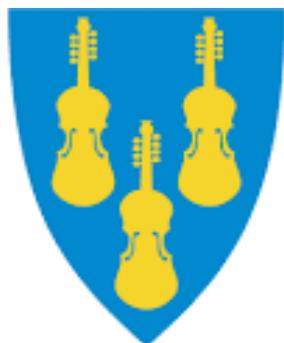

REISELIVSANALYSE

REISELIVSANALYSE FOR LIFJELL I SAMBAND MED RULLERING AV KOMMUNEPLANENS
AREALDEL 2019-2031



Midt-Telemark kommune

Kunde: Midt-Telemark kommune
Prosjekt: KPa Midt-Telemark kommune
Prosjektnummer: 10216210
Dato: 11.03.2020

Rev.: 2

Rapporteringsstatus:

- Endeleg
 Oversending for kommentar
 Utkast

Utarbeidd av:	Sign.:
Alexander Stettin	NOALST
Kontrollert av:	Sign.:
Sara Maria Sabelstrøm Øen	NOSARA
Prosjektleiar:	Prosjeakteigar:
Alexander Stettin	Bjarne Geir Nenseter

Revisjonshistorikk:

0	31.10.2020	Første utkast	NOALST	NOSARA
Rev.	Dato	Skildring	Utarbeidd av	Kontrollert av

Innheld

<u>1 INNLEIING</u>	4
<u>2 SITUASJONEN PÅ LIFJELL</u>	5
2.1 BAKGRUNN	5
2.1.1 TIDLEGARE PROSESSAR	5
2.2 VURDERING AV REISELIVSKONSEPTET TIL LIFJELL	5
2.2.1 LIFJELL SOM HEILÅRSDESTINASJON.	5
2.2.2 MÅLGRUPPE OG OVERNATTINGSKAPASITET	6
2.2.3 AREALDISPONERING I NY PLAN	6
2.2.4 REALISERING AV SKIHEISER	6
2.3 ATTRAKSJONSKRAFT	7
2.4 KOMMERSIELL REISELIVSDESTINASJON ELLER HYTTEDESTINASJON?	7
SCENARIO 1, REISELIVSDESTINASJON	7
SCENARIO 2, HYTTEDESTINASJON	8
<u>3 UTVIKLINGA ETTER 2014</u>	9
<u>4 TRONGEN FOR OVERNATTINGSKAPASITET</u>	10
4.1 GRUNNLAGSDATA	10
4.2 VURDERINGER	11
<u>5 TILSVARANDE DESTINASJONAR</u>	12
5.1 VRÅDAL	12
5.2 SINNES/SIRDAL	14
5.3 BROKKE	16
5.4 GAUTEFALL	18
5.5 OPPSUMMERING	20
<u>6 VURDERING AV USIKKERHEIT OG PÅLITELEGHEIT</u>	21
<u>7 TILRÅDINGAR</u>	22
7.1 OPPFYLGING UT OVER KOMMUNEPLANARBEIDET	22
7.2 SKIAREAL	22
7.3 SENTEROMRÅDET	22
7.4 ORGANISERING	23
7.5 OPPSUMMERING	23
<u>8 REFERANSAR</u>	24

1 Innleiing

Midt-Telemark kommune er i ferd med å rullere kommuneplanens arealdel med bakgrunn i samanslåing av Bø og Sauherad kommunar i januar 2020. Også gjeldande kommunedelplan (KDP) for Lifjellsområdet skal innarbeidast i kommuneplanens arealdel (KPa). Reiselivsanalsen fokuserer difor på Lifjell, men tek til ein viss grad omsyn til relevante tema knytt til reiseliv også utanom Lifjell. Analysen er i all hovudsak basert på tidlegare analysar, tilgjengeleg statistikk og strategiar i kommuneplanen sin samfunnsdel (KPs).

Samfunnsdelen blei vedtatt våren 2019. Høyringsutkast til planprogram for kommuneplanens arealdel blei behandla i kommunestyret 11.11.2019. Fristen for å komme med merknader til planprogrammet og innspel til planarbeidet blei satt 01.01.2020. Det kommer fram av planprogrammet at det viktigaste med arealdelen er at den har gyldigheit i heile kommunen og baserer seg på same samfunnsstrategi og nyttar same regelsett. Ressursane til planarbeid blei prioritert deretter. Detaljnivået og pålitelegheit av analysen er påverka av strikte rammer til arbeidsomfanget og resultata av føreliggande analysen må brukast med omsyn til dette.

Lifjell er kjerneområdet i gamle Bø kommune si satsing på reiseliv. Ein har difor vedteke ein eigen KDP for området i 2005, som blei revidert i 2013. Kommunedelplanen skulle spegle att arealbehova som reiselivsnæringa så for seg på Lifjell. I samband med rulling av KPa skal ein no sjå på om reiselivet framleis vil vere tent med dei tidlegare vedtekne arealdisponeringane, eller om desse bør justerast. I samarbeid med Midt-Telemark kommune blei det identifisert følgjande problemstillingar som reiselivsanalsen bør svare på:

- 1) Kva ønskjer næringa på Lifjell? Kva skal til for at heisane skal bli realisert?
- 2) Kva konflikt er det mellom næringa sine noverande ønskje og planverket (gjeldande samfunnsdel og KDP Lifjell)? Kva arealkonfliktar finns med ubrukt heisareal?
- 3) Korleis har utviklinga vore i etterkant av vedtak av gjeldande KDP i høve til nye fog oppgraderte fritidsbustader, varme senger, Skiareal, infrastruktur?
- 4) Kva grep tek andre kommunar med liknande destinasjonar?
- 5) Kva er den sannsynlege trangen for overnattingskapasitet på Lifjell i høve til vinter- og sommaraktivitetar på Lifjell og i nærområdet (Sommarland, festivalar, m.fl.)
- 6) Kva er trangen for sentrumsområdet i framtidig plan for Lifjell?

Analysedokumentet er utarbeidd i samarbeid mellom Sweco Norge AS og Lill S Vale Reiselivsutvikling AS.

2 Situasjonen på Lifjell

2.1 Bakgrunn

MTNU og VisitBø fekk hausten 2019 i oppdrag av Bø kommune å involvere relevante aktørar i ei drøfting av kva som bør vere framtidig reiselivskonsept for Lifjell, samt vurdere kva for prosess som må til for å samlast om konseptet. Eit slikt felles reiselivskonsept skal ligge til grunn for arealdisponeringa på Lifjell. I denne samanheng har det vore heldt eitt møte med reiselivsaktørar på Lifjell. Resultatet av møtet er nedfelt i «Notat ref. oppgåve med kommuneplanens arealdel» (heretter kalla reiselivsnotat). Reiselivsnotatet er saman med gjeldande KDP den dokumentasjon som ligg til grunn for reiselivsanalsen i denne planprosessen

2.1.1 Tidlegare prosesser

Bø kommune har gjennomført ein omfattande prosess om utvikling av Lifjell i 2004, som ende opp i ein ny kommunedelplan for Lifjell i 2005. Denne avløyste den utdaterte KDP frå 1989. Den gongen blei aktørane på Lifjell aktivt tekne med i ein prosess kring reisemålsutvikling og arealdisponering. Det var i starten ei samla næring, som slutta opp om planen. I etterkant av planvedtaket kom likevel ikkje utviklinga i gong i tråd med alle intensjonar. Bø kommune investerte i infrastruktur og skiløyper blei noko oppgradert, men den store satsinga på uteleigeeiningar og skiheisar/nedfarter kom ein ikkje i gong med. KDP Lifjell hadde samstundes føresegner om rekkjefølgje, som sette krav på utvikling av fellestilbodet føre ein kunne gå i gong med nokre av felta for fritidsbustader. I og med manglande utbygging av heisar, stoppa det også opp på utvikling av fritidsbustader. Destinasjonen mista «impetus». Dette kjem godt fram i ein eigen rapport frå Asplan Viak i 2013.

Bø kommune forsøkte å løyse situasjonen i 2013/14 ved å rullere KDP Lifjell, der ein forsøkte å modifisere særleg føresegner for slik å stimulere for ny utvikling. Etter planvedtaket i 2014 kom ein i gong med nokre utviklingsprosjekt, men omfanget oppfylte ikkje forventningane. Dette blir omtalt nærmare i kapitla nedanfor.

2.2 Vurdering av reiselivskonseptet til Lifjell

Reiselivsnotatet definerer følgande framtidige reiselivskonsept for Lifjell: Lifjell som heilårsdestinasjon.

2.2.1 Lifjell som heilårsdestinasjon.

Følgande moment er spelt inn i prosessen for å kunne etablere Lifjell som ein heilårsdestinasjon:

Vinter:

- Langrenn og toppturar må framhevast og utviklast på lik linje med alpintilbodet.
- Toppturar har og eit potensiale knytt til overnatting på fjellet.
- Det lyt opnast for meir wieseltransport til Hollane med høve for avstigning på toppen.
- I noverande Lifjellplan står det at Lifjell skal vere Noregs leiente alpindestinasjon. Dette modererast i reiselivsnotatet til at Lifjell skal ha eit godt familietylbd.

Sommar:

- Lifjell bør og kan marknadsførast som ein sommardestinasjon.
- Det er godt tilrettelagte vandreløyper på Lifjell
- Sykkeltilbodet bør utbetrast
- Det er ein føremøn å vera så tett på Sommarland, Høyt & Lavt klartrepark, Fruktbygda og Telemarkskanalen.

Desse momenta er ei samling av tiltak, styrker og manglar, samt potensielle marknadsføringsgrep. Momenta legg føringar for arealdisponering i fortsettinga, men gjev ikkje svar på kva for prosess som må til, eller kva som konkret skal gjerast for å bygge det nye reiselivskonseptet «Lifjell som heilårdestinasjon». Eit suksesskriterium for å utvikle nye sesongar og eit heilårleg reiseliv er å få opp eit kritisk volum av gjestar raskt. Dette er viktig både for å skape ein viss trafikk til aktuelle tilbod og for at gjestane skal føle at dei er på en attraktiv destinasjon.

2.2.2 Målgruppe og overnattingskapasitet

Aktørane definerer følgande hovudmålgruppe for reiselivskonseptet «Lifjell som heilårdestinasjon»:

- Hytteigarar
- framtidige hytteigarar.

Kva for segment av hytteigarar det skal fokuserast på i prosessen vert ikkje omtalt, heller ikkje kva for målgrupper eller segment som er på Lifjell i dag. Eit spørsmål som melder seg er kor vidt dette inneber ei endring i målgruppe samanlikna med dagens situasjon? I reiselivsnotatet understrekast imidlartid at hyttebygging er ei berebelje i den vidare utviklinga av Lifjell. Det vert og vurdert at det er tilstrekkeleg kapasitet for overnatting og difor ynskjeleg å leggje til rette for meir hyttebygging. Aktørane konkluderer dermed med at det er tilstrekkeleg kommersiell overnattingskapasitet (varme senger) slik situasjonen er per no. Det kjem ikkje fram om spørsmål rundt forholdet mellom «kalde» og «varme» senger har vore diskutert, og det er ikkje teke stilling til å definere ei eventuell kritisk masse varme senger ved destinasjonen.

2.2.3 Arealdisponering i ny plan

Aktørane kjem på bakgrunn av reiselivskonsept og målgruppe med følgande innspel til arealdisponering i ny plan:

- Behalde areal for utvikling av gode langrennsløyper.
- Sykkelløyper bør etablerast.
- Regulert sentrumsareal bør oppretthaldast i størst mogleg grad.
- Planlagde heiser bør stå, i alle fall prioritere desse:
 - 1) Lang stolheis frå vinterland (viktigast for skitilboden)
 - 2) Bøkstulnatten
 - 3) Tilbringarheisane
 - 4) Samanbindingsheisen (viktigast for destinasjonen)
- Betre tilrettelegging for parkering på sentrumsarealet.
- Ynskjer heimel i arealplan for å kunne bygge betre trasear opp på fjellet (langrenn, vandring, sykkel).

I ein kommentar til reiselivsnotatet (i dialog med VisitBø 26.02.20) vert sentrumsarealet trekt spesielt fram. Me vert orientert om at fleire kommersielle aktørar på Lifjell er opptekne av næringsarealet i sentrum og at dette og i framtida vert definert som eit potensielt næringsareal og ikkje opnast for hytteutbygging. Dette for å kunne imøtekoma trangen for framtidig vekst og næringsutvikling.

2.2.4 Realisering av skiheiser

I reiselivsnotatet finn me heisane eit stykke ned på prioriteringslista. Dette kan verke noko tilfeldig og er ikkje nødvendigvis eit resultat av ei grundig vurdering. Ved å sjå på erfaringar frå andre samanliknbare destinasjonar så er det openbart at liv i heisane og alpinbakkane føreset eit større volum av brukarar enn hyttefolk åleine. Då må det og vera tilgjengelege varme senger ved destinasjonen og andre tilbod som turistane ynskjer å nytte seg av. I følgje tal frå VisitBø ser det ut til at det ikkje er ei utfordring med tilgang til

varme senger – snarare tvert om. Det er difor nærliggande å konkludere med at utfordringa er knytt til destinasjonen Lifjell si manglande evne til å tiltrekke seg turistmarknaden, altså *manglande attraksjonskraft*.

Eit viktig moment med tanke på realisering av skiheis er klimautfordringane. På lik line med andre delar av samfunnet, har reiselivet og eit behov for å vere rusta for å handtere store endringar som følgje av klima. Då Lifjell ligg relativt lågt er særleg vintertilbodet klimautsett. Både årlege variasjonar i snødekket og langsiktige trendar i temperaturar kan skape utfordringar særleg for alpintilbodet på Lifjell. Snøproduksjon er eit tiltak for å sikre snøførehalda, men det er ei særskilt energiintensiv løysing. Produksjon av tilstrekkelege mengder kunstsno i snøfattige år er kostbart. Det krev både investeringar i anlegg, samt ei potensiell auke i energibehovet å gjennomføre sjølv produksjonen av snø. Dette er difor ein kostbar strategi for skianlegg, som igjen krev gode nok inntekter gjennom høgt og jamt sal av heiskort.

2.3 Attraksjonskraft

For å auke attraksjonskrafta ved ein destinasjon som Lifjell er dei kommersielle aktørane heilt avgjerande. Dette for at Lifjell både skal vera synleg og attraktiv i marknaden og for å skape eit mest mogleg heilårleg reiseliv. Kommersielle aktørar er opptekne av å oppretthalde kvalitet, utvikle tilbod og på andre måtar sikre at tilboda ved destinasjonen står fram som attraktive og konkurransedyktige. Dei kommersielle aktørane er såleis avgjerande som motor for utvikling av ein destinasjon. Det er imidlartid tøff konkurranse særleg mellom fjelldestinasjonane i Noreg. Det som vert tilbydd rundt om i det ganske land er på mange vis relativt identisk. Det handlar primært om tilrettelegging for naturopplevelsingar (uavhengig av årstid), overnatting og servering. I praksis er det difor kvaliteten og kapasiteten på tilboda, saman med destinasjonen si evne til å gjennomføre og leve, som vert avgjerande for kven som tiltrekker seg turistane.

Fjellturismen vert stadig meir kapitalkrevjande grunna aukande marknadskrav om tilrettelegging for meir heilårig trafikk. Dette er ei utfordring for Lifjell og slik ein ser reiselivsutviklinga dei seinaste åra har det ikkje vore tilstrekkeleg kapital eller tunge nok aktørar til å utvikle Lifjellområdet som kommersiell destinasjon.

I Innovasjon Noreg si handbok for reisemålsutvikling definerast eit godt fungerande reisemål som «eit reisemål med arealbruk etter ABC-prinsippa (rett funksjon på rett stad), arealplanlegging og verkemiddel etter plan- og bygningsloven, langsiktige og føreseielege finansieringsordningar for fellesgoder.» Alt dette er innanfor kommunen sitt myndeområde og det er opp til kommunane å etablere føreseigelegenhet gjennom å stå ved etablerte vedtak, stille krav til grunneigarar og andre aktørar om deltaking i fellesgodefinansiering mv.

Vidare utvikling av Lifjell vil måtte halde seg innanfor rammene av kva scenario for utvikling ein ynskjer seg, sjå nedanfor.

2.4 Kommersiell reiselivsdestinasjon eller hyttedestinasjon?

I reiselivsnatetatet vert det ikkje diskutert kor vidt Lifjell skal utvikle seg vidare og som ein kommersiell destinasjon med reiselivskonseptet «Lifjell ein heilårdestinasjon» eller som hyttedestinasjon.

Scenario 1, reiselivsdestinasjon

Dei seinare år har utviklinga på Lifjell vore knytt til private hytter, medan talet kommersielle senger har vore varierande i og med at Lifjellstua har vore ute av drift i ein lengre periode. Dette er ikkje ein uvanleg situasjon ved norske fjelldestinasjonar. Samstundes er det avgjerande om ein skal sikre besökande i dømesvis alpinanlegget og ved andre kommersielle tilbod i nærleiken at ein opprettheld ei kritisk masse varme senger. Lifjell Skisenter har i dag ikkje opent i vekedagane og i høve det materialet som er gjennomgått i analysen er det ikkje mangel på overnattingskapasitet som er årsaka til denne situasjonen.

Det er viktig å vera bevisst at ulike typar gjester ved ein destinasjon og har ulikt forbruk. Hytteeigarar sitt forbruk liknar ofte på det lokalbefolkinga har, medan gjester i kommersielle anlegg primært har eit konsum knytt til overnatting, servering og aktivitet. For lokalsamfunnet kan det å ha fleire typar gjester bidra til at flest mogleg lokale aktørar får sin del av reiselivskonsumet. Sidan dei kommersielle aktørane er motoren i utviklinga må ein ha både ei kritisk masse av besøkande og varme senger for at desse skal kunne leve og utvikle både seg sjølv og destinasjonen vidare.

Når ein i reiselivsnotatet konkluderer med å ha fokus på hyttefolk og hytteutbygging ved destinasjonen, vil det få konsekvensar for arealdisponeringa og Lifjell si framtid som reiselivsdestinasjon. Det er viktig at alle aktørar på Lifjell og kommunen er klar over at om ein ikkje sikrar areal for mellom anna næringsutvikling og varme senger (korkje på kort eller lang sikt), så beveger Lifjell som destinasjon seg bort i frå å vere ein kommersiell turistdestinasjon til å bli ein hyttedestinasjon. Det er ikkje nødvendigvis gitt kva for type senger som kan gje størst etterspurnad i ulike veker og sesongar på ein destinasjon. Men det å leggje til rette for ein best mogleg miks av overnattingskapasitet, er avgjerande for å sikre god og jamn etterspurnad. Dermed er det og sentralt for økonomi og arbeidsplassar på lengre sikt. Å finne den optimale miksen krev inngående kunnskap om dagens situasjon og marknaden generelt, og ikkje minst den enkelte destinasjonen spesielt.

Scenario 2, hyttedestinasjon

Samanstilling av undersøkingar gjort ved andre destinasjonar i Telemark syner følgande: for hyttebuarane er bruken av nærområdet særsviktig. Prioriterte aktivitetar blant hyttebuarane er særleg langrenn, vandring, samt det å kunne slappe av med familie og vener.

For at Lifjell skal kunne utvikle seg vidare som ein attraktiv hyttedestinasjon er det truleg naudsynt å utvikle ein fellesgodmodell som omfattar bidrag frå næringsaktørar, kommunen, hytteeigarar, samt andre brukargrupper - der bidrag frå hytte- og eigedomsutviklinga blir ein av hovudinntektskjeldene. For å generere midlar til strategisk viktige fellesgoder vil vidare hytteutvikling vera nødvendig. Her har kommunen ei viktig rolle som reguleringsmynde både i høve arealbruk, hytteutvikling, infrastruktur og det å sikre tilgang til naturen. Ein kan sjå til pågåande prosessar i Vinje, med destinasjonane Rauland og Vågsli som døme på dette.

3 Utviklinga etter 2014

Etter vedtaket av gjeldande KDP Lifjell er dette utvikla på Lifjell:

- Det er etablert cirka 70 nye fritidshytter frå 2014-2019
- Det er ikkje etablert nye uteleigeeiningar
- Det er bygd ny veg til toppen av Høgefjell. Det føreligg ikkje gode nok data til å kvatifisere omfanget av vegbygging.
- Det er etablert nye VA-leidnigar på Lifjell, slik at nye hytter blei kobla til. Det føreligg ikkje nok datagrunnlag for å kvantifisere omfanget av eksisterande hytter, som blei kobla til og dermed fekk standardauke.

Overnattingstala syner at overnattingar på vinteren har auka (sjå kap. 4), mens dei har gått noko ned på sommaren. Dette gjelde heile kommunen. Det finst ikkje spesifikke tal for Lifjellområdet. Det meste av overnatningsaktiviteten skjer på Lifjelltunet, men også her er det ledig kapasitet. Lifjellstua har opna att etter eigarskifte, men er open berre etter førespurnad utanom høgsesongen.

Ein har ikkje kome i gong med finansiering av nye heisar eller nedfartar. Det har vore noko forsøk på å samle inn pengar, men det var ikkje semje om innbetalingar og utbyggingstakta har heller ikkje vore høg nok til å tene inn tilstrekkeleg med midlar.

Som fylgje har utvikling av vintertilbodet stagnert på Lifjell.

Ein kan konkludere med at KDP Lifjell har fungert delvis, men at hovudintensjonen – å byggje opp under destinasjonsutviklinga – ikkje har blitt oppfylt.

4 Trangen for overnattingskapasitet

4.1 Grunnlagsdata

4.1.1. Hotell:

Då det berre er to hotell i Midt-Telemark kommune kjem ikkje desse med i [Statistikknett.no](#). VisitBø hentar difor inn tal direkte frå dei to aktørane Bø Hotell og Norsjø Hotell. Tilbakemeldinga frå VisitBø er at juli er den månaden med absolutt mest besökande og står for omtrent halve årsomsetninga. Hovudmarknaden er nordmenn som utgjer om lag 90%. Hovudsegmentet er barnefamiliar som har besøk i Bø Sommarland som hovudføremål for reisa. Resten av året har hotella fokus på kurs- og konferansemarknaden og bussgrupper.

Hotella meldar om lite fjellgjestar totalt. Det er nokon på sommarstid, men om lag ingen om vinteren.

Ser ein på Lifjell spesielt er besøket på Lifjellstua, Solstua og Lifjelltunet og absolutt størst om sommaren. Som i Bø-regionen for øvrig er og størsteparten av gjestane på Lifjell barnefamiliar som besøker Bø Sommarland. Lifjelltunet er den største overnattingsaktøren gjennom heile året. Juleferien, vinterferien og påskeferien er i tillegg til sommaren dei periodane med høgast belegg, men det er framleis noko ledig kapasitet og i desse pressperiodane.

Det er interessant å merke seg at Bø generelt og Lifjell spesielt ikkje har særleg stort besøk i haustferien. VisitBø gjev tilbakemelding om at potensialet er større heile året sett under eitt, med fokus på gjester som skal nytte fjellet.

4.1.2 Hytte og camping:

Ser ein på Statistikknett.no for hytte/camping i Bø-regionen (Spesifikasjon: Telemark, 0889 Bø-regionen) så har det vore ei auke i talet kommersielle overnattingar i 2018 og 2019. Dette er i tråd med Innovasjon Noreg sine landsdekkande statistikkar.

I Bø-regionen er totalt 93% av dei besökande nordmenn. Av dei 7% utanlandske besökande er dei største utanlandsmarknadene Tyskland, Nederland og Danmark.

Statistikken synleggjer følgande sesongvariasjonar:

Sommar (juni-august):

År	Totale overnattingar
2019	152.000
2018	165.000
2017	169.000

Marknadsfordeling på nasjonalitet om sommaren er 92% nordmenn og 8% utlendingar. Dei største utanlandsmarknadene på denne årstida er Tyskland, Nederland og Danmark

Vinter (januar – april):

År	Totale overnattingar
2019	25.000
2018	17.000
2017	14.500

Marknadsfordeling på nasjonalitet om vintaren er 97% nordmenn og 3% utlendingar. Dei største utanlandsmarknadene på denne årstida er Danmark og Sverige

Om ein ser camping/hyttestatistikken under eitt så ser me at det har vore ein oppgang i det totale talet kommersielle overnattingar i Bø-regionen. Ser ein på fordelinga per sesong ser me imidlartid at det har vore ein nedgang i talet overnattingar på sommaren, men ein oppgang i talet overnattingar på vinteren. I sum er auka på vinter høgare enn nedgangen på sommaren.

4.2 Vurderingar

Det er lite kapasitet for overnatting på Lifjell, men denne er ikkje fullt utnytta – heller ikkje i pressperioder vinterstid. Dette har sannsynlegvis med attraksjonskraft å gjøre. Dersom denne aukar vil talet turistar og trøngen for overnatting auke likeså. Om sommaren gjer Lifjell det bra, men har framleis noko ledig kapasitet. Per i dag er det ikkje trøng for meir overnattingskapasitet på Lifjell. Fleire varme senger vil tvert imot kunne bety kroken for døra for eksisterande tilbod.

Midt Telemark treng imidlartid overnattingskapasitet i høgsesong om sommaren då kapasiteten alle stader i kommunen er relativt sprengd. Om vinteren derimot er det ledig kapasitet. Denne kunne med fordel vore fylt opp gjennom aktivitet på Lifjell. Dette føreset auka attraksjonskraft ved destinasjonen Lifjell og gode transporttilhøve frå overnattingsstader opp til Jønnbu. I auka attraksjonskraft ligg og ei utvikling i kommersiell retning. Lifjell og låglandet i Midt Telemark bør difor samarbeide betre om stadleg attraksjonskraft, overnattingskapasitet og transport.

5 Tilsvarande destinasjonar

Lifjell er ein relativt liten destinasjon, både med omsyn til areal, omsetning, talet aktørar og talet hytter. For å samanlikne med andre destinasjonar bør ein sjå både område i liknande storleik og aktivitetsintensitet, i staden for å sjå på dei største og mest vellykka destinasjonane i landet. Vi har vald å sjå på Vrådal, Sirdal (Sinneshøgda), Brokke og Gautefall, då desse har mykje likskap i lokalisering opp mot befolkningssentra, storleik og struktur. Likevel er kvar destinasjon unik og har forskjellige utfordringar og suksess.

5.1 Vrådal

Vrådal er ein heilårsdestinasjon med like stort fokus på sommar og vinter. Destinasjonen ligg i Telemark, med avstandar til befolkningssentra og infrastruktur, som kan samanliknast med Lifjell. Det er eit fåtal aktørar, som er langsiktige eigarar og grunneigarar. Utviklinga har halde fram sida 1864, destinasjonen har klart å hengje med i den svært skiftande turistmarknaden sida då. Vrådal er ein Color-Line destinasjon, ein av dei minste faktisk. Dermed nyt området godt av eit stort tal utanlandske turistar, som kommer med bilferje frå Danmark og Tyskland. Dette gjer at varme senger har eit høgt belegg midtveke, samt at heisar og andre fasilitetar kan haldast opne.

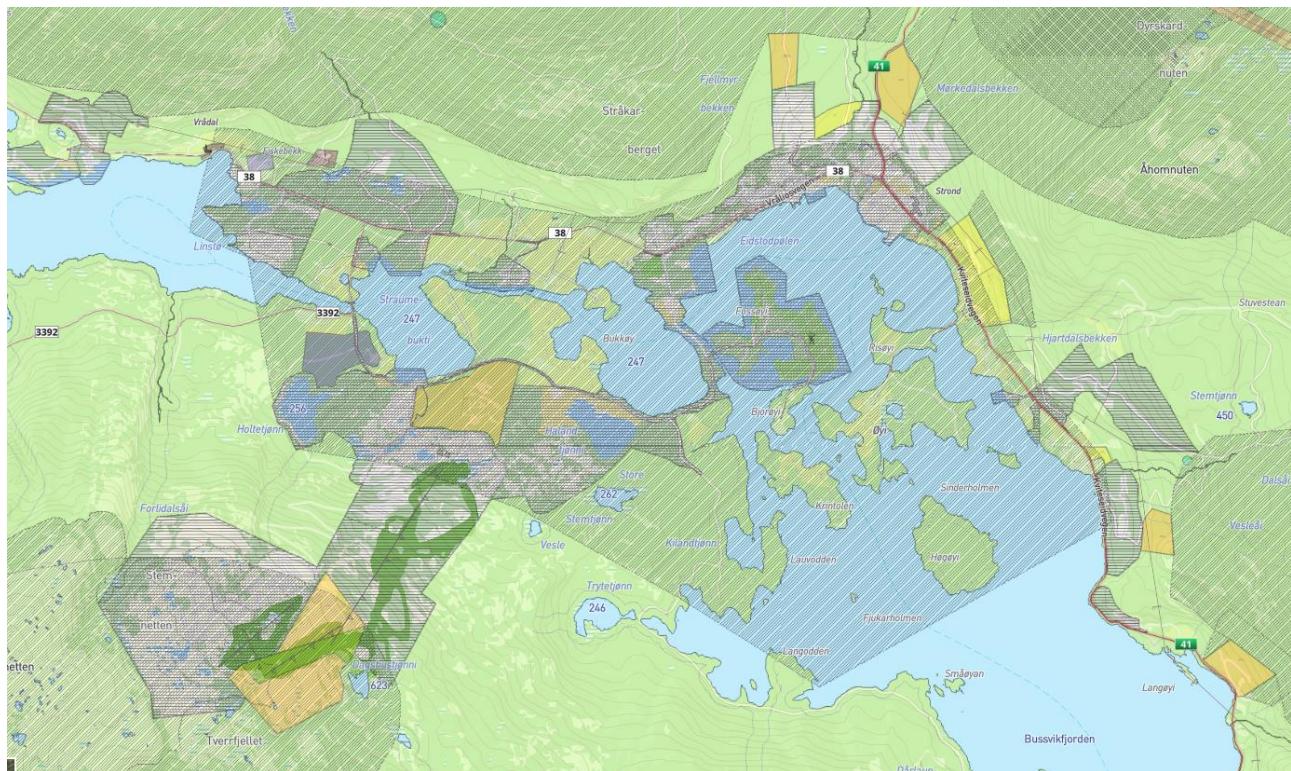
Vrådal er ein liten tettstad med desse fasilitetane:

- Hotell (de historiske)
- Butikk (Joker)
- «Nisseloftet»
- Strandaktivitetspark (Straand sommarland)
- Dampskip
- Idrettsanlegg med fotballbane
- Golfbane
- Kyrkje
- Bensinpumpe, hurtiglading
- Campingplass, med campinghytter
- 8 skiheisar (derav barneband, gondol)
- 43 km preppa skiløyper
- 18 alpin nedfarter, med overvekt på grøne og blå nedfarter

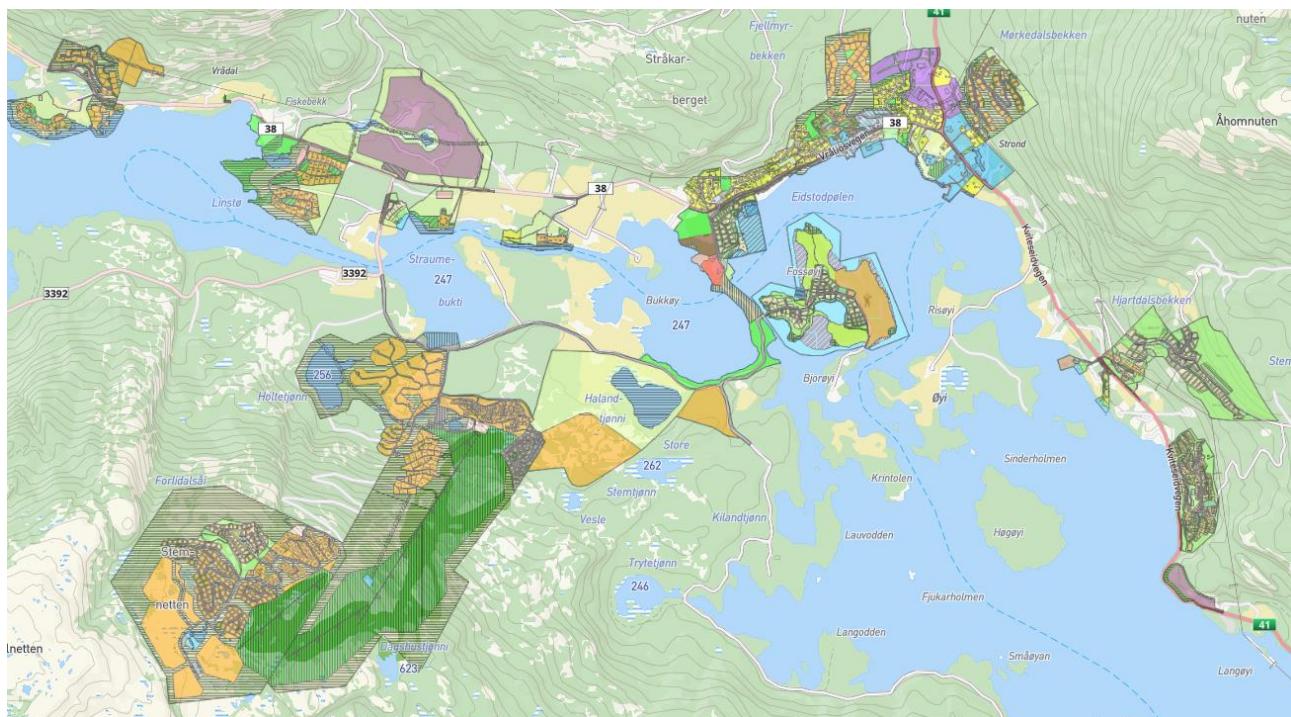
Det er 1700 utleigesenger i Vrådal, derav 1200 kommersielt drive og ca. 500 gjennom AirBnB, Finn.no , Booking.com og liknande kanalar. Vrådal er eit eksempel på ein kommersiell destinasjon, som fungerer heile året. Det er hotellet og andre kommersielle aktørar, som dominerer utviklinga – men ikkje arealbruken. Hytteutvikling er eit tillegg, som plasserast tett opp mot eksisterande infrastruktur og kommersielle funksjonar.

Kommuneplanens arealdel er vedteke i 2019 og veljar å ikkje gjev føringar for allereie regulerte område. Arealdelen set av nokre framtidige område for fritidsbustad og eit område for alpink. Ny utvikling skal kome i tett tilknyting til eksisterande anlegg/busetnad. Det aktive området er temmeleg konsentrert, med ei maksimal utstrekning på ca. 6x6 km.

KPa for Kviteseid syner [denne arealbruken](#):



Området er [regulert slik:](#)



Det er i reguleringsplanane ein ser detaljane, som er relevante for reiselivet. Ein ser at kommersiell aktivitet regulerast konsentrert kring Straand hotell og strandparken/dampskipbryggje, noko kring tidlegare Vrådal hotell/butikkcenter og elles (i arealmessig liten grad) rett med dalstasjonen til gondolbana. Funksjonar knytt til reiselivet er elles lokalisert tett opp mot funksjonar knytt til fastbuande.

Suksessen i Vrådal kan forklarast ved at ein har få aktørar med sterke kompetanse innanfor sine marknadssegment og at ein har satsa på ein volummarknad i samarbeid med transportbransjen (Color Line). Destinasjonen har høg attraksjonskraft både om sommaren og vinteren, og samlar nokre større arrangement til staden opp gjennom året. Ein har reindyrka, kommersiell overnatting og elles ein del fritidsbusetnad. Kommersielle funksjonar utanom skitilbodet er konsentrerte langs etter ein hovudveg, med mindre enn 1 km avstand og godt utbygd infrastruktur.

5.2 Sinnes/Sirdal

Sinnes i Sirdal er ein av mange små destinasjonar i kommunen. Dei går mest over i kvarandre, difor fokuserer marknadsføringa på heile kommunen. Sinnes ligg opp til 2 timer frå Stavanger, noko nærmere til Sandnes. Vinterdestinasjonen ligg i enden av FV 45, som er vinterstengd over Brokke-Suleskard. Om sommaren er det mykje gjennomfart mot Setesdal og vidare mot Telemark.

Opphaveleg har Sinnes vore område for spreidd hyttebygging på fjellet. På 1920-talet oppstod dei første planane om fjelldestinasjon på Sinnes, og noko blei realisert av vyane frå den gongen. Utviklinga førte til noko meir konsentrasjon av byggjeverksemder etter kvart, men destinasjonen er framleis prega av grunneigarstyrt, spreidd utvikling. Skisenteret på Ålsheia var lenge ein motor for utvikling, men blei etter 2010 innlemma i det nyare skisenteret på Tjørhomfellet. Konsentrasjonsprosessen kring innfallsporten til Ålsheia blei då avbroten, og som ein konsekvens blei den største overnattingsstaden på Sinnes privatisert.

Grunneigarane i området har lenge hatt ein sterk rolle som aktørar. Dei fleste gardane driv med turisme i ein eller annan form. Ein har ofte campingplassar i samband med gardstonet. Hytter ligg nokså nært opp mot bustader. Det er også grunneigarane, som syter for felles infrastruktur og destinasjonsutvikling, ofte i konkurransen mot kvarandre og mot andre grender i øvre Sirdal. .

Desse fasilitetane finn ein på Sinnes og i nærområdet:

- Fjellstoge (restaurant, møtelokale)
- Nærbutikk (Joker)
- Gatekjøkken/pizzeria (Brekkebua)
- Golfbane (Kvæven)
- Sirdal fjellmuseum (Kvæven)
- Kapell (Kvæven)
- Klatrepark (høyt og lavt, Tjørhom)
- Bensinstasjon og hurtiglading
- Div. campingplassar
- 9 skiheisar (Ålsheia og Tjørhomfjellet)
- 22 alpintnedfarter (Ålsheia og Tjørhomfjellet)
- 200 km preppa skiløyper (inkl. Fidjeland og Ådneram). Endepunkt for Sesilåmi.

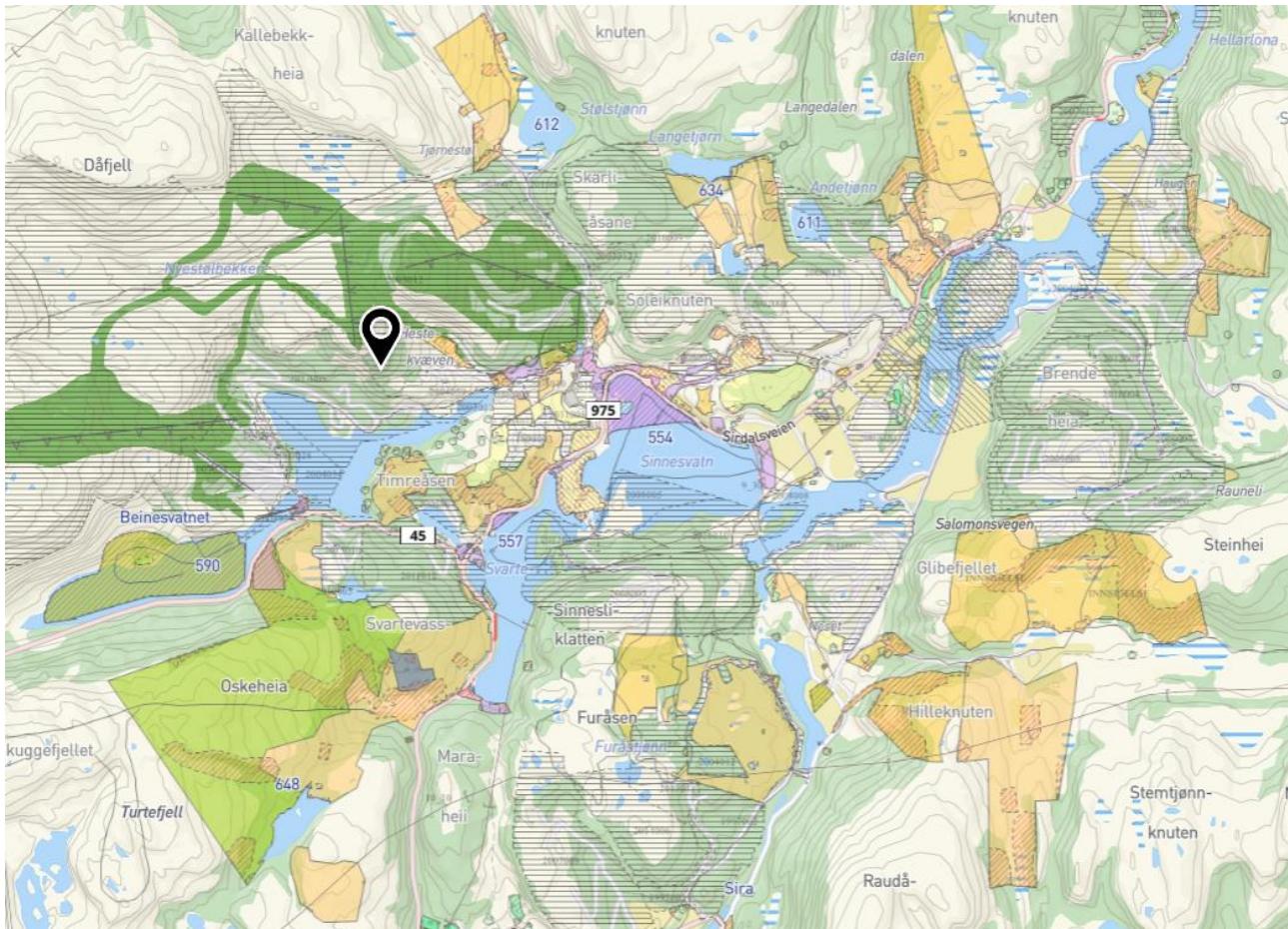
Det er ca. 350 kommersielle senger i øvre Sirdal, men det meste ligger rundt Fidjeland (Sirdal høyfjellshotell) og Tjørhomfjellet. Sinnesområdet har svært få kommersielle utleigeeiningar att, etter at Fjellstoga stengde som overnattingsstad og Ålsheia skisenter blei innlemma i Tjørhomfjell. Innfallsporten i skianlegget ligg no lenger vest, nærmere Stavanger/Sandnes.

Sinnes er eit døme på ein fjelldestinasjon med lang fartstid, som har krav på å vere ein kommersiell aktør, men likevel gjennomfører ein transformasjon til ein grunneigarstyrt hyttedestinasjon. Dette kjem til uttrykk

gjennom store areal sett av til hytteutvikling og ein laus tilknyting til kommersielle funksjonar, samstundes som sistnemnde byggiast gradvis ned.

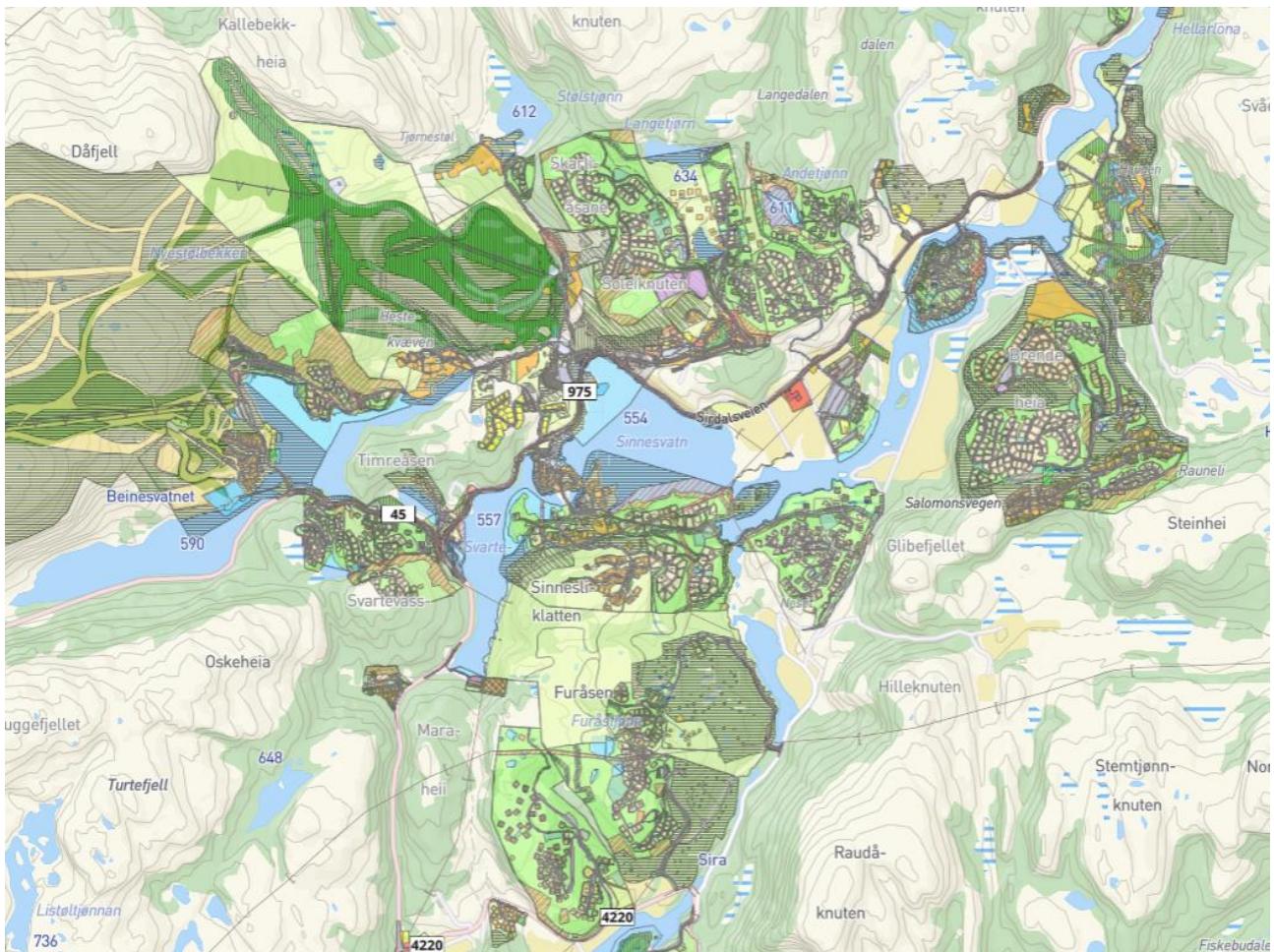
Kommuneplanens arealdel:

Kommunedelplan Sirdal nord er vedteke i 2018 og veljar å ikkje gjeve føringar for allereie regulerte område. Arealdelen set av ein framtidige område for fritidsbustad og noko næring sentralt på Sinnes. Fritidsbusetnad skal kome i periferien til eksisterande utbygging. Det aktive området glir over i tilstøytande område mot sør og aust, med ei maksimal utstrekning på ca. 7x4 km.



Reguleringsplanane gjev eit meir detaljert bilet. Det er særleg reguleringsplanen for Sinnes sentrum, som set av store område til næringsverksemd og blanda føremål. Mykje av denne planen er realisert bygningsmessig, men utleige- og næringsfunksjonar er tona kraftig ned i høve til intensjonane. Det er elles ein del utleigeeiningar regulert ulike stader i området, i samsvar med krav i tidlegare kommunedelplanar. Lite av desse er blitt realiserte. Det meste av skisenteret sine regulerte fasilitetar er derimot realisert. Mykje av den offentlege infrastrukturen er bygd ut i tråd med reguleringsplanen, blant anna vegomlegging og rundkøyring.

Reguleringsplanar i området:



Sinnes «sentrum» fungerer därleg fordi kommersielle funksjonar ligg spreidd langs fylkesvegen gjennom grenda og opp igjennom dalen. Øvre Sirdal har fleire, svake senterområde, som ein fylgje av at ein har etterkome grunneigarinteresse. Reiselivet er fragmentert og sel ikkje eitt samla produkt. Nærleiken til store byar kompenserer for svakheiter til ein viss grad. Attraksjonskrafta er dermed i grunnen låg, men geografiske strukturar gjev ein føremón.

5.3 Brokke

Brokke er ein relativt ny destinasjon, som har vakse fram etter 2000. Grunneigarar har stifta eit utviklingsselskap, der grunneigarane held kapital i samsvar med arealet dei tek inn i destinasjonen. Utbytte fordelast i høve til andelen dei ulike grunneigarane held av selskapet. På denne måten frigjer ein høvet mellom areal og «salbare einingar», som på mange andre, grunneigarstyrte destinasjonar, fører til spreiing av utbygginga over store areal. Ein byggjer ut i høve til kommuneplanens arealdel, som blei til i høve til ein masterplan.

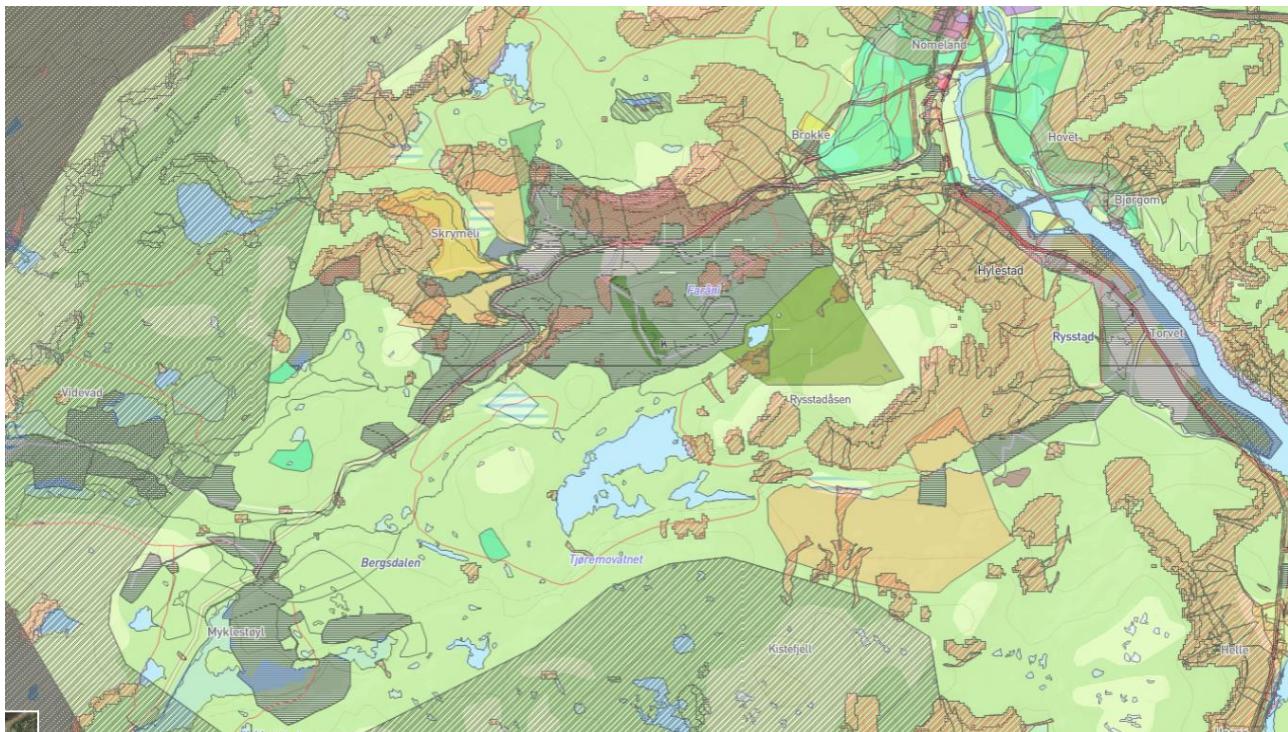
Hytteområda og skifasilitetar ligg om lag 5 km frå tettstaden Rysstad langs RV 9. Fylkesveg 45, som Brokke ligge rett inntil, er vinterstengd om lag ved Brokke skisenter. Om sommaren er det ein del gjennomkjøring mellom Sirdal og Setesdal. Desse fasilitetane finn ein på Brokke og i nærområdet:

- Hotell (Rysstad)

- Div. butikkar på Rysstad (COOP, skuterbutikk, bank)
- Setesdalsmuseet (Rysstad)
- Kyrkje (Rysstad)
- Bensinstasjon (Rystad)
- Restaurant (Brokkestøylen)
- Campingplass (Rysstad)
- Via Ferrata
- 4 skiheisar
- 6 alpintnedfartar
- 48 km preppa skiløyper Startpunkt for Sesilåmi.

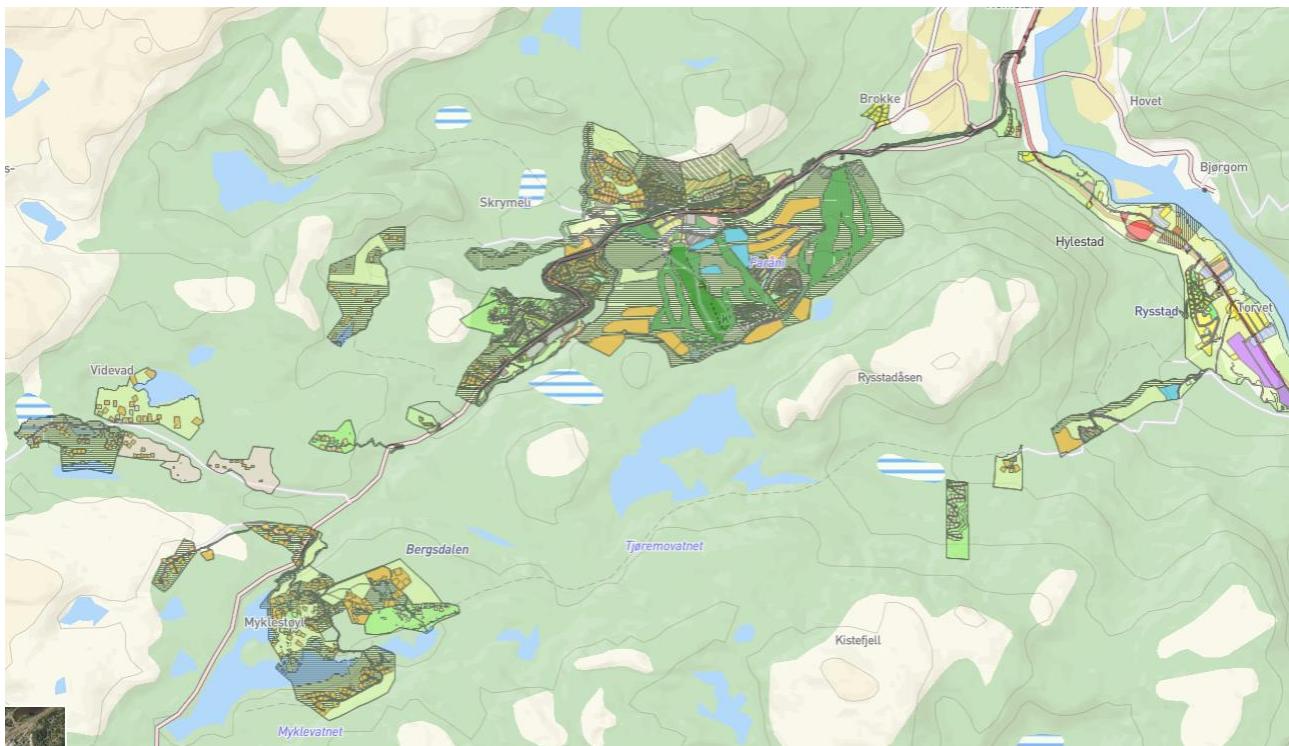
Det er ca. 400 kommersielle senger i området Brokke, inkludert Rysstad nede i Setesdal. Sølvgarden er den klart største aktøren, med både hotell, leilegheiter og campingtilbod. I kjerneområdet på Brokke er det lite utleige og ingen kommersiell aktivitet ut over skiheisen med støttefunksjonar (skiutleige, varmestoge) samt Brokkestøylen (open om sommaren). Soleis er Brokke ingen konkurrent for Rysstad, men eit supplement, som også sikrar belegg på varme senger i vintersesongen.

Kommuneplanens arealdel:



KPa i Valle er vedteke i 2016. Også her gjeld reguleringsplanar framfor kommuneplanen, utan at KPa set føringer for vidareutvikling av reguleringsplanar. KPa syner høve for nye hytteområde utanom regulerte område. Brokkeområdet målar ca. 4,5 x 2,5 km i utstrekning.

Reguleringsplanar i området:



Det meste av dei regulerte områda gjev heimel til hyttebygging utan krav til utleige. Det er set av nokså store område inntil FV 45 og inn mot dalstasjonen til skianlegget, som heimlar blanda utbygging med høve til næring, utleige og konsentrert fritidsbusetnad. Tett inntil næringsområda ligg felt med krav til utleige. Reguleringsplanen for Kvisle er sentrumsplanen, som legg opp til høgstandard infrastruktur og mellom anna bensinstasjon. Mykle av dei regulerte skiareala og fritidsbusetnad er realisert, medan næringsareala stort sett ligg ubygde. Infrastrukturen er ikkje bygd ut i tråd med planen. Nokre område med krav til utleige er blitt omregulert til fritidsbusetnad.

Brokke er per i dag ein nokså rein hyttedestinasjon, realisert gjennom grunneigarsamarbeid. Skisenteret er velfungerande og lettdrive, takka vere rasjonell plassering i terren og lite omfang på anlegg, som gjev grunnlag til god drift. Opningstida er stort sett i helgene, pluss ferietida, fordi det manglar kundegrunnlag på grunn av fråværet til midtveketuristar. Det er eit stort potensial på synergi med Rysstad, men ingen felles destinasjonsutvikling eller -marknadsføring, som står opp under det. Nærleiken til Kristiansand (ca. 2 timer å køyre) gjer at ein får ein del dagsturistar i helgene. Sommartilbodet er sparsamt.

5.4 Gautefall

Gautefall er ein todelt destinasjon, som delvis ligg i Nissedal kommune og delvis i Drangedal. I Nissedal er det reine hytteområde, der utleigehytter ikkje er realiserte. Den eigentlege destinasjonen ligg i Drangedal kommune, der ein har etablert eit slags sentrum kring hotellet og skisenteret. I tillegg ligg det ein del hyttefelt tett inntil skifasilitetane, pluss fleire hyttefelt lengre unna.

Desse fasilitetane finn ein på Gautefall og (ekskludert fasilitetar i Nissedal kommune):

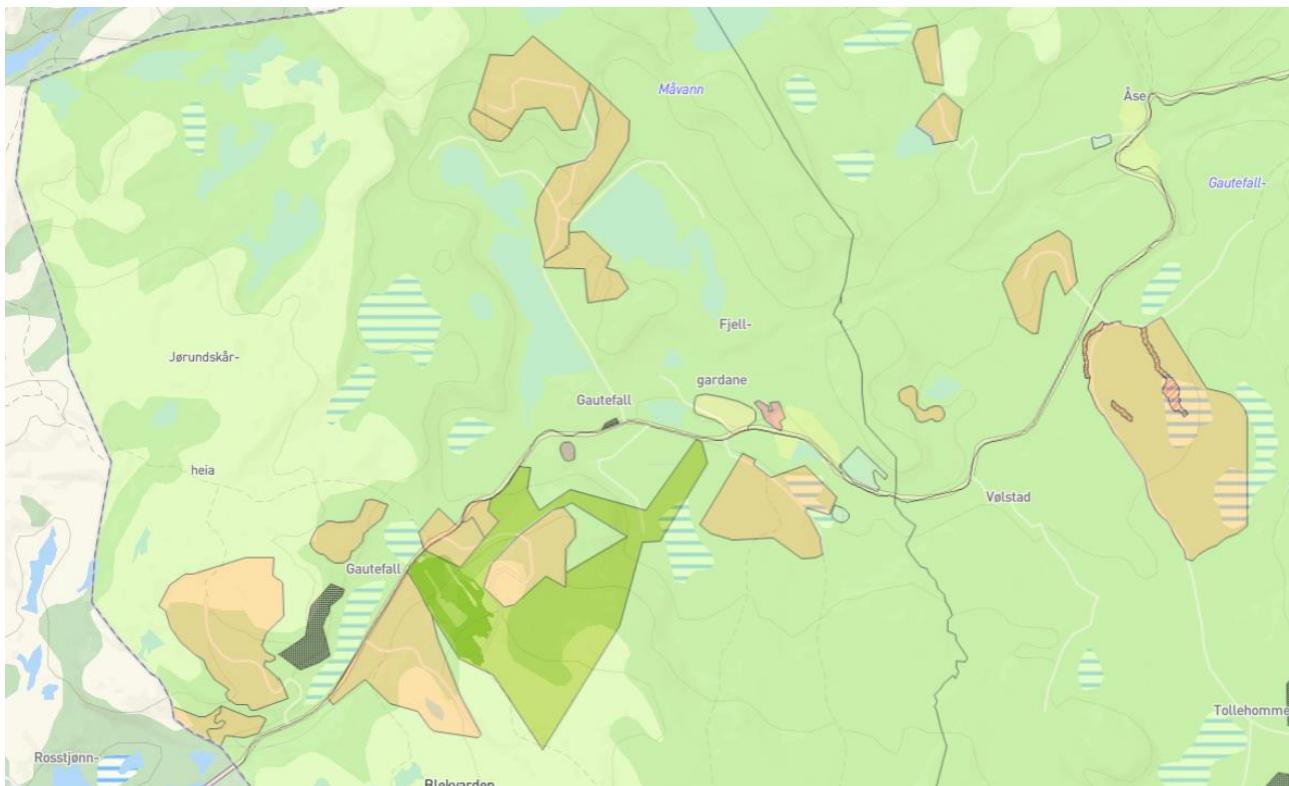
- Hotell (Gautefall Ski Lodge)
- Fjellkyrkje (Gautefall)
- Restaurant (Lodge)

- Rulleskianlegg, skiskyttaranlegg
- Tilrettelagde gå- og sykkelløyper
- Via Ferrata
- Varmestoge skisenter
- 6 skiheisar (1 stolheis og 2 rulleband)
- 16 alpintnedfartar
- 58 km preppa skiløyper.

Det er ca. 128 leilegheiter tilgjengelege på Booking.com, altså meir enn 500 varme senger. Det er utstrekkt privat utleige av fritidsbustader i tillegg. Marknaden på Gautefall er nokså uoversiktleg. Det har historisk vore Gautefall hotell, som drog utviklinga framover. Dei seinare åra har utviklingstakta blitt redusert. Hotellet frå 1976 er transformert til leilegheiter til utleige.

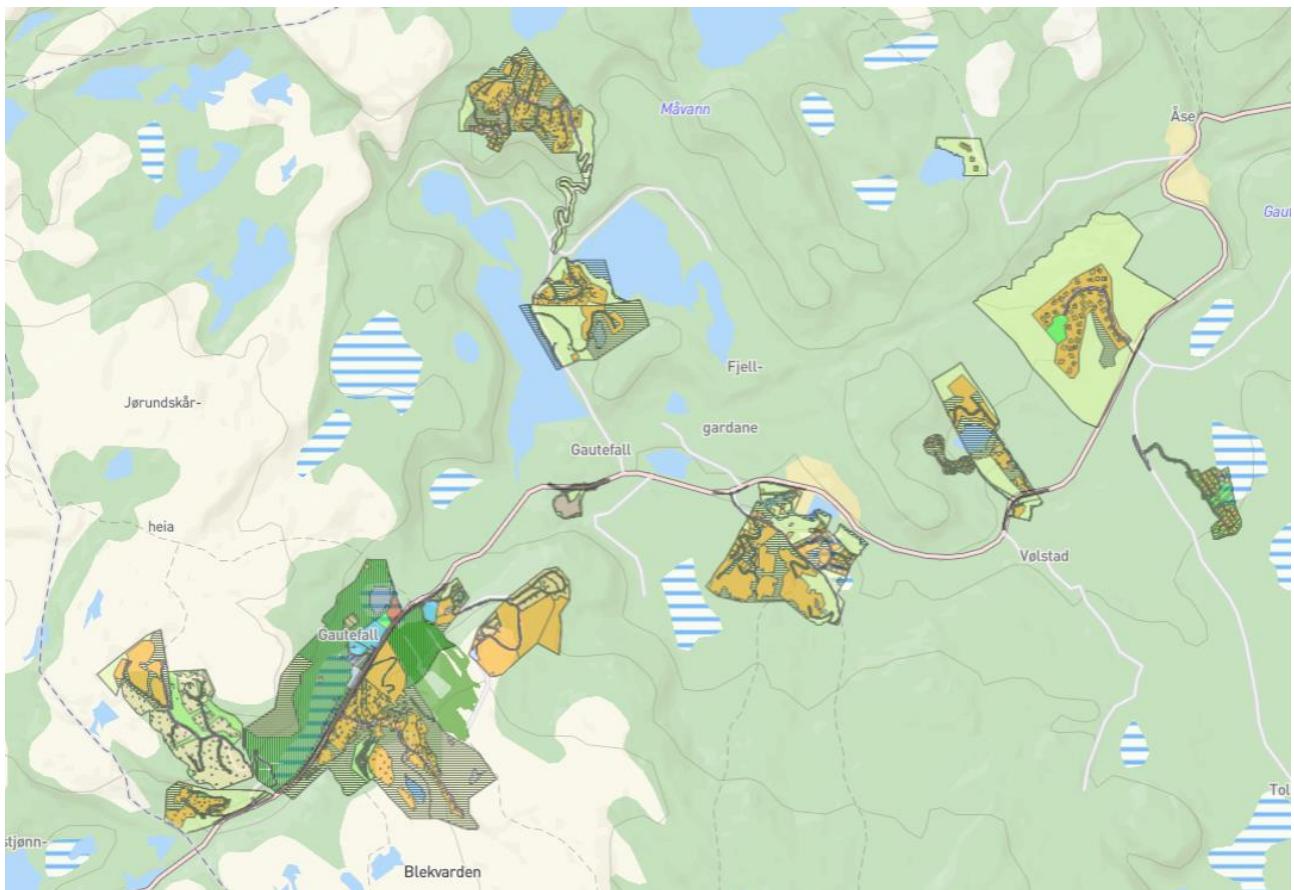
Mykje av utbygginga på Gautefall blei til i etterkant av ein kommunedelplan frå 2005. Denne er i mellomtida avløyst av ein rullert arealdel for heile kommunen, som vidarefører den gamle kommunedelplanen på ein meir generalisert måte. Området på ca. 9 x 6 km er lågt utnytta, med utbyggingsområde nokså laust knytt til kvarandre. Kommuneplanen styrer arealbruken i alle utbyggingsområde.

Kommuneplanens arealdel:



Reguleringsplanane syner tydeleg eitt kommersielt sentrum på 700 x 200 m. Her er all kommersiell utleigeverksemd konsentrert, i tillegg til det som finst av kommersielle aktivitetar. Reguleringsplanane med anna enn fritidsbusetnad er meir enn 15 år gamle.

Reguleringsplanar i området:



Gautefall har starta som ein kommersiell fjelldestinasjon med eit avgrensa arealavtrykk og ein sentral aktør. Etter kvart har destinasjonen mista attraksjonskraft, samstundes som hyttefelt har teke over for mykje av overnattingsaktivitetane. Skisenteret er framleis ein magnet, særleg på grunn av kort reiseveg til Grenland og Arendalsområdet. Full hotelldrift er derimot ikkje mogleg lenger. Gautefall ligg lågt til fjells og har mykje å by på heile året. Lokaliseringa mellom Drangedal og Treungen gjer at det ikkje er grunnlag for noko næringsutvikling.

5.5 Oppsummering

Ein ser tydeleg at det er mange faktorar, som spelar inn på om ein destinasjon skal vere vellukka eller slite. Attraksjonskrafta til destinasjonen er det viktigaste elementet. Vidare må det vere godt samspel mellom naturgjevne tilhøve, arealdisponering og reiselivstilbodet. Og til slutt må destinasjonen vere riktig organisert i høve til aktørar, for at målsetningar skal oppnåast.

6 Vurdering av usikkerheit og pålitelegheit

Det må understrekast at bakgrunnsdokumentasjonen i analysen er sære avgrensa. Det har ikkje vore gjennomført ein eigen prosess fram til definisjon av eit felles reiselivskonsept på Lifjell. Definisjonen er såleis eit resultat av **eitt** møte med VisitBø sine medlemmar på Lifjell. VisitBø har berre mandat til å målbere sine medlemmar. Desse utgjer igjen ein handfull av interessentane på Lifjell. Det vil seie at grunneigarar (som ikkje driv kommersiell verksemd på Lifjell) eller andre næringsaktørar på Lifjell (dømesvis hytteutbyggjarar) ikkje var tilstades på møtet og har difor ikkje bidrige i reiselivsnotatet og definisjonen av framtidig konsept. Eit så vidt spinkelt bakgrunnsgrunnlag er utfordrande i analysesamanheng og forringar grunnlaget for å fatte avgjersler som er forankra i røynda i planprosessen. Skal ein lage ein plan for området som vert førande for vidare utvikling, er ikkje dokumentasjonsgrunnlaget som no ligg til grunn for reiselivsanalsysen tilfredsstillande. Det burde vore køyrt ein eigen prosess knytt opp mot Lifjell som reisemål, men det har ikkje vore rammer for dette i prosessen. Den formelle planprosessen kompenserer noko for dette ved at alle enkeltaktørar får høve til å uttale seg – dette er likevel ikkje det same som å gjennomføre ein samordna prosess med reiselivsfagleg innhald.

Vidare er det noko ulike bakgrunnsdata ein klarer å hente inn frå ulike reiselivsaktørar i ulike regionar. Dette gjer at talmateriale ikkje kan samanliknast «matematisk». Grunnlagsmaterialet gjev likevel høve til å trekke generelle, overordna konklusjonar.

Mykje informasjon om destinasjonane er tilgjengeleg på internett, men denne er ofte lagt ut av aktørane direkte og ber preg av reklame. Grunnlagsinformasjonen må difor filtrerast noko etter skjønn og erfaring.

7 Tiltrådingar

7.1 Oppfylging ut over kommuneplanarbeidet

Det å køyre ein reisemålsprosess som metode for utvikling av Lifjell er eit råd me vel å gje Midt Telemark kommune. Denne metodikken er utvikla hjå Innovasjon Noreg, og verkemiddelapparatet er innretta mot slike prosessar. Det gjeld både med tanke på finansiering og fagleg kompetanse og bistand. Eit marknadsføringsselskap som VisitBø kan ikkje syte for ein slik prosess åleine. Kommunen må vera med og drive prosessen som ansvarleg premissgjevar. Ein reisemålsprosess vil resultere i langt meir enn arealmessige avklaringar, og nokre av utfordringane ein har identifisert i føreliggjande analyse vil kunne meistrast gjennom ein samlande prosess og ein fagleg god konklusjon.

Ein reisemålsprosess vil vere grunnlaget for å velje scenario for vidare utvikling og dermed arealdisponering. Det er svært uheldig at denne prosessen ikkje har vore i forkant av rullering av KPa. Eit råd frå Sweco er difor å halde KDP Lifjell utanom rullering av KPa og i staden initiere rullering av KDP Lifjell når næringa har fått gjennomført ein reisemålsprosess i samarbeid med kommunen. Innlemming av KDP Lifjell vil føre til at areal blir disponert i utakt med aktørane sine eigne planar og evne, slik at utvikling stoppar opp.

7.2 Skiareal

Gjeldande KDP Lifjell inneholder ambisiøse mål mot utvikling av alpintilbodet. Næringsa sjølv ser ut til å ynske ei viss utviding av dagens tilbod. Dette til tross for at anlegget per i dag ikkje kan halde ope heile veka. Samanlikna med andre destinasjonar har Lifjell ein tydeleg overkapasitet på alpintilbodet set av i KDP, rekna opp mot kommersiell overnattingsskapasitet. Det er unrealistisk å etablere dette. Dei godt fungerande skidestinasjonane vi har sett på er prega av langt meir rasjonelt plasserte skianlegg. Samspelet mellom tilkomst (parkering, ev. buss), senterområde, dalstasjon og nedfartar må optimaliserast for høve for jamn og lønsam drift.

Dersom dei eksisterande heisane skal oppretthaldast slik dei ligg no, må samanbindingsheisen etablerast og servicefunksjonane leggast éin plass. Heissystemet kring Bøkstulnatten ser ein ikkje kommersiellt høve til å etablere med mindre ein vel å bli kommersiell destinasjon, med alt det dette inneber.

Langrennsløyper er eit viktig tilbod i både kommersielle- og hyttedestinasjonar. Dersom ein vel ein karriere som kommersiell destinasjon, må ein leggje opp til eit meir utstrakt og samanhengjande nett av grøne løyper rett inn mot senterområdet. Ein må i tillegg leggje til rette for barmarks bruk med høgstandard stiar for gåing og sykling. Skiløyper bør ha ei vegetert buffersone mot busetnad.

7.3 Senterområdet

Sentrumsområdet har ein svært viktig funksjon i ein kommersiell destinasjon. Det må vere navet for tilreisande og tilfredsstille alle trong turisten har under opphaldet. Det må ha synergier mot ferdselsårene (kjøring, gåing, ski, trekk, Wiesel...), overnatting, toalett, klesskift (dagsturistar) og må visuelt framstå som ein innfallsport til ein rekreasjonsstad. Per i dag er det ikkje mange av funksjonane som er oppfylt tilfredsstillende. Dersom Lifjell vel å bli ein kommersiell destinasjon, vil området vere svært viktig å detaljere på ein god måte. Omfanget og lokalisering bør ein likevel sjå nærmare på, i samhøve med ferdsel- og overnatningsfunksjonar.

Dersom Lifjell skal transformeras til ein hyttedestinasjon, vil ikkje senterområdet ha nokon sentral funksjon og vil kunne brukast til andre føremål. Det er blant anna difor Sweco tilrår å gjennomføre ein reisemålsprosess først.

7.4 Organisering

Andre destinasjonar syner at organisering av reiselivet er sentral for å lukkast. Vrådal er ein vellukka, aktørstyrt, kommersiell destinasjon, som har opparbeidd attraksjonskraft for å tiltrekke reisande og kapital. Brokke er ein vellukka hyttedestinasjon, som har skapt inntekter for alle grunneigarar, samstundes som den har etablert fellesgode av høg kvalitet.

Sweco kan i samband med kommuneplanens arealdel ikkje gje tilrådingar til grunneigarane om korleis dei skal organisere seg, men oppmodar etter ein gong Midt Telemark kommune om å stø opp under prosessar, som fører til ein god organisering av interessa i Lifjellområdet.

7.5 Oppsummering

Det er vanskeleg å gje gode råd utan ein tilstrekkeleg prosess med aktørane i forkant. For å halde døra på gløtt for ein kommersiell destinasjon, bør ein syte for å setje av areal for konsentrert alpintilbod og langrenn, samt halde senterområdet ope for kommersiell utvikling.

Ein ser elles tendensen på Lifjell som andre stader med at Lifjell gradvis transformeras til ein hyttedestinasjon. Dette vil ha implikasjonar for næringslivet og sysselsetting i kommunen, som ein bør utgreie. Dersom Midt Telemark kommune vel å gje grønt ljos for vidare transformasjon i retning hyttedestinasjon, bør dette kome tydeleg fram av arealkonseptet for Lifjell. Det er ikkje riktig å syna utstrakte alpintilbod for potensielle hyttekjøparar, når ein ikkje har resten av maskineriet på plass for realisering av desse. Det vil heller ikkje vere rett å halde av sentrale areal til ein kommersiell utvikling, som ein ikkje stør opp under elles. Ein hyttedestinasjon vil derimot vere tent med større avstand mellom dei einskilde utbyggingsområda og ein høg rekreasjonsverdi i grøntområda som er att.

8 Referansar

MTNU og VisitBø. 2019. Notat ref. oppgåve med kommuneplanens arealdel (**reielivsnotat**).

Innovasjon Norge. 2015. Håndbok i reisemålsutvikling.

https://assets.simpleviewcms.com/simpleview/image/upload/v1/clients/norway/in_handbok_final_online_191115_df8f6ecc-f7ff-4309-848d-884196b6f208.pdf.

Statistikknett Reiseliv. 2020. Overnattingstall. <https://www.statistikknett.no/>.

“Hyttefolk = Nyttefolk? Resultater fra en spørreundersøkelse blant hyttefolk i Tinn kommune og Øyfjell, Vinje kommune høsten 2007”, Ingeborg N. Nordbø

http://distriktsenteret.no/wp-content/uploads/2010/05/rapport-hyttefolk-nyttefolk_1.pdf

«Forstudie Rauland», Mimir 2018

<http://webhotel3.gisline.no/GisLinePlanarkiv/3825/20160009/Dokumenter/20160009%20KDP%20RKT%2012%20Forprosjekt%20Reiseliv.pdf>

«Situasjonsbeskrivelse og erfaringsgjennomgang Lifjell», Asplan Viak 2013

Brokke.com

Sirdalsferie.no

Gautefall.no

Vraadalbooking.no

Wikipedia.no

Skiinfo.no

Kommunekart.com