



ULSTEIN
NÆRINGSFORUM

ÅRSMELDING 2021



Foto: Fotograf Cecilie Hatley



ÅRSMELDING 2021

Ulstein Næringsforum(UNF) vart stifte 27. mai 2019 som ei vidareføring av Ulstein Næringslag, og har etablert mål og strategiar som skal femne om alle næringsutøvarar i Ulstein.

UNF er registrert som ei foreining i Brønnøysundregistra med organisasjonsnummer 918 610 928.

Året 2021 har vore prega av skiftande tiltak mot Covid-19 og leiarskifte. Dette medførte at 2021, i likheit med størstedelen av 2020 har vore prega av arbeid på digitale flater, og medlemsaktivitetar som er lavere enn det uttalte ambisjonsnivået til UNF.

Fokus for aktivitetane våre har vore å betre grunnlaget for næringslivet i kommunen, blant annet ved å styrke konferansemarkedet, reiselivet for næringslivet og privatpersoner samt den maritime industrien i kommunen. Disse bransjene var imidlertid alle sterkt preget av Covid-19. Dette har vore eit krevjande utgangspunkt, sidan forutsetningene for å lukkast med å tilrettelegge for reiseliv, og å skape dei gode møteplassane for næringsliv, kommune, lag og foreningar har vore eit meir åpent samfunn utan retriksjonar. Ein generell nedgang i sysselsetting i Ulstein kommune, tøffare tider for mange og reduserte moglegheiter for sponsormidlar er også faktorar som påverkar alt frå planlegging av aktivitetar til finansiering av virksomheita.

FØREMÅL

Ulstein Næringsforum (UNF) skal sette dagsorden for, fremje og samordne næringsinteressene i Ulstein Kommune på tvers av bransjar og mellom næringsliv, academia og offentleg verksemd.

UNF skal arbeide for vekstkraft og eit robust næringsliv og fremje aktivitetar for bu- og besøkslyst ved å kontinuerleg arbeide med aktualiteten til Ulstein for næringsliv, innbyggjarar og besøkande

I strategien til UNF er det det fokus på 3 hovudpilarar;

1. Eit sterkt og robust næringsliv
2. Ein sterk regional posisjon
3. Eit aktuelt og relevant Ulstein



Med dei vedvarande utfordringane innan den maritime industrien med lågare aktivitet enn tidlegare er det viktigare enn nokon gong å jobbe med næringsutvikling og legge til rette for etablering av nye verksemder.

MEDLEMSTAL OG -SAMANSETNING

Medlemsmassa i UNF er stabil og det er mindre endringar ifm nyetableringar og utmelding/avvikling.

TILSETTE

UNF hadde ved utgangen av 2021 to tilsette.

I tillegg til dagleg leiar har der vore ein prosjekttilsett ifm «Prosjekt Vital» som mellom anna har leia arbeidet med «Visit Ulstein», dette prosjektet har varigheit ut 2022.

Etter at dagleg leiar sa opp si stilling i mars 2022 har det ikkje vorte rekruttert ny dagleg leiar og prosjektleiar har gått inn i rolle som konstituert dagleg leiar.

EIGARSKAP/ENGASJEMENT I ANDRE ORGANISASJONAR

UNF deltek i andre organisasjonar for å fremje Ulstein sin posisjon både lokalt og regionalt.

1. Skaparhuset: dagleg leiar sit i styret i Skaparhuset. Det er focus på at ein skal delta i prosjekt som fremjar interessene for medlemmane i UNF og arbeider med interaksjonar mellom næring, læring og det offentlige.
2. NæSS (Næringsforeiningane på Søre Sunnmøre): Dagleg leiar er medlem i styringskommiteen i Næss. Dette er eit nettverk av næringsforreiningane på Søre Sunnmøre der ein står saman om felles mål. Dette kan vere utvikling av infrastruktur, arbeid mot verkemiddelapparatet o.l.
3. DÅS (Destinasjon Ålesund): Vi har gjennom aktivitetar ifm prosjekt VITAL/Visit Ulstein vore aktive med i ulike prosjekt styrt av DÅS. Blant anna har UNF representert Ulstein ifm utvikling av "Søre Sunnmøre som destinasjon".



VIRKEOMRÅDE

UNF sitt virkeområde er Ulstein Kommune, men engasjementet strekk seg utanfor kommuna der det gagnar medlemmane våre. Der er også nokre medlemmer som har registrert forretningsadresse i andre kommunar, men som har avdeling og/eller betydelig aktivitet i Ulstein.

BRANSJEGRUPPER

UNF har etablert bransjegrupper for å kunne vere meir spissa for bransjespesifikke tema/behov. Dei bransjegruppene som har aktivitet pr i dag er;

- Handel og service
- Reiseliv
- Serveringstadane
- Bygg og eigedom

Av samme grunnar som nevnt i innleiinga så har det vore restriksjonar som har gjort det vanskelig å få til det aktivitetsnivået som er ynskja, men det har likevel vore arrangert møter og aktivitetar for alle bransjegrupper når det har vore mogleg gjennom 2021.

Økonomi

UNF har også gjennom 2021 slite med å få økonomisk gevinst av aktivitetar utover generell næringsforum aktivitet. Dette skulle oppnåast gjennom å vere arrangør og/eller fasilitator for konferansar, kurs og events. Med dei restriksjonar vi har hatt gjennom året så har dette vore lite realistisk å gjennomføre. Vi er derfor tilfreds med å ha gjennomført Leiarkonferansen på tross av dette.

UNF hadde samla inntekter på kr 3.627.441. Kr 1.986.904 kom frå kontingentar og serviceavgift medan resterande kr 1.640.537 kom frå prosjekterrelaterte inntekter og arrangement.

Kostnadane enda på kr 4.058.588 og dette gjorde at resultatet enda på negativt kr -431.147. Leiarkonferansen gav underskot på om lag kr 100.000. Her var det budsjettert med eit overskot på ca kr 400.000. Det at vi heller ikkje kunne gjennomføre «Ship Technology days» resulterte i bortfall av tilskot på kr 200.000.

Reultatet på negativt kr -431.147 foreslår styret ført mot eigenkapital.



Likviditeten i UNF er tilfredsstillende til tross for dette. Mot slutten av 2021 fekk vi godkjent 2 prosjekt ifm korona-tildelingar på totalt kr 900.000. Det er også tatt vesentlege grep for å sikre forsvarleg drift.

Ulsteinvik 17/6-2022

Are Garshol
Styreleiar



Prosjektrapport – «Prosjekt Vital».

Gjennom «Prosjekt Vital» har vi har prioritert å byggje eit fundament for turismesatsing og sett inn målretta tiltak mot den delen av turisme som faktisk har vore tillatt – med fokus på nærturisme og nordmenn ferierande i Norge gjennom delprosjektet «Visit Ulstein». «Visit Ulstein» har i tillegg til ein eigen nettstad aktivitet på Sosiale Media. Vår aktivitet både på Facebook og Instagram har vorte lagt merke til og vi har auka vår synlegheit. Resultatet av dette har bidrege til «tidenes sommer» 2021, og har vidare ført til meir omsetning for hotellet, blant handelsstanden, restaurant- og overnattingsbransjen enn tidligare år.

Vi har i tillegg satsa på næringslivsturisme og gjennomført Leiarkonferansen 2021 tilsvarande den i 2020, - til tross for pandemisituasjonen. Denne konferansen gjekk stabelen rett etter at ei rekkje tiltak mot smittespreiing vart oppheva, og ei rekkje tiltak vart iverksett rett etter at konferansen vart avholdt. Vi har oppnådd meir merksemd rundt Ulsteinvik som konferansedestinasjon og Quality Hotel Ulstein som konferansestad og vist at vi kan gjennomføre tekniske konferanseproduksjonar av nasjonalt format og topp kvalitet, - og samtidig nytte lokale leverandører.

Vi har «beredt grunnen» for å gjennomføre Ship Technology Days, som vil verte arrangert i september 2022 i samarbeid med ÅKP og Rice. Vi har vist oss som relevant samarbeidspartner innan idrettsturisme. I tillegg samarbeider vi med andre prosjekt innan idrettsturisme for 2022.

Turisme

Visit Ulstein

Tal frå Brønnøysundregisteret viser at det i 2019 var 284 sysselsette innan reiseliv i Ulstein kommune og verksemdene omsette for vel 130 millioner. Covid-19 har snudd opp-ned på marknaden, og spent bein på forretningsmodellen til mange av desse verksemdene. Omstilling til nye marknader er krevjande for allereie etablerte aktører. For nye aktørar er det mykje usikkerheit knytta til ny marknader og moglegheiter.

Covid-19 førte innledningsvis til stort fall i inntekter for reiselivsbedriftene i Ulstein og har vist avhengigheita reiselivet i Ulstein har til næringslivet / verftsindustrien i området og sårbarheita ein har for svingningar i «proff-marknaden». Visit Ulstein har bidrege til omstilling innenfor turisme, og har vist



at reiselivsnæringa i Ulstein har moglegheit til å stå på fleire bein når grunnlaget for nærings-, kultur- og idrettsturisme, svekkast slik vi såg i 2020 og 2021. Visit Ulstein ei god plattform og eit godt verktøy som ein kan byggje vidare på også inn mot desse formene for turisme når pandemirestriksjonane vert færre.

Visit Ulstein er eit prosjekt bestående av nettstad og kampanjer i sosiale medier som skal føre til auka verdiskaping og auka sysselsetting, skape blest om den fantastiske naturen, dei spanande aktivitetene og dei flotte fasilitetane og moglegheitene som finnast i Ulstein og vere ein ressursbank med informasjon for alt frå næringsetablering og bulyst til film-location og arrangering av events. Det skal byggje opp forståelsen av Ulstein som ein naturleg destinasjon blant Ulsteinvikarar på den eine sida og reisende på den andre sida, samtidig som vi lanserer Ulstein som en «hub» for å utforske Sunnmøre/Nord-Vestlandet. På grunn av restriksjonene på internasjonale reiser og internasjonal turisme har kommunikasjonen vært målrettet mot et norsk publikum, det er naturlig å utvikle Visit Ulstein mot et internasjonalt publikum i tida framover.

Visit Ulstein har sidan oppstarten sommeren 2020 hatt stor suksess. Det har blitt produsert ei nettside (www.visitulstein.no), reklamefilmer og kanaler i sosiale medier (facebook og instagram) Hjer har ein nådd ut til flere hundre tusen mennesker. Berre i 2020 nådde innlegg ut til over 105 300 personer og fekk meir enn 61 000 kommentarar/likes.

I løpet av sommaren 2021 lanserte vi ein ny reklamefilm, produsert av Per Eide og UNF, og vi fekk 20 000,- fra Sparebank1 Søre Sunnmøre til innkjøp av blomsterkasser o.l. til pynting av sentrum. I tillegg til dette har vi lansert prosjektet «Restaurantbyen», realisert hengekøypark på Osberget, gjennomført stranddag på Osnessanden i samarbeid med BUA og Gode Greier, produsert og distribuert kart over Ulsteinvik og laga og solgt profileringsartikler (t-skjorter og handlenett)

Gjennom sommermånedene 2021 nådde vi ut til over 100 000 reisande i Norge på sosiale medier. Vi har fått «regrammet» bilder frå Instagram på større kontoer, som bl.a. Destinasjon Ålesund m.m, og vi har fått over 500 faste Ulstein-ambassadører som poster bilder med #visitulstein. Dette hjelper oss med å byggje merkevara «Ulstein» i tillegg til å gi oss tilgang til ein enda større database og hente flotte bilder for å markedsføre Ulstein.

Per no har Visit Ulstein 2500++ fylgjarar på Facebook og 1000 ++ fylgjarar på Instagram.

Vi har med Visit Ulstein beredt ein god infrastruktur som vi skal byggje vidare på i den breiare satsinga på reiseliv i Ulstein.



I forhold til effektmål og resultatmål for UNF sitt reiselivsprosjekt har det vorte målt sidan oppstart, og satsingane har truffet godt. Rapportar på kortbruk frå DNB rapporterte om 86% auke i korttransaksjoner i Ulsteinvik blant personer busett utanfor Møre og Romsdal, og handelsstanden i Ulsteinvik auka omsetningen med 15% frå 2019. Dette er forhold som viser at Prosjekt Vital gitt gode effekter ift drift hele året, slik at ferie- og helgeturisme styrkast som eit anna bein å stå på i tillegg til den tradisjonelle næringsturismen.



Generelt om reiseliv

Gjennom 2021 har UNF hatt interaksjon med etablerte reiselivsaktører, potensielle reiselivsaktører og idrettslag/organisasjoner som alle ser potensialet i reiseliv i Ulstein og ynskjer å satse, men som etterspør hjelp og kompetanse innan koordinering og planlegging. Sjølv dei større aktørane har ikke nødvendigvis kapasitet til å koble på andre aktører og koordinere arbeidet med felles produktutvikling.

Med bakgrunn i dette vart det søkt Ulstein kommunes næringsfond om tilskudd til koordinering og vidare næringsutvikling innan reiseliv i Ulstein sommaren 2021. Prosjekt VITAL mottok 100 000,- til eit tidsavgrensa prøveprosjekt og ein reiselivskoordinator i UNF i ei periode på 3 månader gjennom sommaren.

Vi har fått mykje gode tilbakemeldingar på dette prosjektet og fått bekrefta behovet for ein aktør som kan «halde aktørane i handa» og løse dei inn i



samarbeid og gjennomføre felles aktivitetar. To eksempl på dette er Stranddagen og arbeidet med koordinering av åpningstider for restaurantbransjen.

Tydeleg satsing og auka ressursar vil resultere i tettare samarbeid om å identifisere, utvikle, og gjennomføre reiselivsprosjekt i samarbeid med kommunen, næringsliv og lag/organisasjonar. Gjennom arbeidet med å kople ulike typer verksemder saman med reiselivet, kan vi finne nye former for synergjar og samarbeid og ta ut meir av potensialet som ligg her.

Vi har forventningar om at Visit Ulstein skal forbetre Ulstein som destinasjon, profesjonalisere det eksisterande reiselivstilbudet og skape nye arbeidsplassar.

Sportsturisme

UNF er mellom anna i dialog med kommuna om eit felles samarbeid opp mot Møre og Romsdal fylkeskommune, som handlar om å rigge Ulsteinvik som destinasjon for andre typer idrettsarrangement, f.eks. fjell-løp, i tillegg til vidareutvikling av Ulsteinvik som attraktivt stad for å gjennomføre idrettsarrangement. Forutsetningane for å få til dette er betre i Ulstein enn andre stader i fylket på grunn av infrastrukturen som eksisterer her i form av anleggs-infrastruktur.

Vi er også i dialog med Destinasjon Ålesund & Sunnmøre og Visit Norway om samarbeid omkring Ulsteinvik som host for større typer sportsarrangement.

Eit viktig moment i arbeidet med sportsturisme er å rigge reiselivet og handelsstanden til samarbeid ifm ulike sportsarrangement. Det er eit stort potensiale for større kapitalisering, både blant dei etablerte reise-, kultur og handelsaktørane og kommunen selv. Dette inneberer alt fra meir-salg til prosjektutvikling og nyetableringer.

Industriturisme / Næringsturisme

Industriturisme har vist seg vanskeleg på grunn av covid 19, med reiserestriksjonar på både nasjonale og internasjonale reiser. For å kompensere for reiselivet slik at omsetningssvikten dette har generert skal verte så liten som råd har vi fyrst og fremst fokusert på konvensjonell innenlandsturisme.

Vi har beredt grunnen for ytterlegare næringsturisme med prosjektet «Ship Technology Days» som skal gjennomførast i september 2022.