



Arkivsak

26/08806-1

Saksbehandler

Åse Lill Nordhus Barstad

Saksgang

Hovedutvalg for inkludering, idrett og

kultur

Hovedutvalg for næring, klima og miljø

Fylkesutvalget

Møtedato

02.06.2026

03.06.2026

09.06.2026

Kjøp av reiselivstjenester 2027-2030

Innstilling fra fylkesdirektøren

1. Fylkeskommunen viderefører kjøp av regionale reiselivstjenester for perioden 2027–2030 innenfor en samlet ramme på 2,75 millioner kroner per år.
2. Kjøpet struktureres som én samlet anskaffelse som omfatter digital infrastruktur og nasjonal markedsinnsats, internasjonal markedsutvikling og bærekraftig reisemål.
3. Avtalen inngås for to år, med opsjon på forlengelse i ett pluss ett år.

Sammendrag

Saken gjelder kjøp av regionale reiselivstjenester for ny avtaleperiode 2027–2030. Inneværende avtale utløper 16. januar 2027, og rammen videreføres på 2,75 millioner kroner per år.

Kjøpet skal bidra til å realisere Vestfoldplanens fylkesmål om at Vestfold er et attraktivt fylke som tilrettelegger for høy verdiskaping. Saken behandles parallelt med Regional strategi for kultur, reiseliv og opplevelser 2026–2033, og er ett av flere virkemidler for å operasjonalisere strategiens prioriteringer. Kjøpet inngår også i fylkeskommunens samlede arbeid med besøksattraktivitet, der reiseliv ses i sammenheng med kulturarv, kultur, kreative næringer, friluftsliv og idrett. BRAK-prosjektet, som følger opp fylkestingets vedtak i sak 125/24, ser på hvordan disse innsatsene kan virke mer helhetlig sammen.

Reiselivet bidrar til kveldsøkonomi, bostedsattraktivitet og verdiskaping i hele regionen, og styrker fylkets evne til å tiltrekke kompetent arbeidskraft. Vestfold er i dag en kjent sommerdestinasjon, men har potensial til å bli en helårs internasjonal besøksdestinasjon. Sammenlignet med andre fylkeskommuner ligger Vestfold lavt i offentlig satsing på regional reiselivsutvikling, og står i en stadig skarpere konkurranse om besøkende, arbeidskraft og investeringer.

Fylkesdirektøren tilrår at kjøpet gjennomføres som én samlet anskaffelse innenfor dagens ramme. Modellen ivaretar best behovet for helhetlig styring og samspill med kommunene og

næringen i et velfungerende trepartssamarbeid. Vertskapsfunksjoner foreslås lagt til kommunenes egne kjøp. Saken medfører ikke økte utgifter for fylkeskommunen.

Bakgrunn og saksgang

Vestfold fylkeskommune har siden 2016 kjøpt regionale reiselivstjenester gjennom åpne anbudskonkurranser. Inneværende avtale ble inngått av tidligere Vestfold og Telemark fylkeskommune i januar 2022 og utløper 16. januar 2027. Etter fylkesdelingen ble den opprinnelige rammen på 5,5 mill. kroner fordelt likt mellom Vestfold og Telemark, slik at gjeldende ramme for Vestfold er 2,75 mill. kroner per år. Avtalen omfatter markedsføring, kompetansehevende tiltak og vertskapsfunksjoner.

Saken legges fram for politisk behandling for å gi prinsipielle avklaringer for innretningen av kjøpet i ny avtaleperiode. Saken behandles parallelt med Regional strategi for kultur, reiseliv og opplevelser 2026–2033, som fastsetter fylkeskommunens overordnede prioriteringer på fagområdet. Strategien gir den strategiske retningen, mens kjøp av reiselivstjenester er ett av flere virkemidler for å operasjonalisere utvalgte mål – særlig der fylkeskommunen ikke har tilstrekkelig egen kompetanse eller kapasitet.

Kjøpet må også ses i sammenheng med fylkeskommunens øvrige arbeid med attraksjon og samfunnsutvikling. Gjennom virkemidler innen kulturarv, kultur, kreative næringer, friluftsliv og idrett bidrar fylkeskommunen til mye av det innholdet som gjør Vestfold attraktivt. BRAK-prosjektet, som følger opp fylkestingets vedtak i sak 125/24, vurderer hvordan disse innsatsene kan virke mer helhetlig sammen. Innretningen som velges i denne saken vil legge premisser for hvordan reiseliv og attraksjonsarbeid kan koordineres bedre framover.

Saken legges fram for Hovedutvalg for klima og næring, som innstiller til fylkesutvalget. På grunn av sakens relevans for kultur og kulturarv legges saken også fram for Hovedutvalg for inkludering, idrett og kultur til uttalelse. Fylkesutvalget fatter endelig vedtak.

Saksopplysninger

Reiselivet bidrar til bolyst og attraktive lokalsamfunn, og har stor betydning for å tiltrekke nye bedriftsetableringer og kompetent arbeidskraft. Menon Economics' destinasjonsanalyse for Vestfold (2025) gir det mest oppdaterte kunnskapsgrunnlaget om næringens omfang og betydning. Reiselivet i Vestfold skaper årlig:

- Et samlet forbruk fra tilreisende på over 4,3 milliarder kroner
- En verdiskaping på 3,1 milliarder kroner, tilsvarende 4 % av total verdiskaping i fylket
- Sysselsetting tilsvarende 7 160 personer, eller 9 % av sysselsettingen i fylkets næringsliv
- Kommunale skatteinntekter på 144 millioner kroner

Næringen er arbeidsintensiv og fungerer som inngangsport til arbeidslivet for mange unge og personer med utenlandsk bakgrunn. I Ernst & Youngs rapport, utarbeidet i forbindelse med revidert regional plan for bærekraftig arealpolitikk (RPBA), vises det til at kultur og reiseliv er ett av fem særskilte regionale fortrinn i Vestfold.

Vestfolds reiseliv er sterkt sesongavhengig: 78 prosent av gjestedøgnene finner sted i sommerhalvåret, og andelen utenlandske gjester er 17 prosent mot 34 prosent nasjonalt. Helårs reiseliv og økt eksportandel er identifisert som de viktigste vekstområdene både i nasjonal reiselivsstrategi og i regional strategi. Analyser fra Innovasjon Norge viser samtidig at

Vestfold taper markedsandeler i det norske markedet, noe som tilsier behov for tydelig nasjonal tilstedeværelse.

Vestfold har strategiske fortrinn som kort reiseavstand til store befolknings- og markedskonsentrasjoner, god tilgjengelighet via jernbane, havner og internasjonal lufthavn, sterke kultur- og naturbaserte opplevelser med tydelig identitet (herunder viking og Munch), samt posisjon som bærekraftig reisemål gjennom Merket for bærekraftig reisemål (2025).

Reiselivet er en samspillsarena der ansvar er fordelt på flere aktører; fylkeskommunen ivaretar regionalt nivå, kommunene lokalt nivå, og næringsaktørene produktnivå. Et velfungerende trepartssamarbeid er en forutsetning for koordinert innsats og helhetlig utvikling av reisemålet.

Reiseliv som offentlig oppgave – nasjonalt og regionalt rammeverk

Fylkeskommunen har som regional samfunnsutvikler ansvar for helhetlig utvikling av fylket. På reiselivsområdet utøves rollen gjennom strategiarbeid, regionale utviklingsmidler, oppdragsbrev til Innovasjon Norge og Siva, samferdsels- og kompetansetiltak, og kjøp av regionale reiselivstjenester.

Regjeringens nasjonale forventninger til regional og kommunal planlegging 2023–2027, nasjonal reiselivsstrategi og NOU 2023:10 *Leve og oppleve* viser alle til fylkeskommunene som sentral aktør for å operasjonalisere nasjonal reiselivsstrategi regionalt og legge bærekraftsmålene til grunn.

Vestfold mottok Innovasjon Norges Merke for bærekraftig reisemål 6. mars 2025. Ordningen krever systematisk arbeid med konkrete indikatorer og dokumentert forbedring fram mot re-merking i 2028. Etter Innovasjon Norges retningslinjer kan ordningen kun organiseres gjennom destinasjonsselskap eller foreninger med medlemmer i reiselivsnæringen. Det er etablert en regional reisemålsledelse med representanter fra de seks Vestfoldkommunene, fylkeskommunen, dagens leverandør samt næringsliv og frivillighet, som operasjonaliserer handlingsplanen for merket.

I ny regional strategi for kultur, reiseliv og opplevelser (2026–2033) er reiselivet integrert i tre innsatsområder. Innsatsområdet Vestfoldlivet samler innsatsen for kultur og reiseliv som drivkraft for et sterkere og mer attraktivt Vestfold, mens Vestfoldkysten omfatter målet om bærekraftig besøks- og stedsutvikling. Strategien legger til grunn at reiselivet skal utvikles fra volum til verdi, hvor innsatsen rettes mot målgrupper med høy verdiskaping og lavt klimaavtrykk («high yield – low impact»), og med mål om å fordele besøk bedre i tid og rom, og styrker grunnlaget for helårs arbeidsplasser.

Erfaringer fra dagens kjøp

Dagens leverandør har i 2025 levert tjenester i tråd med avtalen. Rapporteringen viser blant annet:

- lansering av ny merkevare og digital plattform (visitvestfold.com) med høy trafikk
- synlighet av Vestfold gjennom ni egne sider på visitnorway.com
- drift av sosiale medier-plattformer med betydelig økning i rekkevidde siste år
- videreformidling av trafikk til medlemsbedrifter og booking gjennom digitale flater
- drift av regional arrangementskalender med over 5 300 registrerte arrangementer
- kompetansetiltak for næringen og gjennomføring av Reiselivskonferansen 2025
- oppfølging av vertskapskurs og vertskapsrollen i alle Vestfolds kommuner

- trykt markedsmateriell – bykart i alle kommunene og Barnas Vestfold
- bransjesider for bedrifter

Den digitale infrastrukturen som er bygget opp – nettsider, sosiale medier-flater, distribusjonskanaler og krysspublisering – er en forutsetning for at reiselivsbedrifter, særlig små aktører, oppnår synlighet på nasjonale og internasjonale flater. Tall fra Menon (2025) viser at reiselivet i Vestfold har hatt vekst i anbudsperioden både innen verdiskaping og antall gjestedøgn.

Internasjonal markedsutvikling og arbeidet med Merket for bærekraftig reisemål inngår ikke tilstrekkelig i fylkeskommunens kjøp i dag. Disse områdene har hittil i hovedsak vært finansiert gjennom prosjektmidler, blant annet fra Innovasjon Norge, fylkeskommunens egne prosjektmidler og bedriftsnettverksordningen. Prosjektmidler er per definisjon midlertidige og gir ikke kontinuitet eller forutsigbarhet for arbeid som krever langsiktig oppbygging. I ny avtaleperiode foreslås det derfor at både internasjonal markedsutvikling og bærekraftig reisemål inngår i avtalen.

Strukturelle forhold i markedet

Anskaffelsen står overfor noen strukturelle forhold som påvirker hvordan reell konkurranse kan oppnås:

- Den digitale plattformen som binder regionens reiselivstilbud sammen, er opparbeidet i tidligere og inneværende avtaleperiode og eies i dag av dagens leverandør. Selve domenet eies av Vestfold fylkeskommune. Plattformen utgjør en betydelig del av infrastrukturen som tjenestene leveres på.
- Merket for bærekraftig reisemål kan etter Innovasjon Norges retningslinjer kun organiseres gjennom destinasjonsselskap eller foreninger med medlemmer i reiselivsnæringen.
- Det regionale markedet for helhetlige reiselivstjenester er smalt. Erfaringen siden 2016 viser at kun én aktør har vært tilbyder på den samlede leveransen i Vestfold.

Disse forholdene påvirker reell konkurranse uavhengig av hvordan kjøpet struktureres. De er relevante for utforming av kravspesifikasjon og evaluering av tilbud, men er ikke til hinder for åpen konkurranse etter regelverket for offentlige anskaffelser.

Forslag til ny innretning av kjøpet

Kjøpet foreslås innrettet med tre tjenesteområder innenfor en samlet ramme på 2,75 millioner kroner per år. Vertskapsfunksjoner legges til kommunenes egne kjøp.

1. Digital infrastruktur og nasjonal markedsinnsats

Området skal styrke Vestfolds posisjon i det norske ferie- og fritidsmarkedet og videreutvikle den digitale infrastrukturen som binder regionens reiselivstilbud sammen. Sentrale oppgaver er drift og videreutvikling av en regional digital plattform som fungerer som turistinformasjon på nett og distribusjonskanal for medlemsbedrifter, drift av regional arrangementskalender, samordnet tilstedeværelse på visitnorway.com og i sosiale medier, sesongbaserte markedskampanjer, innholdsproduksjon, og målrettet arbeid mot kurs- og konferansemarkedet. Reiseplanlegging er i rask endring som følge av økt bruk av kunstig intelligens og sosiale medier; leveransen skal omfatte kompetanse på bruk av KI i digital tilstedeværelse, innholdsproduksjon og markedsføring. *Foreslått ramme: 0,9 millioner kroner per år.*

2. Internasjonal markedsutvikling

Området skal øke Vestfolds andel av internasjonale gjester gjennom strategisk og operativt arbeid mot internasjonale nærmarkeder. Økte kommersielle gjestedøgn fra utenlandske gjester utenfor «den norske hovedferien» vil bidra til besøksattraktivitet hele året, økt forbruk og helårslige arbeidsplasser. Sentrale oppgaver er B2B-bearbeiding mot internasjonale turoperatører, deltakelse på Norwegian Travel Workshop og andre internasjonale møteplasser, gjennomføring av visningsturer for turoperatører og presse, samt utvikling av engelske digitale flater og innhold tilpasset internasjonale markeder. Leveransen skal omfatte kompetanse på KI-tilpasset innhold og digital tilstedeværelse rettet mot internasjonale markeder. Visningsturer og presseaktivitet er formelt sett vertskapsfunksjoner, men inngår her som integrert del av salgs- og bearbeidingsarbeidet mot eksportmarkeder. *Foreslått ramme: 1,35 millioner kroner per år.*

3. Bærekraftig reisemål

Området skal sikre at Vestfold beholder Merket for bærekraftig reisemål gjennom systematisk arbeid fram mot re-merking i 2028, og at fylkets forpliktelser i den regionale reisemålsledelsen ivaretas. Sentrale oppgaver er prosjektledelse av merkearbeidet, koordinering av reisemålsledelsen, oppfølging av indikatorer og handlingsplan, dokumentasjonsarbeid mot Innovasjon Norge, og kompetanseheving og involvering av næring og kommuner. Arbeidet er forankret i regjeringens nasjonale forventninger om bærekraftig verdiskaping og fylkeskommunenes regionale samordningsansvar. *Foreslått ramme: 0,5 millioner kroner per år.*

Anskaffelsesform og kontraktsperiode

Kjøp av tjenester av denne karakter må gjennomføres etter lov og forskrift om offentlige anskaffelser. Fylkeskommunen kan ikke gi tilskudd som i realiteten er kjøp av tjenester. Etter forskriftens § 5-4 åttende ledd skal samlet verdi av alle delkontrakter legges til grunn ved vurdering av terskelverdier. Med en samlet ramme på 2,75 millioner kroner per år overstiger anskaffelsen EØS-terskelverdi for tjenestekontrakter.

Anskaffelsen kan struktureres som én samlet leveranse fra én leverandør, eller som én konkurranse delt opp i tre delkontrakter der leverandører kan tilby på én, flere eller alle. Begge modeller er mulige innenfor regelverket og dekker de samme tjenesteområdene innenfor samme ramme. Vertskapsfunksjoner forutsettes, uavhengig av modell, lagt til kommunenes egne kjøp.

Avtaleperioden foreslås satt til to år, med opsjon på forlengelse i ett pluss ett år. Dagens avtale har grunnperiode på tre år med tilsvarende opsjon.

Kommunenes parallelle kjøp av reiselivstjenester

I tillegg til fylkeskommunens kjøp gjør kommunene i Vestfold egne kjøp av reiselivstjenester gjennom selvstendige anbudskonkurranser, samlet anslått til om lag 2,9 millioner kroner per år. Dagens leveranser er koordinert gjennom samme leverandør, men reguleres av separate avtaler.

Med bakgrunn i kommuneøkonomien har Vestfolds kommuner prioritert kjøp av reiselivstjenester ulikt i kommende periode. Tønsberg, Færder og Sandefjord har videreført midler til formålet, mens Horten, Holmestrand og Larvik per i dag ikke har avsatt midler. Endelig avklaring i disse kommunene er et kommunalt ansvar utenfor fylkeskommunens myndighetsområde, men har betydning for hvordan fylkeskommunens kjøp kan virke i praksis.

Reiseliv er et regionalt anliggende som forutsetter samspill mellom fylkeskommune, kommuner og næring. Kommunenes økte innsats innen byutvikling og omdømmearbeid bidrar positivt lokalt, men dekker ikke behovet for samordnet profilering av Vestfold på nasjonale og internasjonale markeder. Dersom enkelte kommuner over tid reduserer sitt engasjement i den regionale reiselivsstrukturen, vil dette ikke endre fylkeskommunens regionale ansvar, men kan svekke gjennomslagskraften i den samlede innsatsen. Dette illustreres blant annet gjennom arbeidet med Merket for bærekraftig reisemål, der alle seks kommuner inngår i et felles, forpliktende rammeverk.

Dialogen med kommunene om felles satsing på bedrifts- og besøksattraktivitet prioriteres i kommende avtaleperiode. Som del av dette arbeidet vil fylkeskommunen videreutvikle en helhetlig tilnærming til Vestfolds attraksjonskraft, på tvers av fagområder og i samspill med kommuner og øvrige aktører.

Økonomiske, administrative og juridiske konsekvenser

Saken viderefører dagens ramme på 2,75 millioner kroner per år, medfører ingen økte utgifter, og er innarbeidet i økonomiplanen for 2026–2029. Inneværende avtale har ikke vært indeksregulert. Den reelle verdien av rammen er dermed svekket gjennom avtaleperioden, og kjøp av tjenester er mindre i 2026 enn i 2022 for samme nominelle beløp.

Administrativt viderefører løsningen dagens modell og forutsettes løst innenfor eksisterende ressurser.

Juridisk gjennomføres anskaffelsen etter lov og forskrift om offentlige anskaffelser. Konkret utforming av konkurransegrunnlaget gjøres i samråd med fylkeskommunens juridiske avdeling.

Konsekvenser for fylkets klimamål og FNs bærekraftsmål

Bærekraftperspektivet er innarbeidet i kjøpet av reiselivstjenester. Arbeidet med Merket for bærekraftig reisemål forankrer fylkets deltakelse, og krever systematisk arbeid med klima- og miljøindikatorer, ansvarlig markedsføring og bærekraftig utvikling. Markedsinnsatsen skal prioritere målgrupper med lavt klimaavtrykk, sesongforlengelse og satsing på nære europeiske markeder med tilgjengelige grønne reisealternativer.

Saken omhandler tiltak som bidrar til oppfølging av bærekraftsmål 8 (anstendig arbeid og økonomisk vekst), 11 (bærekraftige byer og lokalsamfunn), 12 (ansvarlig forbruk og produksjon) og 17 (samarbeid for å nå målene).

Konsekvenser for CRPD

Saken bidrar positivt til oppfølgingen av FN-konvensjonen om rettighetene til mennesker med nedsatt funksjonsevne (CRPD). Tilgjengelighet og universell utforming er en integrert del av Standarden for bærekraftig reisemål under tema knyttet til sosiale verdier, og inngår i det systematiske arbeidet som ligger til grunn for Vestfolds merking. I Vestfolds handlingsplan for merkearbeidet er «tilgjengelig reiseliv – rom for alle også for de med funksjonsvariasjoner» eksplisitt prioritert som tiltak. Arbeidet videreføres i ny avtaleperiode.

Fylkesdirektørens vurdering

Et levende reiseliv bidrar til økonomisk aktivitet, stedsutvikling og bolyst ved å tilby et bredt utvalg av spisesteder, kulturtilbud, butikker og opplevelser enn lokalbefolkningen kan opprettholde alene. Når Vestfold tiltrekker besøkende, opprettholdes tjenester på et nivå som styrker regionen som bosted og næringsområde, og forbedrer evnen til å tiltrekke kompetent arbeidskraft i en stadig skarpere regional konkurranse. Selv om Vestfold er kjent som en sommerdestinasjon, har regionen potensial til å bli en internasjonalt anerkjent helårs destinasjon. Veksten avhenger av å tiltrekke kjøpesterke målgrupper utenfor høysesong, noe som kan skape flere helårsarbeidsplasser og økt verdiskaping i hele regionen.

En sammenligning med andre fylkeskommuner viser at Vestfold bruker mindre ressurser i offentlig satsing på regional reiselivsutvikling. I en konkurransesituasjon er det etter fylkesdirektørens vurdering nødvendig å videreføre kjøp av regionale reiselivstjeneste, dette for å opprettholde markedsposisjon.

Fylkesdirektøren tilrår at kjøpet gjennomføres som én samlet anskaffelse. Markedsføring i moderne reisemålsutvikling fungerer som et strategisk verktøy for å støtte ønsket vekst, respektere tålegrenser og fremme bærekraftsmål. Når digital infrastruktur, nasjonal og internasjonal markedsføring samt bærekraftig utvikling håndteres av én leverandør, kan markedsføringsbudskap, sesongstrategier, bærekraftsindikatorer og lokal forankring koordineres effektivt. Dette reduserer risikoen for motstridende budskap og utakt. I Vestfold, hvor strategien er å utvikle reiselivet fra volum til verdi, er dette spesielt viktig.

Trepartssamarbeidet mellom fylke, kommuner og næring er en annen avgjørende faktor. Kommunene har gitt uttrykk for at de ser en helhetlig leveranse som mer hensiktsmessig enn en oppdelt løsning, blant annet av hensyn til koordinering og opprettholdelse av etablert samarbeidsstruktur. Med én leverandør har kommunene én tydelig kontraktspartner å forholde seg til. Tre av seks kommuner har per i dag ikke avsatt midler i sine økonomiplaner til kjøp av reiselivstjenester. I en situasjon hvor den kommunale medvirkningen er usikker, blir det desto viktigere at fylkeskommunens kjøp ivaretar helheten på regionalt nivå.

Som alternativ er det vurdert å dele opp kjøpet i tre delkontrakter, der leverandører kunne tilby på én, flere eller alle. Modellen ville åpnet markedet for spesialiserte aktører og latt markedet selv vise hvilken konstellasjon som gir det beste tilbudet, men ville samtidig krevd økt koordineringsarbeid dersom ulike leverandører vinner ulike delkontrakter. Fylkesdirektøren vurderer at risikoen for fragmentert leveranse og svekket sammenheng mellom områdene veier tyngre enn fordelene i Vestfolds situasjon.

Avtalestrukturen tilrås satt til to år med opsjon på ett pluss ett år. Dagens avtale har en grunnperiode på tre år. En kortere grunnperiode tar hensyn til den økonomiske situasjonen fylkeskommunen står i, og gir mulighet til å revurdere kjøpet etter to år dersom rammebetingelsene endres. Samtidig vurderes en viss varighet som nødvendig for å gi avtalen en hensiktsmessig innretning, legge til rette for et mer langsiktig utviklingsarbeid – særlig innen internasjonal markedsutvikling – og gi næringen nødvendig forutsigbarhet. Rammen på 2,75 millioner kroner har ikke vært indeksregulert i inneværende periode, og den reelle verdien er redusert.

Et bortfall eller en reduksjon av kjøpet ville gi besparelse på inntil 2,75 millioner kroner per år, men medføre at det systematiske arbeidet med profilering, internasjonal markedsutvikling og

forpliktelsene knyttet til Merket for bærekraftig reisemål opphører. Konsekvensene vurderes som negative og vil innebære et posisjonstap for Vestfold. I tillegg vil Vestfold miste muligheten til å delta i den regionale eksportsatsingen som er identifisert som det viktigste vekstområdet for fylkets reiseliv. Internasjonal markedsutvikling krever langsiktig og koordinert innsats, og kan ikke ivaretas av enkeltbedrifter alene. Forpliktelsene knyttet til Merket for bærekraftig reisemål kan heller ikke videreføres.

Konklusjon/anbefaling

Fylkesdirektøren anbefaler at kjøpet av regionale reiselivstjenester for ny avtaleperiode struktureres som én samlet anskaffelse innenfor en samlet ramme på 2,75 millioner kroner per år, med varighet to år og opsjon på ett pluss ett år.