



Velkommen til

hyttefolk.no



Hovedresultater fra rapporten

# Hyttefolk = nyttefolk?

et samarbeidsprosjekt mellom Vinje og Tinn kommuner og Telemark Fylkeskommune i fjellregionsamarbeidet i Telemark.

Av Ingeborg Nordbø

<b>FORORD</b>	<b>2</b>
<b>TEMA OG MÅLSETNING</b>	<b>3</b>
<b>RESULTATER</b>	<b>4</b>
<b>KONKLUSJONER OG ANBEFALINGER</b>	<b>8</b>
<b>LITTERATURLISTE</b>	<b>11</b>

## Forord

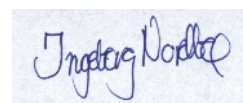
Følgende kortrapport er et utdrag av hovedresultatene fra en spørreundersøkelse i regi av prosjektet "Hyttefolk", som er et samarbeidsprosjekt mellom Vinje og Tinn kommuner og Telemark Fylkeskommune i fjellregionsamarbeidet i Telemark. Prosjektet er finansiert av Småsamfunnssatsingen i KRD (Kommunal- og Regionaldepartementet) og de to kommunene selv. Spørreundersøkelsen ble gjennomført i månedene oktober-desember i Tinn og oktober-januar 2007/8 i Øyfjell, Vinje.

Spørreundersøkelsen skiller seg ut fra mer tradisjonelle spørreundersøkelser ved at den er basert på et semi-strukturert spørreskjemadesign, hvilket betyr at spørreskjemaene har lukkede svaralternativer og åpne tekstfelt for kvalitative kommentarer. Og hyttefolket i både Tinn og Øyfjell har virkelig benyttet anledningen til å komme med utfyllende informasjon, synspunkter, ideer og forslag til tiltak. De kvalitative kommentarene gir viktig tilleggsinformasjon og har bidratt til å avklare, presisere og konkretisere de kvantitative og grafiske fremstillingene.

Undersøkelsen inneholder mye spennende informasjon og viser at det finnes mange hytteeiere som har både interesse, kompetanse og vilje til å "gjøre en forskjell" innenfor en rekke områder i hyttekommunen. En svarprosent på henholdsvis 43 % (Øyfjell) og 47 % (Tinn) viser i seg selv et stort engasjement. Det gjenstår nå å spørre som en av hytteeierne så treffende gjorde: "Hva ønsker lokalbefolkningen med hyttefolket? Er vi velkomne?" Undersøkelsen har liten verdi hvis ikke hyttekommunene bruker og følger den opp på en hensiktsmessig måte!

Undertegnende har hatt det faglige ansvaret for utforming av spørreskjemaer, bearbeidelse og analyse av empirien samt rapportutarbeidelse. Hele rapporten kan leses på [www.hyttefolk.no](http://www.hyttefolk.no)

Rjukan 16/5 2008



---

Ingeborg Nordbø  
Faglig ansvarlig

## Tema og målsetning

Hytteliv og hyttebygging har lange tradisjoner og stort omfang i Norge. I henhold til en undersøkelse gjennomført av Østlandsforskning var det i 2004 ca 370.000 fritidsboliger i Norge, noe som tilsvarer en økning på ca. 90 % sammenlignet med 1970. I gjennomsnitt bygges det mellom 4.000-6.000 nye fritidsboliger pr. år (Ericsson et al. 2005: 13). Ca. en tredjedel av fritidsboligene finnes i Hedmark, Oppland, Buskerud og Telemark og ca. 40 % av tilveksten i nye fritidsboliger foregår i disse fylkene, de fleste da som fjell- eller innlandshytter (Taugbøl, et al. 2001: 7). Hyttebygging og hytteturisme er i dag med andre ord en svært viktig del av reiselivsnæringen i mange kommuner/regioner og daner i en rekke tilfeller basis for det øvrige næringsliv. I dag snakker man sågar om at *en ny type beboere* i distriktene er ”hyttefolket” eller sekundær - og deltidsboerne som de også kalles.

Tradisjonelt sett representerer hyttedrømmen og hytteoppholdet et av de mest typiske norske ferie – og fritidsidealene. Stikkord har vært stillhet og ro, materiell nøkternhet, naturopplevelse og stedsforankring. I løpet av særlig de siste 15 år har imidlertid deler av hytteutbyggingen fått et omfang, en stil og en lokalisering som rokker ved denne tradisjonelle og relativt entydige hytteforståelsen. Dagens nye hytter er gjennomgående større og har en høyere standard enn tidligere tiders hytter, og tett sosialt liv, fart og spenning (nærhet til alpin – og turistanlegg) har kommet inn som nye sterke føringer for hyttebygging. Flere forskere påpeker at vi i dag er inne i en postmodernistisk hyttefase der gamle tradisjoner og normer blir utfordret bl.a. av nye ønsker om hva en hytte er og skal være (ibid.). Samtidig ser vi i Norge, som i en rekke andre land, en utvikling hvor arbeidsmarked og velstandutvikling gir rom for mer fritid og mer fleksibilitet i arbeidslivet (se f.eks. Arnesen 2003). Pågående utbygging av bredbånd og annen infrastruktur i mange hyttekommuner legger rammene til rette for en utvidet hyttebruk ved at hyttefolk i større grad kan flytte deler av jobben med seg på hytta. Grovt regnet sies det i dag å være ca. 14 mill. overnattinger på norske hytter årlig, hvilket nesten er på nivå med antall hotellovernattinger (ibid.). De ovenfor beskrevne forhold åpner for nye muligheter med hensyn til samspillet mellom lokalsamfunn og hyttefolket, og med hensyn til hvorvidt hyttefolket også kan bli ”nyttefolk” for hyttekommunen på en helt annen måte en tidligere. Formålet med undersøkelsen ”Hyttefolk = Nyttfolk?” har således nettopp vært å *undersøke og kartlegge den potensielle ressurs (utover de rent økonomiske) som hyttefolket kan være for hyttekommunen, med spesiell fokus på lokalt kultur- og næringsliv*. Flere reiselivsforskere peker således på den mulighet som ligger i at hytteeiere<sup>1</sup> kan tenkes å ha et annet (mer forpliktende) forhold til bygda enn vanlige turister siden de stadig vender tilbake til samme sted, samt at de kan besitte ressurser i form av profesjonelle (fag og finans) nettverk og kapital.

De fleste prosjekter og undersøkelser i Norge som har belyst samspillet mellom hyttefolk og hyttekommuner har imidlertid enten hatt fokus på å kartlegge hyttefolkets økonomiske bidrag til hyttekommunen (hvor mye penger hyttefolket ”legger igjen”) eller så har de fokus på hvordan hyttekommunen bedre kan ”servisere” hyttefolket (ved å tilrettelegge for økt

---

<sup>1</sup> Ofte også referert til som ”sekundærboer”.

servicetilbud, infrastruktur, etc.). Mens disse undersøkelsene således hovedsakelig har hatt et ”kapitaloverføringsperspektiv” (fokus på overføring av kapital eller lokalt forbruk) har denne undersøkelsen således et ”kompetanseoverføringsperspektiv”. Vi vet i dag en del om de positive lokaløkonomiske effektene av hyttebygging og hytteturisme for mange kommuner og lokalsamfunn i Norge, men vi vet svært lite om den potensielle ressurs hyttefolkets kompetanse kan være med hensyn til utvikling av hyttekommunen. Denne undersøkelsen bidrar således til å øke kunnskapen om dette.

## Resultater

Undersøkelsen viser at det er flere personer blant hyttefolket som ønsker å bidra til å utvikle det lokale kultur- og næringslivet i hyttekommunen, og tabell 1 gir oss en god indikasjon på hvordan hyttefolket mer konkret ser for seg hva de kan bidra med. I Tinn ser vi for eksempel at 108 personer kan tenke seg å sitte i styret for en lokal bedrift, 26 kan tenke seg å etablere eller flytte egen virksomhet og 12 personer kan faktisk tenke seg å engasjere seg i politisk arbeid. I Øyfjell ser vi at 60 personer ønsker å lære mer om lokal kultur og 27 personer ønsker å delta i lokale nærmiljøtiltak og dugnadsarbeid.

Tabell 1<sup>2</sup>

Deltakelse på konkrete områder	Tinn (antall i Tinn)	Vinje (antall i Øyfjell)
Være mentor for en lokal bedrift	<b>61</b> (126)	<b>7</b> (17)
Sitte i styret for en lokal bedrift	<b>108</b> (234)	<b>9</b> (20)
Sitte i råd eller utvalg for lokal utvikling	<b>73</b> (228)	<b>5</b> (13)
Lære mer om lokal kultur og historie	<b>295</b> (630)	<b>60</b> (169)
Gjøre en innsats for å utvikle det lokale næringslivet	<b>64</b> (174)	<b>5</b> (13)
Gjøre en innsats for å utvikle det lokale kulturlivet	<b>34</b> (72)	<b>5</b> (13)
Flytte eller etablere egen bedrift	<b>26</b> (54)	<b>1</b> (4)
Engasjere deg i politisk arbeid	<b>12</b> (25)	<b>0</b> (0)
Delta i lokale nærmiljøtiltak og dugnadsarbeid	<b>92</b> (195)	<b>27</b> (63)
Bidra til å etablere lokale møteplasser	<b>39</b> (85)	<b>4</b> (9)

I relasjon til besvarelsene i tabell 1 er det imidlertid viktig å ha i mente at mens undersøkelsen i Tinn har kartlagt alle hytteeiere i kommunen med bostedsadresse utenfor kommunen (1800

<sup>2</sup> Tallene i parentes angir potensialet for alle hytteeiere (populasjonen) sett under ett.

hytteeiere), har undersøkelsen i Vinje kun kartlagt ett hytteområde, nemlig Øyfjell (420 hytteeiere). Dette gjenspeiles derfor i variasjonen i antall "ja-svar" under den enkelte kategori. Samtidig så fremgår det også i undersøkelsen at det i de fleste tilfeller er større samsvar mellom besvarelsene fra Tinn og Øyfjell, hvis vi sammenligner besvarelsene fra Øyfjell med hytteområder i Tinn som i henhold til geografisk lokalisering o.a. samsvarer bedre med Øyfjell. Dette gjelder for eksempel hvorvidt hyttefolket tar med forretningsforbindelser på hytta eller bruker den som hjemmekontor.

Et av de mest interessante funnene i undersøkelsen er den svært høye utdannelsen blant både hyttefolket i Tinn og Øyfjell (andelen med høyskole og universitetsutdanning ligger for eksempel på et nivå som er over dobbelt så høyt som for landsgjennomsnittet), samt den høye andelen av hyttefolk med ledererfaring. I Tinn har 48 % av hyttefolket ledererfaring fordelt med henholdsvis 15 % på toppledernivå og 33 % på mellomledernivå. I Øyfjell er andelen 50 % fordelt med henholdsvis 39 % med erfaring på mellomledernivå og 11 % med toppledererfaring. I tillegg ser vi at 22 % av hyttefolket i Tinn og 14 % i Øyfjell driver egen bedrift. Ser vi således utdanning, erfaring og fagkunnskaper for hyttefolket i Tinn og Øyfjell under ett viser undersøkelsen at det er flere personer blant hyttefolket som besitter spisskompetanse og nettverk innenfor en rekke områder som er høyaktuelle for det lokale næringsliv i begge hytteområder/-kommuner. Vi ser i tillegg at det er en rekke personer med utdanning og erfaring som det lokale kulturlivet i de to hyttekommunene vil kunne nyte godt av. Mange uttrykker direkte at de ønsker å bli sett på som en ressurs og at de besitter erfaring og kunnskap som kan komme hyttekommunen og lokalsamfunnet til gode. Det er i denne sammenheng også interessant å bemerke at 34 % av hyttefolket befinner seg i aldersgruppen 51-60 år, dvs. en aldersgruppe som innen reiselivsforskning ofte refereres til som "empty nesters". "Empty nesters" er voksne par i yrkesaktiv alder, men hvor barna har forlatt redet og er i en fase i livet hvor de antas å ha både overskudd og tid til å engasjere seg i utvikling av hyttekommunen.

Når det gjelder begrunnelsene som hyttefolket gir med hensyn til ønsket om å bidra til å utvikle hyttekommunen deler besvarelsene seg naturlig inn i fire hovedkategorier med tilhørende eksempler på begrunnelser:

### **1. "Tilhørighet":**

- *Er interessert i kommunen og føler tilhørighet ut over "feriegjest".*
- *Tinn er som vårt andre hjem og vi føler oss knyttet til området. Som "byfolk" er det godt å kjenne til lokal historie, folk, muligheter og utvikling."*

### **2. "Ubenyttet potensial":**

- *"Jeg tror Tinn med Møsvann har et stort potensial innen turist og reiseliv. Pr. i dag er dette dårlig utnyttet."*
- *"Fordi at folk skal se og få "vite" om Øyfjell hvor fint og godt det er der."*

### 3. ”Hyttefolk som ressurs”:

- *Vi liker både menneskene og området, og vil gjerne bli betraktet som en ressurs, og ikke bare som ”hytteinnvandrere.”*
- *Det er alltid interessant å være med på utviklingen der vi oppholder oss. Vi har mye å tilføre av ideer, tanker & meninger samt ressurser. På den andre siden er vi på hytta for å koble av, da hverdagen ellers er altfor travel.”*

### 4. ”Spesifikke områder/dugnad”:

- *Er meget interessert i mat og matkultur. Kan bidra med en del på næringslivssiden.”*
- *”Utvikle Gvepseborgområdet for å øke trafikken på Krossobanen.”*

Vedrørende hvorvidt hyttefolket ønsker mer kontakt med lokalbefolkningen ser vi at ca. hver 4. hytteeier i Øyfjell uttrykker et ønske om mer kontakt med lokalbefolkningen, mens de tilsvarende tall for Tinn er hver 8. hytteeier. Med hensyn til hvilken type kontakt som hyttefolket søker med lokalbefolkningen er det naturlig å kategorisere den i tre overordnede kategorier med tilhørende eksempler på kvalitative begrunnelser:

#### 1. ”Møteplasser og arrangementer”:

- *”Flere guidede turer i områdene, temakvelder vedr. lokalhistorie og kultur.”*
- *”Mulighet til å komme i kontakt med næringslivet for idéutvikling og nettverksbygging.”*

#### 2. ”Informasjon”:

- *”Kan godt tenke meg å delta på ulike arrangement i bygda, men det er ingen informasjon om noe.”*
- *”Tips om fiske, jakt, bær, loppe- og bruktmarked, offentlige tilstelninger, felespill.”*
- *”Vite mer om Tinn og mulighetene der. Bli bedre kjent med de som har fritidsbolig i nærområdet.”*

#### 3. ”Hjelp til vedlikehold”

- *”Hytteservice.”*
- *”Bli kjent med hva som skjer i bygda, få hjelp til tjenester.”*

Ønsket om flere ”møteplasser og arrangementer” henspiller på et behov for flere møteplasser mellom hyttefolk og lokalbefolkning både for sosialt samvær og arrangementer relatert til kultur og fritid, samt erfaringsutveksling og samarbeid relatert til fritids- og næringsformål. Med hensyn til ønsket om mer ”informasjon” er det snakk om mer systematisert informasjon knyttet til arrangementer og aktiviteter som skjer i hyttekommunen/-området (hva skjer når og hvor) samt også med hensyn til personer i lokalsamfunnet som tilbyr ulike tjenester og service (hvor man kan henvende seg for å få hjelp til forskjellig forfallende arbeid, kjøpe lokale gårdsprodukter, etc.). Den siste kategorien ”hjelp til vedlikehold” overlapper delvis kategori 2 ved at den inneholder et ønske om mer kontakt med lokalbefolkningen ut fra et tjenestebehov.

Utover resultatene gjengitt ovenfor inneholder undersøkelsen en rekke interessante funn med hensyn til hvem hyttefolket er, hva de bruker fritidsboligen til og hvor mye tid de tilbringer

der (både på årsbasis, i ukene og helgene) og også informasjon om hvordan og hvor de tilbringer tiden under oppholdet. Vi ser også at når det gjelder valg av hyttekommune er avstand til bostedskommunen; den lokale natur og kulturs særpreg, tilknytning til hyttekommunen (familie, oppvekst, bodd der tidligere, etc.), arv og anbefalinger fra venner og kjente de viktigste lokaliseringfaktorer.

Undersøkelsen viser at rundt 40 % av hyttefolket tilbringer mellom 6-10 uker på hytta, hvilket for den gjengse yrkesaktive nordmann tilsvare alle disponible ferier samt en del helger i tillegg pr. år. Kun 1 % bruker hytten mindre enn 1 uke i året, og mellom 15-20 % bruker hytten over 11 uker i året. Vedrørende helgebruk ser vi at over 50 % av hyttefolket bruker hytten 1-2 helger i året. Når det gjelder bruk av fritidsboligen i feriene oppgir 86 % av hyttefolket at de "alltid" eller "ofte" er på hytta i påsken, mens kun 7 % bruker den rundt St. Hans.<sup>3</sup> Med tanke på at både Tinn og Øyfjell er innlandskommuner, er det overraskende å se at hele 53 % av hyttefolket oppgir at de "alltid" eller "ofte" bruker fritidsboligen i fellesferien.

Både i Tinn og i Øyfjell er det å "være ute i naturen", å "stresse ned" og "familietid" de påstander om hyttebruk som hyttefolket identifiserer seg mest med. Undersøkelsen viser således tydelig at hyttefolket langt fra er en homogen gruppe, og at det er naturlig å snakke om forskjellige segmenter av hyttefolk både med hensyn til bakgrunn (utdannelse, yrkesprofil, tilknytning til og begrunnelser for valg av hyttekommune/-område), alder, bruksfrekvens- og formål vis a vis fritidsboligen, samt vedrørende bruken av fritidsboligen i arbeidsøyemed jfr. undersøkelsens fokus på det lokale kultur- og næringsliv.

Vedrørende det mer tradisjonelle *kaptialoverføringsperspektivet* har undersøkelsen kartlagt hyttefolkets bruk av det eksisterende vare- og tjenestetilbudet i Tinn, Vinje og Øyfjell, forbedringsområder vedrørende eksisterende tilbud samt hvilke varer og tjenester som savnes i de omtalte områdene. På generelt grunnlag ser vi at det ikke uventet er dagligvarebutikker, byggmarked, sportsforretninger, hytteutstyrforretninger og spisesteder som brukes hyppigst. Undersøkelsen gir også en rekke konkrete forslag til hvordan vare- og tjenestetilbudet uten store kostnader og anstrengelser vil kunne tilrettelegges for økt bruk av hyttefolket.

Undersøkelsen har også kartlagt hvorvidt utvidede åpningstider vil bidra til økt bruk av det eksisterende vare- og tjenestetilbudet i de omtalte hyttekommuner, og rapporten konkluderer med at det ikke er grunnlag for utvidede åpningstider når man ser hele vare- og tjenestetilbudet under ett, men at man bør vurdere en *tilpassning av åpningstidene* for enkelte spesifikke tilbud, steder og dager/tidspunkter. Det er et ønske fra hyttefolket om at ukentlige langdager legges til fredager (i stedet for torsdag slik det for eksempel er i Tinn i dag) og at spisesteder, byggmarked, dagligvarebutikker og turistkontor har åpningstider som er bedre tilpasset hyttefolkets behov.

---

<sup>3</sup> Hvilket er naturlig da St. Hans normalt faller på en ukedag hvor folk flest ikke har fri.

## Konklusjoner og anbefalinger

Hyttedebatten i media verser ofte rundt hyttefolk som ”konfliktskapere” og ”inntrengere” vis a vis lokalbefolkning og lokalsamfunn, og vi hører titt om tilspissede konflikter mellom hyttefolk og grunneiere, hyttefolk og naboer, hyttefolk og andre næringsinteresser, hyttefolk og natur- og kulturminnevern, osv. Gjennom en slik fremstilling skapes et bilde av hyttefolk som egosentriske og snobbete individualister som kun er ute etter egen vinning og etter å kare til seg større hytte og større tomt, flere skiheiser og lavere renovasjonsavgifter. Kontakten med lokalbefolkningen ser ut til å være gjennom krangling med naboen over ”hagegjerdet” og mekling i konfliktråd.

Vi møter overraskende få slik hyttefolk i denne rapporten. Snarere møter vi en rekke hytteeiere som på forskjellig vis viser en genuin interesse for hyttekommunen, og som også gjerne bidrar med sin kompetanse for å utvikle lokalsamfunnet. Vi møter et hyttefolk som ønsker at lokalbefolkningen og lokalsamfunnet vil se på dem som en ressurs og som er opptatt av å gi mer tilbake enn hva de ”tar ut”. På bakgrunn av undersøkelsen anbefales det i rapporten en rekke tiltak og vi gjentar noen av de mer overordnede her:

### Næringslivet

- Det anbefales å etablere en webbasert ressursbank/database i hver hyttekommune hvor hyttefolk som ønsker å delta vis a vis utvikling av spesifikke områder og bransjer i hyttekommunene (jfr. tabell 1) har mulighet for å registrere sine preferanser, kompetanse, etc. Tilsvarende bør lokale aktører kunne registrere tjenester de kan tilby vis a vis Hyttefolket.
- Næringsetaten i kommunene må i samarbeid med prosjektlederne ta ansvaret for å kontakte og følge opp de hytteeiere som har uttrykt at de ønsker å etablere eller flytte egen bedrift til hyttekommunen(e).
- Næringsetaten i kommunene, prosjektet ”Hyttefolk”, utviklingslag og andre aktuelle aktører må samarbeide om å etablere flere møteplasser mellom hyttefolk og det lokale næringslivet for idédugnad, erfaringsutveksling, nettverksbygging og samarbeid. Møteplassene kan være både via fysiske, webbaserte og andre arenaer. Et eksempel er seminaret ”*Mulighetens møte*” som kan arrangeres 1-2 ganger i året i hyttekommunene, og hvor aktører fra det lokale næringsliv og hyttefolk møtes for bl.a. faglig påfyll, diskusjoner og kulturinnslag.
- Næringsetaten i kommunene i samarbeid med relevante aktører bør legge til rette for at hyttefolk som profesjonsmessig er knyttet til såkalte frie yrker (advokater, leger, tannleger, ingeniører, arkitekter, rådgivere, konsulenter og forskere, osv.) kan ”flytte” deler av praksisen sin til hyttekommunen. Tilsvarende tilrettelegging har vært gjennomført i Oppdal, hvor en del fritidshuseiere med privatpraktiserende virksomhet, har etablert kontordag i hyttekommunen både via etablering av hjemmekontor og etablering i Oppdal Næringshage samt Oppdal Medisinske Senter (se Jystad 2000; Jystad pers.med. 2005).



- Innspill som gjelder eksterne aktører (ønske om tilgang til bredbånd, bedre mobildekning, etc.) må oversendes de aktuelle virksomheter og aktører for oppfølging.

### **Kultur- og fritid**

- Det må skapes flere arrangementer, møteplasser og legges til rette for utvidet samarbeid mellom hyttefolk og lokalbefolkning vedrørende kultur og lokal historie. Eksempler på tiltak vil her være guidede bussturer med fokus på lokal arkitektur, kulturkvelder, helge- og dagskurs med tema knyttet til lokalt særpreg som for eksempel lefsebakst, lokal fauna, etc. Her er det viktig å samarbeide med eksisterende lokale kultur- og fritidsaktører, kommunenes Kulturkontor og andre lokale krefter.
- Informasjonen om eksisterende kultur- og fritidstilbud og arrangementer i lokalsamfunnet og lokalområdet må bli mer tilgjengelig for hyttefolket, slik at de vet hva som til enhver tid foregår.
- Flere hyttefolk har konkrete forslag til kulturtiltak - og arrangementer som de ønsker å bidra til å utvikle. I Tinn ser vi for eksempel at hyttefolk ønsker å etablere et kunstgalleri. Disse forslagene må følges opp.
- Det må legges vekt på å utvikle godt merkede ski - og turløyper da svært mange hyttefolk har en aktiv bruk av den lokale naturen og etterlyser dette. Dette kan delvis foregå via dugnad og via innsats fra hyttefolket selv. Eksempler på tiltak kan være rydding av gamle turstier i Tinn, opprusting av den gamle postveien fra Rauland til Høydalsmo, etc.
- Det bør utvikles flere lokale aktiviteter for voksne, barn og unge i de ferier hvor flest hyttefolk er på hytta slik som påske og fellesferie. Eksempler på aktiviteter kan være å tilrettelegge for at hyttefolk som ønsker det kan ta del i slått, dra på gårdsbesøk, skilek, etc.

### **Vare- og tjenestetilbudet**

- Det bør være en gjennomgang av hvorvidt utvidede og bedre tilpassede åpningstider på det eksisterende vare- og tjenestetilbudet i hyttekommunene vil kunne medføre for eksempel økt omsetning. Det anbefales at det innføres en prøveordning med *tilpassning av åpningstidene* i Tinn hvor langdag flyttes til fredag og hvor enkelte lokale butikker og tjenester, som bl.a. Turistkontor og Byggmakker utvider åpningstidene i helgene. Det vil i denne forbindelse være hensiktsmessig å innhente informasjon fra andre turistkommuner for å belyse erfaringer de måtte ha med tilsvarende tilpassninger.
- Forslag til forbedringsområder ved det eksisterende vare- og tjenestetilbudet i hyttekommunen må videregives til Handelsstanden og øvrige handels- og tjenesteleverandører i kommunene.
- Potensialet i forslag til innovative tiltak så som en årlig lokal hyttelivsmesse-/markedsdag for hyttefolk og lokalbefolkning 1. gang pr. år må følges opp.

### **Informasjonstiltak**

Prosjektet "Hyttefolk" og kommunene må legge til rette for at hyttefolket får mer, bedre og lett tilgjengelig informasjon av betydning for økt deltakelse og engasjement. Dette gjelder

både informasjon av typen ”hva skjer”, samt informasjon om hvor hyttefolket kan henvende seg i lokalsamfunnet med hensyn til forespørsler fra alt fra fiskekort til tjenester som naturlig vil falle inn under begrepet ”hytteservice”. Hjemmesiden [www.hyttefolk.no](http://www.hyttefolk.no) vil kunne ha en slik funksjon, tilsvarende kan det utvikles Nyhetsbrev som kan sendes ut på e-post da mange hyttefolk har oppgitt e-post adresse. I Øyfjell kan man for eksempel forestille seg en årlig kalender med ”hva skjer og hvem tilbyr hva”. For øvrig må lokale aviser og tidsskrifter benyttes flittig til informasjon.

### **Iverksetting av nasjonalt forprosjekt vedrørende hyttefolks medvirkning i hyttekommunen**

Undersøkelsen viser at hyttefolket ønsker medinnflytelse og at de også kan være en potensiell ressurs innenfor det politiske liv, men hvordan kan man kanalisere dette behovet? Dagens systemer og lovverk er ikke tilrettelagt for at hyttefolket har noen reell innflytelse eller medvirkning i det politiske liv i hyttekommunen, idet den formelle adgang til representasjon gjennom valg er regulert via adressen i folkeregisteret. Rapporten anbefaler derfor at Styringsgruppa tar initiativet til et nasjonalt pilotprosjekt for å kartlegge muligheter og utfordringer vedrørende hyttefolks deltakelse og medvirkning vis a vis lokale råd og på det politiske plan i hyttekommunene.

## Litteraturliste

- √ Andersen, I. (1998): Den Skinbarlige Virkelighed, København: Samfundslitteratur.
- √ Arnesen, Tor (2003). Blir hyttefolk fastbuande? Innlegg på Konferanse om framtidsretta hyttebygging, Høiland Gard, Årdal i Ryfylke.
- √ Ericsson, Birgitta, Tor Arnesen og Kjell Overvåg (2005) ”Fra hyttefolk til sekundærbosatte. Et forprosjekt.” ØF-rapport nr. 04/2005
- √ Jystad, Bård (2000): Hytteliv = Næringsliv, Tidsskriftet Utmark, nr. 2-2000.
- √ Kvale, Steinar (1998): Interview. København: Hans Reitzels Forlag.
- √ SSB (2006): Utdanningsnivå i befolkningen. Statistisk Sentralbyrå, <http://www.ssb.no/emner/04/01/utniv/tab-2007-08-27-03.html>
- √ Taugbøl, T., Vistad, O.I., Nellemann, C., Kaltenborn, B.P., Flyen, A.C., Swensen, G., Nybakken, A., Horgen, B.C., Grefsrud, R., Lein, K., Sivertsen, J.B. & Gurigard, K.(2001). Hyttebygging i Norge. En oppsummering og vurdering av ulike miljø- og samfunnsmessige effekter av hyttebygging i fjell- og skogtraktene i Sør-Norge. NINA Oppdragsmelding 709: 1-65.
- √ Velvin, Jan, Eivind Drag og Lars Petter Soltvedt (2000): En kartlegging av hytteturisme som ledd i utvikling av bærekraftige bygdesamfunn, Rapporter nr 17, Høgskolen i Buskerud, Kongsberg.