturlandskapet i området er preget av at det har vært reinbeite. Den har i nyere tid vært gjenstand for en omfattende oppgradering, med merking av ruta, nye rasteplasser, hvilehytter og broer. Det er også utarbeidet turkart, med egne kart med særlig fokus på formidling av den samiske historien knyttet til Grenseleden. I dag blir den markedsført som ei kulturminneløype.

Det er nylig bygd en populær utkikksplassing overfor Kjøpsvik, kalt Stortinden og som gir en fantastisk utsikt over Tysfjorden og området rundt. Det er på vei opp Kjøpsvikvannet, et idyllisk lite fiskevann.

Stetindhallen i Kjøpsvik er en flerbrukshall som brukes til trening, konserter, arrangementer og kommunal fysioterapi.

### **Analyse av andre stedegne forhold**

I området rundt Stetinden og andre plasser i både Ballangen og Tysfjord har det over flere år vært en tydelig økning av besøkende over flere år, og som har ført til et større besøkstrykk. Det er synbar økt slitasje i naturen, forsøpling, vilkårlig parkering av stadig flere, både fastboende og tilreisende som tar seg ut i naturen for rekreasjon og trim. Parkeringsplassen og stien opp til Stetinden er et tydelig eksempel på dette. Det meste av denne bruken er ikke-organisert og skjer på individuell basis.

## **3.4 Analyse av intervjuene**

### **Type reiselivsbedrifter og drift**

I dette prosjektet er det reiselivsaktører fra såkalte tradisjonelle reiselivsbedrifter som er involvert og intervjuet, det vil si de som driver med overnatting, servering og opplevelser. Vedlagt er en oversikt over reiselivsbedrifter i området. Det var ingen aktører som driver med transport som deltok i prosjektet.

I området på nordsiden av Tysfjorden er det ingen samiske reiselivsbedrifter mens i Ballangen er den eneste bedriften Pippira Sida som har et samiske konsept/profil.

Mange av de intervjuende aktørene har ikke drevet bedriften i mange år, de fleste har drevet mellom to og fem år. De fleste som driver med reiseliv i området er enten menn eller par. Det er få kvinner som driver egen virksomhet. Det er også få aktører i området som kombinerer landbruk med reiseliv. Et par gårdsbruk i Ballangen tilbyr overnatting og aktiviteter. Det er allikevel flere som har konkrete planer om å starte med reiselivsutvikling, både i form av overnatting, tomtesalg og naturopplevelser.

For de fleste involverte aktørene er det økonomisk utfordrende å drive med helårlig turisme og flere av de har andre jobber i tillegg. For noen er det også såpass krevende når det er høysesong med turister, slik at det er nødvendig å kombinere det med andre arbeidsoppgaver utenfor høysesong. Noen uttrykker også at det ikke nødvendigvis er et mål å drive hele året, da de opplever at det er ganske krevende i høysesongen.

De fleste eier og driver bedriften alene og har heller ingen konkrete planer om å utvide eller få flere ansatte. Er de flere i bedriften er de gjerne i slekt. De fleste aktørene er fra området, mens det finnes også noen som har kommet fra andre steder i Norge og som da gjerne har erfaring fra bransjen. De aller fleste har startet opp bedriften selv, mens noen har overtatt etablerte bedrifter. Det er gjerne de som driver med overnatting og servering som har overtatt og kjøpt allerede etablerte bedrifter, det vil si at det er ingen av dagens aktører som har startet opp egen bedrift for overnatting og servering. De aktørene som driver med overnatting, har gjerne flere deltidsansatte i sommersesongen. Det er få av aktørene som driver for fullt om vinteren, men de som gjør det har gjerne toppsesong i desember, januar og februar. De har gjester som blant annet ønsker å oppleve den norske vinteren med snø og ikke minst nordlyset.

## **Produkter**

Reiselivsnæringen i området består av mange mindre bedrifter fra flere ulike bransjer hvor de færreste tilbyr et helhetlig reiselivsprodukt. Aktørene som tilbyr opplevelser tilbyr gjerne opplevelser i naturen, enten til fjords eller fjells. Det er ingen aktører som tilbyr rene kulturaktiviteter enda, men det er under planlegging.

Det tilbys ulike type overnattinger i området. Det er hotell og leiligheter i Kjøpsvik, overnatting på fyret på Barøya, sjøhus i Efjorden, hytter på Ballangen Camping, i tillegg til hytter og rom via Airbnb. Det er også en gård i Melkedalen som tilbyr overnattinger til turister.

Det er ulike typer fisketurisme som tilbys, både tradisjonell fisketurisme der turistene selv drar ut med båten og fisker kvoten sin. Og det tilbys også båttur med guide, hvor de også får oppleve andre aktiviteter enn å fiske.

En lokal aktør tilbyr fjellguiding, både sommer og vinter. Til Stetinden og de andre klatrefjellene i området. I tillegg til guiding i grotter og randonee om vinteren.

I området er det mange årlige arrangementer. Mellom annet bluesfestival i Kjøpsvik, HermetikkJazz i Skjellesvika og flere typer arrangementer i Kjeldebotn og et par idrettsarrangementer. De fleste er for lokalbefolkningen.

## **Bærekraftig reiseliv**

Mange av de intervjuende innrømmer at de har for lite fokus på å drive bærekraftig, og at de kanskje ikke helt har tatt det innover seg. De opplever at gjestene har en klar forventning om et stort fokus på dette i et land som Norge, hvor naturen er så viktig for reiselivet. Det er gjerne de fra Tyskland som forventer og etterspør bærekraftige tiltak.

Flere av de intervjuende nevner forskjellige miljøutfordringer når de blir spurt om hva de tenker om et bærekraftig reiseliv. Det ene er at økt antall reisende de siste årene skaper belastninger på natur og miljø. Det andre er at spesielt de yngre aktørene er opptatt av bærekraftig ressursforvaltning.

Det er stor variasjon blant aktørene, både i forhold til fokus, kompetanse og synlighet knyttet til bærekraft. Der noen aktører verken har tid eller kompetanse er det andre som bevisst brukers det som en del av produktet og som markedsføringen. Spesielt gjelder det de aktørene som tilbyr naturopplevelser. For noen er det viktig både å markedsføre det, og ikke minst la gjestene bli møtt med bærekraftige verdier.

### **Samarbeid med andre aktører**

Økt samarbeid og samordning mellom andre reiselivsaktører og andre aktører kan øke både produktiviteten og lønnsomheten i næringen, og ikke minst for å kunne tilby gjesten et helhetlig reiselivsprodukt. Alle de intervjuende uttrykte at samarbeid med andre aktører er viktig. Det er allikevel et fåtall som samarbeider lokalt med hverandre. Samarbeidet er gjerne knyttet til transport og overnatting. Flere etterlyser spesielt behovet for transport både på land og på havs. Det er lange avstander i området, og flere av gjestene deres har ikke egen bil. Det er omtrent halvparten av gjestene som har egen bil eller har leid en bil ved flyplassen.

De fleste aktørene som ikke driver helårlig uttrykker at det er hektisk i sesongen, og at samarbeid oppfattes å ta tid. Flere av aktørene er også opptatt av at samarbeid vil kunne føre til et bedre produkt, og at de nødvendigvis ikke konkurrerer om de samme gjestene. De mener at det er et stort nok marked for alle og at dette er et område som har mange muligheter for å kunne utvikle seg.

### **Markedsføring og salg**

De fleste aktørene som er intervjuet, driver selv med markedsføring og salg i sin bedrift. Det gjøre de først og fremst via Internett, og spesielt på sosiale medier. Flere har utviklet sin egen nettside som er deres landingside. Mange uttrykker at nettsiden er statisk, det vil at man kun presenterer informasjon og ikke ment for dialog med potensielle kunder. Kun en bruker Google Analytics for å analysere hvem som besøker hjemmesiden. Flere synes det er enklere å være aktiv på facebook-siden sin. Mange har også en Instagramkonto. Det har de gjort med utgangspunkt i hva de kjenner til privat, og kanskje i mindre grad strategisk og planmessig. De fleste av innleggene på sosiale medier er først og fremst knyttet til produktene de selger.

Aktørene som er medlem av Visit Narvik er også opptatt av å få effekt av både markedsføringen og salget gjennom deres kanaler. De har heller ikke vært medlem av Visit Narvik så lenge som gjør at de kan vurdere nettopp det. Mange av de mindre aktørene uttrykker at de ikke har økonomisk mulighet til et medlemskap hos Visit Narvik.

Aktørene bruker også andre slik som booking.com og dintur.no. En aktør benytter kun plattformen Airbnb, både som markedsføring- og salgskanal. Det er først og fremst overnatting. Aktøren vurderer også å selge opplevelser på samme plattform. Denne plattformen gir aktøren et stort marked og har tilgang til mange gjester. Tilgangen på et stort internasjonalt marked samt at det gir ryddig og direkte kommunikasjon med gjestene er noe som blir trukket frem som det positive.

### **Aktørenes ønske og vilje til å utvikle bedriften sin**

De intervjuende ble spurt om de har planer for videre satsing, og mange uttrykte at de har det. Det er flere av de som allerede driver med å utvikle konsepter eller er godt i gang med å planlegge nye prosjekter. Det viser at det er muligheter både til å utvikle og utvide til flere overnattingssteder, utvikle nye konsepter og bygge videre på det de har.

Det viser også at mange av de aktørene som driver i området ser muligheter og tar de, og de fleste gjør det på egen hånd. Noen har søkt kommunal støtte og fått det, mens andre ikke er kommet så langt i prosessen.

### **Potensielt og utvikling av området**

På spørsmålet om potensialet for området er det flest av de intervjuende som trekker frem områdene Efjorden og Stetinden. Disse stedene er etterspurte blant deres gjester og er



steder som de sender sine gjester som vil besøkeområdet. Utfordringen er mangel på tilbud, blant annet er manglende servering i Efjorden en utfordring som trekkes frem.

Stisykling nevnes også som et mulig satsingsområde, og da spesielt på Håfjellet. Der er det mange stier med dyretråkk. De har allerede startet å rydde disse stiene for å tilrettelegge en slik aktivitet.

En aktør trekker frem at det er ganske mye ledige arealer i Ballangen sentrum og det trengs aktiviteter for ungdom. Et forslag er en gokart/motorsportklubb. Det vil trekke folk lokalt, regionalt og nasjonalt. Det finnes både maskiner og et asfaltverk her. Her ligger det til rette og at man trenger 3-4 millioner for å få til det. En turistattraksjon for hele familien.

Kystbasert friluftsliv med kystvandreleder blir også trukket frem som en mulighet. Det vil også kunne være tilbud for både lokalbefolkningen og de besøkende. Det er en sterk kystkultur i dette området.

### **Hva forbinder du med «Sterke opplevelser»?**

Mange svarer at det er opplevelser som gjør at du sitter igjen med noe, at det er godt for minnene. Et mentalt stempel hvor du har vært med på noe. Nærhet sammen med noen. For eksempel kraftige naturopplevelser; å rappellere ned et fjell, turer med Ribbåter i strømmen i Efjorden. Opplevelser oppleves forskjellig, og har gjerne med hvor du kommer fra. Har du f.eks. aldri sett snø, så er en snøfleck nok opplevelse. Du kan ta på den, kaste snøball. Et eksempel var noen turister fra Tyskland som var på Håfjelltua. Der er det et tjern, og der var det en snøfleck ned gjennom fjellsiden. Den ene tok av seg klærne, silte nedover og rett i vannet. For han var det en magisk opplevelse. Det å få fiske og lage sin egen mat. Det å få oppleve at det er helt stilt.

### **Andre involverte utviklingsaktører**

Det er også andre aktører som er relevante innenfor reisemålsutviklingen som har bidratt i Mulighetsstudien. Blant annet har [Narvik og omegn turistforening \(NOT\)](#) bidratt. De kan fortelle at det er mange turister som besøker området gjennom sitt medlemskap i Den norske turistforening, både norske og utenlandske turister. Mange grupper har også årlige turer til området. De benytter seg blant annet av de hyttene som foreningen har på fjellet. NOT er opptatt av å drive det enkle friluftslivet, og å legge til rette for alle de som ønsker det. De har hatt en tydelig økning av medlemmer og besøkende utenfra til hyttene sine. Museum Nord holder på med et spennende utviklingsprosjekt, Geopark Nord. De er fortsatt i planleggingsfasen og strategien fremover er å utvikle produkter som kan bli en del av et slikt konsept. Nytt av året er [geobiking i Ballangen](#) som er et tilbud både til lokalbefolkningen og de besøkende. Det har i mange år vært et ønske om å etablere et Stetindsenter i Kjøpsvik, hvor målet har vært å samle alle aktiviteter knyttet til Stetinden. Et konkret forslag som ble forelagt dette prosjektet er å utvikle et senter basert på fjellsport og grotte. Det er et forslag fra Svein Helge Nøstdal. Storøya i Efjorden var foreslått som plassering. Flere utviklingsaktører og grunneiere i Efjord har uttrykt et ønske om å utvikle noe rundt reiselivet, uten at det er noe som er konkrete prosjekter. Spesielt er det knyttet til overnattingskonsepter. Det er også ledige lokaler til salg på Skarstad. Norsk Tindeklub har også bidratt med informasjon i denne undersøkelsen. Norsk Tindeklub, også kalt Tindeklubben har lenge ønsket seg en klubbhytte i Nord-Norge, noe klubben ikke har hatt tidligere. De har tidligere vært i kontakt med Tysfjord kommune og andre aktører for å få hjelp til det. Ifølge leder Hilde Ass ønsker de i hovedsak å leie en hytte på åremål i nærheten av Stetind, og etter hvert vurdere et hyttekjøp. Statskog har ikke vært direkte involvert i prosjektet, men har uttalt et tydelig ønske om å være med i revideringen av Masterplanen for Narvik som reisemål.

## Andre forhold

En av fordelene med semistrukturerte intervjuer er at de gir muligheten for en dialog om andre relevante forhold som ikke blir tatt opp gjennom de spørsmålene som blir stilt. Det er blant andre problemstillinger som er aktuelle for de, og som kan være aktuelt å trekke frem i rapporten:

- Det finnes ulike oppfatninger i lokalbefolkningen om betydningen av reiselivet som en næring. Det er en avgjørende grunn til å tenke langsiktig og kanskje involvere også de aktørene som ikke er tradisjonelle reiselivsaktører, men som også er en del av næringskjeden.
- En problemstilling som har kommet frem, er hvor stor turistaktivitet tåler og ønsker et lokalsamfunn.
- En annen tilsvarende problemstilling, er hvordan ivareta områdets omdømme og legge grunnlaget for å nyte muligheten for unike og eventyrlige opplevelser uten at området preges av masseturisme, som f.eks. cruiseturister i busser fra Narvik.
- Det finnes lokale reiselivsbedrifter som tilbyr rabatter på sine produkter dersom man har kommet til området på en bærekraftig måte og de bør trekkes frem. Det hjelper ikke å jobbe for å bli en nullutslippsdestinasjon dersom gjestene kommer hit på en måte som øker utslippene. Da bidrar ikke det lokale reiselivet til å løse de globale klimautfordringene verdens står overfor. Å ta denne problemstillingen på alvor vil gi en større troverdighet som bærekraftig destinasjon.
- Behovet for å merke flere sykkelstier i fjellet i hele Ofoten. Det er finnes sikkert over 100 stier i Ofoten, og det er kun noen som er merket.

## 4 Trender og utviklingstrekk

Turisme og reiseliv påvirkes av sosiale, politiske, økonomiske, teknologiske og miljømessige forhold. Disse forholdene kalles gjerne megatrender, de store endringene og utviklingen som skjer i verden. Å identifisere disse trendene, forsøke å forstå og deretter handle er avgjørende i reisemålsutvikling. Den omfattende globale situasjonen rundt pandemien Covid 19 viser akkurat dette og har allerede påvirket våre reisevaner og hele næring rundt omkring i hele verden. Allikevel er det for tidlig og usikkert å forutse på hvilke måter og med hvilken slags effekt. I en [kronikk i Nationen](#) mener forskerne allikevel at naturbasert reiseliv vil komme styrket ut av koronakrisa.

Som tidligere nevnt er den globale trenden innen opplevelsesnæringen og reiselivet å tilby ekte opplevelser, som også gir læring og nye erfaringer. En utvikling som imøtekommer både den besøkende og lokalsamfunnet. Dette gir nye muligheter for å se reiselivet i en nær kobling til samfunnsutviklingen generelt.

### 4.1 Områdets bidrag til destinasjonens konkurransefortrinn

Hvordan dette aktuelle området kan bidra til å øke Narvikregionens konkurransefortrinn? Hva slags attraksjonsverdi kan området tilføre for å øke og forsterke konkurransefortrinn? Hva er det som gjør dette området unikt i forhold til de andre områdene i nærheten?

Nasjonalfjellet Stetinden er det unike med dette området. Internasjonalt er Norge kjent som et bærekraftig reisemål, og ved å utvikle Narvikregionene som en bærekraftig destinasjon vil dette området bidra på de ulike satsingsområdene man jobber for å få Merket Bærekraftig reisemål. Stetinden og den symbolverdien og historien bak opprinnelsen til økofilosofien vil forsterke det, ikke minst på grunn av naturmangfoldet og den storslagne urørte naturen.

Områdets fremtidige fortrinn til sammenligning med de andre destinasjonene i Nord-Norge, slik som Lofoten og Tromsø er kanskje nettopp at det ikke ennå er utviklet som en tydelig destinasjon. Utfordringer knyttet til masseturisme er ikke relevant i dette området.

Området både komplimenterer og forsterker resten av Narvikregionen. Området bidrar til en lengre kystlinje, med sterke kysttradisjoner og flere ressursrike fjordarmer. Narvik har nå blitt nabokommune til både Lofoten, Hamarøy og Steigen. Et større område med urørt natur, Nord-Norges dypeste fjord, et nedlagt fyr, gårdsbruk, enda flere fjell som kan nås både sommer og vinter. Klatreeldorado i Efjorden og på Stetinden. I tillegg levende bygder med dugnadsånd og lysten til å satse på reiselivet.

## 4.2 «Omrisset av en økologisk filosofi»

Det var i 2008 amanuensis Børge Dahle ved Norges idrettshøgskole startet arbeidet med prosjektet "*Naturvennlig friluftsliv sett i et globalt miljø og utdanningsperspektiv*". Gjennom dette prosjektet kom det fram at Stetinden viste seg å være stedet der sammenføyningen av filosofi og økologi skjedde sommeren i 1966 da NTH-studenten Nils Faarlund, filosofiprofessor Arne Næss, magisterstudent Sigmund Kvaløy Setreng og et par andre NTH-studenter dro for å klatre opp Stetinden. I ledige stunder, inspirert av Peter Wessel Zapffe, Spinoza og Gandhi lå de i teltet og forsøkte å blant annet finne svar på *hvorfor* driver man med "tindebestigning". Sigmund Setreng og Nils Faarlund ivret for å omsette filosoferingen i praksis og tok i bruk den til da lite kjente naturvitenskapen økologien. Mens regnet pisket på teltduken kom de fram til et *omriss av en økologisk filosofi* som senere skulle bli kjent som økofilosofi og økosofi. Det var Petter Wessel Zapffe som knyttet en direkte forbindelse mellom økologien og filosofien.

Medlemmene i Rådet for økofilosofi er Børge Dahle, Nils Faarlund, Finn Wagle, Siri Næss, Øystein Dahle og Aage Jensen.

I prosjektet «Gleden ved å leve naturvennlig» var det et mål å bygge «*Naturstedet*» ved foten av Stetinden. Et sted hvor det er mulig å sitte og se utover Stefjorden eller oppover mot Stetinden og filosofere. La fjellvandrere og klatrere skrive under på Stetinderklæringen. En plass å få ny innsikt, bla om samisk kultur- og naturforståelse. En plass for å drøfte naturvennlige levemåter, livskvalitet og hedre de første tindebestigerne. Et sted for mindre arrangementer og en møteplass hvor næringsliv og organisasjoner kan møtes for å drøfte relevante saker. Å legge til rette for å oppleve et meget særegent fjell samtidig som at stedet skal danne grunnlag for både markedsføring og samarbeid.

## 4.3 Naturbasert reiseliv

Området byr allerede på mange muligheter for aktive natur- og kulturopplevelser året rundt basert på det tradisjonsrike norske friluftslivet. *Friluftsliv* er en viktig del av vår identitet og den norske kulturarven. Det norske friluftslivet forutsetter naturvennlighet hvor relasjonen mellom menneske og natur er viktig. At naturen har en egenverdi er relevant i den

sammenheng. Det er også et politisk mål om at flere skal drive med friluftsliv. Les mer om det [HER](#).

Et reiseliv som er naturbasert har også en sosial betydning, ifølge en [forskningsrapport](#). At reiselivet styrker lokalsamfunnet gjennom stolthet og identitet. Det gir bedre tilrettelegging, sikring og skjøtsel som kommer alle til gode. Det er et reiseliv som gir arbeidsplasser i distriktene, skaper større bolyst for de som bor der og kan bidra til å hindre fraflytting.

De [fremtidige trendene](#) i det naturbaserte reiselivet viser at de mest fremtredende aktivitetene er guidede turer, kurs i natur, bærekraftig og ansvarlig reiseaktivitet, enkle og lett tilgjengelige aktiviteter (soft adventure) og å få oppleve lokal kultur. Kommersielle aktiviteter som vil bli etterspurt i fremtiden er viltsafari, sykling på vei og sti, naturfotografering, fotturer, og skitouring/randonee toppturer. Området har alle de naturkvaliteter som trengs for å kunne tilby disse aktivitetene som man tror det blir etterspørsel etter i fremtiden.

#### 4.4 Delingsøkonomi som strategi

Nye teknologier har skapt nye markeder og forretningsmodeller som gjør det mulig å dele og utnytte underutnyttede ressurser. Det gir både miljøfordeler og økt tilgang på tjenester for forbrukeren på steder hvor det ellers ikke ville ha vært tilgjengelig. Som fenomen er ikke deling noe nytt, vi har delt så lenge menneskeheten har eksistert, men hvordan og hva vi deler har endret seg med tiden og utviklingen i samfunnet. I et bærekraftig reiseliv er det mange måter å dele på ressurser.

For den nettbaserte markedsplassen Airbnb, som lar privatpersoner leie ut rom, hus og hytter har det vært en enorm økning de siste årene. Tall fra [Capia AS](#) viser at fra 2017 til 2018 var det økning på over 50 % i Nord-Norge som landsdel. Til sammenligning i samme periode var det en økning på 1 % på antall romdøgn på hotellene. Statistikk for utviklingen i Narvikregionen viser at det er en på 57 % fra 2017 til 2018.

I området finnes det kun et par kommersielle overnattingsmuligheter. Det gjør at Airbnb og andre tilsvarende plattformer er en god måte for turister å overnatte i området. I følge Airbnb sine egne undersøkelser rapporterer rundt tretti prosent av de besøkende at de ikke ville dratt hvis det ikke var noen Airbnb på stedet. Et annet eksempel som vi kanskje vil se mer av er deling av bærekraftige overnattinger og opplevelser. [Ecobnb](#) er et eksempel på det.

NOT og hyttene deres er også en del av en delingskultur hvor denne tillitsbaserte hyttedelingen startet allerede for 150 år siden. Ifølge generalsekretær Dag Terje Klarp Solvang er [den bærekraftig og unik i verdensammenheng](#). Hyttene er også den viktigste grunnen til at folk melder seg inn og fortsetter å være medlem og utforske nye turtilbud.

Det er ikke alle besøkende som har med utstyr for å oppleve alle de flotte opplevelsene til fjord og fjells. Da er det mulig å legge til rette for utlån av tur- og fritidsutstyr. Det finnes mange plasser hvor dette kan gjøres, blant annet i [Tromsø](#). Det kan etableres såkalte utstyrsbibliotek, f.eks. på de tidligere rådhusene i Ballangen og Kjøpsvik hvor også den fysiske turistinformasjon er lagt. Ordningen kan være både for lokalbefolkningen og de som besøker området. Eksempler på utstyr kan være skiutstyr, truger, våtdrakter, redningsvester, akebrett, hengekøyer, sykler, tursekker og telt. Det er også mulig å dele at lokale innbyggere

kan tilby seg å guide til gjester som kommer på besøk og invitere de hjem på en kopp kaffe. På Finn.no tilbyr også privatpersoner utleie av turutstyret sitt.

Deling av bil er også aktuelt i et område som dette, hvor det er få kollektive transporttilbud. Deling av bil betyr at du leier en privatbil fra noen som bor i området. Tjenester slik som [Nabobil](#) tilbyr nettopp denne tjenesten. For øyeblikket finnes ikke noen biler til leie i området på den plattformen, men vi får treff på Narvik og Evenes.

Det er mange besøkende som er opptatt av delingstjenester og benytter seg av dem. Fokus på å redusere forbruket og muligheter for å leie fremfor å eie selv er viktige grunner til dette. Dette området har mange muligheter til å utvikles til å bli en destinasjon med et spesielt høyt bevissthetsnivå for å ta vare på naturen og hvor delingsøkonomi kan være en del av strategien.

#### 4.5 Smart Tourism

Smart Tourism er en satsing i [SmartNarvik](#). Det er allerede igangsatt og planlagte smarte initiativ; slik som Merke for bærekraftige reisemål, felles fotobank og arrangementskalender, smarte løsninger for fellesgodefinansiering/fellegoderressurser, data med lokasjonsbasert informasjon om severdigheter, steder og historie i Narvik, digital strategi for data, utnyttelse av åpen data i reiseliv, Arctic kids, By-kortet, Smart skilting og informasjonssystem og Guide-system via app (IoT, AVR, Beacons, GPS).

Innen Smart Tourism er det fire kategorier: Tilgjengelighet, bærekraft, digitalisering og kulturarv & kreativitet. I dette området er det særlig relevant å fokusere på teknologi som kan bidra til å styrke og bevare naturen; Naturvennlige teknologi.

#### 4.6 Nasjonale turiststier

[Nasjonale turiststier](#) er definerte som områder med en svært stor attraksjonskraft og såkalt opplevelsesverdi, slik som f.eks. Besseggen i Jotunheimen. Stien oppover Storelva ved Stetinden er et slikt område som bør vurderes for å søke om å få tildelt denne autorisasjonsordningen. Det er allerede stor slitasje og vekst i antall besøkende. Det er f.eks. meldt om guider som har redusert antall turer opp til Stetinden på grunn av slitasje av naturen der. Helhetlig og langsiktig planlegging gjennom helhetlig besøksforvaltning er sentralt i arbeidet med Nasjonale turiststier. Eksempler er informasjonstiltak, tilrettelegging av sti, sikkerhetstiltak eller tilrettelegging av innfallsporter som for eksempel parkeringsplasser, infoskilt og servicebygg.

#### 4.7 Nasjonale turistveger

[Nasjonale turistveger](#) er 18 kjøreturer langs hele Norge, gjennom vakker norsk natur hvor opplevelsen blir forsterket med nyskapende arkitektur og tankevekkende kunst. Det overordnede og langsiktige målet er å bidra til å gjøre Norge til et enda mer attraktivt reisemål for å styrke næringsliv og bosetting i distriktene. Per i dag er det ingen planer om å gjøre flere veggstrekninger til slike kjøreturer. Det er Statens vegvesen som har ansvaret for å utvikle attraksjonen Nasjonale turistveger. Framover mot 2023 er fokuset til Statens vegvesen å ferdigstille de utvalgte stekningene som fullverdige turistveger. Dette kan være

aktuelt for deler av området på et senere tidspunkt, dersom Statens vegvesen ønsker å åpne for flere strekninger. Å bygge Naturstedet i Storelva ved Stetinden sammen med en nasjonal turiststi opp dit vil kunne bidra i en slik satsing. Det kan være mulig å tenke at kjøreturen går fra Hamarøy, over til Kjøpsvik med ferga, forbi Stetinden og gjennom Efjorden til Forså tunnelen. Da kan man forsterke industrihistorien i Kjøpsvik med blant annet arkitektur eller utsiktspunkter laget med ressurser fra stedet.

#### 4.8 Vern som strategi

Vern er i ferd med å bli verdiskaping og er viktig for omdømme og attraksjon til bærekraftig destinasjoner. Et eksempel er Lom kommune som nettopp har fulgt en slik strategi, og som blant annet definerer seg selv som en naturkommune. Les mer om Lom kommune i rapporten Verdiskaping basert på natur- og kulturressurser [HER](#).

I dette området er det flere naturreservater og flere er foreslått. Det som kjennetegner spesielt for naturreservater er at ferdselen inn i området er regulert. På den ene side kan det oppleves som en begrensning for de reiselivsaktørene som tilbyr aktiviteter i et slikt område og for deres gjester. På den andre side kan det også være en bærekraftig del av produktet, ved å involvere de besøkende nettopp i betydningen av å bevare naturmangfoldet. Slik gis en form for eksklusivitet ved å få lov til å besøke et naturreservat og lære mer om det. Det kan også gi økte priser på de produktene som tilbys.

I 2002 ble Hellembotn og Tysfjord foreslått til UNESCOs verdensarvliste på grunn av sin levende lulesamiske bosetting i kombinasjon med storlåt natur, og gammelt kulturlandskap uten moderne tekniske inngrep. Det står nå på den [tentative listen](#), som er første skritt til nominasjon. På det tidspunktet ønsket ikke samene selv en slik status. Å vurdere dette på nytt for å jobbe mot en vernestatus er mulig.

I FN sitt arbeid for mere bærekraftig samfunn finnes blant annet [UNESCO sitt biosfæreprogram](#). Biosfæreservater skiller seg fra tradisjonelle verneområder ved at de kombinerer kjerneområder underlagt strenge restriksjoner med soner der det foregår bærekraftig næringsutøvelse. I dag er det 701 utnevnte biosfæreservater verden over. Fellesnevneren for disse er at de arbeider for en bedre balanse mellom det å ta vare på naturen, sikre en god samfunnsutvikling og en bærekraftig økonomi. I Norge er det kun et slikt området, og det er Nordhordland. Les mer om det [HER](#).

#### 4.9 Teknologi, digital markedsføring og Big data

Reiselivet er en av de næringene som har forandret seg mest de siste tiårene på grunn av framveksten av Internett og digitalisering på mange områder. Det er mange spennende teknologier som allerede er i bruk i reiselivet. VR-briller, hologrammer, geotargeting og beaconteknologi blir viktig for enda flere opplevelsesbedrifter i fremtiden.

Teknologi og endrede medievaner har bidratt til å endre kundereisen. Boken [Sustainable Destination Branding and Marketing](#) gir gode eksempler fra verden over om hvordan bygge en bærekraftig merkevare for en reiselivsdestinasjon. Blant annet er det viktig å forstå teknologiens rolle for bærekraftig markedsføring, den digitale kundereisen, kompetanse for strategisk budskapsutvikling (hvordan kommunisere for legitimitet, økt bevissthet og

engasjement), hva er relevante kommunikasjonsplattformer og sosiale nettverk, og ikke minst hvordan skape involvering, engasjement og spredning.

I Tromsø finnes det et godt eksempel på hvordan man har klart å skape involvering, engasjement og spredning. Det er det rasktvoksende nettstedet Tromsolove hvor fellesnevneren er kjærligheten til Tromsø. På [Instagram](#) har de til nå nesten 90 000 som følger de og på [Facebook](#) har de over 90 000 følgere. Her møter lokalbefolkningen og de reisende hverandre, ved at de blant annet kan kommunisere med hverandre og dele hverandres innlegg.

Ved riktig bruk av teknologi øker verdien av opplevelsen. Et eksempel er fokus på *sømløse kundeopplevelser* hvor teknologien bidrar til det, slik som Palmesus på bystranda i Kristiansand har fokuset på. Hør [podcasten](#). I dette området er også bruk av teknologi som øker verdien av naturopplevelsen fullt mulig.

Det å samle store datasett om de reisende i området som er mulig å analysere, for å kunne gjøre skape ny innsikt og ikke minst for å forbedre konseptene, produktene og opplevelsene for de besøkende. Det kalles for Big Data.

## 5 Mulighetsbildet

På bakgrunn av kartleggingen av området (kap. 3) og muligheter og trendene (kap. 4) skal vi nå vise Mulighetsbildet for området. Dette kan være aktuelt å jobbe videre med i fase 2, når revideringen av Masterplanen for Narvik som reisemål skal gjennomføres. Her foreslås noen bærekraftige produktkonsepter på bakgrunn av de stedlige ressursene, fremtidige kundegruppers behov, innspill fra de involverte aktørene i prosjektet samt hvilke reiselivsbedrifter og tilbud som allerede finnes i området. Konseptutvikling er en kontinuerlig prosess, hvor det stadig dukker opp nye muligheter i et samfunn som er i stadig endring. Konseptene er ment som muligheter. Vi starter med å ser på de mulige fremtidige målgruppene.

### 5.1 Fremtidige målgrupper

De reisende blir stadig mer opptatt av bærekraft når de skal ut og reise. Flere undersøkelser viser at kunder oppgir at miljøhensyn blir en stadig viktigere faktor når de skal velge destinasjon og produkter. Dette er målgrupper som gir både såkalt «*High yield – low impact*», som betyr høy avkastning og lav miljøpåvirkning. De som gjerne kommer til området med hjelp av kollektivtransport og annen miljøvennlig transport. Dette er en målgruppe som vil man ønsker å komme i fremtiden.

Her har vi basert oss på inndelingen fra [målgruppeanalyse](#) som ble gjennomført i 2019 av Nordnorsk reiseliv, Sommer i Nord og Arctic 365.

De deler det nordnorske markedet inn i følgende fem målgrupper:

1. «Felleskap» – Besøkende som ønsker å bygge relasjoner. Skape felles minner og opplevelser
2. «Naturlig påfyll» – Besøkende henter inspirasjon og energi fra naturens kraft

3. «Kultur og læring» – Besøkende ønsker å nyte kulturopplevelser og utforske lokalsamfunnet
4. «Det ikoniske Nord-Norge» – Besøkende som ønsker å oppleve høydepunktene Nord-Norge har å by på.
5. «Balansert livsstil» – Besøkende som ønsker å koble helt av, roe ned og som forsøker å oppnå indre harmoni og tilstedeværelse. Styrke seg selv og egen mestring.

For å få de besøkende til å bli i området lengre, er det f.eks. mulig å gi rabatterte priser jo lengre de blir. Spørsmål vi også kan stille er hva vil turistene egentlig ha og hva er de villige til å betale for. Forskning viser at [kommunikasjon og opplæring kan bidra til mer reflekterte turister](#), og på sikt vil det føre til turister med ansvarlig atferd og etterspørsel.

Dagens kunder er komplekse; de har bred tilgang til informasjon, stiller høye krav og er kravstore til hva de ønsker å bruke tiden til. Utfordringen med å treffe de riktige målgruppene kan være flere. En viktig strategi er å forstå den digitale kundereisen og hvordan kunden blir påvirket og søker informasjon.

Kombinasjonen med bærekraftige verdier og naturopplevelse vil gi en stor mulighet til å kunne kommunisere fyrtårnet Stetinden og området rundt til nye definerte målgrupper. Men vil kundene komme på grunn av fyrtårnet Stetinden? Hvorfor skal den aktive kunden foretrekke å padle kano i Stefjorden fremfor å dra andre plasser for å gjøre det samme? I arbeidet med å utvikle Stetinden til en merkevare for bærekraft og naturvennlighet er det avgjørende å bruke kunnskap om og forståelse av gjestenes ønske og behov. Å tilfredsstille gjestenes behov og gi dem meningsfulle opplevelser forutsetter et klart bilde av grunnen-til-reisen for de som besøker destinasjonen. Her vil alle målgruppene ønske om å besøke/se fjellet Stetinden eller få en følelse av å ha vært der, spesielt for målgruppen Naturlig påfyll og Balansert livsstil.

Det er mange som allerede har hytter i området. I tillegg er det flere ledige tomter både i Efjorden, på Hundholmen og langs Stefjorden. Det er mange som ønsker seg hytter, samtidig som de synes at det å bygge egen hytte blir for kostbart. Hyttedelingsprosjekter kan også gjøre området mer attraktivt for en ny målgruppe som ønsker å tilbringe tiden sin i området samtidig som man ikke ønsker å forplikte seg til å eie hytte alene med alt ansvaret det gir. Dette kan sees i sammenheng med fremtidens arbeidsliv, hvor vi gir i større grad mulighet til å jobbe fra ei hytte/fritidsbolig. For å lykkes med en bærekraftig utvikling av Nord-Norge, hvor man også ønsker levende lokalsamfunn må det muligens tenkes nytt. Om 20 år vil kanskje skillet mellom arbeid og fritid, turister og lokalbefolkning være mindre tydelig enn i dag. Såkalte «*profesjonelle nomader*» eller «*part-time locals*» bor og beveger seg mellom steder som for dem er attraktive. For å skape bærekraftige reiselivsopplevelser må det gå hånd i hånd med utviklingen av levedyktige lokalsamfunn.

## 5.2 Nye fyrtårn i nye Narvik kommune

### 5.2.1 Stetinden - The National Eco Mountain

Det er først og fremst nasjonalfjellet Stetinden som utpeker seg til å bli Narvikregionenes nye fyrtårn, og det vil både ivareta, forsterke og fremheve områdets lokale egenart og komme lokalsamfunnet til gode. Vi anbefaler å utvikle Stetinden til et bærekraftig fyrtårn i regionen ved å videreføre ideen bak *prosjektet* [«Gleden ved å leve naturvennlig – Stetind»](#).



En slik tilnærming betyr nødvendigvis ikke legge til rette for at flere besøker toppen av fjellet. Det betyr heller å videreutvikle nasjonalfjellet Stetinden til å bli et *internasjonalt symbol på naturvennlige tenke- og levemåter*, med bakgrunn i historien som ligger bak. Å formidle den sterke historien, de involverte personene og hvilken betydning de har hatt for Norge som nasjon. Det er også en viktig del av symbolverdien og vil gi et godt utgangspunkt for en narrativ tilnærming. Fjellet er allerede et viktig symbol. Som Norges nasjonalfjell, og som fra gammelt av har vært et karakteristisk seilingsmerke for sjøfolk langs nordlandskysten som seilte trygt etter Stetinden. Fjellet er også et viktig samisk kulturminne gjennom sagn og historier. På den måten vil Stetinden ikke bare bli et fyrtårn for reiselivet i området, men også et fyrtårn for hele Narvikregionen, Norge og verden som viser vei for endring til et bærekraftig samfunn gjennom blant annet naturglede og naturvennlighet. Et seilingsmerke for det grønne skiftet.

Ved å bli et verdibasert reisemål vil det gi mange muligheter for hele regionen. Det vil bli attraktivt for mange målgrupper, både gamle og nye i markedet, og således gi regionen en ny reell attraksjonskraft. Et reisemål hvor det er sannsynlig at gjestene vil få personlige og meningsfulle opplevelser i tråd med egne behov, ønsker og forventninger. Den kommende generasjon som vokser opp i dag vil trolig forvente et samfunn som jobber bevisst for å utvikle seg bærekraftig. Et samfunnsansvar er å vise veien til hvordan bærekraftige verdier kan levendegjøres, og en slik mulighet ligger i symbolverdien som er knyttet til Stetinden.

## 5.2.2 Geopark Nord - fremtidig fyrtårn i Ofoten

Styret i Museum Nord har nylig bestemt at museet skal jobbe videre med å utvikle en Geopark i Ofotområdet. En geopark i Ofotområdet vil kunne bli et fremtidig fyrtårn for hele regionen. En slik etablering vil også ha en betydning for lokalbefolkningen. Bjørkåsen i Ballangen vil også bli vurdert som en sentral plassering i dette konseptet, hvor Bjørkåsen trolig er aktuell lokasjonen. Stetinden som et bærekraftig fyrtårn med fokus på naturvennlige leve og handlemåter vil også gjøre bidra til å øke attraksjonskraften til en geopark.

## 5.3 Bærekraftige produktkonsepter

### 5.3.1 Naturstedet - Stetinden, Stefjorden og Efjord

Området rundt Stefjorden og Efjorden defineres som sentrum for naturvennlige leve- og handlemåter. De stedlige ressursene er til stede. I forbindelse med prosjektet «*Gleden ved å leve naturvennlig – Stetind*» ble det satt av areal for næringsutvikling på Haukøya. Legge til rette for refleksjon og opplevelser i naturglede i vakre storslåtte omgivelser. Kjøpsvik vil også, som det nærmeste tettstedet være viktig i denne sammenhengen. Her er det muligheter for aktiviteter som bygger opp under denne satsingen. Blant annet Stetindhallen, matservering og matbutikker, utleie av utstyr, sykler etc.

- Behov for skilting til nasjonalfjellet fra E6, både ved Sætran i Efjorden og i avkjøringen fra E6 til fergeleie på Drag.
- Bygge Naturstedet i Storelva med fokus på refleksjon og filosofi. Søke midler gjennom Olav Thon fondet.
- Samarbeidsprosjekt hvor flere aktører deler på å bygge og drifte en hytte med flere sengeplasser, som f.eks. turistforeningen i området og Tindeklubben. En slik

delingshytte vil bidra til større aktivitet i området med fokus både på klatring, fjellsport og et kystbasert friluftsliv.

- Bygge ei unik badstue slik som [Agora på Sandhornøya](#) etter et delingsprinsipp. Gjerne med utsikt til Stetinden. Et flerbruksanlegg som også kan brukes ved arrangement og konserter. Flerbruksanlegg
- Kajakk, tilrettelegge for overnatting spesielle plasser langs fjordene. Bygge kajakkhotell og utleie på Haukøya.
- Legge til rette for naturvennlige tilbud og aktiviteter slik som yoga, mindfulness, slow living, filosofi, økologisk og kortreist mat.
- Målgruppe: Balansert livsstil, Naturlig påfyll.

### 5.3.2 «Kjeldebotn – Velkommen til hjertebygda»

Kjeldebotn er et levende lokalsamfunn som ønsker å satse på reiseliv som næring. De har nylig utarbeidet en ny [hjemmeside](#). I Kjeldebotn finnes det aktive lokale aktører som er opptatt av å utvikle bygda og i tillegg er det flere gårdsbruk der. Gårdsbruk gir muligheter for både gårdsturisme og kortreist gårdsmat. Dette er ei tradisjonsrik bygd som har mange lokale tradisjoner, historier og arrangementer. Her er det muligheter for å igangsette lokalprodusert mat, med lokale råvarer som kjøtt, fisk, melk, poteter etc. Utfordringen er at det er få personer bosatt i området og de ønsker aktører utenfra som ønsker å drive med reiseliv.

- Fotografier og dagbøker fra Charles Ravn, historier og gamle tradisjoner.
- Tradisjonsrike arrangementer: Bryggedans, Kjeldebotndagene, markedsdagen på Hamnesstranda. I tillegg planlegges det en countryfestival.
- Muligheter for nye arrangementer knyttet til vinterhøytidene påske og jul, både for de som kommer hjem til jul og turistene som besøker området.
- Ledige lokaler som kan utvikles, både Korshamn Fort og det gamle skolebygget i sentrum av Kjeldebotn.
- Planer om å utbedre gjestebrygga ved Kaia Kafe og småbåthavn.
- Ledige hus og hytter kan leies ut gjennom f.eks. Airbnb og dermed øke den lokale verdiskapningen.
- Mulige aktiviteter: Fiske på sjøen, kurs i fiskesløyting, sauesanking, slakting, elg- og nordlyssafari, sykling på Håfjellet, besøke Fantometgrotta og guiding med båt.
- Sosiale ressurser: Kjeldebotn Bygdeutviklingslag, Kjeldebotn Kvinnebondelag, Hamnesstrand grendelag.
- Forbindelse til flyplassen, via sjøvegen. Kun 25 minutter unna.
- Gode muligheter for nordlysturisme og elgsafari.
- Målgruppe: Fellesskap, Balansert livsstil og Kultur og læring.

### 5.3.3 Korshamn Fort – Et unikt matsted

Korshamn Fort er en spesiell flott plass i Vargfjorden, hvor det er mange muligheter for å utvikle unikt konsepter. Ligger ikke så langt unna Kjeldebotn. Unike steder for matopplevelser er populært, slik som [Under](#) på Lindesnes. Se to ulike strategiområdene i Ofoten i sammenheng, Reiseliv og Blå næringer. Korshamn Fort eies av [Ballangen Sjøfarm](#) som driver med lakseoppdrett ikke langt unna. I Narvik by finner vi den tradisjonsrike

kjøttprodusenten [Kuraas](#) som også kan inviteres med. Dette er lokale aktører som sammen med andre matprodusenter i regionen kan være med på å utvikle en helt unik og annerledes matopplevelse, hvor fortet og historien bak opprinnelsen blir en del av opplevelsen. Kanskje kan man bygge et par eksklusive og romantiske overnattingsplasser. Bruke teknologi til å la havet bli en del av opplevelsen. Det kan også bidra til å inspirere til lokal matproduksjon i Kjeldebotn. Fokus på kildesortering og minimalt matsvinn.

- Kortreiste matopplevelse i unike historiske opplevelser.
- Utvikles til å bli et eget fyrtårn.
- Jobbe for å få Nord-Norges første stjerne i Michelin-guiden.
- Dyktige utviklingsorienterte kokker i området.
- Lokale ressurser og mattradisjoner.
- Havet som en viktig ressurs, inspirasjon fra [Ting med tang](#), [Lofoten Seaweed](#).
- Et stort moderne prøvekjøkken/restaurant som gir muligheter for å drive med ulike kurs, catering, smaksprøveprosjekt, samiske mattradisjoner.
- Samarbeide med Nordland Fagskole og Krigsmuseet.
- Målgruppe: Kultur og læring, Det ikoniske Nord-Norge, Fellesskap.

#### 5.3.4 Kystbasert friluftsliv

Det er mange fjorder og fjordarmer i området. De stedlige ressursgrunnlaget er til stede. Blant annet er Tysfjord er Norges nest dypeste fjord og ressursrik og med rike ressurser i havet. Rik kystkultur. Det finnes allerede ulike aktører som tilbyr fisketurisme i området. Det er robbuer og utleie av båt på [Efjord Sjøhus](#)

- «Fiskegaranti» i Tysfjord.
- Fergeturene mellom Drag og Kjøpsvik, og mellom Skarberget og Bognes kan vurderes å bli mer opplevelsesbaserte.
- Utvikle unike overnattinger i naturen nær havet.
- Slow Living i dramatisk natur.
- Flere hyttetomter til salgs.
- Utviklingsorienterte grunneiere.
- Tilby båtutleie og tilrettelagte gjestebrygger.
- Kunst og kulturminner.
- Naturrestatet Osen/Sandværet.
- Nær Vesterålen, Lofoten og Vestfjorden.
- Barøya Fyrstasjon
- Havørner og rik elgbestand
- Nordlys, lite lysforurensning.
- Etablere Kajakshotell ved småbåthavner.
- Målgruppe: Fellesskap, Naturlig påfyll og Balansert livsstil.

### 5.3.5 Arctic Sport - sportsarrangementer i natur

En trend i det naturbaserte reiselivet med kommersielle muligheter er sportsarrangementer i naturen. Området har gode forutsetninger for å kunne legge til rette for sterke sportsopplevelser. Den urørte og storslåtte naturen, og med fjordene og fjellene som et bakteppe. Her er det mange muligheter for motbakkeløp, maraton, triatlon, stiløping og orientering. Et slikt konsept vil også bidra til regionen som en arktisk helårlig sportsdestinasjon. Arctic Race er også et eksempel på det. Her kan man også utnytte mulighetene med de «arktiske årstidene», slik som midnattssolen og mørketiden. Både naturen i området i Kjøpsvik, Ballangen og Kjeldebotn passer til dette, og har god tilgjengelighet både fra E6 og båten fra Kjeldebotn til Evenes Flyplass. Det finnes et aktivt løpemiljø i Ballangen Idrettslag og i Kjeldebotn har Kjeldebotn Idrettslag arrangert både [motbakkeløpet Håfjelltuva opp](#) og randoneekonkurransen [Vargfjordtind OPP\NED](#) med initiativ fra aktive ressurspersoner i bygda.

- Langløp i midnattssola langs ryggen på Kufjellet eller på stiene på Håfjellet?
- Arrangere treningscamper både sommer og vinter.
- Målgrupper: Naturlig påfyll og Fellesskap.

### 5.3.6 Naturvennlig kulturturisme

Dette er et område med en lang og innholdsrik historie, hvor man har spor etter folk siden førhistorisk tid. Den nordnorske kystkulturen er viktig å trekke frem i en slik satsing. Hva og hvordan har folk levd sine liv, og hvordan har naturen bidratt til dette.

Samene er kjent for å ha et spesielt nært forhold til naturen, og har gjennom generasjoner utviklet unike kunnskaper til hvordan man forholder seg i utmark. Gjennom generasjoner har også samisk kultur og ferdsel satt sitt preg på naturen i området, og samiske kulturminner forteller historier om bosetninger og hvordan man levde både i fortid og nåtid. Deres kunnskaper og naturforståelse er unik, og viktig å ta vare på av mange grunner. Sett i et bærekraftperspektiv er deres forhold til naturen og unike kunnskaper relevant, og er lokale representanter for naturvennlighet. Å ivareta dette er viktig for ettertiden samtidig som dagens storsamfunn har mye å lære. Et viktig tema som kan få større oppmerksomhet.

At området kan utvikles til et [UNESCOs Biosfæreservat](#), og bli en del av Geopark Nord vil også kunne bidra til denne formen for turisme.

- Målgruppe: Kultur og læring, Fellesskap.

### 5.3.7 Internasjonal Stetindkonferanse for naturvennlige tenke – og levemåter

I forbindelse med prosjektet «*Gleden ved å leve naturvennlig*» ble det gjennomført to [Stetind-seminar](#), det første i Kjøpsvik i 2009 og et på Árran i 2010. Det var Rådet for økofilosofi som arrangerte disse to seminarene med stor suksess. Ved å etablere en årlig internasjonal konferanse i Narvik by, vil Narvik utvikles til å bli et internasjonalt møtested for akademien, myndigheter, næringsaktører, organisasjoner og andre interesserte, både lokale og andre. Narvik kommune tar en aktiv posisjon for å være dagsaktuell på bærekraftig samfunnsutvikling, ved å ha fokus på naturglede og naturvennlighet. Sette dagsorden, og bli et arnested for kunnskap og de gode ideene for hvordan skape de gode bærekraftige samfunn.

- Gi en utmerkelse til enkeltaktører, bedrifter eller organisasjoner som har utmerket seg på en naturvennlig måte, norsk eller internasjonale.
- I løpet av året arrangere ulike seminarer, på universitetet, i Naturstedet i Storelva eller på det regionale kulturbygget Det 4. hjørnet.
- Utvikle relevant arrangementskompetanse
- Målgruppe: Tiltrekker seg en ny målgruppe (MICE-markedet), Kultur og læring.

### 5.3.8 Viltsafari/ elgturisme

Et lønnsomt konsept som det allerede etterspørres i området er viltsafari/elgturisme. Det finnes ingen aktører i området som tilbyr denne opplevelsen kommersielt. Det finnes ulike konsepter for å drive turisme knyttet til elg, det kan være både elgsafari, elgjakt og elgfarm med tamme elger slik som de gjør det i Svartisen Moose. Ballangen har gjennom mange år hatt en stor og sterk elgbestand. Ifølge Visit Narvik ønsker de utenlandske gjestene å få oppleve elg, særlig de tyske turistene. Et bærekraftig konsept og uten behov for de store investeringene. I Polar Park, verdens nordligste dyrepark i Bardu finnes det også elg, og har kompetanse på området. Forskningsbasert. Mulig å kombinere med gårdsdrift.

- Målgruppe: Felleskap, Naturlig påfyll, Kultur og læring, Det ikoniske Nord-Norge, Balansert livsstil.

### 5.3.9 Ballangen EL-gokartsenter

I Nordland finnes det kun et gokartsenter og det ligger i Bodø. I Ballangen sentrum er det ledige arealer. Ballang sleira kan være en mulighet, strategisk plassert mellom Harley Davidson butikken og Ballangen Camping og i tillegg nær E6. Tilgang både på kompetanse og gjester. Tilgang på fasiliteter på Ballangen Camping. Dette kan også tilrettelegges for å være et tilbud for lokale ungdommer, en møteplass hvor de f.eks. kan skru på bil? Det er også mange motorinteresserte som allerede kommer til Ballangen. I Bergen har de bygd Norges første EL-gokartsenter. Et tilsvarende prosjekt i Ballangen vil være bærekraftig på mange måter, og også ivareta en lokal interesse som allerede finnes der. Et konsept for både de fastboende og de besøkende. I første omgang starte med en markedsundersøkelse. En slik motorisert aktivitet ble ikke presentert i målgruppearalyse.

## 5.4 Bidrag til eksisterende prosjekter

### 5.4.1 «Narvikregionen – den ledende arktiske sportsdestinasjonen» og VM i alpint 2027

Narvik er allerede en etablert vintersportsdestinasjon blant annet gjennom sin aktivitet i Narvikfjellet. Narvik er også plukket ut til å bli den norske søker til VM i Alpint i 2027. Analysen viser at området kan bidra til å forsterke nye Narvik kommune som en vintersportsdestinasjon. Hvorfor ikke tenke at dette kan utvides til å gjelde hele året, i tråd med satsingen som bærekraftig reisemål. Innen mai 2021 skal Norges Skiforbund og Narvik kommune levere den internasjonale søknaden om alpin-VM til FIS, det internasjonale Skiforbundet. Et uttalt mål er å bli det mest bærekraftige arrangementet som er gjennomført,

og har blant annet et ønske om å etablere en standard for hvordan slike idrettsarrangement skal gjennomføres for å belaste natur og miljø minst mulig.

Ved å utvikle nasjonalfjellet Stetinden som et internasjonalt symbol på naturglede, naturvennlighet og bærekraft vil det kunne bidra til å styrke søknaden. «Utviklingsprosjektet Stetinden» som er under planlegging vil kunne bidra i denne prosessen.

- Produktkonseptet *Sportsevenementer i naturen* bidrar.
- [Arctic Race](#) vil også kunne være en naturlig aktør i en slik satsing.
- Invitere Harstadregionen på en slik satsing. Harstad Cykleklubb (HCK) er Nord-Norges største sykkelklubb med over 420 medlemmer. De har nylig bygd opp [Harstad Sykkelpark](#), med muligheter for å arrangere verdens nordligste VM-pumptrack.
- Det finnes også kompetanse for ulike arrangementer rundt omkring i hele regionen.
- [Arctic Ice Festival](#) er et spennende konsept som vil passe inn.

#### 5.4.2 Prosjektet «Arctic Kids»

Arctic Kids er spennende prosjekt som Visit Narvik eier, og er ledet av datterselskapet Visit Narvik Event. Målet er å legge til rette for økt aktivitet innenfor barne- og familiesegmentet i regionen. Et prosjekt som under merkevaren Arctic Kids skal legge til rette for barn og deres familier, både for de som bor her og de som kommer på besøk. Fokuset er på barnevennlige natureventyr for de tilreisende, og samtidig skape et godt oppvekstmiljø for barn, unge og barnefamilier. Fellesskap, inkludering, samarbeid, livsglede, engasjement, trivsel, fremtid, mestring og opplevelser for barnefamilien er nøkkelord for hva Arctic Kids skal innebære og assosieres med.

Rådet for økofilosofi er opptatt av barns naturglede, at naturglede er en riktig vei til naturvern ved at vi passer på det vi er glade i. Alt man trenger å gjøre er å være i naturen og selv bli kjent med den. Vi må gjøre våre egne oppdagelser og våge å finne ut av ting selv. Børge Dahle, som med sine 40 år med undervisning innen friluftsliv har bygd opp Barnas Naturverden i Rennebu og blant annet skrevet barnebøkene [Småjutulan](#).

Her er det mange aktiviteter som kan tilrettelegges for det. Noen eksempler kan være:

Utvikle Basecamp på Skarstad for å oppleve det kystbaserte friluftslivet. Lære seg forståelsen om ressursene i havet, taresafari, kokkekurs, lære å lage mat fra naturen eller «matsvinnsupe».

Markere Verdens miljødag, 5. juni med fokus på Stetinderklæringen, naturvennlighet og naturglede. La alle få skrive og holde en «fremtidstale» som legges ut på Internett. Her kan man også aktivt bruke influensere. La ordføreren sammen med noen unge lage og holde en slik tale og filme prosessen hvor de lager en tale sammen. Lage en egen kommunikasjonsstrategi for hvordan dette kan synliggjøres nasjonalt, Narviks posisjon som et bærekraftig samfunn.

La Stetinderklæringen bli en del av Arctic Kids. Målet er at alle barn og unge kan erklæringen og har skrevet under på den.

#### 5.4.3 Bodø – Europeisk kulturhovedstad 2024

Bodø blir i 2024 [Europeisk kulturhovedstad](#) og hele regionen skal involveres. Det ligger store muligheter for Narvik kommune i forbindelse med arrangementet, for eksempel:

- **Søke om å utvikle og presentere Stetindprosjektet «Naturen er kulturens hjem», som en del av Bodø som Europeisk kulturhovedstad 2024.** Med utgangspunkt i [Stetinderklæringen](#) og den fortellingen om det som skjedde ved foten av Stetinden sommeren i 1966.

## 6 Anbefalinger for det videre arbeidet

På bakgrunn av Mulighetsbildet og analysen som er gjennomført, anbefales det følgende for det videre arbeidet:

### 6.1 Anbefalinger for revideringen av Masterplan for Narvik som reisemål

- Reisemålsutvikling henger sammen med en fremtidsrettet by- og tettstedsutvikling og arealplanlegging. Utvikle konsepter som tar del i folks hverdagsliv. Utvikle og tilpasse helårige produkter/aktiviteter for både de fastboende og de besøkende. Vurderes innlemmet i Narvik kommunes nye kommuneplan.
- Utarbeide tiltak som styrker Stetindens symbolverdi, blant annet i samarbeid med Rådet for Økofilosofi.
- Starte prosessen med å bygge Naturstedet i Storelva/Stetinden. I dagens reguleringsplan fra Tysfjord kommune er Naturstedet regulert inn i Storelva. Søke midler fra [Olav Thon Stiftelsen](#). Samtidig søke om autorisasjon som [Nasjonal turiststi](#) stien opp til Naturstedet.
- Vurdere hvorvidt området kan bli vernet gjennom UNESCOs biosfæreprogram.
- Dra på studietur til Træna og bli inspirert av forskningsprosjektet [TESTSONE TRÆNA](#).
- Innlemme fyrtårnet Stetinden inn i en helhetlig strategi sammen med de andre fyrtårnene i regionen, noe som vil forsterke de enkelte fyrtårnene i regionen.
- Vurdere fyrtårnet Stetinden relevant i alpint VM 2027-satsingen.
- Utvikle et innovativt og bærekraftig hyttedeleprosjekt på Haukøy hvor aktører som Norcem, Norsk Tindeklub og Narvik og Omegn Turistforening kan involveres. Et bærekraftig bygg etter smarthusprinsippet, med solcelle, kildesortering etc.
- Kompetanseutviklingen i og om reiselivet er kunnskapsbasert. Fra høsten oppretter Nordland [Fagskole reiselivsutdanning i Narvik](#). Bidra til å heve kompetansen på aktørene i området. Tilby stipender for både unge fra området som ønsker å etablere en innovativ og bærekraftig reiselivsbedrift bygget rundt fyrtårnet Stetinden. Stimulere til gründervirksomhet og innovasjon.
- Binde Narvik by og fyrtårnet Stetinden med hjelp av teknologi; f.eks. VR-teknologi kombinert med [sanseporter](#) og de ti forbitrede fingertak uthugd i stein slik som finnes på [Norsk Tindesenter](#).
- Smartcity-satsing. Foreslå å utvikle appen ARCTIC SOUL i samarbeid med Nordnorsk reiseliv, kommunene og destinasjonsselskapene i Nord-Norge, blant annet for å samle og analysere Big Data.
- Regulere at området Stetinden, Stefjorden og Efjorden skal utvikles til å bli en destinasjon med et spesielt høyt bevissthetsnivå for å ta vare på området. Dette må jobbes inn i kommuneplanens arealplan.

- At forståelsen og begrepene *naturglede* og *naturvennlighet* blir innlemmet som en del av Merket som bærekraftig reisemål. Samarbeid med Visit Narvik.
- Jobbe for nedsettelse av fartsgrense på E6 - strekningen fra Kjerringvik – Sætran. Statens vegvesen og Narvik kommune.
- Skilte til nasjonalfjellet Stetinden både i Sætran i E fjorden og på Drag.
- Plassere ladestasjoner for el-biler i området E fjorden og Kjøpsvik. Ansvarlig er Narvik kommune.
- Opprette en gratis delingsordning for tur- og fritidsutstyr for både fastboende og besøkende, i Kjøpsvik og Ballangen. Aktivt oppfordre aktivt for at fastboende deler, både hytter, hus og bil. Ansvarlig er Narvik kommune.

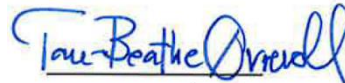
**Narvik, den 15. september 2020**

Prosjektansvarlig (sign)



Ann-Hege Lund  
Futurum AS

Prosjektleder (sign)



Tone-Beathe Øvrevoll  
Futurum AS



## Kilder

- [Agora på Sandhornøya](#)
- [Arkiv i Nordland: Fotografen og bygdeoriginalen Charles Ravn](#)
- [Arctic Ice Festival](#)
- [Árran - Lulesamisk senter](#)
- [Ballangen Camping](#)
- [Ballangen Museum, Museum Nord](#)
- [Balnytt, lokalavisa for Ballangen](#)
- [Rapport Airbnb vs hotell, Capia AS](#)
- [Bodø er Europeiske kulturhovedstad i 2024](#)
- [Der ingen skulle tru at nokon kunne bu. Alma fra Revelsøy](#)
- [Det beste av Nordnorsk natur – Kuglhornet, Ballangen](#)
- [Dette er Europas siste villmark, det nærmeste du kommer Alaska i Norge](#)
- [East Anglia Daily Times](#)
- [Efjordsmykker](#)
- [Forskningsprosjektet BIOTOUR](#)
- [E6 i Ballangen har fått startdato – senere enn forventet, Fremover](#)
- [Dominik Siegrist: Fra alpene til Nordland- et sveitsisk blikk på norsk skiturisme](#)
- [Fra ide til resultat. Prosjektlederprosessen](#)
- [Geopark Nord, analyse av ressurser og muligheter i Ofoten](#)
- [Geoturisme i lokalsamfunnet](#)
- [«Gleden ved å leve naturvennlig – Stetind», 2009](#)
- [Grenseleden](#)
- [Gunnars Fiskelykke](#)
- [Grunnvatnet Naturreservat](#)
- [Faarlund, Nils \(2016\). Samlede verker. Book on Demand.](#)
- [Fagskole reiselivsutdanning i Narvik](#)
- [Fuglevasslia naturreservat](#)
- [Handlingsplan for Narvikregionene merket som bærekraftig reismål](#)
- ["Hellebotn – Norges svar på Alaska"](#)
- [Hvitebok for reisemålsutvikling](#)
- [Håndboken for reisemålsutvikling](#)
- [Indeks Nordland, 2018](#)
- [Jensen, Aage \(2000\). Naturverdfilosofien og vegledning i friluftsliv](#)
- [Kommunal Rapport: Kan få økofilosofisk baksmell](#)
- [Kjeldbotndagan](#)
- [Kronikk: Naturbasert reiseliv kan komme styrket ut av koronakrisa](#)
- [Nordnorsk reiselivsstatistikk 2018](#)
- [Strategisk Næringsplan for Ofoten, 2018-2021](#)
- [Strategi for reiseliv- og opplevelsesnæringer i Nordland 2017-2021](#)
- [Kyoto Declaration on Tourism and Culture: Investing in future generations](#)
- [Levende stillhet](#)
- [Low-impact tourism: introduction](#)
- [Localhood – The End of Tourism as we know it](#)
- [Lofoten Seaweed](#)
- [Masterplan – Narvik som reisemål- Evaluering og strategi 2009](#)
- [Merket for bærekraftig reisemålsutvikling](#)
- [Motbakkeløpet Håfjelltuva Opp](#)

- [Mulighetsstudie Stetind, 2008](#)
- [Museum Nord podcast Ekspedert](#)
- [Narvik og omegn turistforening \(NOT\)](#)
- [Melkevatn-Hjertvatn-Børsvatn naturreservat](#)
- [Nasjonal turiststi](#)
- [Nasjonale turistveger](#)
- [Miljødirektoratet, Naturarven som verdiskaper – tips og eksempler](#)
- [Nordland Fagskole for Opplevelsesbasert reiseliv](#)
- [Norsk Tindesenter](#)
- [Notat. Bærekraftig samfunnsutvikling i små kommuner](#)
- [Nærings- og fiskeridepartementet. 2017. Opplev Norge – unikt og eventyrlig \(2016-2017\). Meld. St. 19.](#)
- [Osen/ Sandværet naturreservat](#)
- [Pipiira Sida](#)
- [Rapport - Reiselivet i nord. Luftfartens betydning for turismen i Nord-Norge, Menon Economics](#)
- [Rapport - Verdiskapingsanalyse av reiselivsnæringen i Norge- utvikling og fremtidspotensial, Menon Economics](#)
- [Rapport Veganøyan verdensarv – visuell karakter](#)
- [Forprosjekt Samisk reiseliv i lulesamisk området](#)
- [Samverkan för tillväxt» Delrapport Turisme og Handel – Norsk side](#)
- [Sementblues Kjøpsvik](#)
- [Sensasjonelt funn: – Dette er trolig verdens eldste avbildning av båt](#)
- [Skatter i fjell](#)
- [Skjellesvik Hermetikkfabrikk](#)
- [Skulpturen Himmel på Jord](#)
- [SmartNarvik.no](#)
- [Smart Tourism](#)
- [Stetinderklæringen](#)
- [Stetind.nu](#)
- [Studie avseende samverkan för tillväxt Gällivare – Tysfjord \(2009\)](#)
- [Testzone Træna](#)
- [The Norwegian Eco Mountain, Suston Magazine](#)
- [Tourisme Mangement. Influence of Interpretation on Consercation intentions of Whale Tourists \(2014\)](#)
- [Trender i det naturbaserte reiselivet – hva sier ekspertene?](#)
- [Turbo – lån av tur- og fritidsutstyr](#)
- [Turisme styrker lokalsamfunnet gjennom stolthet og identitet](#)
- [På tur i Tysfjord](#)
- [Restaurant Under](#)
- [Velkommen til hjertebygda - Kjeldebotn](#)
- [Vestlandsforskning-rapport nr. 1/2018](#)
- Pettersen, Magnus (1992). Ofoten II. Generell historie.