



Norges miljø- og
biovitenskapelige
universitet

Masteroppgave 2018 30 stp
Fakultetet for landskap og samfunn

Utfordringer og muligheter mellom turisme og byutvikling

Challenges and opportunities between tourism and
urban development

Solås, Mathias Nikolai
By- og regionalplanlegging

Forord

Denne masteroppgaven markerer slutten på to og et halvt år ved Norges miljø- og biovitenskapelige universitet og mastergrad i By- og regionalplanlegging. Oppgaven representerer fagfeltet og de nye utfordrende problemstillingene man stadig møter på, og ikke minst de som tør å utforske dem.

Jeg ønsker å takke skolen for et inspirerende studieløp med mye variasjon. Jeg vil takke veileder Harpa Stefansdottir for all tålmodig hjelp gjennom oppgaven. Takk til alle informanter som har stilt opp til intervju, møter og via mail. Tusen takk familie og venner. Ikke minst takk til alle medstudenter gjennom hele studieløpet.

Tusen takk til Jenny som alltid er der.

Takk

Mathias Nikolai Solås

Sammendrag

Oppgaven ser på utfordringer og muligheter mellom byutvikling og turisme, og hva dette betyr for planlegging. Her går oppgaven inn på hvordan steds- og destinasjonsutvikling kan forstås to likeartete perspektiver på bakgrunn av den kulturledete byutviklingen som har pågått i Oslo sentrum. I tillegg til den store satsingen på kulturturisme og hvorfor det å forstå reiselivet og deres behov vil være nyttig i planleggingen. Overordnede føringer på ulike nivåer stiller krav til areal- og transportutviklingen, og selv med likhetene mellom de nevnte perspektivene utfordres deler av turistbransjen og deres behov av disse føringene.

Sammen med et teoretisk grunnlag er det brukt kvalitativ metode til å svare på oppgaven. Metodene brukt i oppgaven har vært dokumentanalyse, intervjuer med lavstruktureringsgrad og en case-analyse av turistbussene i Oslo. I case-analysen ble det sett på høringsinnspill og vurderingene rundt de pågående plansakene ved Munchmuseet og Bilfritt Byliv. Intervjuene ble holdt med reiselivsnæringen, de som ble intervjuet ble valgt ut på bakgrunn av de også hadde gitt en uttalelse i forbindelse med disse..

I intervjuene og analysen kom det frem at kommunen og reiselivet har et samarbeid i en positiv utvikling, og at de ofte ønsker det samme i byutviklingen. Det fremgår også at reiselivet oppfatter kunnskapen i Oslo Kommune om reiselivet som lav. Derimot er det å forstå reiselivet vanskelig, det er mange ulike meninger i en kompleks bransje. Og i noen tilfeller fremgår det at de lokale behovene og turismens behov ikke er lett å skille på.

Masteroppgaven belyser flere viktig betraktninger å ta med seg i planleggingen, både utfordringer og muligheter.

Abstract

This Master's thesis looks at the challenges and opportunities between urban development and tourism, and what this means for planning. Here, the assignment is based on how place-based development and destination development can be understood as two equal perspectives based on the cultural urban development that has taken place in Oslo city centre. In addition, the thesis addresses the focus on cultural tourism and why understanding tourism and their needs will be useful in planning. Overall guidelines at different levels make demands for area and transport development, and even with the similarities between the two mentioned perspectives, parts of the tourism industry and their needs is challenged by these guidelines.

A theoretical foundation along with the qualitative method is used to answer the task. The methods used in the assignment have been a document analysis, low-level structured interview and a case analysis of the tourist coaches in Oslo. In the case analysis, I addressed the hearings and assessments made of the ongoing plans at the Munch Museum and the Car free city centre "Bilfritt Byliv". The interviews were held with the tourism industry, those interviewed were chosen because they had also given a statement in connection with the hearings.

In the interviews and analysis, it was clear that the municipality and tourism industry had a positive increase in cooperation and that they often want the same in urban development. It also appears that the tourism industry experiences the knowledge of the municipality of Oslo about the travel industry as low. On the other hand, it is difficult to understand tourism, as there are many different opinions in a complex industry. In some cases, the local needs and then needs of tourism is difficult to separate.

The Master's thesis highlights several important considerations to include in planning, both challenges and opportunities.

Innholdsfortegnelse

Forord.....	i
Sammendrag	ii
Abstract	iii
Innholdsfortegnelse	iv
Kapittel 1	1
1.1 Bakgrunn.....	1
1.2 Aktualitet.....	1
1.3 Problemstilling.....	2
1.4 Oppgavens avgrensning.....	2
1.5 Begrepsavklaringer	4
Kapittel 2, Metode	5
2.1 Problemstilling og forskningsspørsmål	5
2.2 Etikk	6
2.3 Case.....	7
2.4 Dokumentanalyse	7
2.5 Intervju.....	8
2.6 Reliabilitet og validitet	10
Kapittel 3, Bakgrunnsinformasjon	10
3.1 Overordnede planer: Fjordbyplanen og kommuneplanen.....	10
3.2 Bilfritt Byliv	13
3.3 Munchmuseet.....	15
3.4 Turistnæringen	17
3.5 Turismen i media.....	17
Kapittel 4, Teori.....	18
4.1 Sted- og destinasjonsutvikling.....	19
4.2 Kulturbasert Byutvikling.....	21
4.3 Museum	22
4.4 Hvordan kommer vi oss dit?	22
4.5 Reisemønster	23
4.6 Forståelsen av turismen	24
4.7 utfordringer.....	26
Kapittel 5, Empiri.....	26

5.1 Steds- og destinasjonsutvikling	27
5.1.1 Bærekraftig reiseliv	28
5.1.2 Reiseliv og stedsutvikling	29
5.1.3 Lokal og regional forvaltning i reisemålsutviklingen.....	31
5.1.4 Plan- og bygningsloven og reiselive.....	32
5.2.Kulturturisme	32
5.2.1 Strategi	33
5.3 Transport	34
5.3.1 Reisevalg.....	35
5.3.2 Retningslinjer: statlig, regionalt og lokalt.....	35
5.4 Turistbussene	36
5.5 Case om turistbuss i Oslo	39
5.5.1 Munchmuseet.....	39
5.5.2 Planforslaget til offentlig ettersyn	39
5.5.3 Høringsinnspillene.....	42
5.5.4 Oppsummering	44
5.6 Bilfritt Byliv	45
5.6.1 Høringsinnspill.....	46
5.6.2 Høringssvar	48
5.6.3 Oppsummering	49
5.7 Intervju.....	49
Kapittel 6, Analyse og oppsummerende diskusjon.....	59
6.1 Likeartede perspektiver: Steds- og destinasjonsutvikling	59
6.1.2 Fremvekst og satsing på kultur	60
6.1.3 Betraktning: Kultur i steds- og destinasjonsutviklingen	61
6.2 Transport	62
6.2.1 Reisemønster	63
6.2.2 Reisevalg.....	63
6.2.3 Betraktninger: Transport og Turistbuss.....	63
6.3 Kunnskap og kompetanse.....	64
6.3.1 Rollene: Reiseliv og kommuner.....	65
6.3.2 Samarbeid	65
6.3.3 Betraktning: Forståelse og samarbeid	66
6.4 Betraktninger: om utfordringer og muligheter	67
6.5 Metodediskusjon.....	69
6.6 Forskningsspørsmålene.....	70

Kapittel 7, Konklusjon	73
7.1 Hovedproblemstilling	73
7.2 Kort om veien videre	74
Kapittel 8, Referanser	75
Referanseliste	75
Tabeller	79
Figurliste	79

Kapittel 1

1.1 Bakgrunn

I denne oppgaven ser jeg på hvordan turisme og byutvikling skaper utfordringer og muligheter for hverandre. Med det ser jeg på hvordan planlegging påvirker turismen og hvordan turismen påvirker planlegging.

Turismen er i vekst, og det har de siste årene vært store oppslag om misnøye blant lokalbefolkningen i Sør-Europa knyttet til turisme. Også i Norge har det kommet relativt mange oppslag som har vært negativt rettet mot turismen. Dette gjelder noen få områder i Norge, men gir et inntrykk at vi må håndtere turismen bedre i tiden som kommer. I lys av dette tar jeg for meg hvordan byplanlegging kan ha en rolle i denne sammenheng

I forbindelse med Fjordbyplanen har flere attraksjoner vokst frem i hovedstaden, og flere skal det bli. En viktig del av turismen er hvordan man kommer seg til attraksjoner og hvilke valg man har i forbindelse med dette (Jacobsen, 2014a, ;Prideaux, 2000). Føringerne for areal- og transportsektoren er klare: veksten skal tas med kollektivtrafikk, sykkel og gange. På bakgrunn av dette ser jeg også på hvordan turismens areal- og transportbehov utfordres av kommunens planer og føringer, samtidig som turismens behov utfordrer disse.

1.2 Aktualitet

Oppgavens tema er svært aktuelt, både for reiselivet og i plansammenheng. Jeg tar opp løsningene og forslagene knyttet til turistbussene i Oslo sentrum, her ser jeg på Munchmuseet som er et viktig tilskudd i Fjordbyen og Bilfritt Byliv som vil gjøre store endringer på fremkommeligheten i Kvadraturen for enkelte. Begge har pågående plansaker om endringer som har påvirket turistbussen og begge ligger i sentrale områder hvor turismen står sterkt.

NHO Transport ba om hjelp til å kartlegge turistbusser i Norge over sommeren 2018, på bakgrunn at det er lite kjennskap til omfanget av utenlandske turistbusser i Norge (NHO Transport, 2018b). Dette fikk inn mange registreringer, 3000 ulike turbusser ble registrert (NHO Transport, 2018a). Norge har også hatt stor vekst i turismen de siste årene, og turistnæringen er en viktig bidragsyter til sysselsettingen. Det var næringen med nest høyest vekst i 2017, og de siste ti årene har veksten vært på 30 prosent, viste årsrapporten til NHO Reiseliv (NHO Reiseliv, 2017c).

Senest i april kom Plan- og bygningsetaten med anbefaling om å flytte turistbussenes av/påstigningsplasser rundt Munchmuseet, og ut av planområdet (Oslo Kommune, 2018d). Debatten om bussparkering har pågått en liten stund. Det er kommet flere avisartikler og

høringsutspill fra turistnæringen om undervurdering av turismen i Norge, i lys av både høringene rundt Bilfritt Byliv og Munchmuseet. Debatten og høringene gir et bra grunnlag for videre undersøkelse av ulike behov i byplanleggingen. Høringene om Bilfritt Byliv våren og sensommeren 2018 viste at det var en bekymring blant turistnæringen om tilrettelegging for turismen i Oslo og de ulike planetatenes kunnskap om turistnæringen.

1.3 Problemstilling

Byer vokser og skal ut i fra arealmålsetninger fortettes, parallelt med dette vokser satsingen på turismen til storbyer. Dette kan skape utfordringer mellom turist- og lokalbefolkningens behov, spesielt når vi bygger nye attraksjoner, samtidig som man ønsker å utforme gode bymiljø med begrensede arealressurser. I lys av dette tar oppgaven for seg utviklingen av Fjordbyen, nye Munchmuseet og prosjektet Bilfritt Byliv, og turistbransjens innspill til de to sistnevnte. Her har man på den ene siden attraksjoner bygget med et mål å tiltrekke seg besøkende, mens på en annen side et tiltak som er til for å skape økt byliv og bymiljø. Problemstillingen er:

På hvilke områder skaper byutvikling og turisme gjensidige utfordringer og muligheter for hverandre i Oslo sentrum?

Hovedfokuset vil være koblet opp mot transport- og arealutfordringer/-muligheter, og hva det betyr for planleggingen. Oppgaven tar for seg på turistbussene i Oslo som eksempel.

Problemstillingen besvares i sammenheng med tre forskningsspørsmål:

1. På hvilke måter kan steds- og destinasjonsutvikling forstås som to likeartete perspektiver?
2. På hvilken måte rammer dette turistbussen i Oslo sentrum? Betydningen av transport for reiselivet i utviklingen og videreutviklingen av steder.
3. I hvilken grad har Oslo Kommune og planetater kunnskap om og samarbeid med reiselivet?

Forskningsspørsmålene skal hjelpe meg å svare på problemstillingen om utfordringer og muligheter. Disse er nærmere forklart i metoden.

1.4 Oppgavens avgrensning

Temaene byplanlegging og turisme er blitt avgrenset til et overordnet blikk på de ulike behovene i steds- og destinasjonsutviklingen. Jeg ser på om steds- og destinasjonsutvikling

kan forstås som to likeartete perspektiver ut ifra den kulturledete byutviklingen i Fjordbyen. Likeartete perspektiver forklares nærmere i teorien.

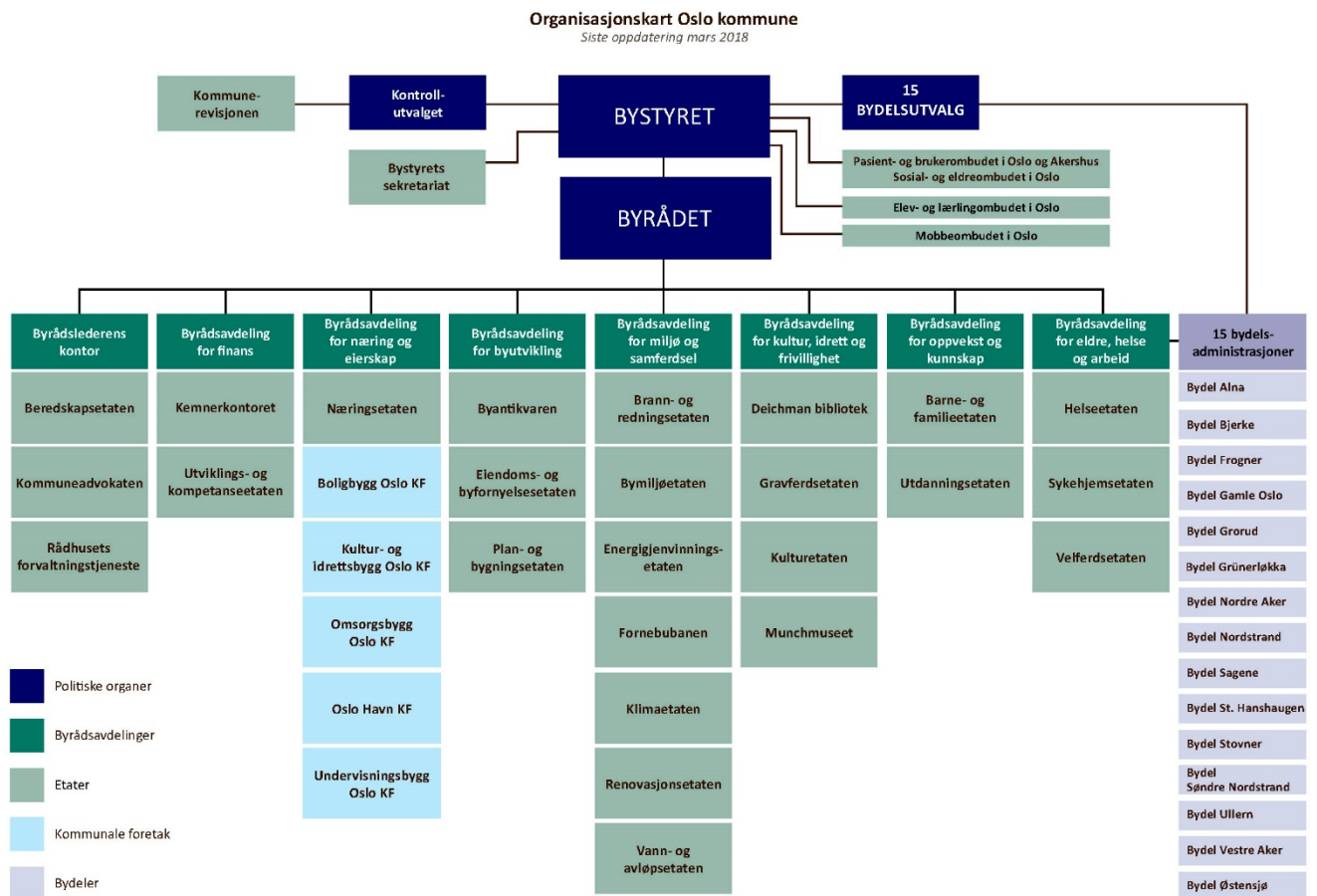
Oppgaven tar for seg en dokumentanalyse av tilbakemeldingene planetatene får i forbindelse med planprosessene. Det vil i denne sammenheng være nyttig å se hvordan reiselivet opplever kommunens kunnskap om reiselivet, og om det er et samarbeid mellom dem. Oppgaven vil se på kommuners og reiselivets rolle i steds- og destinasjonsutvikling.

Oslo er valgt som case-område på bakgrunn av dens rolle som hovedstad knyttet til våre nasjonale museer og utbyggingen av Munchmuseet. I tillegg har Bilfritt Byliv vært et spennende tiltak, men som har møtt på mye kritikk, blant annet fra deler av turistbransjen. Oppgaven begrenser seg til å fokusere på Oslo sentrum, da det er her mye av den store utviklingen har skjedd og vil skje de neste årene.

Jeg benytter det teoretiske grunnlaget fra Arvid Viken og Jens Kr. Steen Jacobsen som har skrevet flere bøker om *Turisme* som jeg tar inn i oppgaven; *som fenomen og næring*, *destinasjonsutvikling* og *stedet i en bevegelig verden*. Flere av bidragene i deres bøker er viktig i henhold til teori om steds- og destinasjonsutvikling. Prideaux (2000), Swarbrooke (2002), Page (1999) og Lew & McKercher (2006) er også blant de sentrale teoretiske bidragene i teksten, her snakkes det om viktigheten av transport for turismen og forståelsen av deres reisemønster og reisevalg, i forbindelse med utviklingen av steder. Gronau (2017) er et av de nyeste bidragene, han belyser nåtidens konflikter mellom turister og lokalbefolkning, og peker på at vi kan forstå enkelte utfordringer også som muligheter. Swarbrooke snakker også om den kulturledete byutviklingen som har foregått de siste årene, noe også Bergsli (2015) gjør i sin doktoravhandling om dette i Oslo. Disse kommer jeg tilbake til senere i oppgaven.

I delen med turistbusser går oppgaven inn på eksemplene; nye Munchmuseet og Bilfritt Byliv, og ser på turistbransjens tilsvar på de offentlige planene tilknyttet disse. Casen om turistbussene brukes i store deler av oppgaven, da problemstillingene fra disse sakene kan illustrere andre problemstillinger, som for eksempel planetaters kunnskap om reiselivet.

1.5 Begrepsavklaringer



Figur 1 Organisasjonskart Oslo Kommune (2018e)

Det er mange etater å forholde seg til i kommunen. I denne oppgaven har jeg kun forholdt meg til Bymiljøetaten og Plan- og bygningsetaten. De aktuelle etatene Bymiljøetaten og Plan- og bygningsetaten omfattes under «Planetater» i denne oppgaven.

Turistnæringen, Turistbransjen, Reiselivsbransjen og reiseliv brukes om hverandre i teksten.

Ordet *behov* vil bli brukt mye i oppgaven, i sammenheng med *lokale behov* og *turismens/turisters behov*. Det kan også i noen tilfeller blandes med andre ord som *interesser*. Jeg vil ikke ha mulighet til å gå inn på alle disse, men i noen sammenhenger, som for eksempel med turistbussene nevnes behovet for parkering ved attraksjoner. Behov i denne oppgaven blir ansett som vurderinger gjort i hver enkeltsak og stedene det er snakk om, og derfor ikke alltid like lett å gå i dybden. Planer og føringer kan også fremme behov, som for eksempel behovet for mer grønt areal.

1.6 Oppgavens oppbygging

Etter oppgavens innledning følger kapittel 2 hvor metoden presenteres. I kapittel 3 presenteres

bakgrunnsinformasjons, kapittel 4 og 5 blir en gjennomgang av det teoretiske og empiriske grunnlaget i oppgaven. I kapittel 6 diskuteres resultatene i lys av de foregående kapitlene, og avslutningsvis konkluderer jeg på forskningsspørsmålene, før jeg til slutt i kapittel 7 konkluderer på hovedproblemstillingen

Kapittel 2, Metode

I dette kapittelet vil jeg redegjøre for valg av metode i oppgaven, hvordan jeg har innhentet informasjon, hvordan datamaterialet er brukt og hvorfor dette er relevant for sluttresultatet. Temaet jeg har valgt går på areal- og transportutfordringer eller -muligheter mellom byplanlegging og turisme. Her ser jeg nærmere på det økende fokuset på storbyturisme og tilrettelegging for kulturinstitusjoner og om vi kan forstå steds- og destinasjonsutvikling som likeartede prosesser. I forbindelse med utviklingen av steder og attraksjoner er spørsmålet om «hvordan vi skal komme oss dit» sentralt, og jeg vil med det se på ulike teorier knyttet til turismen og transport. Jeg har også sett på reiselivsbransjens opplevelse av samarbeidet, kunnskapen og kompetansen til kommunen og deres planetater om reiselivet. Oppgaven forholder seg til at Oslos planetater i dag forholder seg til reiselivsnæringen som én av mange aktører som melder sine interesser.

For å tilegne meg denne kunnskapen har jeg valgt en kvalitativ tilnærming. Jeg benytter meg av dokumentanalyse av planer, strategier og studier for å belyse temaet og besvare oppgavens problemstilling. For å kunne gå nærmere inn på transportdelen har jeg gjennomført et case-studie av turistbussene i Oslo sentrum. Gjennom intervjuer med ulike aktører innen reiselivsbransjen har jeg fått mulighet til å i dybden av temaene.

2.1 Problemstilling og forskningsspørsmål

Turistnæringen er svært kompleks, og den er vanskelig å forholde seg til i et planleggingsperspektiv. Det gjør det utfordrende å belyse én del av næringen, når de ulike aktørene har forskjellige tilnærminger til en utfordring i byutviklingen. Tverrfagligheten i næringen har vært avgjørende for valg av metode. Intervjuer ble derfor ansett som svært viktige for oppgaven, slik at de ulike tilnærmingene til de ulike spørsmålene kommer tydelig nok frem.

Problemstillingen *På hvilke områder skaper byutvikling og turisme gjensidige utfordringer og muligheter for hverandre i Oslo sentrum.* Dette svarer jeg på gjennom en rekke dokumentanalyser av ulike høringer, overordnede strategier og planer, i tillegg til intervjuer

med aktører i reiseliv- og transportbransjen. *Områder* er avgrenset til å handle om areal og transport.

Forskningsspørsmål

For å svare på problemstillingen bedre, har jeg utformet tre forskningsspørsmål, det første er: *På hvilke måter kan steds- og destinasjonsutvikling forstås som to likeartete perspektiver?* For å svare på dette har jeg sett på hvordan kultur brukes i byutviklingen rettet mot både innbyggere og besøkende, og at å skille perspektivene ikke nødvendigvis er så lett i denne sammenheng. Det blir brukt teori, dokumentanalyse og intervju knyttet til dette.

Den andre *På hvilken måte rammer dette turistbussen i Oslo sentrum? Betydningen av transport for reiselivet i utviklingen av steder.* Under dette spørsmålet ser jeg nærmere på at det ikke er så lett å samkjøre turismens behov og de lokale behovene, selv om utviklingen kan ha et felles mål. Her forsøker jeg å belyse hvordan byutviklingsendringene (planer, strategier, tiltak med mer) i Oslo sentrum påvirker en viktig del av turistnæringen i Norge, og hvorfor forståelsen av transport i reiselivet er viktig. Jeg ser i denne sammenhengen på løsningene foreslått ved Munchmuseet og i planområdet Bilfritt Byliv. Høringsinnspillene og intervjuene med bransjen var særdeles viktig i denne sammenheng, i tillegg var viktigheten av transport i turismen godt teoretisk belyst.

Den siste *I hvilken grad har Oslo Kommune og planetatene kunnskap om og samarbeid med reiselivet?* For å svare på dette var også intervjuene sentrale, samt annen forskning på området. De siste spørsmålet tar utgangspunkt i de to over, hvor det å se steds- og destinasjonsutvikling ikke alltid lar seg gjennomføre, og dette viser jeg i eksempelet med turistbussene og viktigheten med transport for reiselivet.

Gjennom problemstillingen og spørsmålene ønsker jeg å belyse et tema som jeg mener ikke er godt nok berørt i byplanleggingen utover kjennskapen til flaggskiputbygging. Med det mener jeg den store påvirkning reiselivet har på byutviklingen og motsatt, samtidig at satsing på reiselivet parallelt med samfunnsutvikling kan ha både utfordringer og muligheter. Det siste forskningsspørsmålet ser derfor på hvordan kunnskapen om reiselivet er og om den bør økes i denne utviklingen vi ser.

2.2 Etikk

I forbindelse med intervjuer er det en del etiske spørsmål man ønsker å belyse. De intervjuede ble valgt ut på bakgrunn av deres høringsuttalelser i forbindelse med nye Munchmuseet og

Bilfritt Byliv. De intervjuede er dermed ikke holdt anonyme, noe alle har samtykket til. De fikk alle tilbud om å være anonyme, men hadde ingen problem med å ha fullt navn og arbeidsplass oppgitt. De fikk opplyst om sine rettigheter i forbindelse med intervjuene, og fikk tilgang til å trekke sine uttalelser. Deres bidrag i oppgaven ble sendt over og godkjent. Oppgaven har også fått godkjent søknaden til NSD.

2.3 Case

Thagaard (2013) definerer case-studier som intensive undersøkelser av et fåtall analyseenheter. Case-analysen i denne oppgaven er avgrenset til Oslo sentrum, hvor høringene rundt turistbuss-løsningen ved Munch og høringen for Bilfritt Byliv står sentralt. Jeg ønsker å undersøke reiselivets rolle i Oslo kommunes planer og strategier, hvordan de blir tatt hensyn til og hvordan de forstås. Turismen er som allerede nevnt kompleks å forske på, men en avgrensning av tema vil lettere kunne få frem poengene i denne studien. Dette bygger videre på det Yin (2009) trekker frem, at vi bruker case-studie når man vil forstå et fenomen i dybden i dens reelle kontekst. For å komme frem til dette bruker man ulike typer innsamlingsmetoder for å fremskaffe data (Yin, 2009).

Målet med case-analysen er å forstå turistbussen-saken som en konkret sak, men også som en del av en større kontekst, nemlig transport som fenomen i reiselivet og hvorfor det kan være viktig å forstå i henhold til steds- og destinasjonsutvikling. Case-studien ble valgt ut på bakgrunn av sin aktualitet. Jeg har valgt to ulike høringsprosesser hvor turistnæringen og transportorganisasjoner har vært aktive, disse er: *Planprogram for Bilfritt Byliv* og *Løsning for turistbusser for Munchmuseet* som begge er i slutfasene. Det er viktig å forstå særtrekkene og omfanget mellom de to områdene og tiltakene i oppgaven, og hvorfor de ulike løsningene er foreslått. Casen vil likevel fokuseres på hvordan tiltakene har påvirket turistbussbransjen og deres reaksjon til dette.

Jeg har også valgt å gjøre en dokumentanalyse på et enda mer overordnet nivå, hvor jeg ser på planer, strategier og forskning på ulike nivåer. Det er også gjennomført intervjuer, hvor turistbussene i Oslo har vært et av temaene.

2.4 Dokumentanalyse

I denne oppgaven har jeg også benyttet meg av dokumentanalyse, som enkelt og greit er studier av dokumenter, hvor formålet med dokumentene er annet enn hva forskeren omfatter det som i sitt prosjekt (Thagaard, 2013). I denne oppgaven utgjør dokumentanalyse en stor del

av oppgaven. Det er strukturert og benyttet i forbindelse med *Steds- og destinasjonsutvikling, Kulturturisme og Transport* og i tillegg som det ble nevnt overfor, er det gjort dokumentanalyse i forbindelse med to ulike høringer. Dokumentene er planer, strategier, studier og forskning som er av relevans. Jeg har betraktet relevansen av disse knyttet til hvert dokument. Målet har vært å gi leseren både dybdeforståelse og en konkretisering av temaene.

I analysen av *Steds- og destinasjonsutvikling* ser jeg på hvordan samarbeidet og rollene mellom kommuner og reiselivet er i dag. Videre ser jeg på *Kulturturisme*, og dokumenter relevante for å se på det økende fokuset på kulturturisme og tilrettelegging for kultur i byutviklingen. Etterfulgt av dette ser jeg på *transport*, her tar jeg opp nasjonale føringer innenfor transportsektoren og reisevaner i turismen. Til slutt gjennomfører jeg en dokumentanalyse av høringene og sentrale offentlige dokumenter knyttet til turistbussene i Oslo.

Det er kommet frem gjennom intervjuet med Visit Oslo og epost-utveksling med kommunen at det foregår utarbeidelser av dokumenter knyttet til turistbussene i Oslo. Dessverre har det ikke vært mulig å få tak i disse. I intervjuet med Visit Oslo (Lunde, 2018) fikk jeg derimot informasjon om noen av tallene i denne rapporten, som også ble bekreftet av Bymiljøetaten da jeg tok kontakt med dem via epost.

2.5 Intervju

Jeg gjennomførte kvalitative intervjuer for å innsikt i perspektivene til aktører i reiselivs- og transportbransjen om turistbussløsningen i Oslo. Dette mener Thagaard (2013) intervjuer gir gode grunnlag for. Jeg valgte å ha et nokså åpent intervju med lav strukturingsgrad, hvor ofte det er et hovedspørsmål/tema samt et par hjelpespørsmål, som skal gjøre det lettere for den intervjuede (Jacobsen, 2005). Valget av struktur henger sammen med valg av informanter, alle representerer ulike bransjer med tilknytning reiselivet. For å få maksimalt ut av deres kompetanse og innsikt ble derfor spørsmål og vektlegging av tema tilpasset de ulike respondentene. De intervjuede ble valgt ut på bakgrunn av at de hadde gitt uttalelser i forbindelse med høringene til Bilfritt Byliv eller Munchmuseet. Her kunne jeg valgt flere, men ettersom jeg også tar i bruk innspillene fra høringene anså jeg dette som tilstrekkelig. Intervjuene gir muligheten til å gå mer i dybden utover uttalelsene. Temaene i intervjuene ble ganske omfattende, og derfor tilpasset den enkelte respondenten underveis. Målet var å kunne bruke intervjuene, til flere deler av oppgaven og ikke *bare* til casen om turistbussene.

Intervjuene ga innsikt i de ulike respondentens arbeidsgivers rolle i reiselivet, som igjen la et grunnlag for ulike tilnæringer til hvordan de oppfatter turistbussene og løsningene som er foreslått. Dette innebærer utfordringene og mulighetene dette skaper for reiselivs- og transportbransjen.

Mangel på tid under dette høstsemesteret gjør at jeg ikke hadde mulighet til å gjennomføre flere intervjuer, men som jeg nevnte utfyller høringsinnspillene dette bra. I tillegg har jeg ikke gjennomført intervju med kommunens etater, som kunne gitt deres synspunkter. Dette har jeg valgt å la være og heller ta utgangspunkt i at planetatene i Oslo ser på reiselivet som én av mange aktører i byutviklingen, noe de også skal. Dette kommer jeg tilbake til senere i oppgaven, men på mindre steder er det ofte vanlig at reiselivsaktører er en hovedaktør i steds- og destinasjonsutvikling. Dette er vanlig på for eksempel skidestinasjoner.

Intervjurespondenter

1. Adm.Direktør Christian Lunde, Visit Oslo

Intervju gjennomført 13.11.18

Visit Oslo er en av de største aktørene innen reiselivet i Norge, de omfatter mange næringer og bransjer innenfor dette.

2. Torstein Clausen Jystad, NHO Transport

Intervju gjennomført 13.11.18

Intervjuobjektet har arbeidsområde som berører turistbussene, en sentral del av oppgaven. Deres kontakt med reiselivet blir at de er en viktig organisasjon for turbussbransjen og ikke nødvendigvis direkte til reiselivet.

3. Ingunn Sakshaug, Tumlare.

Intervju gjennomført 15.11.18

Tumlare er en incoming aktør for det norske markedet, hvor største parten av markedet er japanske turister. Det er organisering av hovedsakelig gruppereiser, spesielturer og ad-hoc reiser.

De intervjuede ble kontaktet gjennom epost-utveksling. De var valgt ut på bakgrunn av deres roller i reiselivet og/eller innspill til høringsperiodene på de utvalgte casene. Tre intervjuer ble gjennomført 13 og 15 november på deres arbeidsplasser. Samtykkeskjema ble oversendt på forhånd, men signert på stedet. I intervjuene ble den intervjuede informert om den tematiske inndelingen før opptaket startet.

2. 6 Reliabilitet og validitet

Ifølge Silverman (2010, i Thagaard, 2013) er begrepene er sentrale i diskusjonen om en forskning er troverdig. Hvor på den ene siden reliabilitet er en vurdering av forskningens pålitelighet i prosjektet, mens validitet handler om dataen innsamlet har en gyldighet (Thagaard, 2013). Intervjuenes deltakere ble valgt ut på bakgrunn av at de allerede hadde gitt uttalelser om temaet, og derfor en god forutsetning for validiteten. Dokumentanalysen og intervjuene sett sammen har også vært bekreftende ovenfor hverandre, noe som jeg mener har styrket gyldigheten. Med åpent intervju med relativt lav strukturingsgrad opplevde jeg at det er lett for at et spørsmål kan gli over i noe helt annet, ofte like relevant, men at det ikke nødvendigvis svarer på spørsmålet. Det preges nok at deltakerne kommer fra ulike segmenter i turistnæringen, de har ulike interesser for sin arbeidsgiver og dette kan muligens gjenspeiles i noen av svarene. En føler man må gi en uttalelse på vegne av arbeidsgiver og ikke sin egen mening. Dette er nok både en styrke og en svakhet slik jeg oppfatter det.

Dokumentene som ble valgt anser jeg som troverdige, ofte er de bygget på forskningen jeg også har tatt med og jeg har ansett disse like høye. Likevel er en betraktning at offentlige dokumenter kan bære preg av politisk retning. Jeg reflekterte også over bruk av dokumenter produsert for eller av turistnæringen, som for eksempel Innovasjon Norge (udatert) *Håndbok for reiselivsutvikling*, disse opplevde jeg ikke som partiske eller problematiske.

Jeg har valgt å strukturere informasjonen i intervjuene og dokumentanalysen i tabeller for å fremheve utsagn eller informasjonen om dokumentet. Dette er både for min egen del, samt for å fremheve informasjonen jeg ønsker å formidle for leseren.

Kapittel 3, Bakgrunnsinformasjon

3.1 Overordnede planer: Fjordbyplanen og kommuneplanen

Kommuneplanen og fjordbyplanen tar for seg de mange aspektene i planleggingen. Her avgjøres de ulike vektleggingene som gjøres i kommunen, dette gir føringer for hvordan kommunen planlegger og skal forholde seg til innspill. Disse er sentrale føringer for kommunens vurdering i henhold til turistbussene i Oslo og for så vidt turismen generelt. Det er to overordnede planer jeg har valgt å se nærmere på i denne sammenhengen, kommuneplanen fra 2015 «*smart, trygg og grønn*» og Fjordbyplanen. Fjordbyplanen har hatt stor rolle i utviklingen av de mange kulturinstitusjonene og tilretteleggingen for cruiseskip, i tillegg til bolig og næring. Dagens kommuneplan er det strategiske styringsdokumentet

planetatene forholder seg til i deres vurdering av de ulike tilnærmingene som oppstår. Kort om **kommuneplanen** basert på tema:

Smart

Alle de tre temaene har 3 mål og ulike satsinger under dette. Mål 2 under *smart* er at byen skal være «en attraktiv by nasjonalt og internasjonalt» (Oslo Kommune, 2015c, s, 13). En sammenfatning av de ulike satsingene viser at kommunen skal tiltrekke seg høyt utdannet arbeidskraft fra hele verden ved å tilrettelegge for kvaliteter i byen som kan øke denne attraktiviteten. Byen skal være en internasjonalt ledende idretts- og kulturby, gjennom å være en aktiv tilrettelegger for økonomisk finansiering og eiendomsforvaltning. Forvaltning av våre viktigste kunstsamlinger, satsing på kunst i byrommet og som nevnt tilrettelegging for dette. Byen og regionen skal i forbindelse med dette profileres utad som et attraktivt besøksmål og cruisedestinasjon mot næringsliv og reiseliv (Oslo Kommune, 2015c).

Trygg

Byen skal være tilrettelagt for alle mennesker, både i form av gode og attraktive byrom, men også sikkerhet og beredskap mot uønskede hendelser. Byen skal være tilpasset alle aldersgrupper, kjønn og eventuelle utfordringer individer måtte ha (Oslo Kommune, 2015c).

Grønn

Oslo skal være en ledende miljøby hvor det skal reduseres mengder med klimagassutslipp, satses på klimavennlig byplanlegging og en mer miljøvennlig transport. Oslo skal sikre seg en videreutvikling av de blågrønne strukturene, det biologiske mangfoldet skal forvaltes og kulturminner og kulturlandskap skal bevares for fremtiden. Byens innbyggere skal ha god tilgang til disse. Det skal satses på en fortetting langs banenettet i en knutepunktbasert byutviklingsstrategi i tråd med den regionale strategien. Dette gjenspeiler at persontransporten skal tas med kollektivtransport, sykling eller gange. Utviklingen av områdene skal sørge for at vi får en økt tetthet av boliger og attraktive tilbud som kultur, handel og tjenester (Oslo Kommune, 2015c).

Fjordbyplanen

Planen har som hensikt ved at den gir politiske føringer fra kommunen i det videre planarbeidet med Fjordbyen og delområdene. Det er disse ulike utviklingsområdene som sammen utgjør Fjordbyen. Området skal gi «tilgjengelighet, variasjon, og kultur- og rekreasjonsopplevelser for alle» (Oslo Kommune, 2008b, s, 6). Alle delområdene sees sammen i helhetlig i Fjordbyplanen, men områdene kartlegges likevel forskjellig og noen har

egne delplaner. En viktig del av planen er anleggelsen av havnepromenaden fra ende til ende, som et symbol på innbyggernes store felles rom (Oslo Kommune, 2008b). Det uttrykkes at havnepromenaden kan sees i sammenheng med mottoet «the Blue and the Green, the City in Between» (Oslo Kommune, 2008b, s, 6).

De viktigste områdene i Fjordbyplanen er Bjørvika og Pipervika hvor sentrum kan utvides med en kjede av publikumsattraksjoner i form av spennende kultur- og opplevelsesarenaer (Oslo Kommune, 2008b), dette vist frem i Figur 2. Videre i planen står det at Fjordbyen skal spille en viktig rolle i revitaliseringen av Oslos nasjonale og regionale rolle. Oslofjordregion skal utvikles innen «innovasjons, rekreasjon, merkevare og reiseliv» (Oslo Kommune, 2008b,s , 8). Planen har et stort fokus på ulike områder, blant annet på profilering av området både rettet mot befolkningen, næring og reiseliv. Videre går det på byrom og arkitekturen. Området skal bidra til en bærekraftig byutvikling med økt miljøvennlig areal- og transportbruk, hvor som tidligere nevnt transporten skal tas i form av kollektiv, sykkel og gange. I forbindelse med temaene nevnt over ble det utarbeidet et bærekraftsprogram for hvert delprogram nemlig design, kultur og miljø. Kulturoppfølgingsprogrammet (KOP) skal sikre at kultur blir ivaretatt i en tidlig planfase, hvor de gir sine anbefalinger og retningslinjer (Oslo Kommune, 2008b).



Figur 2 Kulturakse, Oslo Kommune (2008)

Oslo Kommune (udatert-a) har i samråd med sentrale aktører utarbeidet KOP. Den er utviklet på bakgrunn av blant annet det nasjonale målet om lokalisering av operaen. Programmet ble vedtatt i 2003, hvor kultur blir omtalt som virkemiddel som øker i byutviklingen. Kultur skal

være rettet mot lokalbefolkning, næringsliv og besøkende/turister. For Bjørvikas del betyr dette varierte kulturuttrykk, kulturarrangementer forankret på lokale premisser, og økt fokus på arkitektur og design. Området skal ha delområder for ulik bruk, hvor kulturen skal vektlegges rundt og vest for Akerselva (Oslo Kommune, 2008a). Ifølge kulturprogrammet kan et kulturelt image skape en byprofil som får gode ringvirkninger på byens innbyggere i form av livskvalitet, borgerstolthet og engasjement i nærmiljøet.

Hvem bruker Fjordbyen?

Plan- og bygningsetaten gjennomførte en undersøkelse sommeren 2017 (Oslo kommune, 2017) her det mange positive oppfatninger om området. Flittig brukt av hele befolkningen og de fleste kjenner til området. Det som oppgis å være den viktigste grunnen til at folk bruker Fjordbyen er rekreasjon, etterfulgt av serverings- og kulturtilbud. De som benytter seg mest av serverings- og kulturtilbudene er derimot de med høyere utdanning og inntekt. Vi ser også at bosatte i Oslo Vest er de som bruker området til kultur, mens Oslo Øst bruker området mest til rekreasjon. Turistene oppholder seg mest sentralt i områdene rundt Vippetangen, Rådhuskaia og Operaen, men lokalbefolkning bruker hele havnepromenaden.

3.2 Bilfritt Byliv

Bilfritt Byliv er et politisk bestillingsverk som ligger til grunn for områdereguleringen av Kvadraturen. Dette kom fra byrådserklæringen mellom Arbeiderpartiet, Miljøpartiet De Grønne og Sosialistisk Venstreparti i Oslo fra 2015 (Oslo Kommune, 2018b). Det hele stammer fra bylivsundersøkelsen gjennomført mellom 2012 og 2014 om hvordan Oslo sentrum brukes. Dette ble utviklet til Handlingsprogram for økt byliv, dette inngår nå som et delprosjekt under Program for Bilfritt byliv (Oslo Kommune, 2018b). Program for Bilfritt bylivs målsetting er å skape et bedre bymiljø og økt byliv med bilfritt sentrum som et virkemiddel» (Oslo Kommune, 2018b, s,18.)

Figur 3 viser Bilfritt Byliv avgrensning, med en sentral beliggenhet i hjerte av Oslo med god offentlig kommunikasjon. Gatestrukturene i Kvadraturen består et rutenett hvor gatene har ulike funksjoner, gågater, kollektivgater, lokalgater og mer trafikkerte gater (Oslo Kommune, 2018b).



Figur 3 Egen, Avgrensning Bilfritt Byliv

Bylivsundersøkelsen konkluderte i sin tid at beliggenheten er for dårlig utnyttet og forbindelsen til fjorden burde styrkes (Oslo Kommune, 2018b). Hensikten med planen er å gi rom for flere muligheter for gjennomføringen av bylivstiltak, trafikkregulerende tiltak og blant annet fjerne gateparkering for privatbiler.

De to hovedelementene er altså bedre bymiljø og økt byliv. Dette er igjen fordelt opp i en nærmere oppdragsbeskrivelse hvor blant annet privatbilismen reduseres vesentlig, kollektiv- og sykkeltrafikken skal forsterkes, det legges til rette for helårs aktiviteter og ha et grovmasket innhold med fleksibilitet over tid, og gi et godt juridisk grunnlag for saksbehandling samt trafikktiltak for å nevne noen (Oslo Kommune, 2018b).

Premissene for planarbeidet nevnes også i programmet, både nasjonale, regionale og kommunale planer og strategier legger føringer for Bilfritt Byliv. Én av dem er Nasjonal transportplan 2018-2019 (NTP). Her legges det til grunn at det skal være nullvekst i personbiltrafikken og at i byområdene skal det være gange, sykkel og kollektivtransport som skal prioriteres (Meld. St. nr 33 (2016-2017)). Det er to varianter i planforslaget til Bilfritt Byliv, valget av disse kan ha innvirkning på hvor for eksempel turistbussene kan kjøre.

De ulike variantene

Planforslaget består av to varianter med samme hensikt, men variantene skiller seg ut i form av ulike prioriteringer for de ulike mobilitetene. Generelt er variant 1 strengere enn 2, hvor det er større fleksibilitet i utformingen (Oslo Kommune, 2018b). Variant 2 har også et lavere detaljeringsnivå i bestemmelsene (Oslo Kommune, 2018b). Variant 2 har flere gater under formålet «kjøreveg», trafikkavviklingen i ulike varianter for større muligheter. Det er foreslått færre gågater i denne varianten, men flere gater kalt «sambruksgater» som er kombinasjon av flere formål, denne er helt lik «fleksibel gate» bare uten kollektiv. I variant 2 er bestemmelsene knyttet til grønnstruktur en «kan-formuleringen», mens i variant 1 er det «skal-formulering» (Oslo Kommune, 2018b). Flere av høringsinnspillene går direkte på en av variantene, og derfor tas dette opp igjen senere i oppgaven.

Miljø

Oslo Kommune har selv store miljømål. I bystyreperioden 2015-2019 er målet å redusere biltrafikken med 20% og hele 33% innen 2030, og med det bruke mer sykkel og kollektivt (Oslo Kommune, 2018b). 53% av Oslos klimagassutslipp kommer fra veitrafikken, dette er en av de største utfordringene Oslo Kommune vil redusere. For å nå disse målene er fotgjengere, syklist og kollektivtransport en hovedprioritet foran personbiltransport, i den betydning av hvordan vi utformer gater og byrommene. Disse trafikantgruppene skal gi både trygge og effektive reiseruter. Dette sett i sammenheng med attraktive gater og byrom som gjør at folk ønsker å bevege seg i disse områdene (Oslo Kommune, 2018b). Den store miljøatsingen toppe seg i 2019 da Oslo by er valgt til å være europeisk miljøhovedstad (Oslo Kommune, udatert-c).

3.3 Munchmuseet

Området

Munchmuseets beliggenhet er i nærheten av Oslo S, Norges største kollektivknutepunkt, og Bjørvikaholdeplassen for trikk og lokale og regionale busser (Oslo Kommune, 2018d). Å sikre høy kollektivandel og redusere privatbilandelen var et hovedmål i Bjørvikaplanen, den høye måloppnåelsen sikres gjennom nærheten til de store knutepunktene (Kulturbyggene i Bjørvika, 2013). Pardegaten Dronning Eufemias, hvor trikk- og busstoppene er, har fått mye kritikk i det siste. Det er en av de gatene med flest personskader i Oslo. Byråd Hanna Marcussen mente som en løsning at hvis gaten skal bli trygg må bilene vekk (Braathen, 2018)

Det nye Munchmuseet i Figur 4 er en del av et større byutviklingsprosjekt. Det blir et nytt signalbygg i Bjørvika som skal romme kunstsamlingen til Edvard Munch, og i tillegg inneholde Stenersens, Amaldis Nielsens og Ravensbergs samlinger (Oslo Kommune, udatert-b). Dette reises på bakgrunn av at dagens Munch- og Stenersenmuseum ikke er tilfredsstillende (Oslo Kommune, udatert-b).



Figur 4 3D-modell Munchmuseet, Oslo Kommune 2018

Byrådets ønske tilbake i 2009 var å bygge et tidsmessige og funksjonelt bygg, dette gjaldt også nye Deichmanske hovedbibliotek. Lokaliseringen var i tråd med ambisjonen om Oslo som fjordby ved tilgjengeliggjøring av sjøsiden (Oslo Kommune, 2009). Publikum, lokalt og internasjonalt, skal oppleve Oslo som Edwards Munchs by. I Byrådssaken 137/09 sies det:

«Norges fremste internasjonale kunster, satt i en slik sammenheng, vil kunne bli et viktig konkurransefortrinn i forhold til turisme og næringsliv.» (Oslo Kommune, 2009, s.3)

Museet skal være mer enn bare et museum, det skal også være aktiviteter utenom museets åpningstider, samtidig som det skal utvikles kommersielle områder i samarbeid med næringslivet (Oslo Kommune, 2009). Bygget skal være et viktig bidrag i Oslo kommunes byutvikling i Bjørvika og Oslos posisjons som en kompakt kulturby (Kulturbyggene, udatert). Prosjektet er også et såkalt forbildeprosjekt i FutureBuilt. Bygget skal være et ledende bygg når det gjelder energivalg og reduserte klimagassutslipp (FutureBuilt, 2018).

3.4 Turistnæringen

Reiselivsnæringen er satt sammen av ulike kombinasjoner av tjenester rett mot reisende, disse tjenestene blir omtalt som reiselivsprodukter (Jacobsen, 2014b). Hvordan turister benytter seg av tjenester avhenger ofte av hvilken reisemåte som benyttes, organiserte pakkereiser eller på den andre siden de som organiserer reisen selv. Dette ser Jacobsen (2014b) som to ytterpunkter, hvorav på den ene siden det benyttes reiselivsprodukter fra start til slutt i alle ledd, mens på den andre siden de som bruker egen bil, bor hos venner og med det ikke benytter seg av reiselivsprodukter i den grad. De som organiserer reisen selv, bruker i stedet andre næringer som banker og bensinstasjoner (Jacobsen, 2014b).

De største bedriftene i reiselivsnæringen har lenge vært transport-, overnatting og serveringsbedrifter og reisebyråer. Tall fra Statistisk sentralbyrå (2018) bekrefter at dette fremdeles er de viktigste bedriftstypene i reiselivsnæringen. Jacobsen (2014b) påpeker at museer og opplevelsesprodukter er en viktig del av turismen, selv om omsetning er betraktelig lavere. Reiselivet anses som et komplekst system, dette skaper utfordringer når man vil analysere turister valg eller destinasjoners markedssuksess (Jacobsen & Viken, 2014). Turismens stadige utvikling gjør at det blir uoversiktlig å definere samtidige problemer. Eksempelvis, hvorfor folk velger å reise har endret seg de siste tiårene – fra rekreasjon og flukt fra hverdagen til opplevelser (Jacobsen & Viken, 2014).

3.5 Turismen i media

Et kort utdrag av avisartikler rundt turismen gir inntrykk av at per nå er mediebildet dominert av veldig delt bilde av turismen. Uten tvil har det vokst frem en kritisk holdning mot turismen. Spesielt er det kritiske holdninger til cruiseskipene og deres påvirkninger både på miljø og trengsel på steder. På en annen side er det en del positive sider ved turismen som kommer frem, dette er langt fra like dominerende, ofte er dette nyhetsartikler som kommer frem med en vellykket kampanje eller lignende. De positive sider ved turismen kommer som regel i form av egne rapporter, og det kan være en av grunnene til at det ikke er så synlig i media. Jeg tar for meg det negative bildet, som absolutt har en mer dominerende rolle i *media*, for å forstå den voksende kritikken mot turismen og hvorfor den oppstår.

Et negativt bilde

Den økende turismen i Norge fører også med seg kritiske røster. Det er spesielt cruiseturismen som får medfart, Fuglehaug (2018) melder i Aftenposten at nå går alarmen for overturisme også i Norge. Artikkelen intervjuer en lokal beboer i Stavanger som har cruiseskipene

liggende like ved hagen hennes. Hun viser til at utsikten forsvinner fort på sommeren, samtidig som skipene støyer og slipper ut eksos, dette oppleves som om vi kveles langsomt sier hun. Likevel påpeker hun at turistene er velkomne så lenge det kan komme restriksjoner.

Fuglehaug (2018) intervjuer også en cruiseutvikler i Stavanger som påpeker på at de holder et vaksomt øye på turismen i byen, i håp om å unngå interessekonflikter med fastboende. Ser vi tilbake til Stavanger handler mye av kritikken mot cruiseturismen de store mengdene mennesker som kommer samtidig i noen timer, før de forsvinner igjen (Fuglehaug, 2018). I forbindelse med et frokostseminar om «turistifisering» på UiT ble førsteamanuensis Anniken Førde og Anton Petter Hauan fra Naturvernforbundet intervjuet, hvor de uttaler seg bekymret til å lage et bysentrum kun rettet mot turister. Samtidig etterlyser de at reiselivsutviklingen også må være ansvarlig stedsutvikling (Johansen, 2018).

Det virker likevel å være et stort overtall av kritiske artikler mot turismen og dens utvikling. Suksessen er i ferd med å bli sin egen fiende sier Åmås (2017) i Aftenposten. Det samme blir også nevnt i Dagsavisen, den ukontrollerte veksten i turismen skjer raskere enn før og dette fører med seg en komplekse utfordringer som blir vanskeligere å håndtere (Baglo, 2017). Det konstateres i de fleste artiklene at det er knyttet til den naturbaserte reiselivet vi har i Norge, med fjordene, Lofoten, Trolltunga, Flåm med mer. Det er disse områdene som merker presset mest med problemstillinger knyttet til forsøpling, toaletter, og lignende (Åmås, 2017, Baglo, 2017, Sletten, 2018).

Dette nevnes også i Aftenposten (2018) av Innovasjon Norge, det påpekes at disse problemstillingene kan løses enkelt med tiltak for å bedre sanitærforhold, skilting, toaletter med mer. Det nevnes også at feriestedene i Sør-Europa kan ikke sammenlignes med Norge, og at Norge tåler mer. Dette må bare spres utover, så ikke alt legges til sommersesongen (Aftenposten, 2018). For å få til dette er det ikke bare å få frem vintersesongen i Norge, men også Norge som helårsland. Norge skal fremdeles satse på naturbaserte opplevelser, men også øke satsingen på byliv og kultur (NHO Reiseliv, 2017a).

Kapittel 4, Teori

I dette kapitlet tar oppgaven for seg sentrale sammenhenger mellom utviklingen av kulturområder og attraksjoner og hvordan disse vokser videre. I forbindelse med utviklingen av attraksjoner kommer også spørsmålet, hvordan kommer vi oss dit? Det trekkes frem ulike typer reisemønster, viktigheten med å forstå disse og faktorer som spiller inn i forbindelse

med dette. Avslutningsvis trekkes det inn kort, hvordan utfordringer kan oppstå mellom ulike interesser i henhold til transport og steds- og destinasjonsutvikling. Oppgaven vil ikke gå inn på teori knyttet til bilfrie byer.

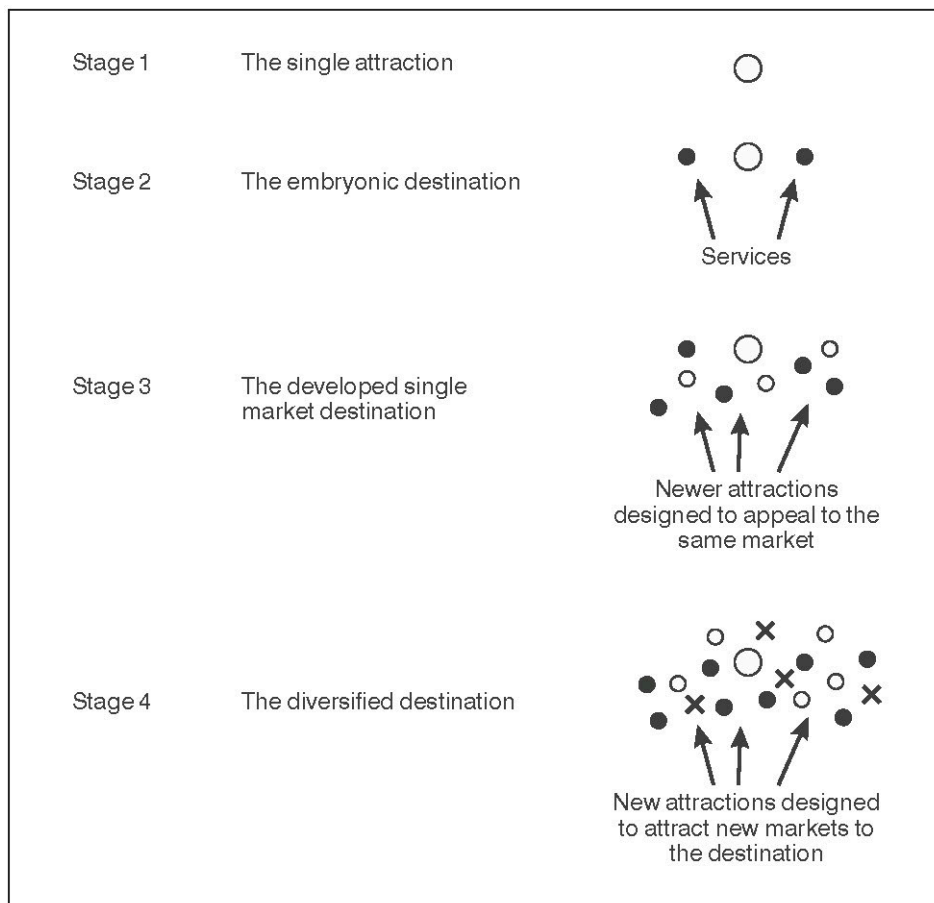
4.1 Sted- og destinasjonsutvikling

Sletvold (1999) skriver at sted- og destinasjonsutvikling begge handler om utvikling. Videre argumenterer Sletvold (1999) for at steds- og destinasjonsutvikling kan forstås som to likeartete perspektiv. En av hovedbetydningene er «utvikling som romlig reorganisering» (Pearce, 1989, i Sletvold, 1999, s. 265). Swarbrooke (1995, i, Sletvold, 1999) mener destinasjonsutvikling kan forstås som konstruksjon av nye bygg eller strukturer, hvor formålet er å tiltrekke seg besøkende. Sletvold bruker definisjonen av stedsutvikling gitt av Aasbrenn (1989, i Sletvold, 1999): «*Stedsutvikling er definert som en strategisk samordnet innsats for å utvikle et livskraftig stedssamfunn*». Viken (2016) snakker om eksempler fra sin tidligere bok hvor det trekkes frem eksempler hvordan destinasjonsutvikling har sammenfalt med stedsutviklingsprosesser. Stedene formes gjennom hvordan man skal forholde seg til turismen på stedet (Førde, 2014, i Viken, 2016).

I forskningen av reiselivet er destinasjoner og reisemål nesten like sentral som turisme og turist. Destinasjon og reisemål brukes om hverandre i teorien, andre synonymer er turiststeder eller regioner (Viken, 2016). Viken (2016, s. 13) beskriver en destinasjon som en avgrenset lokasjon hvor det er tilrettelagt kommersielt for besøkende slik at de kan få både opplevelser og et vellykket opphold i en viss tid. Dybedal (1999) peker på at reisemål ofte inneholder en klynge av attraksjoner, slik som i Oslo. Attraksjonskraften til steder eller destinasjoner kan tolkes ut fra attraksjonene og deres besøkstall og oppholdstid besøkende bruker (Dybedal, 1999). Destinasjoner kan være et punkt, sted eller område (Sletvold, 1999, Jacobsen, 2014c, Viken, 2016). Eksempler på dette kan være Operaen som punkt, Oslo som sted og Norden som område. En region eller en bydel med mange attraksjoner kan være del av en klynge, det kan for eksempel være regionen Lofoten eller museene på Bygdøy (Jacobsen, 2014c).

Swarbrooke (2002) forklarer hvordan de fleste store destinasjoner utvikles ut ifra én hovedattraksjon. Noen steder forblir muligens en enkeltdestinasjon, men de fleste skaper nye attraksjoner for å imøtekomme de besøkende og forlenge besøket deres (Swarbrooke, 2002). Dette har Swarbrooke illustrert i Figur 5, en enkeltattraksjon oppstår og blir etterfulgt av tjenester rettet mot attraksjonen, videre utvikles det attraksjoner som skal fange det samme

publikumet, før det lages nye attraksjoner for å trekke nye besøkssegmenter til området. Swarbrooke nevner at dette er idealisert modell som jobbes ut i fra et tomt sted, satt litt på spissen.



Figur 5 Attractions and the development of destinations (Swarbrooke 2002, s23)

Hovedperson og hovedaktør

For å forstå hvem som er *hovedperson* eller *hovedaktør* i steds- og destinasjonsutviklingen er det viktig å skille på de ulike nivåene man kan forstå dette på, det er det individuelle nivået og på et samfunnsnivå. På det individuelle nivået ser vi på hvem som skal være hovedpersonen i utviklingen; de fastboende eller de besøkende (Sletvold, 1999). Tid er sentralt her, turisten har et kortvarig opphold, mens dette er dagliglivet til innbyggeren og gjenoppleves ofte (Sletvold, 1999). På et samfunnsnivå handler det om hvilke aktører og måter det utvikles på. Her er det et viktig skille mellom steds- og destinasjonsutvikling, stedsutviklingsprosessen er mer sammensatt og åpen, i destinasjonsutvikling vil reiselivsnæringen ha en forhøyet aktørstatus (Sletvold, 1999). I destinasjonsutvikling vil et *sted* oppleves som noe salgbart og dette kommer frem i *turistifiseringen* av området gjennom blant annet tilrettelegging av museer,

estetisering av området og stedets materielle uttrykk (Sletvold, 1999). Med det sistnevnte menes et tiltalende sted med fotogene fasader med utsiktspunkter tilpasset beliggenhetens kontekst (Sletvold, 1999).

Det er nettopp det siste der som gir et godt utgangspunkt til resten av oppgaven, da vi kan vi spørre oss hvem bygger vi byen egentlig for? Det er kanskje selvsagt, men utviklingen av Fjordbyen og dens kulturklynge er et grunnlag til å se nærmere på akkurat dette.

4.2 Kulturbasert Byutvikling

Planleggingen av nye Munchmuseet og nye Nasjonalmuseet kan sees på som eksempler på byers fokus på etablering av moderne kunstmuseer og fremheve byen som en turistdestinasjon, slik som Swarbrooke omtaler Guggenheim-museet i Bilbao og Tate Modern i London (Swarbrooke, 2002). Guggenheim-museet i Bilbao og operaen i Sydney er eksempler på det som blir kalt flaggskipsattraksjoner i den grad av den har store lokale og regionale virkninger (Lyngnes, 2016). Utviklingen av Bjørvika med den Norske Operaen i spissen er det mange flere mener er Oslos flaggskipprosjekt. Bergsli (2015) går gjennom prosessen rundt Operaen i sin doktorgradsavhandling, her trakk hun frem at det ble argumentert at Operaen skulle fungere som et lokomotiv i byutviklingen (Bergsli, 2015). Prosjektet handlet ikke bare om Oslos image som kulturby, men også Norge som en kulturdestinasjon (Bergsli, 2015). Suksessen rundt Operaen førte til at det ble et ønske om å relokalisere flere institusjoner til Fjordbyen, deriblant Deichmanske bibliotek og Munchmuseet (Bergsli, 2015). Kulturbyggene (udatert) mener det nye Munchmuseet blir både et viktig prosjekt i Oslos utvikling av Bjørvika og et sentralt tilskudd til Oslo som en «kompakt kulturby». Utvikling av Bjørvika kan altså forstås som både en strategi for å tiltrekke besøkende til de kulturelle attraksjonene og danne et image av Oslo som «Fjordbyen»

Lokasjonen var både strategisk med tanke på regenerering av det tidligere industriområdet som Bjørvika var, for museet og Oslos image-restrukturering som «Fjordby». Bjørvika skulle representere Oslo som en hovedstad og en forlengelse av den sentrale byen og dets posisjon som møteplass, markeds plass og kulturområde (Oslo Kommune, 1998, i Bergsli, 2015). Lyngnes (2016) peker på at kulturtilbud finnes i alle byer, men hovedsteder har ofte flere store attraksjoner og et fortrinn med blant annet nasjonale institusjoner. Ifølge Lyngnes (2016) mener noen at storbyer har vært underrepresentert i satsingen på turisme.

4.3 Museum

Swarbrooke (2002) definerer museum som «Human-made buildings, structures and sites that are designed to attract visitors and are purpose-built accommodate their needs» (s. 5).

Museum og gallerier er oftest eid av den offentlige sektoren, hvor hovedmålet er konserveringer, men andre prioriteringer er for eksempel utdanning, inntekt og utvikling av turisme (Swarbrooke, 2002). Museum beskrives også som institusjoner som reflekterer arven eller kulturen til et sted (Stylianou-Lambert et al., 2014).

Eierform er bare en variabel for å klassifisere en attraksjon, andre variabler kan være nedslagsfelt, lokasjon og besøkstall (Swarbrooke, 2002). Nedslagsfelt handler om attraksjonen skal nå ut lokalt, regionalt eller internasjonalt. Lokasjon som i dette tilfellet er urbant, er ofte del av en regenereringsstrategi av urbane strøk, hvor turisme spiller en sentral rolle. Menneskeskapte attraksjoner har som mål å få opp besøkstall og maksimere den økonomiske effekten av turisme, besøkstall brukes for å klassifisere hvor stor attraksjon er (Swarbrooke, 2002).

4.4 Hvordan kommer vi oss dit?

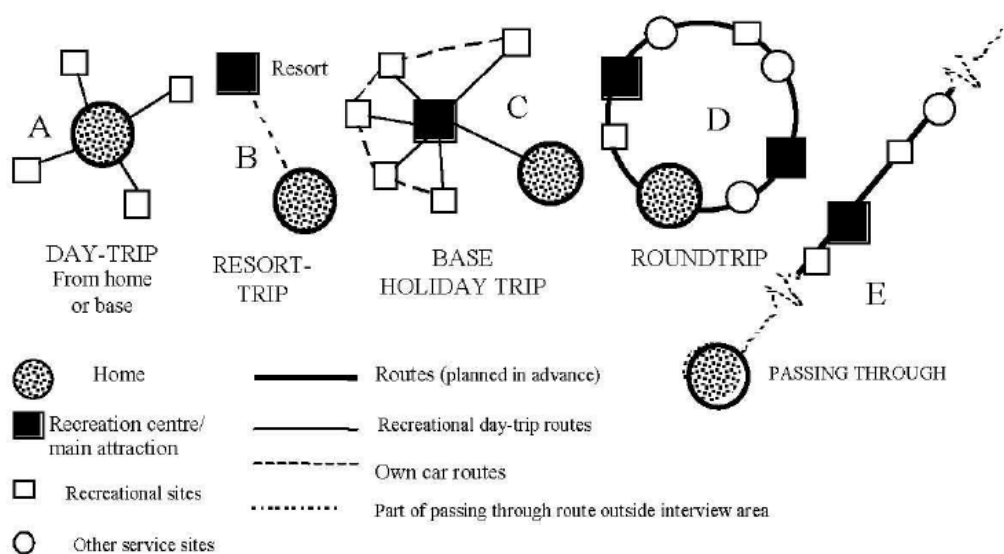
En viktig del av turismen er hvordan v kommer oss til attraksjoner og hvilke valg en har i forbindelse med dette (Jacobsen, 2014a, ;Prideaux, 2000). Kaul (1985, nevnt i, Prideaux, 2000) mener rollen til transportsystemer er essensiell for vellykket turistutvikling, videre mente han at transport både spiller en stor rolle i utviklingen og videreutviklingen av eksisterende attraksjoner. Page (1999) sier at transport er anerkjent som en av de meste betydningsfulle faktorene i utviklingen av turisme. Den historiske utviklingen av transportsystemer har også lagt til rette for økt turisme, også internasjonalt (Prideaux, 2000). Teknologiske gjennombrudd i transportsektoren går helt tilbake til utviklingen av de romerske veier, jernbanen til jetfly som har gjort at det blir billigere, bedre og lettere å reise (Prideaux, 2000). Det er også andre faktorer slik som økt personlig økonomi, betalt ferie, bilen fremvekst, pakkereiser og media for å nevne noen (Swarbrooke, 2002). Prideaux (2000) påpeker at forholdet mellom langdistansereise og turisme er forstått, mens det samme forholdet på destinasjonsnivå er mer uklart.

Det trekkes frem tre typer hovedtyper av turisttransport av Collier (1994, i Jacobsen, 2014b, ;Page, 1999): Transport til besøksområde, transport mellom reisemålene og transport innad reisemålene. Transportsektoren skiller ofte mellom veibasert-, bane-, luft- og sjøtransport

(Jacobsen, 2014b). Mange ser på transport som en nødvendighet, hvor man ønsker å komme raskest mulig frem (Jacobsen, 2014a). Transportetappen kan også være et høydepunkt i seg selv, gjerne knyttet til spesielle transportmidler som for eksempel Orientekspresen (Swarbrooke, 2002), og ikke nødvendigvis de raskeste rutene for å komme frem (Jacobsen, 2014a). Ser vi til Lisboa og San Fransisco har trikken en slik funksjon, det er det både et transportmiddel, men det kan være timelange køer for å sitte på.

4.5 Reisemønster

Jacobsen (2014a) mener det viktig å forstå de romlige reisemønstrene og reiserutene når det kommer til offentlig reiselivsplanlegging og i forbindelse med bedrifters produktutvikling og markedsføring. Lue et al. (1993) deler opp de romlige reisemønstrene i fem: enkeltdestinasjoner, underveisreise, base camp, regionale rundreise og turkjede. Skillene mellom disse mønstrene kan være vage (Jacobsen, 2014a). Disse fem representerer hvordan vi kan sette isolerte destinasjoner i en større sammenheng, slik som at det kan være en del av busstur eller en gjennomfartsreise. Disse er illustrert i Figur 6.



Figur 6 Modes of travel. Campbell og Flognfeldt 1999

Enkeltdestinasjoner

Dette reisemønsteret retter seg mot én destinasjon. Det kan være til hytten, besøke nære relasjoner eller pakkereiser til «syden». Her kan man benytte alle slags transportmidler. Reisemålet er målet med turen, men det betyr ikke at transportetappen ikke kan nytes (Jacobsen, 2014a).

Underveisreise

De reisende har ett hovedmål for turen, men foretar seg stopp underveis av interesse. De reisende blir fanget opp på vei til eller fra hoved destinasjonen (Lue et al., 1993). I motsetningen til enkeltdestinasjoner tar man seg både tid og råd til å gjøre stopp (Jacobsen, 2014a). Det er mindre vanlig med fly på slike reiser. Gruppereiser i buss har ofte slik mønster (Jacobsen, 2014a, Lue et al., 1993).

Base camp

Dette reisemønsteret er vanlig hos for eksempel nordmenn på ferie i Middelhavsområdet, turister bor i byen, men drar på utflukter, fjelltopper og monumenter (Jacobsen, 2014a). Det kan for eksempel være et attraktiv bosted som ikke har alle de nødvendige tilbudene, og derfor drar man til og fra steder (Jacobsen, 2014a).

Regional rundreise

Her reiser man raskest til en region og besøker ulike attraksjoner i området før man returnerer hjem igjen. Dette blir ofte karakterisert som «temareiser» i reiselivsbransjen, og kan for eksempel øyhopping i Hellas. Her danner en rekke mindre attraksjoner en klynge av attraksjoner (Jacobsen, 2014a). Hvert sted kan ha sin egen individuelle attraksjonskraft, men forskjellene gjør at en rekke besøkende for sine behov realisert i samme geografiske område (Lue et al., 1993).

Turkjede

Den bygger på det samme som regional rundreise, bare her har rundreisen hjemmet som startsted og mål. De reisende tar ofte forskjellig rute tilbake igjen. Slik rundreiser er knyttet til sightseeing og gir turisten mulighet til å se mye innenfor begrenset tid (Jacobsen, 2014a). Turistene besøker flere destinasjoner og reiser fra en til annen (Lue et al., 1993). Dette er vanlig blant utenlandske gruppereiser som busser rundt i Norge fra for eksempel Tyskland (Jacobsen, 2014a).

4.6 Forståelsen av turismen

Lew & McKercher (2006) beveger seg nærmere på den romlige skalaen og ser på de lokale romlige bevegelsesmønstrene innen en destinasjon. De trekker frem at det å forstå turistenes bevegelsesmønster og faktorene som er avgjørende for bevegelsene er viktig å forstå i et utviklingsperspektiv. Lew & McKercher (2006) sier følgende:

Understanding how tourists move through time and space, and the factors that influence their movements, has important implications for infrastructure and transport development, product development, destination planning, and the planning of new

attractions, as well as management of the social, environmental, and cultural impacts of tourism. (s. 404).

Lew og McKerchers mål med artikkelen er å se på avgjørende faktorer for valgene som tas innenfor en destinasjon og hvilke bevegelsesmønstre som oppstår (Lew & McKercher, 2006). På bakgrunn av dette har de laget en modell som oppsummerer de viktigste variablene man bør se på i forståelsen av turistenes bevegelser lokalt. Modellen er interessant å se i sammenheng med Lue et al sine fem reisemønstre-definisjoner. Det å forstå hvordan turister reiser gjelder både individer og grupper, selv om modellen er best til å forklare individuelle reisemønstre og valg, ettersom organisert grupper har ofte en planlagt reiserute (Lew & McKercher, 2006). Derimot kan man velge å bli med på en organisert tur på en ellers individuell tur og derfor kan modellene være viktig å se i sammenheng med det store bildet. Tabell 1 viser modellen til Lew og McKercher, her skiller de på *destinasjoners karakteristikker* og *turistenes karakteristikker*.

Lew og McKerchers tabell viser også hvor innviklet turismen er, det er mange faktorer som spiller inn og med det vanskeliggjør kartlegging av turistenes reisemønstre. Hall (1999) påpeker i sin artikkel den voksende turismen og utfordringene det fører med seg. Utfordringene mellom transport og turisme handler om presset på allerede trafikkbelastede områder, skjøre natur- og kulturelle områder i møte turismen store krav til mobilitet og etterspørsel etter å besøke disse områdene (Hall, 1999).

Tabell 1 Lew & McKercher (2006) Destination and variables impacting intradestination movements.

Themes	Impacts
Destination Characteristics	
1. Trip Origins/Accommodation Locations	
A. Clustered or Dispersed	Diversity and complexity of itineraries
B. Type: Hotel, Resort, Home, Other	Identification of geographic market segments
C. Clientele / Market Segments	Customization of services and products
2. Trip Destinations/Attraction Locations	
A. Number, Diversity/Types, Hierarchy	Diversity and complexity of itineraries (including organized vs independent travel)
B. Clustering or Isolated	Identification of thematic districts
C. Intervening or Substitutable Attractions	Customization of services and products Importance of relative location to accommodations
3. Transportation Accessibility	
A. Traffic Network Dense / Concentrated or Linear Topography / Site Characteristics	Degree of freedom or restriction of movement Number of preferred and alternative linear paths
B. Transportation Modes Public, Tour Company, Self-drive vehicle, Walking	Perceived ease of travel and willingness to wander or explore
C. Quality, Ease, Congestion Cost and Affordability Information and Signage	Value of locations for development Variable access to attractions Transport mode options or restrictions
D. Limitations/Barriers Distance Decay	
Tourist Characteristics	
1. Time Budgets	
A. Trip Length, Visit Length	Number of activities or attractions that can be visited
B. Time Value	Depth of participation in an activity
C. Outcome or Process Oriented	Perception of acceptable itinerary distances Tolerance of transportation experience
2. Motivations, Interests and Composition	
A. Allocentric or Psychocentric	Selection set of acceptable attractions, including substitutable attractions
B. Special Interests or Generalists	Perception of acceptable linear paths, distances and content
C. Recreation or Education Oriented	Freedom or restriction of movement
D. Age and Physical Disabilities	Decision making process
E. Travel Group Dynamics	
3. Destination Knowledge and Emotional Value	
A. Information Sources, Gatekeepers	Emotional attachment to destination or attraction
B. First Time or Repeat Visit	Relative appeal of attractions
C. Primary or Secondary Destination	Perception of acceptable itinerary distances Selection set of acceptable attractions, including substitutable attractions

4.7 utfordringer

Utfordringer mellom de lokale og besøkende har vokst til et større problem, og blitt fremhevet spesielt i Venezia og Barcelona og innbyggernes misnøye med turister. Det kan oppstå konflikt mellom innbyggere og turister når det kommer til steds- og destinasjonsutvikling eller transport. Transportmessig finnes det transportformer tilpasset turistenes behov, som turistbuss, charterfly eller cruise, men turister kan også ta i bruk lokal transport og med det kan det oppstå en konkurranse mellom de besøkende og de som bor der (Page, 1999). Gronau (2017) ser på den økende debatten og økende motstanden fra lokale mot turister også kan oppfattes som en trussel mot urbane lokalsamfunn. På en annen side sier Gronau (2017) at turister som reiser med offentlig transport ofte kan være et tilskudd ettersom de reiser rundt ofte utenom rushtiden.

Det går derimot ikke bare ut på klinsjen mellom turister og bruk av transport, som ofte går på individuelle reisende, men også byens ressurser. Dette ble nevnt av Hall (1999) ovenfor, han sier også disse problemstillingene er noe planleggere må erkjenne og adressere i søken etter bærekraftige bo- og arbeidsmiljøer. Viken (2016) spør retorisk i denne sammenhengen hva er egentlig det «lokale» og hvis alt skal fremstå lokalt kan det føre til stagnasjon for å gjennomføre reiselivsprosjekter.

Kapittel 5, Empiri

For å kunne diskutere og besvare ulike problemstillinger i **kapittel 6** skal jeg først se på rapporter, planer, forskning og strategier. Disse er knyttet til steds- og destinasjonsutvikling, deretter det voksende fokuset på kulturturisme og kulturledet byutvikling og til slutt føringer for hvordan transportutviklingen skal foregå og hvordan turistene reiser i dag. Steds- og destinasjonsutvikling og transport henger sammen, og det vil også ikke alltid være like lett å skille mellom disse.

Videre går jeg inn på planer og strategiene utarbeidet i forbindelse med delområdene og kobler dette opp mot turistbussene i Oslo. Caseanalysen deles opp i de ulike delområdene: Munchmuseet og Bilfritt Byliv. Her ser oppgaven konkret på dette i sammenheng med turistbuss i Oslo. Målet er å kunne trekke ut informasjon om turistbuss-situasjonen i Oslo, utfordringene og løsninger rundt dette. Empiriens siste del tar for seg intervjuet.

5.1 Steds- og destinasjonsutvikling

Tabell 2 Steds- og destinasjonsutvikling

Hvem:	Dokument	Kort om:
Regjeringen (2016-2017)	Stortingsmelding: Opplev Norge – Unikt og eventyrlig	Stortingsmeldingen fatter både hvordan reiselivet er i dag og hvordan det kan styrkes.
Innovasjon Norge (udatert)	Håndbok for reisemålsutvikling	Skal være et hjelpemiddel i reisemålsutviklingen, målet er å bidra i utviklingen av bærekraftige og lønnsomme reisemål i et langsiktig perspektiv. Både tiltenkt reiselivsnæringen og saksbehandlere/planleggere i kommuner.
Kobro et al. (2013)	Duell eller duett	Forskningsprosjekt om lokal samfunnsutvikling og reisemålsutvikling hver for seg, samt samspillet mellom dem.
Jervan et al. (2011)	Kommunens rolle i reisemålsutvikling	Rapporten har foretatt et case-studie av ulike steder og se på hvordan kommunen fungerer i reisemålsutviklingen. Der blir både kommunen selv spurt, samt næringsaktører og reiselivsutviklerne. I undersøkelsen blir respondentene spurt om rolleforståelsen, prioriteringer og kompetanse.

		Fylkeskommune blir også spurt om samarbeidet med kommunene.
Helgebostad (2018)	Nytt og spennende fra analyse. (Kun tilgjengelig per Power Point på dette tidspunkt).	Nytt fra årets turistundersøkelse (tilgjengelig i november 2018) var at de ble gjennomført en landsdekkende undersøkelse for å se på nordmenns holdninger til turismen.

Mye av bakgrunnsinformasjonen til dette delkapittelet er basert på reiselivsutviklingen og hvordan det bør løses, hvordan samarbeidet fungerer i dag, hvilke mangler det er og hva som kan forbedres. Regjeringens nylige stortingsmelding om reiselivet er sentral, i tillegg til noen utvalgte rapporter.

5.1.1 Bærekraftig reiseliv

I regjeringens stortingsmelding «Opplev Norge – unikt og eventyrlig» tas det opp viktige problemstillinger. Her trekkes ti prinsipper for bærekraftig reiseliv frem, disse er delt opp i tre temaer: 1. Bevaring av natur, kultur og miljø. 2. Styrking av sosiale verdier. 3. Økonomisk levedyktighet (Meld. St. nr 19 (2016-2017)). Disse tre er basert på FNs reiselivsorganisasjon UNWTO sine prinsipper (The World Tourism Organization (UNWTO), udatert). Den siste reiselivsmelding la frem et mye større fokus på et bærekraftig og grønt reiseliv, som er viktig for fremtiden, og som nevnt, vi reiser mer. Jeg har trukket ut noen av de relevante prinsippene:

Bevaring av natur, kultur og miljø

Det første prinsippet er *kulturell rikdom*, det handler om å bevare det autentiske lokalsamfunnet, det andre er bevaring av *landskapets fysiske og visuelle integritet* for både by og bygd. Den fjerde er *rent miljø og ressurseffektivitet* hvor en må redusere forurensningen av reiselivsbedrifter og turister (Meld. St. nr 19 (2016-2017)).

Styrking av sosiale verdier

Det femte prinsippet for bærekraftig reiseliv er *lokal livskvalitet og sosiale verdier* og det går

ut på at lokalsamfunnet bevarer de sosiale strukturene, ressurser og fellesgodene for alle. *Lokal kontroll og engasjement* er det sjette prinsippet, her påpekes viktigheten med at de lokale interessene og hensynene kommer frem i planlegging, avgjørelsene og utviklingen av reiselivet.

Økonomisk levedyktighet

Det niende prinsippet er *økonomiske levedyktige og konkurransedyktige reiselivsdestinasjoner gjennom lokal verdiskaping*.

5.1.2 Reiseliv og stedsutvikling

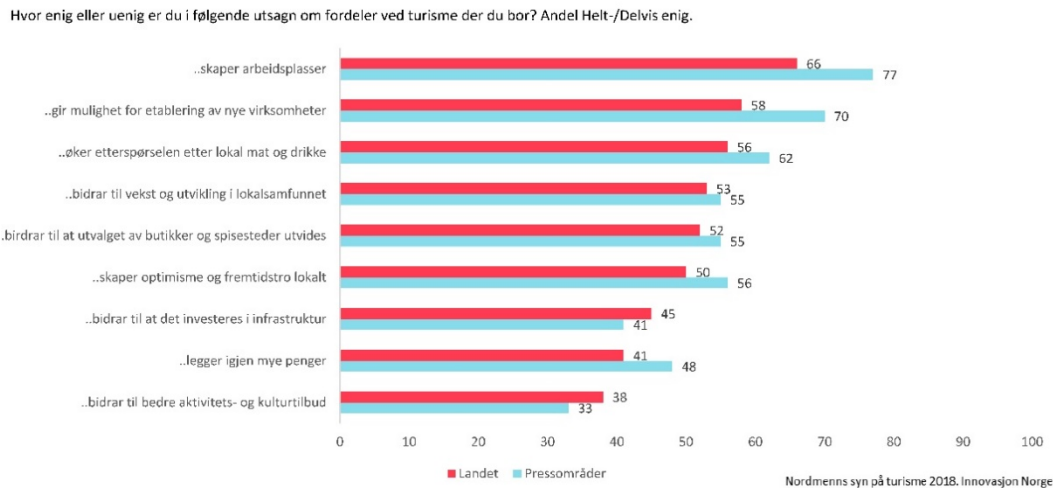
Reiselivets rolle i steds- og destinasjonsutvikling vil være avhengig av kontekst og den romlige geografien det befinner seg i. På den ene siden er reiselivet en del av mange aktører og må forholde seg til utviklingen på lik linje med alle andre, mens på en annen side kan reiselivet være hovedaktøren (Innovasjon Norge, udatert). Førstnevnte er vanlig i byer og tettsteder, og sistnevnte er knyttet til reisemål hvor planlegging sjeldent skjer uten innspill fra reiselivsnæringen (Innovasjon Norge, udatert). Eksempler på dette kan være ski- og fjelldestinasjoner. Innovasjon Norge (udatert) skriver at reiselivet selv må sørge for at deres innspill kommer med i planprosessene hvor det er aktuelt.

Mye av forskningen angående reiseliv og lokalsamfunn i Norge er rettet mot destinasjonsutvikling i reisemålskommuner som for eksempel Røros. Disse prosjektene er ikke nødvendigvis overførbare til Oslo som storby, men de gir likevel en pekepinn på viktige momenter mellom steds- og destinasjonsutvikling. I rapporten *Duell eller duett* til Kobro et al. (2013) peker de på viktigheten med å bruke arealplanleggingen aktivt for å sikre et langsiktig perspektiv og at hvert sted må forstås individuelt i henhold til behov. Kobro et al. (2013) trekker de frem blant annet de lokale behovene ikke nødvendigvis varierer mellom fastboende og tilreisende, men at for eksempel vil samme aldersgruppe ha like oppfatninger om hva de ønsker seg på stedet.

Gran et al. (2012) nevnte også dette i forbindelse med hva slags type turister man vil tiltrekke seg i *Urban Turisme*. Her trekkes det frem at de med høyere utdanning er de som bruker kulturtilbudene mest. Dette ble derfor sett i sammenhengen med hva slags type mennesker Oslo bør få til å bosette seg i byen, nemlig den *kreative klasse*.

Rapporten til Helgebostad (2018) kunne man se at det var respondentene i «Fjord-Norge» og «Nord-Norge» som mente det var for mange turister i Norge, men samtidig mente også en

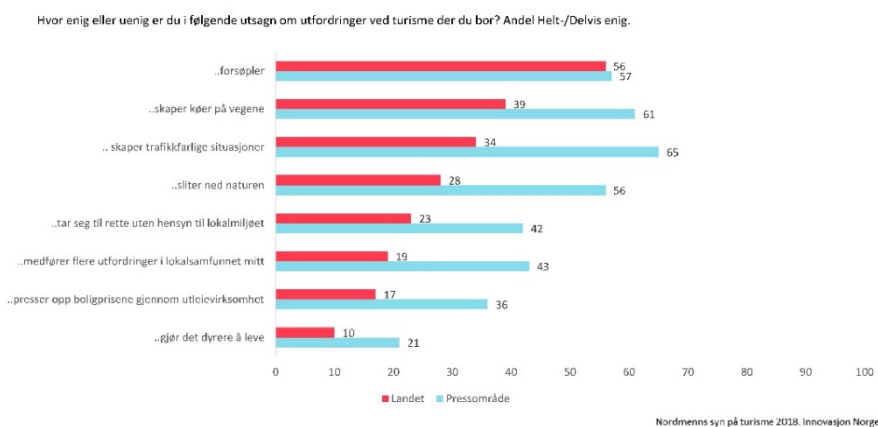
nokså høy andel at det var for få. Oslo hadde den laveste svarprosenten på om det var for mange, men den største på «akkurat passe». Det var også cruiseturister som utgjorde den største delen av kategorien «litt for mange». Det er også en høy prosent som svarer at turistattraksjoner i pressområdene oppleves som overbefolket. Det interessante om turismens konsekvenser er at de fleste mener at turismen bidrar positivt i henhold til arbeidsplasser, men som vi ser i Figur 7 turismen ikke bidrar til økt investering i infrastruktur eller bedrer aktivitets- og kulturtilbudet. Bidrag til lokalsamfunnet kan regnes som midt på.



Figur 7 Nordmenns syn turisme 2018. Helgebostad 2018.

Pressområdene (Lofoten, Fjord-Norge og Svalbard) har delte meninger med resten av landet om turismens negative innvirkning, slik vi ser i Figur 8. Ellers er nordmenn generelt positive til turismen. Noe som er viktig og ta med seg i henhold til et økende fokus på storbyturisme og med økt tilrettelegging av kulturtilbud. I Oslo ønskes det at veksten skal holde seg lav til en liten økning. Turistene selv opplevde ikke at Oslo føltes overfylt.

At turistene forsøpler er alle enige om, landet er mye mer delt i turismens negative innvirkning enn positive



5.1.3 Lokal og regional forvaltning i reisemålsutviklingen

Noe av det viktigste i reiselivsutviklingen er den lokale og regionale forvaltningen. For at reiselivsnæringen skal vokse må dette integreres i de lokale og regionale utviklingsprosessene (Meld. St. nr 19 (2016-2017)). Kommunens rolle er svært sentral i utviklingen av reiselivsnæringen, som eier, rammesetter, partner eller vert. Gjennom sitt planleggingsarbeid skal kommunene finne helhetlige løsninger som ganger samfunnet. En viktig del av det er å se reiselivsutviklingen i sammenheng med den lokale samfunnsutviklingen. I tillegg står det at tidlig involvering av reiselivsvirksomheter og næring er viktig for å vurdere arealbruksinteressene (Meld. St. nr 19 (2016-2017)).

På regionalt nivå er det fylkesmannen som har den viktigste rollen. Den skal blant annet påse at regionale planer blir fulgt opp. Disse er viktige verktøy for kulturminnevern, arealbruk og samferdsel. I henhold til reiselivet vil det regionale nivået være viktige for en helhetlig tilnærming til utviklingen av reiselivet (Meld. St. nr 19 (2016-2017)). Kobro et al. (2013) argumenterer for at det er vanskelig å lykkes lokalt med utviklingsstrategier, hvis det ikke følges opp på regionalt nivå.

En case-studie gjennomført av Mimir AS for Distrikssenteret (Jervan et al., 2011), gikk igjennom kommunenes rolle i reisemålsutvikling, analysen ser på hvordan kommunene oppfatter sitt engasjement og hvordan næringsaktører og reiselivsselskapene oppfatter det. Kommunen har et bredt engasjement for hva som er viktig, det er fordelt på *utviklingspartner*, *rammesetter*, *produkteier* og *vertskap*. Kommunene i case-studien mener selv de har et betydelig engasjement i reiselivet, mens bedrifter, reiselivsnæring og de fylkeskommunale reiselivskompetente ikke vurderer dette like høyt. I vurderingen av hva kommunens viktigste rolle er, kom det frem at næringsaktørene og reiselivet satte *økonomiske ressurser* øverst, kommunen selv mente også dette var en viktig rolle. *Rammesetter (planlegging)* sto også høyt hos alle. Kompetansen til kommunene når det kommer til reiseliv spriker også fra oppfattelsen fra de to andre respondent-gruppene, samtidig er spredning mellom hver enkelt kommune også stor. Det ble også trukket frem at reiselivet ikke alltid ble prioritert i utviklingen av steder, men dette ofte gikk på mangel av ressurser, kompetanse eller prioritering av lovpålagte oppgaver.

Kobro et al. (2013) konkluderer med at samfunnsutviklingen og reiselivsutviklingen er vanskelig å kombinere, men samtidig at konflikter lettere kan oppstå uten helhetlig planlegging. De mener altså at de kan kombineres og at selv om de ikke alltid har like sammenfatninger, vil det likevel være gunstig på noen områder.

5.1.4 Plan- og bygningsloven og reiselivet

Planlegging påvirker reiselivet, og reiselivet påvirker planlegging (Innovasjon Norge, udatert). Her settes rammene for reiselivet gjennom bindende arealplaner og føringer. Reiselivsnæringen utfører ofte egne arbeid som masterplaner eller mulighetsstudier, i tillegg til egne utviklingsstrategier som er avklart med kommunens arealplan (Innovasjon Norge, udatert). Det vanlige er likevel at reiselivet er bare én aktør av mange i planleggingsprosesser, spesielt i byområder. De ulike interessene blir avvleid opp mot hverandre for å finne frem til løsninger for et område, og det er her planlegging etter plan- og bygningsloven skiller seg ut med sin helhetlige planlegging og krav til medvirkning (Innovasjon Norge, udatert).

5.2.Kulturturisme

Tabell 3 Kulturturisme

Hvem:	Dokument:	Kort om:
Samarbeidsråd for kultur og reiseliv (2018)	Innspillsrapport	Rapporten er første fase i et prosjekt hvor det skal fremmes tiltak for å bedre det kulturbaserte reiselivet.
Innovasjon Norge (2016)	Turistundersøkelse	Undersøkelsen ser på forbruk og turiststrømmen i Norge. Reisevaner- og atferd, samt hvem de potensielle kulturturistene er.
OsloProjectRegion	Internasjonal profileringsstrategi for Osloregionen	Byrådet i Oslo Kommune bestilte et forslag til en internasjonal profileringsstrategi av byen. For å øke synligheten av byen

		internasjonalt. Målet er å bli verdens beste kompakte by.
Gran et al. (2012)	Urban Turisme 2012	En rapport støttet av daværende rød-grønne regjering. Målet med rapporten var å utfordre regjeringen og Oslo Kommunes arbeid med reiseliv, profilering og utvikling. Det var også et lite håp om dette kunne være et bra grunnlag for videre satsing på reiseliv i urbane strøk.

5.2.1 Strategi

Dette er en tydelig strategi for det norske reiselivet, også hos regjeringen. Det skal satses på kulturturisme, derfor ble det opprettet «Samarbeidsråd for kultur og reiseliv» i 2017 (Regjeringen, 2017). Dette rådet er mellom Kulturdepartementet og Nærings- og fiskeridepartementet, og skal blant annet bygge bro mellom næringen og kultur (Samarbeidsråd for kultur og reiseliv, 2018). Det skal ikke bare handle om å vise fjord og fjell, men også det rike kulturlivet vårt. Det er altså bare én gren innen reiselivet. I innspillsrapporten til Samarbeidsråd for kultur og reiseliv (2018) nevnes Munch, Grieg og Ibsen som sentrale aktører i dette, og med det nye Munchmuseet vil Oslo kunne revitaliseres som kulturby.

Det ble påpekt i rapporten til Gran et al. (2012) at Oslo er by med et florerende kunstnerliv, den mest dynamiske musikkbyen i Norden og en stor pågående utvikling av flere signalbygg. Samtidig har ikke Oslo vært frontet med noe som gjenspeiler disse egenskapene, mener de.

I ProjectOsloRegion (2015) mener de at det er både bra og dårlig for Oslo å være en del av merkevaren Norge. Oslo må få frem sine storbykvaliteter og skille seg fra den norske turistmerkevaren med natur, troll og midnattssol i spissen. Denne profileringsstrategien var bestilt av byrådet i Oslo, hvor hovedmålet var å gjøre Oslo til verdens beste kompakte by. De to prioriterte innsatsområdene gikk på å forbedre oppfattelsen av Oslos kulturtilbud og gjøre byen mer attraktivt for næringsliv (Byråds sak 148/15).

Kulturturistene legger igjen betydelige større summer, og de utenlandske kulturturistene har også et høyt døgnforbruk. Det kommer frem i turistundersøkelsen til Innovasjon Norge (Innovasjon Norge, 2016). De utenlandske kulturturistene bruker primært bil i Norge, men 12% benytter seg av turbuss/rutebuss. Dette henger nok sammen med den store andelen (37%) som også benytter seg av pakkereiser (Innovasjon Norge, 2016). Innovasjon Norge (2016) skriver at den typiske potensielle kulturturisten ofte er eldre, reiser oftere, større interesse for storbyer og opplevelser i naturen.

5.3 Transport

Tabell 4 Transport

Hvem:	Dokument	Kort om:
Innovasjon Norge (2016)	Turistundersøkelse	Se tabell i Kulturturisme
Regjeringen (2016-2017)	Stortingsmelding: Opplev Norge – Unikt og eventyrlig	Se tabell i steds- og destinasjonsutvikling.
Regjeringen (2016-2017)	Nasjonal transportplan 2018-2029	Nasjonal transport legger føringer og strategier for hvordan og hva som skal gjennomføres i transportsektoren de neste årene.
Oslo Kommune og Akershus fylkeskommune 2015	Areal og transport plan for Oslo og Akershus 2015	En regionalsamarbeidsavtale mellom Oslo og Akershusfylkene, hvor det legges til grunn hvor fortetting og hvordan fortetting skal foregå.
Oslo Kommunes 2015	Arealdel i kommuneplanen	Kommuneplanen fra 2015 i Oslo, her kommer viktige reguleringer og bestemmelser inn.

Transport kan i reiselivsbransjen omfatter veldig mange ulike deler som buss, bil, bane, båt,

fly med mer. I dette delkapittelet er det litt om hvordan turistene reiser, deretter hvordan det er tiltenkt at det skal reises fremover. Delkapittelet over trekker også inn viktige elementer som påvirker transport, i form av kommune- og regionale transportplaner og kommunens tilrettelegging med mer.

5.3.1 Reisevalg og reisemønster

I turistundersøkelsen av Innovasjon Norge (2016) ble transport også nevnt over i forbindelse med kulturturisme over. En viktig skilnad er derimot mellom de norske kulturturistene og de utenlandske og hvordan de reiser. Ikke overraskende reiser de norske kulturturistene mye mer med bil, hele tre fjerdedeler tar i bruk bil på ferien. Dette er også det mest benyttede reisemiddelet blant de utenlandske kulturturistene. De norske kulturturistene bruker også 14% fly på sine reiser, men tallet er 41% for de utenlandske som reiser til Norge. En av de største skilnadene er at den store prosentandelen som kjøper pakkereiser, 7% hos de norske og 34% hos de utenlandske. 37% av de som benytter seg av en pakkereise er også innom andre land enn Norge. Et av de viktigste reisemidlene rundt i Norge for de utenlandske turistene er turbuss, her er det 12% opp mot 5% hos de norske. Tallene i forbindelse med dette gjelder sommersesongen.

Per i dag er mange av de reisende i Norge rundreiseturister, 72 % av de norske turistene brukte bil i denne sammenhengen og 15 % fly. For de utenlandske var 41% veg og 35% fly (Meld. St. nr 19 (2016-2017)). I tillegg sier samme stortingsmelding at 8% kommer til Norge med cruiseskip. Generelt er tallene nokså like som kulturturistene over. Det er likevel flere og flere som kommer til Norge uten eget transportmiddel og byene blir ofte et stoppested på en rundturpakke (Meld. St. nr 19 (2016-2017)).

5.3.2 Retningslinjer: statlig, regionalt og lokalt

Punkt nummer fire i bærekraftig reiseliv, nevnt ovenfor, beskriver viktigheten av *rent miljø og ressurseffektivitet* (Meld. St. nr 19 (2016-2017)). Det er vel under her man får frem viktigheten med bedre transportmidler enn dagens løsninger. Dette gjenspeiles også i *Nasjonal Transportplan 2018-2029* hvor det overordnede målet er «Et transportsystem som er sikkert, fremmer verdiskaping og bidrar til omstilling til lavutslippssamfunnet» (Meld. St. nr 33 (2016-2017)s, 26.). I denne planen påpekes viktigheten med økt fokus på kollektivtransport, sykkel og gange i byområder, dette skal forsterkes ytterligere, samtidig som annen transport skal bli med mer miljøvennlig. Det økte tilbudet av persontransporten er en av grunnen til den økte byturismen mener OECD. (OECD, 2014, nevnt i Meld. St. nr 19 (2016-2017)).

Slik planen legges frem nå er det slik at infrastruktur som utvikles er noe alle kan ha nytte av, innbyggere og besøkende. Dette gjenspeiles i reiseplanleggeren Entur AS som er en app for å samle all transport i Norge, slik at du kan komme deg fra et sted til annet på tvers av alle transportmuligheter (Meld. St. nr 19 (2016-2017)). Det skal nevnes at NHO Reiseliv (2017b) har samme oppfattelse i deres innspill til Nasjonal transportplan. Her skriver de at en av de to sentrale problemstillingene mellom reiselivet og samferdsel er satsingen på standard- og kapasitetsoppgraderinger og viktigheten av dette. Samtidig påpeker de at en av viktigste oppgavene myndighetene kan gjøre er å gjøre det lettere å reise til Norge og sørge for å spre turismen både i henhold til sesong og lokasjon (NHO Reiseliv, 2017b).

Det er lite til ingenting verken i *Nasjonal transportplan* eller i *Regional plan for areal- og transport i Oslo og Akershus* (Oslo Kommune & Akershus Fylkeskommune, 2015) rettet direkte mot transport i turismen, ser man bort fra at transportmidlene skal blir mer miljøvennlige. I tillegg trekkes stordata frem som muligheten for hvordan det kan bli en viktig del av å forstå reisevaner og reisemønster i fremtiden, og at dette vil gi et bra grunnlag for planleggingen (Meld. St. nr 19 (2016-2017)). Regionalplanen viser fokuset på fortettingen og hvor det skal skje. Oslo S er selvsagt et av de viktigste områdene i sistnevnte plan, med Bjørvikas næringsklynger og Fjordbyens attraktivitet for videreutvikling i front (Oslo Kommune & Akershus Fylkeskommune, 2015). Kommuneplanen til Oslo fra 2015 henger sammen med den regionale planen, men gir flere konkrete eksempler på større transportendringer, blant disse er utviklingen av t-banen, ny bussterminal, fjordtrikken og økt kapasitet for cruiseskip (Oslo Kommune, 2015b).

I sine innspill til *Nasjonal Transportplan* peker NHO Reiseliv (2017b) på nødvendigheten av integrering av reiselivet i samferdselspolitikken i de statlige, regionale og lokale tiltakene. Dette kan brukes til å forstå betydning av samferdsel for turister og reiselivsnæringen, mener de.

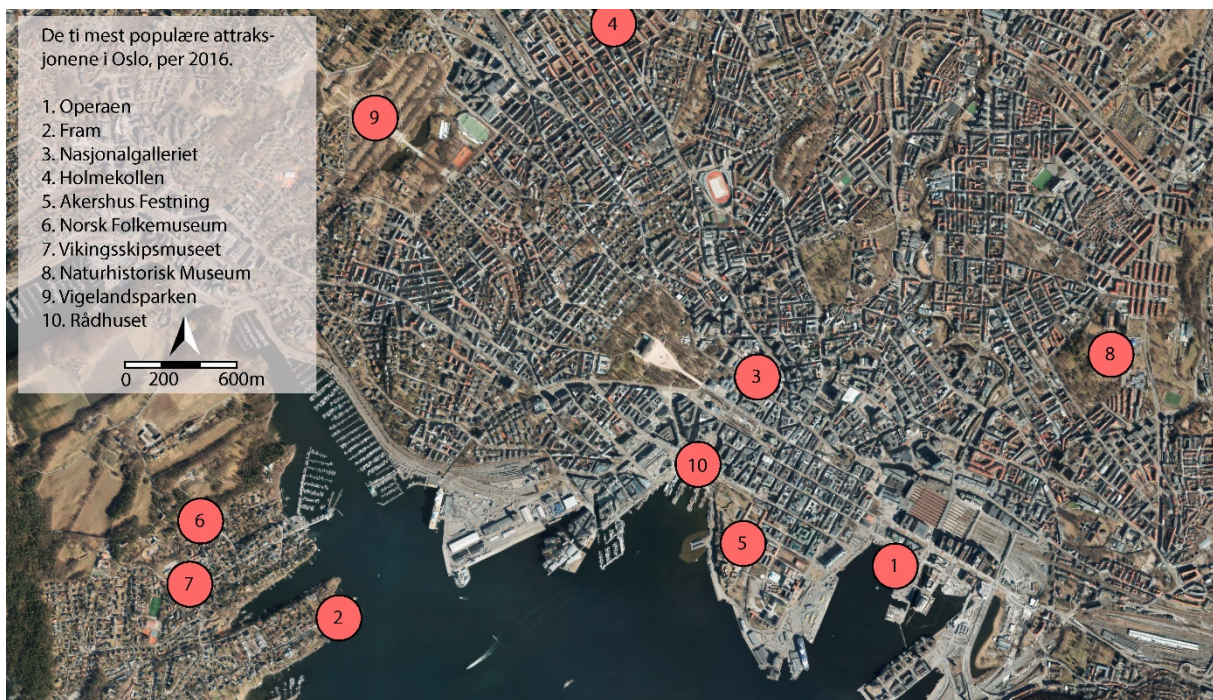
5.4 Turistbussene

Foreløpig foreligger det kun én tilgjengelig utredning fra 2016 som tar for seg turistbussene i Oslo. Dette er et sentralt dokument, da det tar for seg de nevnte delområdene på et overordnet nivå. Dette er politisk bestilt fra Byrådsavdeling for miljø og samferdsel. Utenom dette ble det i fjor etablert en samarbeidsgruppe mellom aktører for å diskutere løsningen for bussene i sommer 2018, dette kommer jeg tilbake til i intervjuet.

Plan for turistbussparkering i Oslo (Oslo Kommune, 2016):

Bymiljøetaten fikk i 2016 oppdrag av Oslo Kommune om å gjennomføre en utredning *Plan for turistbussparkering i Oslo*, hvor målet var å beskrive og vurdere dagens situasjon, og i tillegg fremme forslag til plan for hvordan turistbussparkeringen i Oslo sentrum kan løses. Byen får besøk av et ukjent antall turistbuss hver år. Disse skal levere, plukke opp og parkere i nærhet både underveis og over natta. I denne planen vurderer de det slik at behovet for parkering i Oslo sentrum er stort, og det gjelder spesielt i Oslo sentrum hvor mange av attraksjonene ligger. I denne utredningen defineres turistbussene som «både faste og skreddersydde sightseeingturer, private sightseeingturer, utenlandske turistbuss» (Oslo Kommune, 2016, upaginert).

I forbindelse med denne utredningen tok Bymiljøetaten kontakt med Plan- og bygningsetaten, Oslo Havn KF og de viktigste aktørene som driver med dette for turister. Blant annet Visit Oslo, Den Norske Opera og Oslo Guidebureau. I møtene som foregikk mellom aktørene ble det diskutert på den ene siden spesifikke områder og parkeringsløsningene der. På den andre siden viktige momenter som besøkelsestid, antall busser per dag hos de ulike attraksjonene, populære attraksjoner og dagens problematikk. De mest populære attraksjonene er godt geografisk spredt, og dette gjenspeiler seg også i reiserutene bussene foretar seg. Mange av turene går gjennom sentrum før man har guidet spasertur i Vigelandsparken, deretter Holmenkollen og avslutningsvis besøkes Bygdøymuseene. I Figur 9 ser man at det er en god spredning. Det nye Munch- og nasjonalmuseet vil nok endre denne listen.



Figur 9 Egen, topp ti attraksjoner

I utredningen kom det frem at de største akutte behovene var ved Operaen, Nasjonalgalleriet og Rådhusplassen. I lys av dette ble tilgjengeligheten av plasser kraftig redusert i 2014 etter at plassene ved vestbanen ble fjernet og senere også ved Fridtjof Nansens plass. Samtidig ble det opprettet fire nye plasser rundt om i byen. Per 2016 var 25 plasser i sentrum og 39 utenfor.

Utredningen ser på konsekvensene av for dårlig turistbussløsning. I verste fall risikerer man at bussene ikke velger Oslo som stoppested, og man velger med det å spise utenfor byen. Dette kan vel forstås som de bussene som er på rundreise og hvor Oslo er et mulig stoppested.

Videre nevnes det at de som ikke finner parkering mens omvisningen pågår kan ende opp med å kjøre rundt i Oslo, og med det belaster de dagens gatenett ytterligere. I figur 10 kan man se det anbefalte kjøremønsteret turistbussene skulle følge sommer 2018.



Figur 10 Anbefalt kjøremønster for turistbuss i Oslo, Oslo Kommune 2018f.

Bymiljøetaten sendte også ut et spørreskjema til turbussoperatører, her var det sentrumsnære områder som var de mest utfordrende å parkere i. Det var fire aktører som svarte, her var de nokså delte om hvordan forholdene ble opplevd. Det var to som var nøytrale, mens de to andre var lite tilfreds. De fleste brukte ca 1-2 timer på de ulike attraksjonene, mens operatøren knyttet til cruiseskipene som også hadde flest turer per sesong brukte 20-40 min per attraksjon. Generelt er tallene om hvor mange turistbuss som besøker Oslo totalt varierende

og usikre, men i utredningen anslår Visit Oslo og Oslo Guideforening at det dreier seg om minst 10 000 turistbusser (Oslo Kommune, 2016).

5.5 Case om turistbusser i Oslo

Case om turistbussbransjen representerer på en side bare én del av turistnæringen, men samtidig en sentral del. Transport er som allerede nevnt en viktig del av hvordan vi kommer oss til steder eller mellomsteder. I en turbuss-sammenheng kan det være for eksempel en guidet tur, det kan være en del av rundtur i Norge eller det kan være en tur fra cruiseskiphavnen til Operaen. I disse høringene for vi se hvordan planetater forholder seg til bussene og veier dette opp mot andre interesser.

5.5.1 Munchmuseet

Bakgrunnen for denne høringen er i forbindelse med en foreslått endring av plassen mellom triangelet Operaens bakside, Sukkerbiten og Munchmuseet. Det var opprinnelig regulert til parkeringsplass for turistbussene inkludert en snuplass. Reguleringsplanen for Munchmuseet ble vedtatt i 2014, men bussløsningen ble tatt ut under bystyrebehandlingen. I forbindelse med dette har Plan- og bygningsetaten utarbeidet tre alternativer (Oslo Kommune, 2018d).

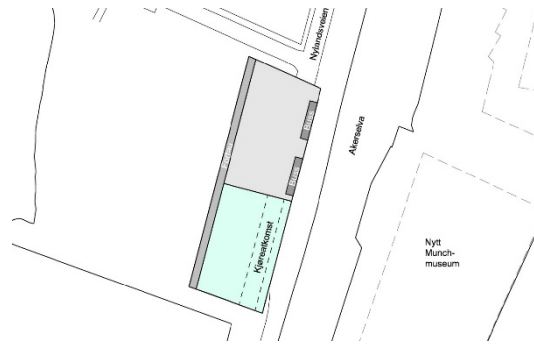
5.5.2 Planforslaget til offentlig ettersyn

I planforslaget til parkeringsløsningen for turistbusser ved Munchmuseet var det fremlagt *tre* alternativer, disse har vært ute på høring til offentlig ettersyn før de nå er oppe til politisk behandling.

Løsning for turistbuss for Munchmuseet (Oslo Kommune, 2018d):

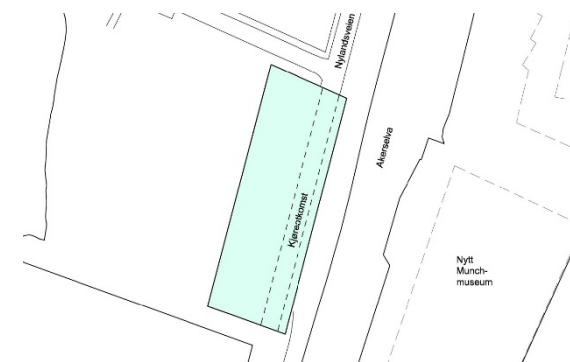
Alternativ 1 var det opprinnelige forslaget i Munchplanen, her var det foreslått fem av- og påstigningsplasser for turistbusser og tre handicap-plasser. Dette forslaget dekker de behovene Munchmuseet har for busshåndtering, og bruk av plasser i Operagata til av- og påstigning vil ikke være nødvendig, ble det begrunnet med. Denne ble fremvist i bakgrunnsinformasjonen

I *alternativ 2* er det foreslått at i nordre delen av planområdet blir regulert til to av- og påstigningsplasser for turistbusser og tre hc-plasser, men i den søndre delen er det foreslått omregulert til park for opphold og rekreasjon. I dette forslaget må en del av turistbussene benytte seg av plassene utenfor planområdet til av og påstigning, som er tiltenkt i Operagata.



Figur 11 Alternativ 2, Oslo Kommune 2018

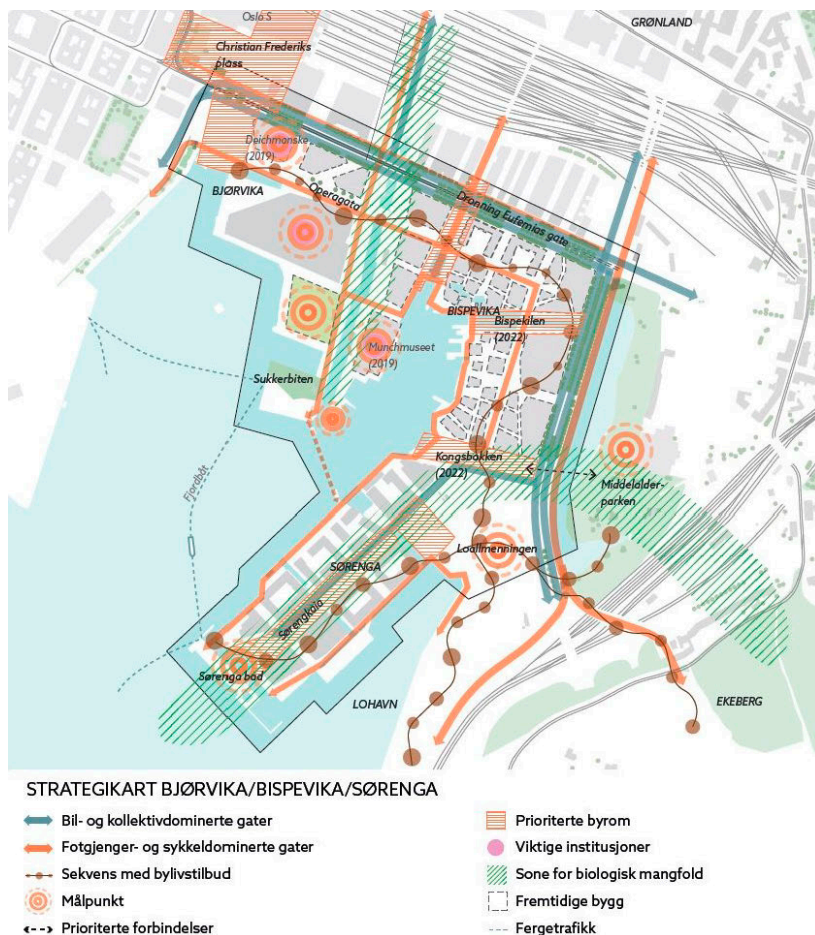
I det siste og *tredje* forslaget, som Plan- og bygningsetaten anbefaler, er hele området ved unntak av tre hc-plasser foreslått regulert til park som en del av Akerselvollmenningen. Det vil si av- og påstigningsplasser i Operagata og parkering løses utenfor planområdet.



Figur 12 Alternativ 3, Oslo Kommune 2018

Til høringen så etterspør Plan- og bygningsetaten tilbakemelding på hvilken løsning som i en helhetsvurdering kan balansere hensynene mellom ulike punkter best. Dette går på tilgjengelighet, behovet for parkering, trafikksituasjonen i Operagata, behovet for offentlige rom og rekreasjonsområder, samtidig planområdets beliggenhet som er en av de beste i byen.

Alternativ 3 strider med kommuneplanen når hele eller deler av området reguleres til grønnstruktur. Dette argumenteres for at alternativene er i tråd med dagens behov og byutvikling. Blant annet har *Handlingsprogram for økt byliv i Oslo sentrum* avsatt dette området til offentlig parkområde (Oslo Kommune, 2018d). De viser også til *designhåndboken* for byrommene i Bjørvika, hvor viktigheten av blå-grønnstrukturene og byrommene i området trekkes frem. Det trekkes frem at Akerselvollmenningens har forbindelse mellom fjorden og byen, som strekker seg helt opp til Nordmarka (Oslo Kommune, 2018d). Dette er fremvist i Figur 13.



Figur 13 Strategikart Bjørvika/Bispevika/Sørenga, Oslo Kommune 2018

Plan- og bygningsetatens vurdering tar utgangspunkt i *Plan for turistbussparkering i Oslo* hvor det ble anbefalt å løse parkeringen ved Munch utenfor planområdet, men dropp-of plasser i nærheten (Oslo Kommune, 2016). I tillegg ble tomtens beliggenhet og korte avstand til Oslo S trukket frem, og at løsningen mellom de to første alternativene og deres anbefalte skilte om lag 100 meter i gåavstand. Trafikksikkerhet står også høyt i denne vurderingen, både i Operagata, men også inne på planområdet hvor alternativ 3 unngår at bussene krysser havnepromenaden. Beliggenheten anses ikke formålstjenlig med å være tilrettelagt parkeringsplass, argumenterer de, og påpeker at området har et økende behov for offentlige tilgjengelige byrom i området. Vurderingen av museets behov for turistbussparkering er basert på de estimerte tallene for Nasjonalmuseet, som ligger på 750 000 årlig og at her det avsatt 2 av- og påstigningsplasser. I tillegg ser de på løsningen tilknyttet Operaen, som har vært i Operagata. Dette er sammenlignet det anslaget som er forventet at Munchmuseet vil ha årlig.

5.5.3 Høringsinnspillene

Plan- og bygningsetaten understreker at denne plansaken ikke skal løse turistbuss-situasjonen i et større perspektiv enn til og fra Munchmuseet. Dette må gjøres i en egen plan og er ikke innenfor de rammene de har i forbindelse med denne høringen, men det er noe de ser behovet for (Oslo Kommune, 2018a). Høringsinnspillene gir et delt bilde mellom ulike type interessegrupper, det er også kommet inn en del forhåndsuttalelser og ellers nøytrale innspill som ikke trekkes frem. Høringsinnspillene er samlet i planforslag til politisk behandling, som jeg har sammenfattet under (Oslo Kommune, 2018a):

Bymiljøetaten

Det støtter alternativ 3 på lang sikt, men mener planforslaget må legge til grunn det helhetlige tilbudet av attraksjoner i området. De påpeker at deres *Plan for turistbussparkering i Oslo* ikke tar opp busstrafikk som skapes i forbindelse med områdets hoteller. Og at forholdet med syklistene i området ikke er vurdert.

Transportsektoren

Innspillene fra transportsektoren er kommet fra Statens vegvesen og Ruter. Statens vegvesen mener alternativ 1 eller eventuelt 2 er best med tanke på trafiksikkerheten. Ruter har forståelse for at dette området er tiltenkt allmennheten, men at før dette kan skje burde utredes ytterligere og at en permanent løsning for bussene må på plass, de mener også trafikkanalysen som er lagt til grunn er utdatert.

Reiselivsbransjen

Visit Oslo (også intervjuet) stiller seg nokså nøytrale i henhold til alternativ, men etterspør en tilgjengelighet som tenker på alle de omkringliggende institusjonene og deres vekst. Fred. Olsen Travel AS peker på hvor viktig det er med gode parkeringsmuligheter og da spesielt de eldre cruiseturistene, området vil være attraktivt og det å redusere fremtidige parkeringsmuligheter vil kunne få en negativ innvirkning. NHO Oslo og Akershus støtter det opprinnelige forslaget, og mener at alternativ 3 ikke tar høyde for vekst som kan påvirke kapasiteten. Her svarer Plan- og bygningsetaten at gatesystemet har også kapasitetsmessige utfordringer, og at veksten ønskes på områdets gode kollektivtilbud, gående og syklende.

Museene (Munch, Operaen og Fotografihuset)

I Munchmuseets uttalelse støtter de plan- og bygningsetatens alternativ 3 ut ifra at dette vil gjøre området som helhet mer attraktivt for både de besøkende og lokalbefolkningen. Munchmuseet etterspør samtidig en langsiktig og helhetlig løsning for turistbussene. En slik

løsning er noe også Operaen etterspør, og oppfordrer etaten til å tenke på. Ettersom det skal ligge fire store kulturinstitusjoner i nærheten av hverandre, som man forespeiler vil benytte seg av hverandre og derfor anbefales det å ikke se på turistbussløsningen adskilt. Med det anbefaler Operaen alternativ 1. Det ble nylig bestemt at Fotografihuset skal anlegges på Sukkerbiten, noe som ikke er tatt høyde for i dagens regulering. Fotografihuset melder ifra om sine behov i tilbakemelding, i henhold til logistikk både for besøkende og deres vareleveranser. Ellers virker de positive til anbefalingen som foreligger.

Eiendomsselskapene

I en felles uttalelse sier de tre selskapene Hav Eiendom, Oslo S utvikling og Bjørvika Infrastruktur at de er for alternativ 1, på bakgrunn av blant annet plankartene til de andre alternativene fremstiller et grønt friområde når hverken snuhammer eller hc-plasser er inkludert. De peker på at «plan for turistbusser» heller ikke svarer godt nok på den helhetlige løsningen for bussene, og at deler av busslommene i Operagata er både for hotellet og bebyggelse for en annen tomt. På en annen side har du Paulsenkaia Invest som er tiltakshaver ved Munch Brygge (boligprosjekt like ved), de støtter alternativ 3, da Bjørvikas høye utnyttelse mangler grønne arealer. I tillegg mener de at en park vil fremheve arkitekturen til Operaen og Munch bedre enn ved en bussoppstillingsplass.

Privatpersoner

17 av 19 privatpersoner som har uttalt seg har stilt seg bak alternativ 3. Mange av dem er beboere i nærområdet eller skal bli det (Munch Brygge), hvor de ser på parken som et godt tilbud i et ellers så tett bebygd område med få grønt arealer. Utenom det er det nærheten til Oslo og kollektivtilbud som trekkes frem og at det derfor burde prioriteres for fotgjengere og syklistene. Bemerkningen om alternativ 1 påpeker viktigheten av snuplass, for å unngå ryggende busser og klinsj med syklistene.

Tabell 5 Høringsinnspill til Løsning ved Munchmuseet

	Hvordan stiller de seg til planforslaget*
Bymiljøetaten	Støtter alternativ 3, i det lange løp. Ønsker helhetlig plan, som tar høyde for alle attraksjonene og transportutfordringer i området.
Transport	

Statens vegvesen	Alternativ 1/2
Ruter	Mener helhetlig løsning må plass før man gjennomfører planforslaget
Reiseliv	
Visit Oslo	Nøytral, men ønsker helhetlig løsning
Fred. Olsen Travel AS	Ønsker at parkeringsmuligheter ivaretas (1-2)
NHO Oslo og Akershus	Alternativ 1
Museum	
Munchmuseet	Alternativ 3, men ønsker helhetlig løsning
Operaen	Alternativ 1, men ønsker helhetlig løsning
Fotografihuset	Positiv
Eiendomsselskapene	
Hav Eiendom, Oslo S utvikling og Bjørvika Infrastruktur AS	Alternativ 1, men ønsker helhetlig løsning
Paulsenskaia Invest AS	Alternativ 3
Privatpersoner	
Lokalbefolkning og andre	17/19 som har uttalt seg støtter forslag 3. 1 fremmer alternativ 1, mens sistemann mener løsningen med parkering i Operagata er uheldig for syklistene.

*Resterende aktører som ikke er nevnt har gitt uttalelse har hatt ingen innspill eller eventuelt vært enige med PBE. Dette gjelder off.instanser som er pålagt å komme med innspill.

Planforslag til politisk behandling

De fleste endringene etter første høring er presiseringer og tekniske detaljer som ikke har kommet godt nok frem, men grunnet dispensasjon for oppstillingsplasser i Nylandsveien (denne går langs østfasaden av Operaen) er det lagt inn snumulighet på planområder, også i alternativ 2 og 3. Plan- og bygningsetaten konkluderer med at alternativ 3 er den beste løsningen for området. De ser også behovet for en helhetlig løsning, og mener dette bør sees i sammenheng med andre transportmidler som kan avlaste.

5.5.4 Oppsummering

Tilbakemeldingene viser helt klart at beboere i området og befolkning på privat initiativ vil ha et grønnere område og et ikke-kommersielt sted. Mange av de opplyste om at de bodde i

området eller skulle flytte inn. Ellers er det store forskjeller mellom aktørene som har interesse på stedet. Det de fleste etterlyser er en helhetlig plan for turistbussene i Oslo, og dette var kanskje det mest overraskende funnet i denne analysen. Blant annet Bymiljøetaten som ba om være involvert i saken, da det er deres arbeidsområde. De pekte på at de støttet forslaget på lang sikt (Oslo Kommune, 2018a). Operaen, som har holdt på i noen år, var den som ville ha alternativ 1, mens Munch var positivt innstilt til alternativ 3. Fotografihuset hadde ingen formening om alternativene, men var opptatt av sine behov ble dekket. Både Operaen og Munch ville ha en helhetlig løsning. Reiselivsbransjene som har gitt innspill har også vært delt, og som Lunde trakk frem i intervju (Lunde, Visit Oslo, 2018), han la dette i hendene på Plan- og bygningsetaten og at de måtte se dette helhetlig. De to andre aktørene tilknyttet Reiselivsaktører var for alternativ 1.

5.6 Bilfritt Byliv

Prosjektet Bilfritt Byliv ble presentert i **kapittel 3**, jeg vil derfor gå rett på innspillene knyttet til turistbussene i planområdet. Planprogrammet omfatter flere ulike aspekter, men lite knyttet til turistnæringen, derfor har innspillene fra reiselivet vært mange. I planprogrammet til Oslo Kommune (2018b) står det under «turistbusser» at det er ønskelig at turister kommer til sentrum, blant annet for å oppleve det bilfrie bylivet. Det nevnes det store antall busser som benytter seg av området i dag, og at det til tider kan oppleves som skjemmende for bylivet og næring. Videre står det at det skal legges til rette for holdeplasser for av- og påstigning, men bussene må parkere utenfor sentrum. I den forbindelse pekes det på det gode kollektivnettet, bsyklene og fjordbåtene og at det må kommuniseres til de tilreisende. De to variantene kan sees i Figur 14 under.

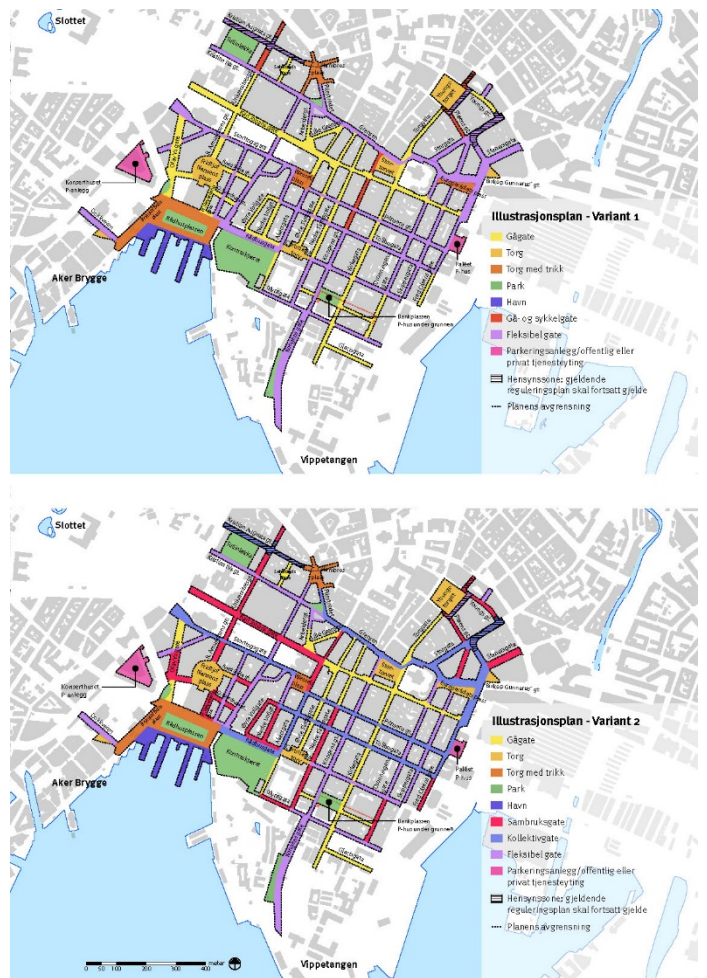
5.6.1 Høringsinnspill

Innspillene som kom i tidlig i høringsfasen er samlet i dokumentet *Høringsmerknader* av Oslo Kommune (2018c), i tillegg er innspill som er kommet i ettertid referert til enkeltvis. Denne saken skiller seg fra løsningen ved Munch, hvor «alle» for så vidt skal uttale seg om turistbussene. I denne høringen merker man at interessen for å uttale seg komme fra de med interesse i reiselivsnæringen, med noen unntak.

Oslo Havn KF er et offentlig selskap, og mener turbussene er en vesentlig del av havnas virksomhet og byens turistnæring, dette mener de burde utredes ytterligere. Et galleri i Kvadraturen reagerer på at tilrettelegging for bussene gjør at området oppleves som et turiststed (Oslo Kommune, 2018c).

Tre Osloguider på privat initiativ har kommet med en uttalelse hvor de etterlyser reiseliv og turisme i planprogrammet. De peker på bransjens transportbehov innenfor ring 1. De er ikke negative til planprogrammet, men mener antall gågater foreslått bør reduseres og i stedet forsterke de eksisterende. Det er et ønske om åpne gater hvor turistbussene kan kjøre, og at det må være en relevant rute. De ønsker erkjennelse av hvor viktig reiselivet er, også i hovedstaden og oppfordrer kommunen til å utarbeide sin egen reiselivsstrategi. Det nevnes også at pilotprosjektene som ble igangsatt sommeren 2017 kom brått på bransjen, kort tid før høysesongen. Det etterlyses bedre medvirkning med sentrale aktører i den forbindelse. Problematikken om at sjåfører ofte blir kjørende rundt og lete etter plass blir også nevnt (Oslo Kommune, 2018c).

Ulike reiselivsaktører og organisasjoner har også uttalt seg NHO Transport (2018c) (også intervjuet), her pekes det på at arbeidet med planprogrammet har vært ryddig og at informasjonen har vært bra. Det bilfrie Byliv har også hatt positiv virkning for bussbransjen da trafikkflyten har vært bedret. Det etterspørres større forutsigbarhet med tanke på langsiktig



Figur 14 Illustrasjonsplan variant 1 og 2 Oslo Kommune 2017

planlegging. Anser det som urovekkende at turistbussene sidestilles med privatbilismen. Ønsker variant 2 og flerbruksgater. Peker på at den gjennomsnittlige kunden som bruker turistbuss ofte kommer fra cruisebåt eller består av eldre mennesker med mål om å se så mye på kortest mulige tid. Dårlige av- og påstigningsplasser vil kunne få virkninger inn mot hvor cruiseturismen velger å dra. Det ønskes også gode muligheter langs det nye Nasjonalmuseet.

Oslo Guideforening (2018) kom med en uttalelse før sommeren 2018, hvor de påpekte på utfordringene som oppsto ved endringene før sesongen året før. Det etterspørres planer for å muliggjør guidede turer rundt om i byen og at omdømmet ivaretas. Det trekkes inn at Oslo har en ambisjon om å være en turistdestinasjon og at Lonely Planet anbefaler Oslo. Trekker frem at det grønne skiftet må skje i takt med utviklingen av gode transportmuligheter, og at disse både kan være i bygatene men også på fjorden.

Tumlare Corporation AS (2018) (også intervjuet) svarer på det som er lagt frem i planprogrammet om at Oslo gode kollektivtilbud med mer, og forklarer det med hvem som bruker turistbussene. Dette trekkes frem som ideelt for de yngre turistene, som passer bedre deres reisestil og budsjett. Rosenkrantz sees også på som den beste løsningen, med det planforslaget som foreligger, mener Tumlare begrunnet med avstanden til attraksjoner.

I et samlet innspill har ulike reiselivsoperatører kommet med en tilbakemelding. Oslo Guidebureau AS et.al (2018) trekker frem at mange av turistene som legger igjen penger er det godt voksne menneskene, og de er ikke vant til å gå. Peker på god tilgjengelighet også for de med gåstoler og rullestoler. God tilgjengelighet rundt attraksjonene gjør at flere kan nyte godt av verdiskapningen, argumenterer de for, og at Oslo bør vise vei med gode løsninger. De peker også på at de har brukere som benytter seg av kollektivtrafikken med leiet guide, men at i noen tilfeller er det også her for store avstander mellom stoppene. De reagerer også på det de mener er tvilsom klimaeffekt når bussene blir kjørende på tomgang, da de ikke finner plass eller blir kjørende mellom sentrum og Filipstad. Den tradisjonelle måten med å guide fra bussen er blitt begrenset grunnet endringene i gatenettet.

Sporveismuseet legger frem et alternativ til den tradisjonelle måten å guide på, de legger nemlig frem en mulighet med bruk av gamle trikker til bruk som turisttrikk. Her viser de til historiske trikkelinjer i Kvadraturen, og med flere bilfrie området må man se på nye muligheter og nye premisshavere for sentrum. De viser også til byene San Fransisco, Stockholm og Gøteborg, hvor veterantrikker er å se i bybildet daglig. De foreslår også en rute

basert på eksisterende spor og gamle ruter, samtidig peker de på at dette vil være en ren turisttrikk i motsetning til Fjordtrikken (Oslo Kommune, 2018c).

Tabell 6 Høringsinnspill for Bilifritt Byliv

Oslo Havn KF	Peker på hvor viktig næringen er for havnas virksomhet
Galleri	Området virker som et turiststed
Osloguider – privatinitiativ	Peker på viktigheten av å la bussene ha tilgjengelig og relevante veier åpne.
NHO Transport	Tiltaket har hatt positivt virkninger, men etterlyser langsiktig planlegging og viser til hvem som bruker turbussene.
Oslo Guideforening	Peker på langsiktige løsninger, Oslos omdømme og ambisjoner som turistdestinasjon, i tillegg må det grønne skje i takt med transportløsninger.
Tumlare Corporation AS	Svarer på planprogrammets fremlegging av turistbussene, med hvem som bruker det, løsninger med mer. Peker på at løsninger ikke er tilpasset disse turistene.
Oslo Guidebureau	Peker på tilgjengelighet for alle typer turister, og at å guide fra buss er blitt begrenset, og spør om effekten av at bussene kjører frem og tilbake fra Filipstad og sentrum er en god løsning.
Sporveien/Sporveismuseet	Forslår en turisttrikk i Oslo sentrum

5.6.2 Hørings svar

I Plan- og bygningsetatens svar til flere av innspillene legger de ved at:

«Områdereguleringen skal utarbeides som en overordnet og langsiktig plan, samt være fleksibel, enkel og gi et godt juridisk grunnlag for saksbehandling og gjennomføring av tiltak for økt byliv»(Oslo Kommune, 2018c , s, 10)

I forbindelse med turistbussene trekker de frem at dette er noe kommunen ved Bymiljøetaten arbeider med, og at planen er for alle:

«Planen skal sikre infrastruktur som ivaretar tilgjengelighet for kunder, besøkende, ta hensyn til varelevering og service- og tjenesteytere og organisert næringsrelatert kjøring, også under anleggsfasen» (Oslo Kommune, 2018c ,s , 27).

Dette er to av de mest gjennomgående kommentarene til de som har kommet med innspill knyttet til turistbussene, i tillegg nevnes det at områderegulering sammen med bylivstiltakene som gjennomføres skal glede både for befolkning og besøkende (Oslo Kommune, 2018c).

5.6.3 Oppsummering

I høringsinnspillene til Bilfritt Byliv var det opplagte grunner større variasjon i henhold tilbakemeldinger. Denne saken er ikke like «konkret» som parkeringsløsningen ved Munch. De som har gitt tilbakemeldinger knyttet til turismen har generelt vært bekymret for hvordan det blir å drive reiseliv med bruk av buss i området. Tilbakemeldingen er mer informative i den grad at de forklarer hvorfor grepene vil påvirke reiselivet og igjen hvordan dette vil kunne få konsekvenser. Også her pekes det på langsiktige løsninger knyttet til turistbussene og reiselivet. En privatperson som driver et galleri i planområdet var derimot bekymret for turistbussutviklingen i området og mente at det hele kunne oppleves som et turiststed. Sporveismuseet forslo en ny mulighet med bruk av gamle trikker. Her er det usikkerhetsmoment om hvordan de ulike variantene og hva slags innvirkning det har på fremkommeligheten for turistbusser i området, og frykten for å måtte kjøre ned i tunnel med sightseeinggrupper er blant annet noe det som bekymrer bransjen. Det stilles spørsmål med forståelsen av turistbransjen i lys av uttalelsene i planprogrammet.

5.7 Intervju

Spørsmålene er strukturert opp slik at først snakker vi om det generelle og samarbeidet med kommunen/planetater i dag, i tur og orden. Videre er det stilt spørsmål om turistbussene, samt spørsmål om steds- og destinasjonsutvikling, her vil spørsmålene og svarene variere litt mer og teksten er derfor sammensatt på annerledes måte.

Rollen til din arbeidsgiver i reiselivet

De intervjuede ble først bedt om å forklare litt om hvordan deres arbeidsgivers rolle er i reiselivet. De har for så vidt samme interessefelt i noen saker, men nedslagsfeltet varierer også.

Visit Oslo

Har en stor rolle i reiselivet, det er non-profit organisasjon eid av næringslivet, denne står på fem ben: hotell, transport, mat og drikke, museum og nylig også eiendom. Mye av Visit Oslos tid er viet til markedsføring involvert sine ulike aktører. Hovedoppdraget til Visit Oslo er å få flere besøkende til Oslo, og da er det viktig at de blir fornøyde med det produktet som tilbys og at de legger igjen penger. Der har de også en direkte rolle ved at de forvalter turistinformasjonen ved Østbanehallen og er viktig produkt som tilbys i denne sammenhengen.

Basert på den store rollen Visit Oslo har i reiselivet ble Lunde spurt om han oppfatter at deres uttalelser ofte har stor slagkraft. Noe Lunde oppfattet de hadde, Visit Oslo uttalelser fikk ofte stor oppmerksomhet, ettersom de kan oppfattes som et slags talerør for sine medlemmer. Derimot påpeker han strukturen i organisasjonen er ikke slik at vi setter noen lovnader til hver enkelt bedrift eller aktør. Visit Oslo skal hjelpe alle, i den forstand at de skal få flere besøkende til Oslo, så må man sammen utnytte disse godene det medfører.

NHO Transport

NHO Transport er en arbeidsgiver og bransjeorganisasjon innenfor transportsektoren, hvor de blant omfatter turbussbransjen. Det er her de representeres i reiselivet, hvor endringer som påvirker denne bransjen vil være av interesse. Fysiske endringer som endring av gater og parkering, men også endringen av drosjeløyver som nå er på høring. Dette sier Jystad kan få en stor virkning ettersom det er sannsynlig at flere vil satse på "tur".

Tumlare

Tumlare er en incoming operatør, som organiserer turer rettet mot utenlandske turister. Hovedsakelig er det snakk om gruppereiser, serieturer og ad-hoc reiser. De fungerer som et bindeledd som «overvåker» gjestene når de er i Norge, det gjør at de skal sette seg inn i utviklingen og nye ting på ulike steder. Det betyr også å håndtere ting på sparket, for eksempel stengte veier eller flom. De fleste av deres gjester har et 3-4 dagers opphold i Norge, Oslo er ofte første og siste stopp.

Hvordan oppleves samarbeidet med kommunen i dag?

De tre intervjuede har forskjellig rolle tilknyttet kommunen, på den ene siden har vi Visit Oslo som har et direkte samarbeid gjennom profileringsstrategien, mens på den andre har

NHO og Tumlare en rolle som kan forstås som litt mer reaktiv i henhold til at de sier ifra hvis de berøres negativt eller eventuelt komme med kompetanse i saker hvor det er oppstått misoppfatninger.

Visit Oslo

Lunde opplever i dag samarbeidet som positivt og at byrådet virker imøtekommende til deres rolle. Visit Oslo er også en sentral aktør i Osloregionen profileringsstrategi, som per nå er det nærmeste kommunen kommer reiselivsstrategi. Gjennom anbud har Visit Oslo fått tildelt økonomiske støtte til å gjennomføre prosjekter i Osloregionen, generelt oppleves det som en det er en stor dyktighet i byrådet og i bunn grunn vil Visit Oslo det samme som kommunen på mange områder, i form av trivsel og verdiskapning knyttet til de besøkende i byen.

NHO Transport

NHO Transport med sin mer indirekte rolle prøver å påvirke der de berøres. Mye av dette kan for dem rettes mot Ruter, i tillegg har de en lokal avdeling som kan ta seg av dette. Kampen om arealene som nå foregår, hvor ulike prioriteringer foregår og hvor spesielt privatbilismen skal ut, i tråd med hva Byrådet ønsker seg, er det vår rolle å informere om hvordan turbussene opererer, sier han

Tumlare

Opplever utviklingen som positivt, utfordringene som byrådet muligens ikke helt oppfattet at deres planer ville påvirke de ulike næringene i så stor grad, gjorde at Tumlare tok kontakt med Bymiljøetaten. I en bekymring for at det ble vanskelig å drive med turister i Oslo, påpeker Sakshaug at Visit Oslo fikk samlet en samarbeidsgruppe med Bymiljøetaten.

Hvordan er samarbeidet med planetatene?

Samarbeidet med kommunen viser, ikke overraskende nok, at samarbeidet er størst med de enkelte etatene om enkeltsaker. Dette har i størst grad vært bymiljøetaten i henhold til turistbussene, i tillegg har Visit Oslo vært en del av Levende Oslo som er en styringsgruppe tilknyttet Bilfritt Byliv. Alle aktørene er direkte involvert i samarbeidet om løsningen for turistbussene før sommeren 2018, dette var på bakgrunn av stengingen Fridtjof Nansens plass. Alle var enige om at denne plassen funket, men likevel ikke nødvendigvis helt ideell. Samarbeidet med de ulike etatene er hovedsakelig med bymiljøetaten, da det kan ha med arbeidsområder å gjøre. Dette ble også nevnt i Jervan et al. (2011) hvor flere av respondentene påpekte at de lovpålagte oppgavene utgjør en begrensning for kommunen, da de ikke alltid har økonomi og ressurser til å kunne gjennomføre oppgaver utover dette.

Visit Oslo

Visit Oslo er representert i styringsgruppen Levende Oslo, et fora med næring og kommunale aktører, dette er i forbindelse med Bilfritt Byliv. Utenom denne gruppen var også Visit Oslo en av pådriverne for at det ble satt sammen en gruppe for å løse turistbussløsningen i Oslo sentrum før sommeren. Her sier Lunde at stengingen av slik plass kunne ikke Bymiljøetaten jobbe med alene, og tok med det kontakt. «de har jo egentlig bare oppgave å fullføre det politikerne har bestemt», Bymiljøetaten skal vært svært glad for initiativet ifølge Lunde. Det ble satt sammen ulike aktører tilknyttet turistbussbransjen, hvor de i sammen med Bymiljøetaten, skulle finne frem til en løsning. Dette ble Rosenkrantz gate, hvor det ble tilrettelagt for turistbusser gjennom en drop-off sone, hvor det også ble fjernet parkeringsplasser for andre kjøretøy. I tillegg ble det leid en plass til venting på Filipstad. I en gjennomgang av denne løsningen, kom de frem til at løsningen var ikke helt optimal, men klagende var få og samarbeidet ble opplevd som bra. I henhold til Plan- og bygningsetaten er samarbeidet vanskeligere, det er mer begrenset til høringene, som alle andre. Her har de ikke den samme direkte kontakten som med bymiljøetaten.

NHO Transport

Opplever samarbeidet her som positivt, Bymiljøetaten har aktivt begynt å gjøre arbeid med turbussene. Det er også her samarbeidet virker tettest, da to av deres medlemmer var delaktig i en arbeidsgruppe med hensikt å sikre en parkeringsløsning for turistbussene. Arbeidet Bymiljøetaten gjør med dette oppleves som proaktivt.

Tumlare

Dette har blitt bedre i forbindelse med samarbeidsgruppen med Bymiljøetaten som var en viktig arena for dem. Reiselivet var et ukjent terreng for etaten, men utvekslingen av kompetansen var viktig og forståelsen av reiselivet økte. Det ble opplevd som det er en positiv utvikling. Det er hovedsakelig Bymiljøetaten de har kontakt med, men kanskje Plan- og bygningsetatens avgjørelser som påvirker dem mest, i henhold til fjerning av plasser og hva de godkjenner av utbygging mente Sakshaug. Gehøret om hvem de fikk gjennomslag mente hun var synlig, i henhold til det å kunne gjennomføre sightseeing i buss i Oslo.

Hvordan oppfatter du kompetansen om reiselivet fra planetater, og hva kan forberedes?

Igjen var dette noe Jervan et al. (2011) så på i sin case-analyse, hvor kompetansen ble oppfattet ulikt mellom de ulike aktørene i spørreundersøkelsen. Den varierende oppfattelsen kunne også være mellom sted til sted. Jeg opplever det intervjuede som at de har delte

meninger her, men både Visit Oslo og NHO Transport påpekte i den forstand at det er viktig med møtearenaer for å dele kompetanse.

Visit Oslo

Erfaringsmessig er de ydmyke i henhold at de spør reiselivet om det de er gode på. Skulle gjerne komme tidligere inne i prosesser og bli lyttet mer til. Det å få til et tettere samarbeid mye tidligere, som gir forutsigbarhet. Dette er det som oppleves som mest kritikkverdig mot etatene. Eksempelvis skal det tegnes nytt kart for turbussene i 2019, Lunde spør da «hva gjør vi i 2019, 2020, 2021?». I denne sammenhengen sier han videre at Visit Oslo må i den sammenheng få frem påvirkning turismen har på byen. Påvirkning mot Plan- og bygningsetaten skulle gjerne vært større.

NHO Transport

Jystad mener at kompetansen er der, men at forståelsen av hele bussvirksomhet, naturlig nok, ikke alltid er der. I den sammenheng er det viktig med møtearenaer for å utveksle kompetansen og erfaringer. Mente at høringene hvor han har deltatt har det kommet mange innspill fra reiselivsbransjen og turbussbransjen, og PBE virket overrasket hvor mange spørsmål som de har fått i forbindelse med dette rundt turistbusser og fremkommelighet herunder, og at de har blitt mer klar over problemet bransjen opplever.

Tumlare

Tror etatene hadde hatt godt av å lære litt om hvordan reiselivsbransjen som helhet fungerer. Dette på bakgrunn av de kanskje ikke forstår den generelle turistbransjen godt nok. Dette mener Sakshaug gjenspeiles i uttalelser om turister kan bruke bysykkel og så videre, noe som passer et segment turister og ikke blant annet de eldre turistene, og de som ikke nødvendigvis kan eller vil bruke disse transportmidlene.

Hva er kommunens viktigste rolle for dere?

Lunde i Visit Oslo påpeker viktigheten med den økonomiske støtten som gjør at reiselivsaktør kan videreformidle Oslo, utenom dette trekker alle frem at det å dele kunnskap og kompetanse er svært viktig. Det kan vel tolkes som at et forsterket samarbeid, Sakshaug peker på det at vi er blitt mer inkludert, men dette er som regel etter at planen foreligger. Her sier hun at det å kunne bidra tidligere vil kan gjøre at man tenker litt annerledes i planlegging.

Visit Oslo

Lunde mener at den økonomiske biten står høyt, og at de ser at den investeringen og satsingen de gjør i profileringen av Oslo er en god investering. Det at kommunen setter av ressurser som kan forvaltes av reiselivet, er en viktig del av dette, og turistinformasjonen er et eksempel på det. I tillegg at forståelsen og kunnskapen om reiselivet må høyere opp på agendaen. Dette er noe Visit Oslo har forsøkt å få i igangsatt med en egen reiselivsstrategi for Oslo Kommune, noe byen per i dag ikke har. Løfte reiselivet opp og frem, et bystyrevedtak vil bidra til dette. «Det handler om å videreutvikle kunnskapen og relasjonen gjennom kunnskap og kjennskap til hva reiselivsnæringen, som er den største voksende næringen i hele verden».

NHO Transport

Det å kunne dele kunnskap, at de lytter til innspill fra bransjen. Dette betyr også at det å tilrettelegge for gode fremkomstmuligheter og parkeringsmuligheter der det er helt nødvendig. Her oppleves det som at de gjør mye bra, blant annet i denne samarbeidsgruppen. Jystad sier at det er en forståelse for at det skjer endringer, hvor spesielt tunge kjøretøy viker for flere gående og syklende. I forbindelse må «vi» være mer «på», og være tydelige i formidlingen av at det må være noen minimum forutsetninger for at en turbuss kan operere effektivt, både som transportvirksomhet og frakt av turister i reiselivsbransjen.

Tumlare

Sakshaug mener det å benytte seg av reiselivsnæringen når man skal planlegge vil være klokt, ettersom til nå har kunnskapen om bransjen vært for dårlig. Kan man forstå dette bedre, vil man kanskje vurdere annerledes rundt enkelte ting og gjøre byen lettere for alle. Man ønsker jo et godt rykte i byen innenfor reiselivsbransjen, sier hun. De er blitt mer inkludert, men er likevel litt på etterskudd da planene allerede foreligger. Ett tilleggsspørsmål til dette var om noen kunne representert bransjen som helhet, da mente Sakshaug at bransjen er veldig flinke til å snakke hverandre opp og tenke helhetlig. Tumlare melder også at de vil gjerne påvirke den generelle delen, «Oslo som en totalpakke» og eventuelt gå i detalj i enkeltsak.

Utfordringer?

Visit Oslo

Påpekte at Oslo Kommune er Norges største arbeidsplass og at dette enorme systemet er utfordrende i henhold til kommunikasjon. Dermed er det viktig at dialogen blir forsterket, her mener han at det er på vei i riktig retning og at det tverrfaglige samarbeidet vokser. Nevnte også tidligere dette med uforutsigbarheten tilknyttet at det kommer nye endringer for turbussene fra år til år.

NHO Transport

Han nevner som tidligere at det er blitt en kamp om areal og at de fleste har interesser de vil ivareta. Opplever det som unngåelig for at det blir færre tunge kjøretøy, men at naturen i turbuss-sektoren gjør at dette kan være utfordrende. Både i forhold til brukerne som gjerne ønsker korte avstander og hvordan man tilrettelegger muligheter for fremkommelighet og parkering i nærheten av attraksjoner, i tillegg til det å unngå at bussene blir kjørende i ring. For denne bransjen så er en av de største utfordringene uforutsigbarheten og at bransjen føler seg nok litt underprioritert i denne forstand, sier Jystad.

Tumlare

Pekte på at håndteringen av 2018 hadde gått nokså smertefritt, men at befaringen de gjorde med Bymiljøetaten var viktig slik at forstå utfordringene bransjen opplever. Nevnte eksemplet med at restaurantbransjen fikk lettere tilgang til å etablere uteserveringstiltak, noe som kunne påvirke for eksempel svingradiusen for bussene. Videre mente Sakshaug at dette blir jo gjort i beste hensikt, og at det svært vanskelig å tenke på alle utfordringer, men at det derfor denne samarbeidsgruppen er viktig slik at vi får frem ting de ikke nødvendigvis tenker på. Hun trekker også det som er nevnt i Jacobsen (2014b) med at bransjen har ytterpunkter med de som gjør alt selv, og de som benytter seg av aktører som Tumlare hvor alt tilrettelegges.

Turbussene

Videre er intervjuene strukturert mer sammenhengende.

En viktig rolle for turistbussene er den mengden mennesker de frakter fra a til å, spesielt om sommersesongen (Jystad, NHO Transport, 2018, Sakshaug, Tumlare 2018). Videre mener de begge at det er verdiskapningen dette medfører som viser hvor viktig rolle den har. Slik det er nå er man helt avhengig av buss, uten denne vil Oslo som reisemål svekkes, den er essensiell for Oslo som destinasjon (Jystad, NHO Transport, 2018). Sakshaug peker også på at bussen er et viktig ledd mellom by og land (Tumlare, 2018). Det er også et viktig verktøy i pakkereisene, hvor turistbussene representerer en trygghet i form av guide med samme språk, som ofte for eldre mennesker kan være viktig, i tillegg til at de blir geleidet dit dem skal til de riktige tidspunktene (Sakshaug, Tumlare, 2018).

Selv om fokuset på kulturturismen og storbyturismen øker i Norge, foregår likevel mange turer i en rundreise hvor man besøker flere steder enn bare Oslo. I forbindelse med det påpeker Sakshaug at det er ikke sånn de bare sitter i bussen en hel tur, noen kombinerer det også med eksempelvis Flåmbanen (Sakshaug, Tumlare, 2018). Jystad påpeker at informasjon

er viktig å formidle til de som driver med buss, det å kommunisere ut dette til utenlandske sjåførere kan være vanskeligere både før de kommer til landet, men også på stedet. Norske aktører har de siste årene mistet oppdrag til utenlandske lavprisaktører, og da blir kommunikasjonen enda viktigere. Utenlandske driver oftest rundturer i Norge, mens norske aktører ofte står for sightseeing hvis det kun er lokalt i byen (NHO Transport, 2018)

Turbussene og buss er et vanlig syn i bybildet, både i Oslo og resten av Europa (Sakhaug, Tumlare, 2018), men det blir vanskeligere å drive turbuss i byen (Jystad, NHO Transport, 2018) og bytrenden med en sentrumskerne uten kjøretøy vil bare forsterkes (Lunde, Visit Oslo, 2018). Derimot er det viktig å ikke glemme turistbussene i denne sammenhengen, men Lunde spør retorisk om bransjen kanskje må tenke nytt? (Lunde, Visit Oslo, 2018). Lunde trekker frem at Visit Oslo ikke har vært så bastant i forhold til bussløsningen ved Munchmuseet, mener det å snakke om antall bussplasser er å starte i feil ende. I stedet må vi se på det i et større perspektiv. Peger videre på at reiselivsnæringen ofte kan tenke litt snevert i denne sammenhengen og må bli flinkere til å se på den helhetlige strukturen. For å kunne vokse så mye som bransjen gjør, må man tenke annerledes (Lunde, Visit Oslo, 2018). Lunde mener at isolert sett så trenger Munch mer enn de 3-5 plassene som det har vært snakk om, men spør retorisk «hva er drømmesituasjonen».

Steds- og destinasjonsutvikling

Lunde i Visit Oslo ble spurt om de hadde vært involvert i noen grad i utviklingen av de store attraksjonene i Fjordbyen, noe han sa de ikke hadde vært, men samtidig ikke nødvendigvis noe de trenger å mene noe om, da det ofte kan gå på beliggenhet. Derimot at når dette er blitt besluttet, «hva kan Visit Oslos bidrag være her», blant annet være med på å realisere de nye besøkstallene fra ca 200 000 opp til 500 000 besøkende i året. Visit Oslo kan være med på å skape «buzz» og få frem kunnskap og kjennskap om Munch, «det er nok mer innenfor de områdene vi føler vi kan ta for oss i forhold til vår strategi» (Lunde, Visit Oslo, 2018). Lunde fikk et oppfølgingsspørsmål angående Fotografihuset, og da mente han beliggenheten er ideell og at de korte avstandene mellom museene er noe alle tjener på.

Alle snakker om det forventede antall besøkende til nye viktige institusjonene, og at med det må det komme gode løsninger. Jystad nevner både Nasjonalmuseet og Munch og at de trengs gode løsninger i nærheten, og at bransjen kan ikke få alt, men man må finne handlingsrommet for å kunne finne de gode løsningene, både på destinasjonen og i forbindelse med parkering utenfor planområdet (NHO Transport, 2018) Med tanke på hvor store attraksjonen, Munch og

Operaen, er og kan bli, er det nok i det minste laget med de plassene avsatt mener Sakshaug (Tumlare, 2018).

Sakshaug sier det ikke må være rett under inngangspartiet, men det må være i nærheten. Hvis man ønsker besøkende og at de skal oppleve attraksjoner må dette tilrettelegges (Sakshaug, Tumlare, 2018). Noe Lunde også peker på, at Kommunen eier Munch, så de ønsker jo besøkende ellers hadde det jo vært gratis å komme inn (Visit Oslo, 2018). Det å vurdere om det skal stå busser parkert i nærheten eller om de skal kjøre rundt, som ofte skjer stiller Sakshaug spørsmål ved. I tillegg påpeker hun at problemet ofte er det at bransjen er lagt opp slik at de fleste som kommer med operatører ofte kommer samtidig og at det med dannes flaskehals (Sakshaug, Tumlare, 2018).

Lunde etterspør større bruk av «fjordveien» som kan skape en bedre totalopplevelse, både for de som bor og besøker byen. Samtidig må man tilrettelegge for de turistene som er dårligere til bens og finne nye løsninger som kan også blidgjøre de som ikke er så vant til å gå, dette mener han ligger mer i hendene til reiselivsbransjen selv. I den sammenheng er det likevel viktig at politikerne legger til rette for at dette kan gjennomføres. «Vi ønsker også byutvikling, men da må de også tilrettelegge for det». Til slutt nevner han i henhold til løsningen på Munch, så har han tillitt til Plan- og bygningsetaten til å se helheten, og peker på hvem som faktisk eier bygget. (Lunde, Visit Oslo, 2018).

Tabell 7 Intervju

	<i>Visit Oslo</i>	<i>NHO Transport</i>	<i>Tumlare</i>
Generelt			
Rollen	Stor rolle, dekker mange aktører i næringslivet	Stor rolle innen transportbransjen	Incoming operatør som organiserer turer for utenlandske turister.
Opplevelse av samarbeidet med kommunen i dag?	Opplevs som positivt	Indirekte rolle, ofte går samarbeidet mot Ruter	Utviklingen er positiv
Samarbeidet med planetatene?	Alle har hatt samarbeid med Bymiljøetaten og opplever en positiv		

	utvikling. Plan- og bygningsetaten er mer ukjent terreng.		
Planetaters kompetanse om reiselivet?	De viser ydmyket. Mangler litt på forutsigbarhet	Kompetansen er der, men å forstå hele bussvirksomheten (*) er vanskelig naturlig nok *Svaret her ble rettet mot bussbransjen og dens rolle i reiselivet.	Lav kompetanse om den generelle turistbransjen
Kommunenes viktigste rolle for dere	Økonomisk støtte og investering i reiselivet. Dele kunnskap.	Tilrettelegging og dele kunnskap	Høyere forståelse av bransjen gjennom inkludering
Utfordringer?	Uforutsigbarhet og dårlig dialog	Kamp om arealer. Uforutsigbarhet for denne bransjen (buss)	Bymiljøetatens befaringer med bransjen gjorde at de fikk se utfordringene deres. Samarbeid er viktig å opprettholde for å unngå utfordringer.
Turbuss			
Rolle	Viktig å huske på, men bransjen må kanskje nytt og finne nye løsninger. Bilfrie sentrum forsterkes	Frakte mennesker. Verdiskapende	Frakte mennesker. Verdiskapene. Bindeledd mellom steder. Trygghet. Vanlig syn i bybildet
Bussens fremtid?		Blir vanskeligere å drive buss	

Steds- og destinasjonsutvikling			
Sammenfatning:	Være med å skape «buzz» rundt museene. Finne nye løsninger for besøkende og de som bor i byen. Tilrettelegging for en slik utvikling	Finne handlingsrommet og gode løsninger.	Må tilrettelegge hvis man ønsker besøkende.

Kapittel 6, Analyse og oppsummerende diskusjon

I dette kapitlet skal jeg diskutere empirien og teorien presentert i oppgaven. Dette benytter jeg til å svare på forskningsspørsmålene, og sammen skal dette utgjøre et belegg til å kunne svare og konkludere på problemstilling i neste kapittel.

6.1 Likeartede perspektiver: Steds- og destinasjonsutvikling

To perspektiver – samme mål?

Sletvold (1999) mente at *perspektivene* hadde sine likhetstrekk, noe Viken (2016) også poengterte. På den ene siden har du destinasjonsutvikling, som er tilrettelagt for besøkende, gjennom fasiliteter og konstruksjoner, mens på den andre siden har du den mer helhetlige utviklingen av et sted som Aasbrenn påpekte (1989, i Sletvold, 1999). Poengene i teorien var at det er vanskelig å skille på perspektivene i enkelte tilfeller.

Dette henger sammen med det Sletvold (1999) omtaler som *hovedperson* eller *hovedaktør* i steds- og destinasjonsutviklingen. Dette trakk Innovasjon Norge (udatert) frem i sin *Håndbok for reisemålsutvikling*, hvor de påpeker at involvering til reiselivet i steds- og destinasjonsutviklingen vil variere fra sted til sted. Dette konkluderte Kobro et al. (2013) med i sin forskning, at hvert sted har forskjellige behov som må styres gjennom arealplanlegging for å skape langsiktige planer.

Regjeringens nylige stortingsmelding om reiselivet pekte på at hvis reiselivsnæringen skal vokse må det integreres i de lokale og regionale utviklingsprosessene. De pekte på at rollen til kommunen var sentral, men samtidig at å se reiselivsutviklingen i sammenhengen med den lokale samfunnsutviklingen er viktig for å vurdere de ulike interessene rundt arealbruken

(Meld. St. nr 19 (2016-2017)). Jystad nevnte dette i sammenheng med at det er mange som har arealinteresser de vil ivareta i byutviklingen (NHO Transport, 2018).

Innovasjon Norge (udatert) pekte på at planlegging og reiseliv har et gjensidig påvirkningsforhold. Kobro et al. (2013) konkluderte i sin rapport at det er vanskelig å kombinere samfunnsutvikling med reiselivsutviklingen, men likevel at utfordringer lettere oppstår uten helhetlig planlegging. De mente at selv om en ikke har like oppfatninger vil en kombinerings likevel være gunstig på noen områder.

I intervjuene pekte respondentene på at når man utvikler attraksjoner med et mål med antall besøkende er det viktige å finne gode løsninger. Det ble også nevnt at bransjen ikke kan få alt, men at de må finne handlingsrommet for å kunne finne gode løsninger. Lunde etterspurte nye løsninger som kan gi en bedre totalopplevelse for både lokalbefolkning og besøkende, for de ønsket også byutvikling, men hvis dette skal skje må det tilrettelegges.

6.1.2 Fremvekst og satsing på kultur

Fremveksten og satsingen på den kulturledete byutviklingen vi har sett i Oslo, med et klart fokus på å tiltrekke mennesker til Fjordbyen gjennom bruk av attraksjoner, har fått sine innvirkninger. I tilfeller som Bjørvika, har dette endret hele områdets karakter fra det som tidligere var et havneområde til det som nå blir omtalt som *Fjordbyen*. Jeg har presentert hvordan en kulturbasert byutvikling blir brukt som et ledd i imagerestruktureringen av Oslo med «Fjordbyen» i spissen. Det har blitt en økt satsing for å utnytte det norske reiselivet bedre, som per nå er mer naturbasert. Oslo skal skille seg fra den *norske* merkevaren med troll, fjord og fjell. Nå er det nemlig Munch og norsk kultur som tas i bruk for å spre sesongen utover hele året. Gran et al. (2012) mente i sin rapport at Oslo hadde det som trengtes for å lykkes, men disse egenskapene ikke ble gjenspeilet i hvordan byen ble frontet. Dette ble også tatt opp i det som er Osloregionens internasjonale profileringsstrategi. Dokumentstudiet viste at kultursatsingen og fokuset på storbyturisme er strategier som har nådd regjeringsnivå, noe også Lunde nevnte i intervju (Visit Oslo, 2018), med blant *Samråd for kultur og reiseliv* som nyeste tilskudd i denne satsingen.

Bergsli (2015) pekte på at suksessen med Operaen førte til at det ble et ønske om å lokalisere flere kulturinstitusjoner til området. Ut i fra definisjonen til Jacobsen (2014c) kan utbyggingen i Bjørvika også kalles for en klynge med attraksjoner. Munchmuseet ble omtalt som et viktig tilskudd for Oslo som en «kompakt kulturby» (Kulturbyggene, udatert). Dette

samsvarer med det Swarbrooke (2002) presenterte, om hvordan en attraksjon vokser og vokser. Denne klyngeutviklingen kom til livs underveis når denne oppgaven ble skrevet, da også Fotografihuset fikk plass ytterst på sukkerbiten. Steg 3 i figuren til Swarbrooke, viser hvordan nye attraksjoner oppstår for å appellere til det samme markedet og i mellom disse finner vi fasiliteter rettet mot turistene. Lundes (Visit Oslo, 2018) kommentar til Fotografihusets beliggenhet bekrefter dette, han mente at de ville kunne nå ut til de samme gjestene, og da hovedsakelig basert på den korte avstanden mellom dem.

6.1.3 Betraktning: Kultur i steds- og destinasjonsutviklingen

Ser vi på den kulturledete byutviklingen og formålene bak planene i Bjørvika og Fjordbyen er det å skille mellom steds- og destinasjonsutvikling, ut ifra definisjonene og empirien presentert i oppgaven vanskelig. En ser at kultur er blitt brukt som verktøy både for å nå ut til lokalbefolkning og besøkende, samt næring. I Kulturoppfølgingsprogrammet (KOP) til Bjørvika ble kultur omtalt som et virkemiddel som øker i byutviklingen. Her ble kultur rettet mot tre grupper: lokalbefolkning, næringsliv og besøkende. Et kulturelt image kunne skape gode ringvirkninger på lokalbefolkningen, dette ble også nevnt i KOP. I kommuneplanen *smart, trygg og grønn* ble det trukket frem at Oslo skal få tak i høyutdannet arbeidskraft, noe som også innebærer å tilrettelegge for kultur for å øke denne attraktiviteten i Oslo.

Kultur er en av de viktigste årsakene til at folk bruker Fjordbyen, men som undersøkelsen til Plan- og bygningsetaten viste var det innbyggere hovedsakelig fra Oslo vest og høyutdannede som benyttet seg av kulturtilbudene. Dokumentanalysen viste også at hvem man ønsker skal besøke steder, bør sees sammen med hvem man ønsker bosetter seg. Gran et al. (2012) trakk frem at det er nettopp det høyutdannede som benytter seg mest av kulturtilbud. Viken (2016) mente at hvis alt skal være *lokalt*, så vil reiselivet stagnere. De lokale behovene trenger ikke nødvendigvis å skille seg fra turistenes behov, for som Kobro et al. (2013) poengterte, så kunne for eksempel ulike aldersgrupper ha lik oppfatning av hva de ønsker seg på et sted. På en måte har jo Oslo lyktes med å oppnå dette langs Fjordbyen, men så kan man spørre seg om en gruppe mennesker med bedre forutsetninger er «målet»?

Ser vi også på hvordan attraksjoner tiltrekker seg fasiliteter, så kan man også spørre når en slik utvikling stopper, og om det er en ønsket utvikling? Figur 15 illustrerer Swarbrookes modell i Bjørvika, og vi må huske at dette er bare én del av Oslo Sentrum.

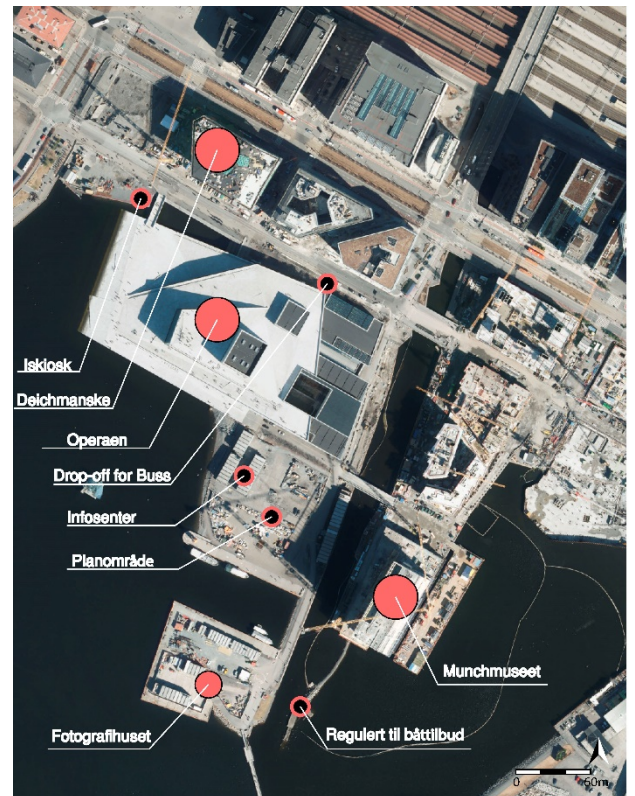
Jeg tror derimot det handler om hva slags fasiliteter man etablerer, for disse museene og attraksjonene benyttes jo også av lokalbefolkning. Dette er også en viktig betraktning i henhold til ulike transporttilbud. Det er også poengtert i KOP om hvordan kultur skal nå ut til ulike grupper. Munchmuseet beskriver seg også som «mer enn bare et museum», hvor det legges opp til flere aktiviteter utover det å ha kunstutstillinger.

I plansaken ved Munchmuseet, ser vi at det er uenighet blant ulike aktører for hva som er best for området med tanke på turismen, for både parkeringsplass og park kan være viktige elementer for ulike typer besøkende. På en annen siden er det stor enighet blant innspillene om at park er det ideelle alternativet for lokalområdet og lokalbefolkningen.

6.2 Transport

I dokumentanalysen presenterte jeg føringene som foreligger transportsektoren i turistbransjen. Her ser vi at det legges opp til at «alle» skal ha nytte av godene som den generelle utbygging av infrastruktur gir. Hvor det skal fremmes et lavutslippssamfunn og bruk av mer miljøvennlig transport. Dette pekte bransjen også på selv, at den satsingen på standard- og kapasitetsoppgradering er viktig for reiselivet. Det ble i teorien trukket frem at hvordan turister kommer seg til attraksjoner og hvilke valg man har i forbindelse med dette er en viktig del av turismen. For turister som besøker hovedstaden betyr dette et større fokus på kollektiv, sykkel og gange.

NHO Reiseliv (2017b) fremmet viktigheten med å integrere reiselivet i samferdselspolitikken på de ulike styringsnivåene, for å forstå betydningen av transport i reiselivet bedre. Dette er noe jeg har trukket inn flere ganger i oppgaven, som også Lew & McKercher (2006)



Figur 15 Egen, Kulturattraksjoner og fasiliteter. Basert på Swarbrookes modell

vektlegger, at det å forstå hvordan og hvorfor turister reiser har en stor påvirkning på infrastruktur, utvikling og planlegging knyttet til transport og areal.

6.2.1 Reisemønster

En viktig del av det Lew og McKercher peker på, er de romlige reisemønstrene. Mønstrene som ble presentert handler mye om til og fra steder, og som både dokumentanalysen og de intervjuede pekte på, så er det fleste som bruker turistbuss innom andre land enn Norge og andre regioner enn Oslo. Oslo ble også nevnt som første og siste stopp på reisen når man reiste rundt i Norge. Sakshaug (Tumlare, 2018) trakk frem turistbussen som et bindeledd mellom by og land. Videre sa hun at turistene blir jo ikke i bussen hele turen – noen kombinerer det også med andre fremkomstmidler i løpet av reisen. Derimot, ser en at både de norske og utenlandske turister har bil som viktigste transportmiddel.

I stortingsmeldingen ble stordata trukket inn som en løsning for å forstå reisemønster og reisevalg bedre. Dette skal gi planleggere et godt grunnlag i planleggingen, mener regjeringen. Et viktig poeng her er som Jacobsen & Viken (2014) poengterte, reiselivets utvikling gjør det vanskelig å definere samtidspromblemene og med det vite hvorfor folk velger ulike ting i forbindelse med reiser.

6.2.2 Reisevalg

Ser vi på Tabell 1 til Lew og McKercher ser vi at det er mange faktorer som kan virke inn på valg av destinasjon, transportmiddel og så videre. Dette ble nevnt i forbindelse med høringen til Bilfritt Byliv, at kollektiv, gange og sykkel ikke er tilpasset alle reisende. Dette var noe som ble nevnt i bakgrunnsinformasjonen om turistnæringen, hvordan noen organiserer reisen helt selv og benytter seg mer av disse løsningene, mens noen benytter seg av tjenester hvor alt er ordnet for dem. I intervju ble det utdypet av Sakshaug (Tumlare, 2018), at dette hang sammen med at planetatene ikke forsto den generelle turistbransjen godt nok. De utenlandske turistene benytter seg av pakkereiser og turbuss i mye større grad enn de norske. Sakshaug (Tumlare, 2018) beskrev turistbussen som en trygghet for mange av turistene, da disse ofte benyttes av eldre mennesker. Guidene som er med på tur snakker ofte samme språk, samtidig som de geleider dem videre til riktig tid. Ser vi også på hvem den typiske kulturturisten er så er det de eldre, som reiser oftere og har stor interesse av storbyen.

6.2.3 Betrachtninger: Transport og Turistbuss

Stordata nevnes som en mulighet for å kartlegge reisevaner og mønster blant turistene, for som nevnt tidlig i oppgaven, så finnes det per nå lite informasjon om turistbussene i Norge.

Mange av aktørene er utenlandske, som også gjør at man må formidle informasjon utover landegrensene. Ulike type turister har ulike type preferanser; noen drar kanskje bare mellom attraksjoner, mens andre tar avstikkere og har en helt annen tilnærming til reisen. Hva slags transportmiddel man velger å benytte vil variere mellom personer med ulike behov, fellesnevneren er at transport er sentralt for å komme seg til og fra steder og attraksjoner.

I denne sammenhengen er det viktig å forstå hva transport betyr for turismen og hva turistbussen betyr for mange reisende, og med det hva konsekvensen av omleggingen av gatenettet og fremkommeligheten kan bety. Dette ble omtalt i *Plan for turistbuss i Oslo*, og i verste fall betyr det at man legger rutene utenom Oslo sentrum, som kanskje kan få andre ringvirkninger enn hva man ønsker for Oslo sentrum. Det kom frem i intervju at det har foregått en telling av turistbussene i sommer, og det minste tallet i timen som ble nevnt var 40 busser i timen ved Rosenkrantz gate (Lunde, Visit Oslo, 2018). Dette er høye tall, som både viser at konsekvensen av å snu opp ned på ting er enorm, men samtidig får en bekreftet at det veldig mange tunge kjøretøy i et område hvor målet er å redusere trafikk og skape byliv.

Ved Munchmuseet har det spesielt vært etterlyst en helhetlig plan for løsningen for turistbuss, blant annet av Bymiljøetaten og Ruter. Her pekte de på viktigheten med å trekke inn de omkringliggende attraksjonene i vurderingen og eventuelle konflikter med sykkel. Svaret fra Plan- og bygningsetaten var at denne saken skulle løses ut ifra til og fra Munchmuseet, og ikke en løsning for hele Oslo, arbeidsansvaret ble lagt til andre etater. Ruter mente at trafikkanalysene som ble lagt til grunn var utdaterte, og at det må finnes permanente løsninger for turistbussene. Med det legger plan- og bygningsetaten utdatert data til grunn, som vil være en svakhet for avveining av de ulike alternativene for Munchmuseet.

6.3 Kunnskap og kompetanse

Jervan et al. (2011) pekte på at kommuners kompetanse om reiselivet ble oppfattet ulikt mellom hvert sted. I intervjuene blir kunnskap og kompetanse sannsynligvis blandet litt om hverandre, men de intervjuede pekte på at møtearenaer var viktig for å kunne dele erfaringer. Det ble også pekt på at kompetansen er der, men at de nok ikke forsto alt, naturlig nok. Kunnskap ble også trukket inn av respondentene i forbindelse med kommunens viktigste rolle for reiselivet. Det ble nevnt ovenfor, men Sakshaug (Tumlare, 2018) mente at planetatene hadde hatt godt av å forstå den generelle delen av turistnæringen. I forbindelse med høringene til Bilfritt Byliv kom det noen innspill på hvordan det vil bli å drive tradisjonell guiding fra buss fremover, og at store avstander til fots var problematisk for de eldre kundene. Det ble også nevnt at de har kunder som bruker kollektiv trafikk med guide, men som også her

oppleves avstandene for store mellom hvert stopp i sentrum. Dette er også litt av kjernen i debatten rundt Munch, hvor alternativ 1 og 3 skiller 100 meter, noe ulike uttalelser mente var for langt for de eldre turistene.

6.3.1 Rollene: Reiseliv og kommuner

I case-studien til Jervan et al. (2011) så dem på hvordan reiselivet, næring og kommuner oppfattet kommunens rolle i reiselivsutviklingen. Her mente reiselivet og næringen at kommunens bidrag med *økonomiske ressurser* sto øverst, noe også Lunde sa i sitt intervju (Visit Oslo, 2018). Kompetansen (kunnskap) til kommunen når det kom til reiselivet, hadde kommunen høyere tanker om sin involvering enn hva de to andre respondentgruppene hadde, dette varierte mellom kommunene i studien. Dette var også noe alle respondentene satte høyt at det å kunne dele kunnskapen og kompetansen med hverandre er viktig.

I dokumentanalysen pekes det på hvor viktig arealplanlegging er som verktøy for å bevare og få avklare arealbruksinteresser. Dette ble også nevnt av Hall (1999), hvor han pekte på at planleggere må adressere de ulike problemstillingene mellom turistenes bruk av transport. I tillegg er kommunens rolle for reiselivet viktig, men også fylkeskommunene har en stor rolle. Oslo Kommune er begge deler, og burde kanskje derfor spille en enda viktigere rolle i reiselivsutviklingen enn hva den gjør i dag? At kommunen har eierskap ble også nevnt som et viktig punkt i stortingsmeldingen om reiselivet, noe Oslo Kommune har i Munch.

Reiselivets rolle i utviklingen av steder vil variere i stor grad, ofte mellom tettsteder og byer. Innovasjon Norge (udatert) skriver i sin rapport at det blir da opp til reiselivet og involvere seg og fremme sine interesser. Slik det er i Oslo i dag. De intervjuede hadde som nevnt veldig ulik rolle i reiselivsbransjen, hvor Visit Oslo favner bredt og dekker det meste, har du NHO Transport som er bransjeorganisasjon og til sist Tumlare en incoming operatør med et utenlandsk marked. Med andre ord, når *reiselivet* skal involvere seg, vil det bety mange ulike interesser å forholde seg til.

6.3.2 Samarbeid

En viktig del av det *Kunnskap og Kompetanse* og *rollene* nevnt over går på hvordan samarbeidet er mellom partene, slik jeg ser det. Dette har også blitt etterlyst av de intervjuede, som pekte på at møteplasser for å utveksle erfaring var viktig. I intervjuene kom det frem at involveringsgraden varierte mellom respondentene. Det var enten direkte samarbeid med planetatene eller indirekte gjennom sine medlemmer. Samarbeidet med kommunen ble likevel opplevd som i positiv utvikling.

Samarbeidet med planetatene er hovedsakelig med bymiljøetaten, og løsningen om turistbussparkeringen i Oslo sentrum. Her har også samarbeidet blitt bedre, selv om det var en kortsiktig løsning var det en viktig møtearena. Lunde (Visit Oslo, 2018) trekker frem at samarbeidet med Plan- og bygningsetaten er begrenset til høringer, som alle andre. Sakshaug (Tumlare, 2018) sa at det var Bymiljøetaten de har kontakt med, men at det er avgjørelsene til Plan- og bygningsetaten som påvirker dem mest. Jystad (NHO Transport, 2018) nevnte i intervju at reiselivsbransjen hadde vært flinke til å si ifra på høringsmøtene, og Plan- og bygningsetaten er klar over bransjens bekymring. I dokumentanalysen ble det nevnt at planetaters mangel på ressurser gjør at det prioriteres lovpålagte oppgaver. Det går også på de arbeidsområdene til de ulike etatene, men som man ser i turistbuss-saken kan sakers interesse gå på tvers av disse.

6.3.3 Betraktning: Forståelse og samarbeid

Viktigheten av å forstå turismen i henhold til steds- og destinasjonsutvikling, hvem turistene er og deres valg i forbindelse med reiser, samt transport er blitt trukket frem flere ganger i oppgaven. Denne kunnskapen og kompetansen varierer fra hvert sted, noe som også er tilfelle i Oslo. Forståelsen av reiselivet trekkes frem som viktig for planleggere, både for bevaring, avklaring og utvikling av både areal og transport. I intervjuene mente respondentene at økt kunnskap om reiselivet ville lønne seg for de offentlige etatene.

Det er ikke nødvendigvis en feil at de ikke har hatt kunnskap om reiselivet, men med den byutviklingen som har vært de siste årene, så virker det ikke som man har tenkt på eventuelle utfordringer og muligheter dette føre med seg. De fleste endringene i Bjørvika kan jo sees på som stort sett positive for reiselivet, da det legges til rette for mer kulturtilbud og mer å vise frem. Noe Visit Oslo mente også var en av deres viktigste arbeidsområder, det å skape «buzz» rundt nye steder og tilbud. Profileringsstrategien og satsingen på kulturturisme er forholdsvis ny for Oslo Kommune, så det handler mer om at fremover vil etatenes kunnskap om reiselivet spille en nøkkelrolle i utviklingen av Oslo sentrum, slik jeg ser det. En nøkkel for dette kan være en overordnet reiselivsstrategi for Oslo Kommune, som per nå ikke finnes.

Det tror jeg også er viktig med tanke på endring av transportmidler og fremkommelighet, at i stedet for å holde reiselivet utenfor, vil Oslo kommune tjene på å involvere dem tettere. Den endringen av transportprioriteringer i Kvadraturen ville selvfølgelig blitt ekstremt vanskelig skulle man involvere alle som driver med transport på forhånd, men som en kunne se så var det en svært kompleks oppgave å gjennomføre og når Visit Oslo tok kontakt for å hjelpe til, ble dette tatt varmt imot av Bymiljøetaten. Reiselivet har i hvert fall ut ifra handlingsrommet

de har til å påvirke vært synlig i prosessene og uttrykt sine bekymringer, men som Sakshaug (Tumlare, 2018) sa, skulle de gjerne vært involvert før alle planene var klare. Utfordringer for offentlige etater med dette er som nevnt ressurser og tidkrevende pålagte oppgaver.

Den ferske rapporten til Helgebostad er interessant, da «alle» oppfatter at turismen ikke bidrar til bedring av verken infrastruktur eller kulturtilbud, i tillegg er landet og pressområdene delt mellom turismens negative innvirkninger (trafikk, bidrag til lokalsamfunn, slitasje på naturen m.m). Uten å vite hvordan det fungerer mellom reiseliv og kommune i disse områdene, er dette viktige refleksjoner og ta med seg, ut ifra et planleggingsperspektiv. Det handler om å stille krav til reiselivsnæringen også, noe som stortingsmeldingens ti prinsipper påpeker, det at reiselivet må ta et større samfunnsansvar i utviklingen av attraksjoner og destinasjoner.

Et tettere samarbeid mellom partene kan med det bli viktig fremover. For som man kan se har samarbeidet om løsninger i Oslo med reiselivet tatt seg opp, og intervjudeltakerne mente det var på vei i riktig retning og en viktig arena for at kunnskap kunne deles. Et viktig nøkkelord som også ble nevnt i forbindelse med intervjuene var forutsigbarhet og hvor viktig det er for mange i turistbransjen. Dette har med planlegging av turer og ruter i god tid. I tillegg la løsningen i Kvadraturen opp til at det skulle bli lettere å få igjennom endringer for å skape byliv. Dette ble nevnt i intervju at tiltak i forbindelse med dette kunne gå utover svingradiusen til turistbussen.

Casen med turistbussen viser hvordan samarbeidet om løsningen for turistbussene i Kvadraturen har fått gode tilbakemeldinger, selv om de savner langsiktige og helhetlige løsninger. Plansaken ved Munchmuseet har vært uten involvering av reiselivet på samme måte, som med løsningen i Kvadraturen. De fleste tilbakemeldingene etterlyste helhetlige løsninger, også etatene Munchmuseet og Bymiljøetaten, som ellers var enige om alternativ 3. Det kan også tyde på interne utfordringer. En ser jo på organisasjonskartet i Oslo Kommune at det er mange etater å forholde seg til, og Norges største arbeidsplass som Lunde (Visit Oslo, 2018) pekte på.

6.4 Betraktninger: om utfordringer og muligheter

Casen om turistbussene belyser det at samfunnsutviklingen og reiselivsutviklingen kan være vanskelig å kombinere, men samtidig at konfliktene lettere oppstår uten involvering. For på den ene siden hvor samarbeid ble etablert og utfordringene håndtert og hvor løsningen gjorde de involverte relativt fornøyd. Har løsningen ved Munch hatt større avstand mellom viktige interesse-parter og det en kan oppfatte som større misnøye med løsningen. De fleste

høringsinnspillene til Munch etterlyste nettopp dette med en helhetlig løsning utover feltet mellom Operaen og Munch.

Det blir nevnt flere muligheter om nye transportløsninger både i høringsinnspillene og i intervjuene. Lunde (Visit Oslo, 2018) mente at reiselivsbransjen kunne til tider tenke litt for ensidig, og utfordret bransjen til å tenke mer helhetlig. Han mente at hvis det var utfordringer for folk å gå for langt, må man finne løsninger, men da må kommunen også tilrettelegge for det. Plan- og bygningsetaten erkjente behovet for at en helhetlig turistbussløsning bør sees på. Dette mener de man bør se i sammenheng med alternative avlastende tiltak. Her nevnes det etablering av båttilbud som en mulighet, da det blant annet er regulert inn flere båtanløp i Bjørvika. Her anbefales det å se alle attraksjonene langs Fjordbyen og museene på Bygdøy i en sammenheng.

Ifølge Norway Yacht Charter i et nylig innlegg gjengitt på NTBinfo (2018), utreder *Museene på Bygdøy* en museumsrute i Oslofjorden. Innlegget gjenspeiler den samme bekymringen som bussbransjen også har følt på, for mens det snakkes om å bruke Oslofjorden bedre til både lokalbefolkning og turister, har Oslo Havn bestemt seg for å legge ned slippet på Sjursøya. Det påpekes i innlegget at båtene må ha et sted å være og at vedlikehold er en viktig del av dagens båt drift.

Slik det ser ut, så får Oslo sin første helelektriske sightseeingbåt allerede til sommeren 2019, som viser at nye løsninger er like rundt hjørnet (E24, 2018). I den anledning tror jeg det er viktig å se mulighetene dette kan gi, slik Gronau (2017) peker på i sin artikkel. For selv om kanskje sightseeingbåtene blir tilrettelagt for turistenes behov, så kan kanskje båtene brukes til noe annet utenfor høysesongen på sommeren? I tillegg vil jo kanskje sightseeingbåter avlaste behovet for turistbussparkering ved sentrale tomter.

Sporveismuseet lanserte også sin idé om turisttrikk i Kvadraturen for å dekke de avstandsbehovene som bransjen var bekymret for. Og som nevnt, turister velger løsninger som kan være en attraksjon i seg selv. For selv om størsteparten av veksten skal tas ved kollektiv, sykkel og gange ønsker man jo heller ikke at alle cruiseturistene som går i land skal ta Fjordbytrikken, når den eventuelt kommer på plass.

Disse problemstillingene drøftes også i forbindelse med en rapport utarbeidet for kommunen av Asplan Viak som ser på etablering av gondolbane mellom Ekeberg og Bjørvika, her ser de på betydningen av en slik etablering. Rapporten er ikke utgitt enda, men EstateNyheter har fått innsyn. I rapporten trekkes det frem at gondolen vil være en attraksjon for turister, men

om den blir inkludert i Ruterbilletten vil kunne avgjøre om den blir brukt utenom dette (Årdal, 2018). Samtidig argumenteres det for at banen er mer en opplevelse enn et supplement til dagens kollektivtilbud. Det er nettopp slike helhetlige betraktninger jeg mener er viktig å tenke på mellom turismens behov og de lokale behovene.

6.5 Metodediskusjon

Turistnæringen er som nevnt en omfattende bransje, og utfordrende å forske på. Det er mange med interesse i reiselivet og mange som berøres av næringen på én eller annen måte. Dette har vært utfordrende å se på også i denne oppgaven, når man skal presentere en oppgave som ikke skal være for bred, men samtidig skal forklare at denne bransjen nettopp er det. Jeg valgte å fokusere på turistbussbransjen fra starten, men så fort at man må forstå den i helhet. Det er ikke turistbussen i Oslo, det er turistbussen i Norge.

Dataen jeg har samlet inn prøvde å gi en forklaring på hvorfor steds- og destinasjonsutvikling kan sees på som to likeartete perspektiver. Samtidig viste turistbussene at det likevel oppstår utfordringer i en planlegging av steder og attraksjoner rettet mot besøkende og lokalbefolkning, og derfor trakk jeg frem hvorfor det da er viktig å forstå turismen. Målet kan være det samme, men behovene forskjellig. De ulike behovene og interessene kom frem i intervjuene, her ble det valgt 3 stykker med veldig ulik tilnærming til turistbussen. Ideelt sett skulle man fått et synspunkt fra de offentlige etatene, men jeg opplevde at tidsbruken med det offentlig ikke lønnet seg, samt pluss laber interesse. Samtidig så var svarene via epost at etatene egentlig ikke jobber med reiselivet utenom når reiselivet melder sine behov. Derfor forholdt jeg meg til dette utgangspunktet. Det er likevel en svakhet med oppgaven i det store bildet.

Reiselivet var så å si et ukjent terreng i et planleggingsperspektiv for meg, noe som gjorde at det var mye nytt å lære seg på relativt kort tid. Dette gjorde også at spørsmålene i intervjuene ikke ble utformet så konkrete som det jeg ønsket. Hadde kunnskapen vært større tidligere ville nok også valg av intervjudeltakere vært oppbygd annerledes. Blant annet hadde jeg i startfasen en større inkludering av cruiseturismen, men her forsto jeg at dette er et helt eget segment i reiselivet, selv om de er en av de største brukerne av turbuss.

Jeg anser likevel oppgaven som troverdig og at dataen har en god gyldighet. Jeg tror oppgaven belyser viktige betraktninger å ta med seg inn i planleggingen. Når det kommer til at hvert sted kan forstås forskjellige, gjelder det også Oslo. Selv om jeg tror oppgaven gir et godt belegg for at steds- og destinasjonsutvikling burde forstås nærmere, spesielt i byene, tror

jeg utfordringene man møter på vil variere. Det overordnede perspektivet er altså nyttig og ta med seg, men innholdsmessig må man forstå hvert sted isolert (og helhetlig).

6.6 Forskningsspørsmålene

Her skal jeg først besvare forskningsspørsmålene som skal gi et belegg for å kunne svare på hovedproblemstillingen og med det en konklusjon for denne oppgaven.

På hvilke måter kan steds- og destinasjonsutvikling forstås som to likeartete perspektiver?

Hovedperson/-aktør

I oppgaven har jeg prøvd å vise hvordan steds- og destinasjonsutvikling er vanskelig å skille med utgangspunkt i den kulturledete byutviklingen og satsingen på kulturturisme i Oslo. En kan se at det har vært en klar satsing gjennom Fjordbyplanen om å tiltrekke ulike type aktører til områdene med etablering av kulturtilbud og attraksjoner, og at den ideelle kulturturisten har de samme trekkene som de av Oslos innbyggerne som faktisk bruker området til kultur.

Image

Satsingen på den kulturledete byutviklingen betyr også hvordan Oslo som by skal fronte seg. Imagestruktureringen av Bjørvika skulle gi et nytt bilde av området, og trekke både kulturinteresserte besøkende og tilflyttere. Den nye by-profilen skulle smitte over på lokalbefolkningen, og kulturarrangementene skulle være forankret på de lokale premissene. Imagestruktureringen skulle både nå ut lokalt, men også internasjonalt. Operaen la et grunnlag for at Oslo kunne bli sett på som en kulturby, og nå blir Munchmuseet trukket frem som et viktig tilskudd for Oslo som en «kompakt kulturby». Suksessen med området førte til at flere institusjoner ble ønsket etablert her og som teorien pekte på: fasilitetene kommer like etter.

Samme mål?

Reiselivet i byutviklingen er ikke bare en svart/hvit kommersiell aktør. Løsningen ved Munch illustrerte godt de delte meningene om hva som var best for området og reiselivet. Reiselivet har ofte like interesser som den generelle samfunnsutviklingen, men det må også tilrettelegges for dem. Og ut ifra det som er presentert i oppgaven, så kan man oppfatte at begge perspektivene har mange av de samme målene i visse situasjoner. Derimot som det ble påpekt i intervju mente Lunde at bransjen burde tenke mer helhetlig ved løsningen til Munch. Det kan godt hende det er samme mål i mange tilfeller, men den stadige tilretteleggingen i

Bjørvika vil også møte på utfordringer. Og som jeg har sett på i denne oppgaven, hvordan dette rammer turistbussen.



Figur 16 Egen, reiselivsutvikling og samfunnsutvikling

Dette har jeg illustrert i Figur 16 hvordan en i denne oppgaven har sett at steds- og destinasjonsutviklingen kan forstås som to likeartete perspektiver, og at disse er vanskelig å skille på. Derimot møter man også på utfordringer i en slik utvikling som en har sett med turistbussløsningene i Oslo sentrum. Og at det vil alltid være noen i reiselivet som berøres negativt på veien til målet, som i denne illustrasjonen er Munchmuseet

På hvilken måte rammer dette turistbussen i Oslo sentrum? Betydningen av transport for reiselivet i utviklingen og videreutviklingen av steder.

Den tette utviklingen av kulturinstitusjoner og fasilitetene som følger møter også motbør, for hvor mye skal tilrettelegges besøkende? For selv om målet i utviklingen er det samme representerer turistbusscasen det faktum tidligere forskning konkluderte med, nemlig at det er vanskelig å samkjøre reiselivsutvikling og samfunnsutvikling i enkelte tilfeller.

Spesielt ved Munch ser vi at begrensede arealer fører til at turistbussparkeringen møter mostand. Mangelen på areal gjør at bussløsningen, som er ønsket av de som bruker turistbuss i reiselivet, ofres til fordel for en park, som ble pekt på som viktig for de som bodde i området. Dette henger sammen med mange overordnede planer og strategier, på alle styringsnivå. I den tette byen skal veksten tas ved kollektiv, sykkel og gange, også for den «kompakte kulturbyen». Og når Oslo S ligger noen minutter unna blir det vanskelig å argumentere imot. I disse overordnede dokumentene er det lite til ingenting som erkjenner viktigheten med transport for reiselivet, noe jeg mener det burde. Det betyr ikke at vi skal tilrettelegge alt på reiselivets premisser, men at når en skal omstille «byen» må vi ha dem med

på lag. Både når det kommer til endringer som påvirker turistbussen, men også når vi skal omstille oss til nye transportløsninger.

Reisevalg og reisemønster

For som det ble pekt på i intervjuer er bussen en nødvendighet for mange, spesielt for gruppereiser. Disse drar gjerne bare innom Oslo enten om det er cruiseturister i noen timer, eller om det er de som skal videre til Vestlandet. I verste fall velger ikke disse å besøke Oslo, og som det kom frem i intervju er dette et stort antall busser.

Det er ingen tvil om at turistbussen har blitt utfordret i byutviklingen, spesielt i Bilfritt Byliv har både fremkommelighet og plass blitt redusert. Dette går utover det å kunne drive den mer tradisjonelle sightseeing fra bussen. Historisk sett har transportmidler vært avgjørende for utviklingen av turismen og økningen av turisme. I den sammenheng ble det påpekt at en av grunnene til at turismen i byer vokser er grunnet den økende tilgjengeligheten av persontransport. Noe som gjør at vi kanskje må tenke nytt rundt turistbussen også? Eventuelt må vi endre reisemønstrene og reisevalgene til folk.

I hvilken grad har Oslo Kommune og Planetater kunnskap om og samarbeid med reiselivet?

Dokumentstudiet viser at kunnskapen og kommuners involvering i reiselivet varierer fra sted til sted, og at det offentlige har høyere tanker om seg selv enn hva som oppfattes av reiselivet. I dokumentstudiet ble det trukket frem at kommunen har en viktig rolle i reiselivsutviklingen og at økonomiske ressurser sto øverst, noe også Visit Oslo pekte på. I dokumentstudiet ble det trukket frem at det å se sammenhengen mellom reiselivsutviklingen og den lokale samfunnsutviklingen i arealplanleggingen er viktig for å sette grensene og avveie de ulike arealbruksinteressene.

I intervjuene har vi sett at samarbeidet med reiselivet er i en positiv utvikling. Visit Oslo har både direkte samarbeid med kommunen gjennom deres rolle i profileringsstrategien og deres rolle som turistinformasjon. I tillegg har de intervjuede vært med i arbeidsgruppen knyttet til turistbussløsningen i Kvadraturen. Det er hovedsakelig Bymiljøetaten hvor samarbeidet er, da det deres arbeidsområde, mens det ble pekt på at det var Plan- og bygningsetatens endringer som påvirket dem mest. Det var ønske om at samarbeid kom litt tidligere, og ikke bare når planene var klare. Og som vi har sett med de to casene, er det ikke alltid lett å samkjøre

samfunnsutviklingen og reiselivsutvikling, men at det lønner seg å samarbeide for å finne løsninger.

Kunnskapen om reiselivet ble omtalt som lav både i intervjuer og i casestudien, men samtidig var det forståelse for at man ikke skal kunne forstå alt. I den sammenheng ble det påpekt at møtearenaer er viktig, slik at kunnskapen kan deles. I denne oppgaven har vi sett at kunnskapen om hva turistbussen er for reiselivet er fraværende, men samtidig at de er ydmyke ovenfor dette. Befaringer sammen med reiselivet i forbindelse med Bilfritt Byliv har vært viktig for reiselivet og med det vise det de opplever som de største hindrene med tiltaket.

For når man først har en slik utvikling og satsing på kulturturisme i Oslo sentrum, spesielt langs Fjordbyen, bør denne kunnskapen uten tvil øke. Det betyr at man adresserer viktige problemstillinger når man tilrettelegger for attraksjoner, for som en kan se, har planlegging en innvirkning på turismen og turismen en innvirkning på planleggingen. Det betyr også at man setter begrensninger for å håndtere en slik utvikling.

Kapittel 7, Konklusjon

Her skal jeg si hva jeg har funnet ut og hva det betyr for planlegging. Jeg har i denne studien fokusert på hvordan turisme og byutvikling har mange av de samme interessene, men at det også vil oppstå utfordringer mellom behovene i planleggingen.

7.1 Hovedproblemstilling

På hvilke områder skaper byutvikling og turisme gjensidige utfordringer og muligheter for hverandre i Oslo sentrum

Ut ifra funnene i denne oppgaven ser vi at reiselivsnæringen ofte har mange av de samme interesseområdene i byutviklingen som den generelle samfunnsutviklingen, men at behovene rundt og i nærheten av attraksjoner kan for enkelte deler av turistbransjen utfordrer dette. Dokumentanalysen viste at det er klare føringer på ulike styringsnivåer som stiller krav til den generelle areal- og transportutviklingen, og at turistbransjens transportbehov også skal gå under de samme retningslinjene. Casen med turistbussene viste at dette ikke alltid lar seg gjøre.

Oppgaven tok derfor opp at det er viktig å forstå og adressere turismens behov i et planleggingsperspektiv, spesielt i den utviklingen man har sett (ser) langs Fjordbyen. Og med det også kunne lettere forstå turismens behov opp mot de lokale behovene, når dette er

nødvendig. Casestudiet viste også at samarbeid mellom planetatene og reiselivsnæringen bidro til fornøyde parter, gjennom befaringer og kunnskapsdeling.

Turismens behov til transport, er kanskje også deres største hindring. For som teorien pekte på går turismens krav til transport og etterspørsel for å besøke steder utover områder som allerede er under press av ulike grunner. I Bjørvika kan man paradoksalt nok, argumentere for at det er nettopp den store tilretteleggingen av attraksjoner og fasiliteter som har gjort at løsningen for turistbuss utfordres, og at grøntareal fremmes.

Utfordringen med å forstå reiselivsnæringen er at trendene innen reiselivet stadig endrer seg, noe som gjør næringen vanskelig å forstå. Det er en svært kompleks næring med mange parter man skal lytte til. Dette kom også tydelig frem i intervjuene og høringsinnspillene, noe som utfordrer tankegangen om «turismens behov», og som dokumentanalysen pekte på er ofte interessene mellom besøkende og befolkning lik.

På en annen side er turismens behov til transport også deres største mulighet. Både i intervjuene og i innspillene ble nye transportløsninger trukket frem, uten at det går på bekostning av turistbussene, men som et avlastende tilbud.

7.2 Kort om veien videre

I løpet av oppgaven dukket det opp en del interessante betraktninger som vil være interessante til veien videre i forskningen. Problemet med løsningen ved Munch viser at det silotenkningen og systemet i kommunen er vanskelig å forholde seg til når man på den ene siden har en etat ansvarlig for transportdelen i kommunen og den andre ansvarlig for areal, mens løsningen ved Munch omhandlet begge. Løsningen viste også at både Statens Vegvesen og Ruter ikke støttet løsningen, og disse er sannsynligvis to av de viktigste innspillene innen transport i en slik sammenheng. Løsningen viste med det ikke bare utfordringer mellom reiselivets behov og lokalsamfunnets behov, men også transportbehov opp mot arealbehov. På den ene siden hadde retningslinjene gitt i Designhåndboken for Bjørvika og Handlingsprogrammet for økt Byliv trukket frem planområdet ved Munch som et viktig byrom, mens etter vedtaket om å flytte Munch til området la til rette for bussplasser.

Det ville vært interessant for videre forskningen å se på systemet som ligger bak. Det er jo også kommet et politisk skifte i mellomtiden, som kan være en forklaring. Jeg tror Oslo Kommune trenger en reiselivsstrategi som tydelig adresserer hvordan turismen i Oslo skal utvikle seg i bybildet.

Kapittel 8, Referanser

Referanseliste

- AFTENPOSTEN. 2018. Innovasjon Norge avviser turistproblem. Available: <https://www.aftenposten.no/norge/i/yvjlVK/Innovasjon-Norge-avviser-turistproblem> [Accessed 18.10.18].
- BAGLO, C. 2017. - Vern like viktig som turistvekst. *Dagsavisen* [Online]. Available: <https://www.dagsavisen.no/reise/vern-like-viktig-som-turistvekst-1.924607> [Accessed 18.10.18].
- BERGSLI, H. 2015. *Urban attractiveness and competitive policies in Oslo and Marseille. The waterfront as object of restructuring, culture-led redevelopment and negotiation processes* [Online]. Oslo: Institutt for Sosiologi og Samfunnsgeografi. Universitet i Oslo. Available: https://bibsyst-almaprimo.hosted.exlibrisgroup.com/primo-explore/fulldisplay?docid=TN_nora_new10852%2F50030&context=PC&vid=UIO&lang=no_NO&search_scope=default_scope&adaptor=primo_central_multiple_fe&tab=default_tab&query=any,contains,heidi%20bergсли&mode=Basic [Accessed 24.09 2018].
- BRAATHEN, F. 2018. Hanna Marcussen (MDG): -Skal Dronning Eufemias gate bli trygg, må bilene bort. *Aftenposten*, 24.08.18.
- DYBEDAL, P. 1999. Attraksjoner. In: JACOBSEN, J. S. & VIKEN, A. (eds.) *Turisme: Stedet i en bevegelig verden*. Oslo: Universitetsforlaget.
- E24. 2018. Nå får Oslo sin første helelektriske cruiseferge. *E24* [Online]. Available: <https://e24.no/naeringsliv/skipsfart/naa-faar-oslo-sin-foerste-helelektriske-cruiseferge/24495202> [Accessed 07.12.18].
- FUGLEHAUG, W. 2018. - Det er som om vi kveles langsomt. *Aftenposten* [Online]. Available: <https://www.aftenposten.no/amagasinet/i/BJEp79/-Det-er-som-om-vi-kveles-langsomt> [Accessed 16.10.18].
- FUTUREBUILT. 2018. *Nytt Munchmuseum* [Online]. Available: <https://www.futurebuilt.no/Forbildeprosjekter#!/Forbildeprosjekter/Nytt-Munchmuseum> [Accessed 10.09 2018].
- GRAN, A.-B., WESTVIK, R. & HORN, G. 2012. *Urban Turisme* [Online]. Available: <http://ritawestvik.no/wp-content/uploads/2015/01/UT-rapport-21.12.2012.pdf> [Accessed 29.10 2018].
- GRONAU, W. 2017. On the move: Emerging fields of transport research in urban tourism. In: BELLINI, N. & PASQUINELLI, C. (eds.) *Tourism in the City*. Sveits: Springer.
- HALL, D. R. 1999. Conceptualising tourism transport: inequality and externality issues. *Journal of Transport Geography*, 7, 181-188.
- HELGEBOSTAD, M. 2018. *Nytt og spennende fra analyse* [Online]. Kick-Off, Innovasjon Norge [Power Point]. Available: https://assets.simpleviewcms.com/simpleview/image/upload/v1/clients/norway/Kick_off_2018_final_M_Helgebostad_7f103eec-f42d-428b-8407-372d2f1d0f5f.pdf [Accessed 28.11 2018].
- INNOVASJON NORGE. 2016. *Kulturturistene 2016* [Online]. Available: <https://www.innovasjon Norge.no/contentassets/eb7672d0682244019898e6994f669e00/in-turistundersokelsen-2016---kulturturistene---final.pdf> [Accessed 18.10 2018].
- INNOVASJON NORGE. udatert. *Håndbok for reiselivsutvikling* [Online]. Available: https://www.innovasjon Norge.no/contentassets/8fd051daffbe49e5b7b64f2b3760d6f3/in_handbok_final_online_191115.pdf [Accessed 09.10 2018].
- JACOBSEN, D. I. 2005. *Hvordan gjennomføre undersøkelser?*, Kristiansand, Høyskoleforlaget.

- JACOBSEN, J. S. 2014a. Atkomst og romlige reisemønstre. In: JACOBSEN, J. S. & VIKEN, A. (eds.) *Turisme: Fenomen og næring*. 4 ed. Oslo: Gyldendal.
- JACOBSEN, J. S. 2014b. Bransjer og bedrifter i reiselivet. In: JACOBSEN, J. S. & VIKEN, A. (eds.) *Turisme: Fenomen og næring*. 4 ed. Oslo: Gyldendal.
- JACOBSEN, J. S. 2014c. Turismeattraksjoner. In: JACOBSEN, J. S. & VIKEN, A. (eds.) *Turisme: Fenomen og næring*. 4 ed. Oslo: Gyldendal.
- JACOBSEN, J. S. & VIKEN, A. 2014. Introduksjon til turisme. In: JACOBSEN, J. S. & VIKEN, A. (eds.) *Turisme: Fenomen og næring*. 4 ed. Oslo: Gyldendal.
- JERVAN, B., OLSSON, T. & PETERS, S. 2011. *Kommunenes rolle i reisemålsutvikling* [Online]. Available: <https://evalueringsportalen.no/evaluering/kommunene-sin-rolle-i-reisemaalsutvikling-en-kunnskapskartlegging-gjennom-et-case-studie/Kommunene%20sin%20rolle%20i%20reisem%C3%A5lsutvikling%202011.pdf/@@inline> [Accessed 30.10 2018].
- JOHANSEN, E. 2018. *UiT-forsker beskriver cruisenæringa i byen som en "parasitt"* [Online]. Available: <http://web.retriever-info.com/services/archive/displayPDF?documentId=02001320180530ed24d34e414c9a0eec6762bd92a10607&serviceld=2> [Accessed 23.10 2018].
- KOBRO, L. U., VAREID, K., HAUKELAND, P. I. & JERVAN, B. 2013. *Duett eller duell?* [Online]. Available: <https://48vlp12642pa30ejq72t9ozh-wpengine.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/2013/09/Rapport-319-Duett-eller-duell-040913.pdf> [Accessed 29.10 2018].
- KULTURBYGGENE. udatert. *Om prosjektet* [Online]. Available: <https://www.kulturbyggene.no/om-prosjektet/category539.html> [Accessed 10.09 2018].
- KULTURBYGGENE I BJØRVIKA. 2013. *Bussoppstillingsplasser/parkering til Munch-museet* [Online]. Oslo. Available: <http://innsyn.pbe.oslo.kommune.no/saksinnsyn/showfile.asp?jno=2018042075&fileid=7747632> [Accessed 13.09 2019].
- LEW, A. & MCKERCHER, B. 2006. Modeling Tourist Movements: A Local Destination Analysis. *Annals of Tourism Research*, 33, 403-423.
- LUE, C.-C., CROMPTON, J. L. & FESENMAIER, D. R. 1993. Conceptualization of multi-destination pleasure trips. *Annals of Tourism Research*, 20, 289-301.
- LYNGNES, S. 2016. Kulturbasert byturisme - attraktive destinasjoner? In: VIKEN, A. (ed.) *Turisme: Destinasjonsutvikling*. Oslo: Gyldendal
- MELD. ST. NR 19 (2016-2017). *Opplev Norge - Unikt og eventyrlig* [Online]. Oslo: Nærings- og fiskeridepartementet. Available: <https://www.regjeringen.no/contentassets/95efed8d5f0442288fd430f54ba244be/no/pdfs/stm201620170019000dddpdfs.pdf> [Accessed 23.10 2018].
- MELD. ST. NR 33 (2016-2017). *Nasjonal transportplan 2018-2029* [Online]. Oslo: Samferdselsdepartementet. Available: <https://www.regjeringen.no/contentassets/7c52fd2938ca42209e4286fe86bb28bd/no/pdfs/stm201620170033000dddpdfs.pdf> [Accessed 07.09 2018].
- NHO REISELIV. 2017a. *Innovasjon Norge vil selge hele Norge hele året* [Online]. Available: <https://www.nhoreiseliv.no/nyheter/2017/hele-Norge-hele-aret/> [Accessed 18.10 2018].
- NHO REISELIV. 2017b. *NHO Reiselivs innspill til Nasjonal transportplan 2018-2029* [Online]. Available: <https://www.nhoreiseliv.no/vi-mener/samferdsel/dokumenter/innspill-03.05.17/> [Accessed 06.11 2018].
- NHO REISELIV. 2017c. *Nøkkeltall for norsk reiseliv* [Online]. Available: <https://www.nhoreiseliv.no/om-oss/arsrapport/arsrapport-2017/nokkeltall-for-norsk-reiseliv/> [Accessed 04.09. 2018].
- NHO TRANSPORT. 2018a. *God oppslutning på sommerens telleaksjon av turbusser* [Online]. Available: <https://www.transport.no/artikler/2018/god-oppslutning-pa-sommerens-telleaksjon-av-turbusser/> [Accessed 04.09. 2018].

- NHO TRANSPORT. 2018b. *Hjelp oss å kartlegge turbussbransjen* [Online]. Available: <https://www.transport.no/artikler/2018/hjelp-oss-a-kartlegge-turbussbransjen/> [Accessed 04.09 2018].
- NHO TRANSPORT. 24.08.18 2018c. *RE: Høring: Høringsmerknad til Program for Bilfritt Byliv.*
- NTBINFORM. 2018. *Mangel på helhetlig politikk i Fjordbyen i Oslo* [Online]. Available: https://www.ntbinfo.no/pressemelding/mangel-pa-helhetlig-politikk-i-fjordbyen-oslo?publisherId=17846825&releaseId=17857219&fbclid=IwAR3qi66VwK-ghwGUbt_fdLrOslCc2VpA4Bi6HIAI-bjrjil_GyY1ROJG7_M [Accessed 06.12 2018].
- OSLO GUIDE BUREAU AS ET.AL. 23.08.2018 2018. *RE: Høring: Høringsmerknad til Program for Bilfritt Byliv.*
- OSLO GUIDE FORENING. udatert 2018. *RE: Høring: Høringsmerknad til Program for Bilfritt Byliv.*
- OSLO KOMMUNE. 2008a. *Bjørvika, den nye byen i byen* [Online]. Oslo Kommune: Plan- og bygningssetaten. Available: <https://www.oslo.kommune.no/getfile.php/132098/Innhold/Politikk%20og%20administrasjon/Slik%20bygger%20vi%20Oslo/Fjordbyen/Bj%C3%B8rvika/Slik%20blir%20Bj%C3%B8rvika.pdf> [Accessed 29.11 2018].
- OSLO KOMMUNE. 2008b. *Fjordbyplanen* [Online]. Oslo Kommune: Plan- bygningssetaten. Available: <https://www.oslo.kommune.no/getfile.php/134073/Innhold/Plan%2C%20bygg%20og%20eiendom/Overordnede%20planer/Omr%C3%A5de%20og%20planprogrammer/Plan%20for%20Fjordbyen.pdf> [Accessed 08.11 2018].
- OSLO KOMMUNE 2009. Utbygging av kulturinstitusjoner i Bjørvika. *Byrådssak 137/09*. Byrådet.
- OSLO KOMMUNE 2015a. Internasjonal profileringsstrategi for Osloregionen. *Byrådssak 148/15*. Byrådet.
- OSLO KOMMUNE. 2015b. *Kommuneplan 2015: Oslo mot 2030* [Online]. Del 2: Vedtatt av Oslo bystyre 23.09.2015 (sak 262). Available: <https://www.oslo.kommune.no/getfile.php/1374702/Innhold/Politikk%20og%20administrasjon/Politikk/Kommuneplan/Ny%20kommuneplan%202015/Kommuneplan%202015%20del%202%20justert%2031.01.2017.pdf> [Accessed 06.11 2018].
- OSLO KOMMUNE. 2015c. *Kommuneplan 2015: Oslo mot 2030* [Online]. Del 1. Vedtatt av Oslo bystyre 23.09.2015 (sak 262). Available: <https://www.oslo.kommune.no/getfile.php/1374699/Innhold/Politikk%20og%20administrasjon/Politikk/Kommuneplan/Ny%20kommuneplan%202015/Kommuneplan%202015%20del%201%20justert%2031.01.2017.pdf> [Accessed 08.11 2018].
- OSLO KOMMUNE. 2016. *Plan for turistbussparkering i Oslo* [Online]. Oslo: Bymiljøetaten. Available: <https://innsyn.pbe.oslo.kommune.no/saksinnsyn/showfile.asp?jno=2017072209&fileid=7747626> [Accessed 12.11 2018].
- OSLO KOMMUNE. 2017. *Fra havneby til Fjordbyen* [Online]. Oslo Kommune: Plan- og bygningssetaten. Available: <https://www.oslo.kommune.no/getfile.php/13274601/Innhold/Politikk%20og%20administrasjon/Slik%20bygger%20vi%20Oslo/Fjordbyen/Fra%20havneby%20til%20Fjordbyen.pdf> [Accessed 29.11 2018].
- OSLO KOMMUNE. 2018a. *Bruk av areal vest for nytt Munch museum - del av felt A10, A31 og A34, Bjørvika. Planforslag til politisk behandling. Detaljregulering* [Online]. Oslo: Plan- og bygningssetaten. Available: <https://innsyn.pbe.oslo.kommune.no/saksinnsyn/showfile.asp?jno=2018058736&fileid=7936582> [Accessed 19.11 2018].
- OSLO KOMMUNE. 2018b. *Byliv for alle - Områderegulering for gater og byrom i sentrum* [Online]. Oslo: Plan- og bygningssetaten. Available: <http://innsyn.pbe.oslo.kommune.no/saksinnsyn/showfile.asp?jno=2018064430&fileid=7957775> [Accessed 07.09 2018].
- OSLO KOMMUNE. 2018c. *Høringsmerknader* [Online]. Oslo Kommune: Plan- og bygningssetaten. Available:

- <https://innsyn.pbe.oslo.kommune.no/saksinnsyn/showfile.asp?jno=2018064430&fileid=7957773> [Accessed 19.11 2018].
- OSLO KOMMUNE. 2018d. *Løsning for turistbuss for Munchmuseet -del av felt A10, A31 og A34, Bjørvika. Planforslag til offentlig ettersyn. Detaljregulering* [Online]. Oslo: Plan- og bygningsetaten. Available: <http://innsyn.pbe.oslo.kommune.no/saksinnsyn/showfile.asp?jno=2017072209&fileid=7192514> [Accessed 07.09 2018].
- OSLO KOMMUNE. udatert-a. *Bærekraft i Bjørvika: Kulturoppfølgingsprogram* [Online]. Eiendoms- og byfornyelsesetaten, Havnevesenet, Plan- og bygningsetaten, Statens vegvesen region øst, Statsbygg og Rom eiendomsutvikling/Oslo s utvikling. Available: <https://www.bjorvikautvikling.no/wp-content/uploads/2018/03/Kulturoppf5b15d.pdf> [Accessed 08.11 2018].
- OSLO KOMMUNE. udatert-b. *Nytt Munchmuseum* [Online]. Available: <https://www.oslo.kommune.no/politikk-og-administrasjon/slik-bygger-vi-oslo/nytt-munchmuseum/> [Accessed 10.09 2018].
- OSLO KOMMUNE. udatert-c. *Oslo europeisk miljøhovedstad 2019* [Online]. Available: <https://www.oslo.kommune.no/politikk-og-administrasjon/miljo-og-klima/oslo-miljohovedstad-2019/#gref> [Accessed 10.09 2018].
- OSLO KOMMUNE & AKERSHUS FYLKESKOMMUNE. 2015. *Regional plan for areal og transport i Oslo og Akershus* [Online]. Vedtatt i Oslo Kommune og Akershus fylkeskommune desember 2015. Available: <https://www.dropbox.com/s/r5r1ur0ql3htqhh/RP-ATP-Oslo-Akershus.pdf?dl=0> [Accessed 06.11 2018].
- PAGE, S. J. 1999. *Transport and tourism*, Essex, UK, Addison Wesley Longman.
- PRIDEAUX, B. 2000. The role of the transport system in destination development. *Tourism Management*, 21, 53-63.
- PROJECTOSLOREGION. 2015. *Internasjonal profileringsstrategi for Osloregionen* [Online]. Available: http://www.osloregionen.no/wp-content/uploads/Profileringsstrategi_del-1_norsk.pdf [Accessed 25.10 2018].
- REGJERINGEN. 2017. *Gir regjeringen råd om kulturturisme* [Online]. Available: <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/gir-regjeringen-rad-om-kulturturisme/id2558141/> [Accessed 18.10 2018].
- SAMARBEIDSRÅD FOR KULTUR OG REISELIV. 2018. *Innspillsrapport nr. 1* [Online]. Kulturdepartementet og Nærings- og fiskeridepartementet. Available: <https://www.regjeringen.no/contentassets/6527032827bd4970ac0f00c6675fc69b/innspillsrapport-nr-1---samarbeidsrad-for-kultur-og-reiseliv-2017-2019---27-aug-2018-3.pdf> [Accessed 19.10 2018].
- SLETTEN, K. 2018. Professor er bekymret for norsk turisme. *Dagbladet* [Online]. Available: <https://www.dagbladet.no/nyheter/professor-er-bekymret-for-norsk-turisme/69736225> [Accessed 16.10.18].
- SLETVOLD, O. 1999. Destinasjonsutvikling: stedsendring i turismens navn. In: JACOBSEN, J. S. & VIKEN, A. (eds.) *Turisme: Stedet i en bevegelig verden*. Oslo: Universitetsforlaget.
- STATISTISK SENTRALBYRÅ. 2018. *Satelittregnskap for turisme* [Online]. Available: <https://www.ssb.no/nasjonalregnskap-og-konjunkturer/statistikker/turismesat/aar> [Accessed 05.10 2018].
- STYLIANOU-LAMBERT, T., BOUKAS, N. & CHRISTODOULOU-YERALI, M. 2014. Museums and cultural sustainability: stakeholders, forces, and cultural policies. *International Journal of Cultural Policy*, 20, 566-587.
- SWARBROOKE, J. 2002. *The Development and Management of Visitor Attractions*, Oxford, UK, Butterworth Heinemann.
- THAGAARD, T. 2013. *Systematikk og innlevelse*, Bergen, Fagbokforlaget.
- THE WORLD TOURISM ORGANIZATION (UNWTO). udatert. *Definition* [Online]. Available: <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5> [Accessed 23.10 2018].

- TUMLARE CORPORATION AS. 29.06.2018 2018. RE: Høring: Høringsmerknad til Program for Bilfritt Byliv.
- VIKEN, A. 2016. Turistdestinasjoner som samfunnsinstitusjoner og fagfelt. In: VIKEN, A. (ed.) *Turisme: Destinasjonsutvikling*. Oslo: Gyldendal.
- YIN, R. K. 2009. *Case Study Research*, Thousand Oaks, USA, Sage.
- ÅMÅS, K. O. 2017. Å reise er blitt banalt og slitsomt. Maseturismens suksess ødelegger til og med reisemålene selv. *Aftenposten* [Online]. Available: <https://www.aftenposten.no/meninger/kommentar/i/XGz5E/A-reise-er-blitt-banalt-og-slitsomt-Maseturismens-suksess-odelegger-til-og-med-reisemalene-selv--Knut-Olav-Amas> [Accessed 18.10.18].
- ÅRDAL, T. 2018. Slik kan gondolbanen i Oslo bli. *EstateNyheter* [Online]. Available: <http://www.estatenyheter.no/2018/12/12/slik-kan-gondolbanen-bli-i-oslo/> [Accessed 12.12.18].

Tabeller

Tabellnr	Kilde	Sidetall i tekst
1.	<i>Lew & McKercher (2006) Destination and variables impacting intradestination movements.</i>	25
2.	<i>Egen, Steds- og destinasjonsutvikling</i>	27
3.	<i>Egen, Kulturturisme</i>	32
4.	<i>Egen, Transport</i>	34
5.	<i>Egen, Høringsinnspill til Løsning for Munchmuseet</i>	43
6.	<i>Egen, Høringsinnspill til Løsning for Bilfritt Byliv</i>	48
7.	<i>Egen, Intervju</i>	58

Figurliste

Kart brukt til egne modeller er hentet fra:

https://kilden.nibio.no/?X=7334000.00&Y=400000.00&zoom=0&lang=nb&topic=arealinformasjon&gLayer=graatone_cache

Figurnummer	Kilde	Sidetall i tekst
1.	<i>Oslo Kommune 2018e. Organisasjonskart Oslo Kommune</i> Tilgjengelig på: https://www.oslo.kommune.no/getfile.php/1394346/Innhold/Politikk%20og%20administrasjon/Politikk/Slik%20styres%20Oslo/Organisasjonskart%20norsk.pdf [05.12.18]	4

2.	Oslo Kommune 2008. Kulturakse, Tilgjengelig på: https://docplayer.me/1865670-Fjordbyen-oslo-stein-kolsto-enhetsdirektor-fjordbyenheten-www-fjordbyen-com.html [Lest 25.11.18]	12
3.	Egen, Avgrensning Bilfritt Byliv	14
4.	Oslo Kommune (2018a) 3D-modell av Munchmuseet.	16
5.	Swarbrooke (2002) Attractions and the development of destinations	20
6.	Campbell og Flognfeldt 1999. Modes of travel. Tilgjengelig på: https://www.researchgate.net/figure/Modes-of-travel-according-to-the-modified-Campbell-Flognfeldt-model-of-1999_fig8_276329941 [Lest 07.12.18]	23
7.	Helgebostad (2018). Nordmenns syn på turisme 2018.	30
8.	Helgebostad (2018). Nordmenns syn på turisme 2018.(2)	30
9.	Egen, topp ti attraksjoner	37
10.	Oslo Kommune 2018f. Anbefalt kjøremønster for turistbusser i Oslo. Tilgjengelig på: https://www.oslo.kommune.no/getfile.php/13283193/Innhold/Gate%2C%20transport%20og%20parkering/Parke ring/Turistbusser/Kart_turistbuss.pdf [Lest 05.12.2018]	38
11.	Oslo Kommune 2018a. Alternativ 2	40
12.	Oslo Kommune 2018a. Alternativ 3	40
13.	Oslo Kommune 2018d. Strategikart Bjørvika/Bispevika/Sørenga,	41
14.	Oslo Kommune (2018b) Illustrasjonsplan for variant 1 og 2.	46
15.	Egen, Kulturattraksjoner og fasiliteter basert på Swarbrookes model	62
16.	Egen, reiselivsutvikling og samfunnsutvikling	71



Norges miljø- og biovitenskapelige universitet
Noregs miljø- og biovitenskapelige universitet
Norwegian University of Life Sciences

Postboks 5003
NO-1432 Ås
Norway