



Norges forskningsråd

INNOVASJON NORGE



TELEMAR FYLKESKOMMUNE



AUST-AGDER FYLKESKOMMUNE



BUSKERUD FYLKESKOMMUNE



innovativ fjellturisme

> ET PROSJEKT I ARENA-PROGRAMMET
AKTIVITETER 2004-2007

WWW.FJELLTURISME.NO



Innhold


- ⇒ Forord 4-5
- ⇒ Kompetanse og nettverk 6-7
- ⇒ Entreprenørskap og produktutvikling 8-11
- ⇒ Konseptuering og salg 12-15
- ⇒ Destinasjonsprosjekter 16-17
- ⇒ Rammebetingelser 18-19
- ⇒ Fremtiden 20-21
- ⇒ Kart og CDer 22-23



⇒ I DEN GLOBALE
KONKURRANSEN KAN
MANGE BEDRIFTER

BLI STERKERE OM DE STÅR SAMMEN.
NETTVERK ER OFTE LØSNINGEN. ET
ARENAPROSJEKT ER ET SLIKT NETTVERK.

Arenaprogrammet er en felles satsing mellom Innovasjon Norge, Norges forskningsråd og SIVA. Arena-programmets mål er å øke verdiskapningen i regionale næringsmiljøer gjennom å styrke samspillet mellom næringsaktører, kunnskapsaktører og det offentlige (Triple Helix). Programmet henvender seg til regionale næringsklynger hvor det er en konsentrasjon av bedrifter innen en bransje/verdikjede og relevante kompetansemiljøer. Det skal også være et potensial for å forsterke samspillet mellom disse aktørene med sikte på å øke bedriftenes evne til innovasjon og videre forretningsutvikling.





Innovativ Fjellturisme – veien mot en lønnsom, helårig næring!

Innovativ Fjellturisme har vært et ARENA hovedprosjekt siden 2004. Prosjektet har jobbet med å fremskaffe og systematisere ny kunnskap innen fire strategiske satsingsområder: kompetanse og nettverk, entreprenørskap og produktutvikling, konseptuering og salg, og rammebetingelser.

Med over 40 aktiviteter i porteføljen er det greit å presentere prosjektet i en brosjyre som gir en rask oversikt over alle aktivitetene.

➔ DOKUMENTASJON PÅ CD

På nest siste side finner du to CD'er med all offentlig dokumentasjon fra prosjektet. Der har vi samlet prosjektplaner og resultatrapporter, markedsanalyser, foredrag og annen nyttig informasjon.

➔ TA KONTAKT!

Vi håper brosjyren og CD-ene vil være av interesse og øke ditt vitebegjær, slik at du i neste omgang løfter røret eller sender en e-post og henvender deg til innovatørene i prosjektet. For her er all kunnskap og erfaring til for å deles.

Vær så god - forsyn deg!

➔ INNOVASJON

– FRA KUNNSKAP TIL PENGER

Når fakta nå etter hvert foreligger, blir den neste utfordringen å anvende kunnskapen i strategisk utvikling av den enkelte bedrift og destinasjon. Hva hjelper det med allverdens markeds kunnskap, hvis vi ikke kan omsette denne kunnskapen i praktiske markedsgrep?

I 2008, og i årene framover, vil det derfor være nødvendig å ha et stort engasjement rundt implementeringsfasen. Både med tanke på utvikling av opplevelser, markedsrettet pakking, og ikke minst samarbeidsløsninger i rommet mellom private og offentlige aktører.

ARENA-prosjektet kommer i det femte og siste året fortsatt til å ha fullt fokus på visjonen om å gjøre fjellturismen til en lønnsom, helårig næring med høy attraksjonskraft i utvalgte internasjonale markeder.

Det er likevel dere som står i verdikjeden og bearbeider markedene daglig, som skal gjennomføre innovasjonsprosessene og få fram attraktive, salgbare og meningsfulle opplevelser. Vi håper at prosjektets resultater så langt, og i det videre prosjektarbeidet, kan bidra til en innovativ, spennende og lønnsom reise!

Med vennlig hilsen

Toini H.A. Ness, prosjektansvarlig 2004-2007
Ove Gjesdal, hovedprosjektleder 2004-2007

➔ PÅ TVERS AV NORGE

Fjordene er Norges største trekkplaster i forhold til utenlandske turister. Men kan vi gi utlendingene på fjordferie en ekstra smak av Norge? Det er i hvert fall målet når ARENA-prosjektene Innovativ Fjellturisme og Innovativ Fjordturisme starter opp et samarbeid.

Fra fjord via fjell? Eller til fjord via fjell? Gjennom en rekke markedsundersøkelser, også i Innovativ Fjellturisme-regi, er det synliggjort hva som er hovedretten i Norges kamp om den internasjonale turisten: Vestlandsfjordene. Men hva kan vi servere til forrett? Eller til dessert? Litt fjell, kanskje?

Det er ønsket om å kunne servere en perfekt middag som bringer ARENA-prosjektene Innovativ Fjellturisme og Innovativ Fjordturisme til samme bord. Samarbeidet er vokst fram gjennom nettverksaktiviteter i Innovativ Fjellturisme, senest da representanter for Innovativ Fjordturisme ble invitert med på studietur til New Zealand høsten 2007.

I 2008 vil det synliggjøres både i felles vandring- og kortferie-prosjekter og i felles studieturer til Skottland (tema: opplevelsesproduksjon) og Alpene (tema: steds- og sentrumsutvikling).

➔ PÅ TVERS AV EUROPA

Innovativ Fjellturisme er et prosjekt for å trekke internasjonale sommerturister til fjell-Norge. Det krever stor kunnskap om det internasjonale markedet. I 2007 har prosjektet gjennomført følgende aktiviteter utover Norges grenser:

- Samarbeid med LEO (Lapland Center of Expertise for the Experience Industry) om kurs innen opplevelsesproduksjon
- Studietur til New Zealand og Polen med over 70 deltakere
- 40 bedrifter samarbeider med Color Line for å nå nye målgrupper i Tyskland gjennom utvikling av bedre opplevelser og økt tilgjengelighet gjennom nettbooking på Color Lines hjemmesider
- Samarbeid med Ryanair for distribusjon av produkter og felles kampanjer
- Div markedsundersøkelser for å kartlegge målgruppers behov og reiseadferd
- Presentasjon av prosjektet for Nordic Innovation Center
- Foredrag på reiselivskonferanse i regi av EU i Brussels. Forbereder deltagelse i EU/Interreg/nordisk prosjekt.

➔ DESTINASJONENE

OVERTAR FØRINGEN se side 20/21

Kompetanse og nettverk



Alle foto: Gunn Eidhamar/Bente Bjerknes

Når næring, FoU-miljøer og myndigheter samarbeider, blir innovasjonen mest fruktbar.

Triple helix-modellen er en beskrivelse av forholdet mellom næring, FoU-miljøer og myndigheter. Denne modellen passer svært godt for reiselivsnæringen i fjellregionene, og vil være et viktig verktøy når mange små aktører skal tilby egne produkter med basis i et felles ressursgrunnlag. Studier viser at innovasjonen er mest fruktbar når aktørene innen næring, FoU og myndigheter får til et godt samarbeid, basert på nettverksbygging og deling av kompetanse.

Prosjektet har som mål å videreutvikle og styrke det regionale innovasjonssystemet for å oppnå økt kommersialisering og verdiskaping i utvalgte internasjonale markeder.

➔ MARKEDSKUNNSKAP

Spørsmålet "hva setter internasjonale gjester i bevegelse sommerstid?" har vært grunnleggende i alle aktivitetene i prosjektet. Ulike analyser, særlig i markedene Tyskland, England, Nederland og Danmark, har vært med på å belyse denne problemstillingen. Color Line-undersøkelsene 2005 og 2006 fokuserer på drivkrefter, kjøpsadferd og fjellets betydning i ferien. Konsepttestene i de nevnte landene er utført av Aniana Analyser i 2006. Disse tar for seg hvilke fjellturisme-konsepser som har høyest attraksjonskraft. I 2007 er det gjennomført kortferie-undersøkelser både i Tyskland og Danmark i samarbeid med Color

Line, samt mot reisende til Sandefjord Lufthavn Torp. Spørsmål: Hva er driverne for kortferier i Europa, og hva er potensialet for kortferier til fjelldestinasjonene i Norge?

Les mer: D\HA1-Kompetanse\

➔ ARBEIDSEMINARER OG KURS

Prosjektet har kjørt en rekke arbeidsseminarer, bl.a. innen merkevarebygging, innovasjonsledelse, utvikling av events- og aktivitetsselskap mm. Det har også vært holdt kurs innen vertskap og opplevelsesproduksjon, sistnevnte med 60 deltakere i 2007.

Hvordan kan vi bruke Internett som markeds- og salgskanal, har også hatt fokus i 2007, med kurs i elektronisk forretningsdrift i regi av Midt-Telemark Næringsutvikling. Kurset videreføres i 2008.

Les mer: D\HA1-Kompetanse\Kurs og workshops

➔ STUDIETURER

I prosjektperioden er det utviklet 5 studieturer – til Østerrike/Sveits, Åre i Sverige, Rocky Mountains, Canada, Polen og New Zealand. Turene har hatt til sammen ca 200 deltakere fra næringen, FoU-miljøer og myndigheter på lokalt og regionalt nivå.

Studieturene har gitt nyttig erfaring i forhold til utvikling av nye forretningsområder. De har gitt innsikt i plan- og utviklingsarbeid på sammenlignbare destinasjoner, vist en rekke ulike eksempler på "best practice" og fungert som en døråpner i arbeidet med å styrke triple helix-samarbeidet innenfor klyngen.

Les mer: D\HA1-Kompetanse\Studieturer

➔ KONFERANSER

Med 228 deltakere på Geilo i november 2007 befestet Innovativ Fjellturisme posisjonen som arrangør av den viktigste reiselivskonferansen for fjell-Norge for femte år på rad. I Vrådal høsten 2006 deltok like mange, og Norges største reiselivskonferanse med 270 deltakere fra 14 fylker ble gjennomført på Storefjell i 2005. De årlige konferansene fokuserer på å skape energi og kreativitet, formidle resultater og være den viktigste møteplassen for fjelldestinasjonene.

Les mer: D\HA1-Kompetanse\Konferanser

Entreprenørskap og produktutvikling



Foto: visitrjokan.com



Foto: www.hovestott.no



Foto: www.hovestott.no



Foto: www.hoveslott.no



Foto: www.vraadal.com

Kreative tanker er byggesteinene i alle nye produkter.

Hva må til for at utenlandske turister setter seg i bilen eller på flyet med kurs for fjelldestinasjonene rundt Hardangervidda? Hvordan kan vi gjøre dette til selve reisemålet, til ett av flere reisemål eller til en base for hele ferieoppholdet?

Aktivitetene i dette prosjektet har som mål å videreføre natur- og kulturressurser til attraktive opplevelser. Prosjektet skal bidra til økt verdiskaping innen reiselivsnæringen gjennom samarbeid med kompetanseområder innen andre opplevelsesnæringer som dramaturgi, regi, media og IT.

⇨ OPPLEVELSER OG FØLELSER

Opplevelser er følelser, og følelser skaper opplevelser. Sammen blir de historiene som bygger våre egne bilder av oss selv. Derfor er folk villige til å betale mye for de rette opplevelsene - de som er med på å skape de rette bildene. Tar vi tilstrekkelig hensyn til dette? Kan vi samarbeide med andre opplevelsesprodusenter, eksempelvis innen film og teater, for å øke opplevelsen for gjesten og verdiskapingen for verten? I samarbeid med Lapland Center of Expertice for the Experience Economy (LEO) har fem norske sertifiserte kursholdere kurset nærmere 100 aktører i klyngen innen produktutvikling etter en slik tankegang. Regissør Bjørn Sæther, kjent for bl.a. Kaptein Sabeltann-forestillingene i Kristiansand, har medvirket.

Innenfor opplevelsesproduksjon samarbeider vi med tre andre Arena-prosjekter.

Les mer: D:\HA2\Konseptutvikling av opplevelsesproduksjon

⇨ MERKING OG GRADERING AV LØYPER OG STIER

Europeiske turister er vant til alpin standard for løypemerking om sommeren også. I Norge er det stort sett bare de røde T-ene til DNT som gjelder. Derfor har klyngen utarbeidet og implementert en mal for skilting og gradering av bl.a. sykkel- og vandreløyper. Håpet er at denne også kan danne grunnlaget for en nasjonal standard.

Graderingen følger kodene fra alpin løypemerking, med fargene grønt, blått, rødt og svart. Hemsedal, Rauland og Hovden har skiltet om sine løyper til denne graderingen, og har fått umiddelbar og positiv respons fra gjestene. Det er per februar 2008 sendt ut 150 CD-er om graderingssystemet til ulike interessenter. Denne CD'en med samtlige piktogrammer, symboler og skiltmaler ligger vedlagt på nest siste side i brosjyren. For øvrig kan alle filer lastes ned kostnadsfritt fra prosjektets hjemmeside; www.fjellturisme.no.

Les mer: D:\HA2\Merking og gradering

⇨ VANDRE MED ELGER PÅ HOVDEN

Enhver tysk turist med respekt for seg sjøl har et elg-merke på bilen etter en ferietur i Norge. Men har de noen gang møtt elgen? Antageligvis ikke. Men lykkes Hovden med sitt Elgpark-prosjekt, vil de kunne garantere et nært og uforglemmelig møte med skogens konge, hvor gjestene kan gå sammen med elgene på innsiden av innhegningen.

Elgpark-prosjektet kan stå som eksempel på at ikke alle gode ideer lar seg realisere. På Hovden har det ikke latt seg gjøre å få frigjort egnede arealer.

Kontaktperson: Per Johansson,
perre.plutt@czi.net, tlf 906 43 048
Les mer: D:\HA2\Elgpark på Hovden
Les mer om Hovden: www.hovden.com

⇨ SENTER FOR NORDIC WALKING I VRÅDAL

18. oktober 2006 åpnet løperdronningen Ingrid Kristiansen Norges første Nordic Walking-anlegg i Vrådal. 9 løyper er tilrettelagt, graderte og skiltet basert på et tysk konsept. Forhåpentligvis følges det i nær framtid av lignende anlegg på flere andre destinasjoner, slik at vi kan tilby et mangfold av muligheter til det store Nordic Walking-markedet, bl.a. i Tyskland og Nederland.

Kontaktperson: Hans Øy,
info@hyttegrend.no, tlf 918 25 972
Les mer: D:\HA2\Senter for Nordic Walking i Vrådal
Les mer om Vrådal: www.vraadal.com

⇨ VIA FERRATA - HEMSEDAL

Norges første kommersielle klatresti ble åpnet 8. september 2005. Med klatresele, hjelm, sikkerhetsslynger og kyndig instruksjon kan alle bestige mektige Vesle Røggjin i Hemsedal. Alle må ha guide for å gå ruten. Dette er et godt eksempel på økt verdiskaping gjennom foredling av "råvaren".

Kontaktperson: Niklas Herland,
niklas@norskeopplevelser.no, tlf 32 06 00 03
Les mer: D:\HA2\Via Ferrata - Hemsedal
Les mer om Hemsedal: www.hemsedal.com



Entreprenørskap og produktutvikling



Der mot møter kompetanse, skapes det alltid nye muligheter.

10 | 11

⇒ SYKKELPARK OG STISYKLING PÅ GEILO

Sykkelparken Pink Park på Geilo har på 3 år rullet å bli et begrep for både norske og utenlandske freeride-syklister. Parken åpnet i 2005. Den ligger ved Geiloheisen og skal sammen med stisyklingen være med på å befeste Geilos målsetting om å utvikle det best tilrettede sti- og løypnett i Nord-Europa. Det ekstreme Pink Park-tilbudet skal gi PR og skape grunnlag for en bredere satsing både i forhold til produkter og målgrupper.

Sti-, freeride- og utforsyking har en sterkt stigende popularitetskurve i Europa og Nord-Amerika. For Whistler Mountain i Canada er potensialet i sykkelmarkedet nå større enn i skimarkedet.

Kontaktperson: Einar Øyo,
einar@geilotaubane.no, tlf 32 09 54 10
Les mer: D:\HA2\Fra Pink Park til helhetlig sykling - Geilo
Les mer om Geilo: www.geilo.no

⇒ I SABOTØRENE FOTSPOR PÅ RJUKAN

Sprengingen av tungtvannsfabrikken på Vernork er krigshistoriens mest vellykkede sabotasjeaksjon. Det var også den beste tiden i flere av sabotørenes liv. Hvordan kan en slik historisk hendelse og heltemodig innsats gi en destinasjon økt attraksjonskraft og skape arbeidsplasser? Og hvordan kan vi sikre at kultur, natur og historie blir formidlet på en ekte og korrekt måte? Skuespilleren Johannes Joner har

bidratt kreativt til dramatisering og konseptutvikling av denne spennende vandringen i sabotørenes fotspor.

Kontaktperson: Jon Haukaasveen,
jon@telemark-opplevelser.no, tlf 995 13 140
Les mer: D:\HA2\ sabotørenes fotspor - Rjukan
Les mer om Rjukan: www.visitrjukan.com

⇒ TELEMARCSFJELLA - RAULAND/RJUKAN

Kan et samarbeid mellom to konkurrerende destinasjoner føre til besøksvekst hos begge? Det er spørsmålet Rjukan og Rauland vil ha svar på. Målet er 100 prosent vekst i sommerturismen i løpet av de 10 neste årene. Hvilke typer samarbeid må til? Er det nok med felles brosjyrer, eller må det tas strategiske og organisatoriske grep?

Prosjektet har fått ekstra ressurser gjennom tildeling av en stipendiat fra Høgskolen på Lillehammer. Hovedoppgaven har vært å utvikle "Gaustatoppen Turistrute", et turistveikonsept med fokus på veien Kongsberg – Edland.

Kontaktperson: Anita Tapio,
anita@visitrjukan.com, tlf 35 08 05 50
Les mer: D:\HA2\Telemarksfjella
Les mer om Rauland og Rjukan:
www.visitrauland.com, www.visitrjukan.com



Konseptuering og salg



Foto: Rauland Turist AS



Foto: Ove Bergersen/www.visitrjukan.com



Foto: Color Line/Anders Martinsen Fotografer

Ferdig pakket – enkelt å velge, enkelt å selge!

Vi har en fantastisk natur og en rik kulturhistorie. Men hvordan kan vi utnytte disse råvarene, og gjøre både eksisterende og nye opplevelser tilgjengelige og salgbare i ulike salgskanaler, både som enkelprodukter og i pakker?

Mål: I løpet av prosjektperioden skal det gjennomføres tre større pilotprosjekter innen konseptuering, pakking, distribusjon og salg av aktiviteter. Prosjektet skal bidra til å etablere destinasjonene som foretrukne kortferiereisemål i Norge via flyplassene og ferjehavnene i regionen.

⇒ KORTFERIEKONSEPTER

Det har vært en revolusjon i luftfarten de siste årene. Antall ruter har gått opp, og prisene har gått ned. Aldri før har vi nordmenn hatt tilgang til så mange spennende reisemål. Men hva skal til for å skape "motstrømstrafikk"? Hvordan kan fjelldestinasjonene bli attraktive kortferiereisemål for europeere sommerstid?

Hallingdal Reiseliv og Telemarkreiser samarbeider om å utvikle og selge kortferie-pakker via egne nettsider, Norwegian, Ryanair, Color Line og Innovasjon Norge. Prosjektet favner om trafikken inn via flyplassene Oslo, Sandefjord og Kjevik – samt fergetrafikken via Color Lines ruter. Samarbeid med leiebil-selskaper inngår også i denne satsingen.

Kontaktpersoner: Anja Østegården, anja@telemarkreiser.no, tlf 35 90 00 20 og Gunn Eliassen, gunn@hallingdal.no, tlf 32 02 99 26
Les mer: D:\HA3\Kortferiekonsepter
Les mer om Telemark og Hallingdal: www.telemarkreiser.no, www.eventyrveien.no

⇒ FRAMTIDSRETTET PAKKETURISME

Innen 2009 har Color Line investert mer enn 7,5 milliarder kroner i fergene som knytter Norge til Sverige, Danmark og Tyskland. Ved hjelp av nye båter, videreutvikling av opplevelsene i land og ny online booking-løsning, ventes det økt trafikk til fjelldestinasjonene sommerstid. Dette gjelder både fra gamle og nye målgrupper. Som krevende kunde bidrar Color Line til innovasjonsprosesser i 39 bedrifter fra hele klyngen, samtidig som prosjektet også bidrar til organisatoriske og distribusjonsmessige innovasjoner i Color Line.

Erfaringer fra prosjektet vil bli tilgjengeliggjort i en "kokebok for pakketurisme" som ferdigstilles i løpet av første halvår 2008, og som vil danne grunnlag for en informasjonsrunde til de sju destinasjonene.

Kontaktperson: Anders Vatne, anders.vatne@horwath.no, tlf 92 69 77 00
Les mer: D:\HA3\Framtidsrettet pakketurisme
Les mer om Color Line: www.colorline.no

⇒ HEMSEDALSKORTET

Kortet gir adgang til en rekke aktiviteter for gjester som blir 2 netter eller mer. I 2005 førte dette til 50 prosent trafikkøkning i skiheisen, ca 800 deltakere på guidede fjellturer og en sterk økning i antall besøkende på bygdemuseet. Siden oppstarten i 2005 er Hemsedalskortet etablert som et viktig markedsverktøy. Kortet vil bli videreutviklet i takt med markedets ønsker og behov.

Kontaktperson: Gunn Eidhamar, gunn@hemsedal.com, tlf 32 05 50 30
Les mer: D:\HA3\Hemsedalskortet
Les mer om Hemsedal: www.hemsedal.com

⇒ AKTIV RAULANDSOMMER

Rauland Booking samarbeider med systemleverandøren VisBook om å pakke sommeraktiviteter og overnattingstilbud, samt å gjøre pakkene salgbare online på destinasjonens hjemmesider.

Kontaktperson: Terese Jemtegård Moen, terese@visitrauland.com, tlf 35 06 26 30
Les mer: D:\HA3\Aktiv Raulandsommer
Les mer om Rauland: www.visitrauland.com

⇒ TUOPERATØRKARTLEGGING - GAUSTABANEN

Den spektakulære Gaustabanen, som frakter passasjerer innvendig i Gaustatoppen (1883 moh), har fraktet ca 7000 passasjerer i løpet av 80 dagers prøvedrift fordelt på perioden 2004 - 2007. Hvilket internasjonalt potensial kan en slik attraksjon ha med tilnærmet helårig kommersiell drift?

Prosjektets anbefaling er at Gaustabanen i en innledende driftsfase prioriterer det nasjonale markedet, både individuelt og gruppe, og at det internasjonale arbeidet først og fremst rettes mot det individuelle markedet som allerede befinner seg i nærområdene.

Kontaktperson: Halvor Haukaas, halvord@haukaas.no, tlf 951 04 925
Les mer: D:\HA3\Ta båten til Gaustatoppen
Les mer om Gaustabanen: www.gaustabanen.no

⇒ RUNDTURGENERATOR

Se på kartet, finn reiseruta, sjekk severdigheter, finn aktiviteter, velg overnatting og bestill! Det er ideen bak Hallingbookings internettbaserte reiseplanlegger og rundturgenerator. Den er nå i bruk, og fokuset er rettet mot kommersialisering av produktet.

Kontaktperson: Guro Torpe, guro.torpe@hallingbooking.no, tlf 32 07 30 70
Les mer: D:\HA3\Rundturgenerator
Les mer om Hallingbooking: www.hallingbooking.no



Konseptuering og salg



Analoge skatter i digitale salgskanaler.

↻ KULTURLOSER OG HEMSEDALVERTER

I dette pilotprosjektet får kulturaktører hjelp til å markedsstille og kvalitetssikre sine produkter. Det er også satt i gang RampeDager med kulturkafé der lokalbefolkning og tilreisende får oppleve det varierte kulturtilbudet i Hemsedal.

I sluttrapporten heter det: "Alt i alt føler vi at vi har lykket godt i dette prosjektet. Hemsedal har fått bedre og flere produkter innenfor kultur og alternative opplevelser, vi har skapt et miljø blant kulturaktørene og initiert bra samarbeid på tvers av produktene."

Kontaktperson: Tori Snerte,
tsnerte@online.no, tlf 975 24 942
Les mer: D:\HA3\Kulturloser
Les mer om Hemsedal: www.hemsedal.com

↻ HALLINGKOST BUFFÉ

"Ein smak tå Hallingdal" er en fast hallingkostbuffé i utvalgte hotellens spisesaler. Maten presenteres i spesialdesignede serveringsfat med tilhørende bordkort og duker.

Kontaktpersoner: Eldgrim H. Springgard,
eldgrim@hallingkost.com, tlf 932 37 236
og Tove Eggen Lien, tlf 918 03 560
Les mer: D:\HA3\Hallingkost
Les mer om Hallingkost: www.hallingkost.com

↻ SKATTEJAKT MED MOBIL I TELEMARK

Telemarkreiser bruker Bluetooth-teknologien i mobiltelefonen til å lage en attraktiv skattejakt for barnefamilier sammen med det danske firmaet Nvolve. Med spennende komponenter som skattekart, trekiste, samlekort, mineraler og mineralkort, styres jakten via mobiltelefonen. I første omgang tilbys denne nye måten å kommunisere med gjestene på til danske familier som ankommer Norge med Color Line.

Kontaktperson: Marie Bergsli,
marie@telemarkreiser.no, tlf 35 90 00 20
Les mer: D:\HA3\Skattejakt
Les mer om Telemark: www.telemarkreiser.no

↻ LOKAL TURPRODUKSJON PÅ GOLSFJELLET

Målet var å øke videreførelsesgraden lokalt, og få vandreturer mer tilpasset det internasjonale markedet, samt å skape en bedre distribusjon og presentasjon av opplevelses tilbudet.

Erfaringen ble at slikt prosjektarbeid er vanskelig å gjennomføre for en liten reiselivsaktør med begrenset kapasitet utover å drive sin daglige virksomhet.

Kontaktperson: Knut Koren,
post@fjellferie.no, tlf 900 56 339
Les mer: D:\HA3\Lokal turproduksjon
Les mer om Gol: www.golinfo.no

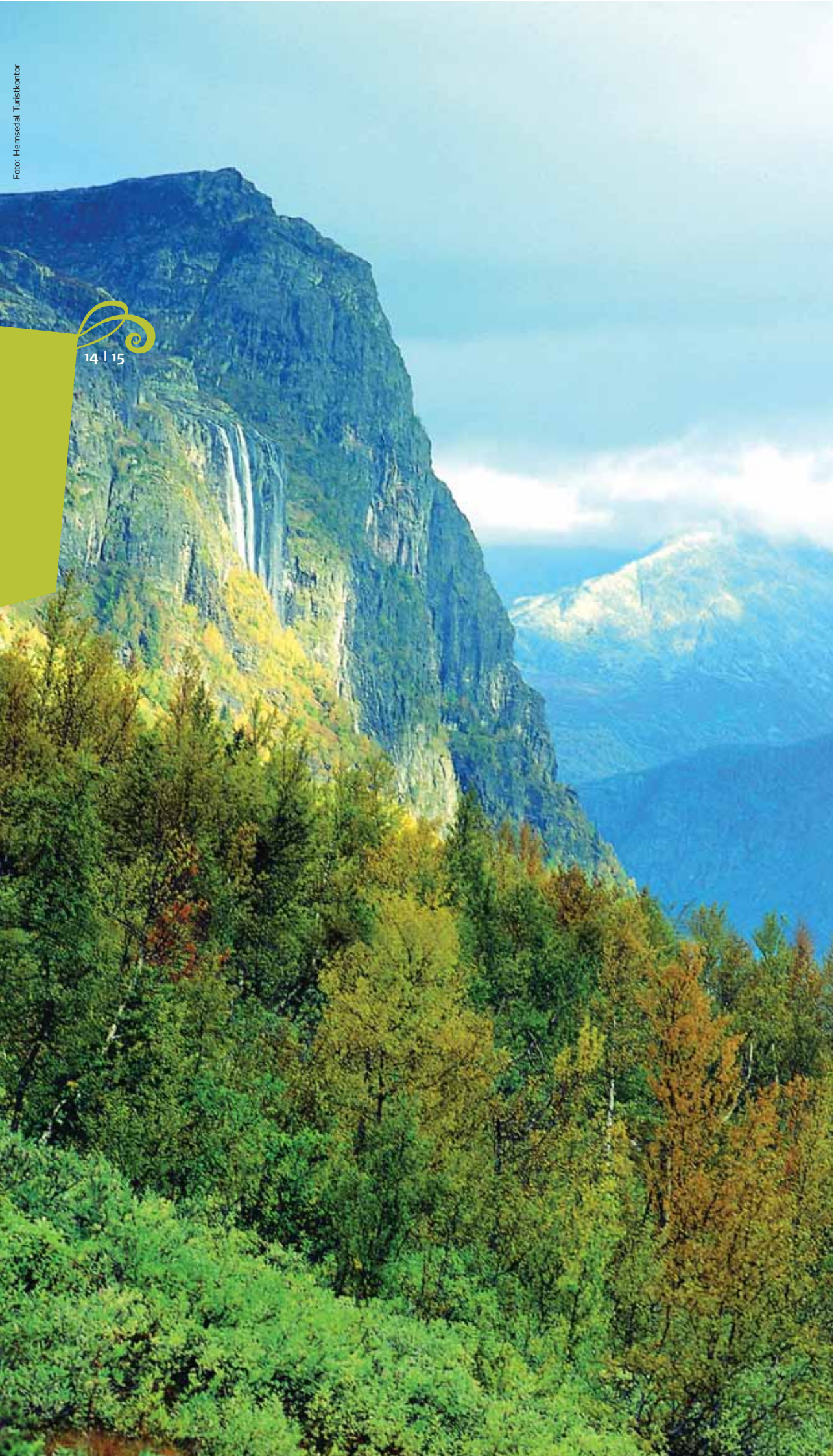


Foto: Hemsedal Turistkontor

Destinasjonsprosjekter



Foto: Steffen Gulbrandsen/www.hemsedal.com

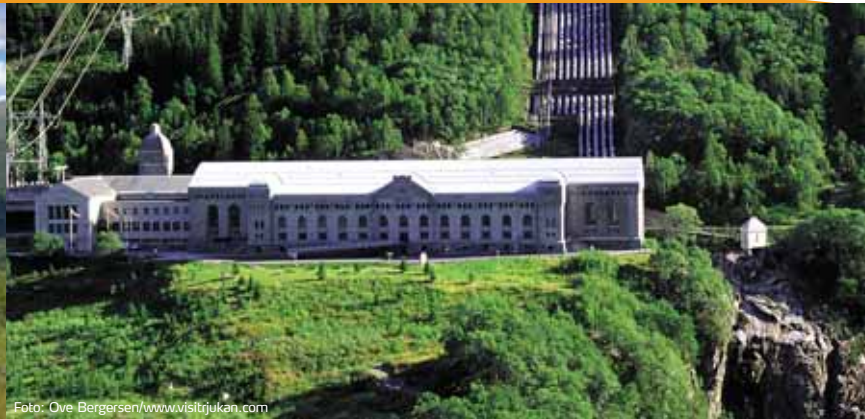


Foto: Ove Bergersen/www.visitrjukan.com



Foto: Peder Austerud/www.hovden.com

Strategiske utviklingsprosjekter bidrar til velfungerende destinasjoner.

Det har i hele prosjektperioden blitt lagt vekt på skape engasjement og interesse rundt klyngeutvikling og bruk av triple helix også i praksis. Avgjørende for å lykkes er å involvere så mange næringsaktører som mulig og å sikre FoU i ulike prosjekter. Det ble bl.a. gjort ved å bidra til gjennomføring av over 30 ulike pilotprosjekter. Utvikling av en reiselivsklynge fra Hovden til Gol krever også velfungerende destinasjoner. For 2007 ble derfor utfordringen: Hvilke utviklingsprosjekter er strategisk viktige for de sju destinasjonene innenfor Innovativ Fjellturisme? Vrådal valgte å avstå i første omgang, for å konsentrere seg om allerede igangsatte aktiviteter. De seks andre destinasjonene svarte slik:

⇒ GOL: DET BARNEVENNLIGE FJELLET

Familier på tur vil gjerne ha tilbud om aktiviteter, men ikke nødvendigvis de mest ekstreme og krevende. Golsfjellet kan by på både natur, landbruk, stølsliv og tilhørende aktiviteter. Prosjektet har som mål å bygge Golsfjellet som et familievennlig og unikt reisemål gjennom en systematisk satsing på disse ekte og lett tilgjengelige opplevelsene.

Kontakt: Gro Hjelmen, Gol Reisemål AS, gro@golinfo.no, tlf 32 02 97 00
Les mer: D:\Destinasjonsprosjekt\Gol

⇒ HEMSEDAL: SYKKELDESTINASJONEN

Sykkelturisme er på rask frammarsj internasjonalt, og vi ser tendenser til en tilsvarende utvikling i Norge. Sykkelproduktene på de norske reisemålene har så langt vært preget av tilfeldige enkelttilbud. Hemsedal mener en helhetlig og gjennomtenkt satsing på sykkelprodukter, for alle målgrupper, vil ha stor betydning for sommertrafikken til området.

Kontakt: Gunn Eidhamar, Hemsedal Turisttraffikklag, gunn@hemsedal.no, tlf 32 05 50 30
Les mer: D:\Destinasjonsprosjekt\Hemsedal

⇒ GEILO: PARTNERSKAPET

Å lykkes med en helhetlig utvikling av Geilo som et attraktivt reisemål krever at alle aktører er enige om utviklingsretningen og at alle aktørene bidrar til å nå de målene som er satt. Dette blir en rammebetingelse for utviklingen og en flaskehals om man ikke får det til. Etableringen av et partnerskapsregime skal være med på å sikre at de mange store og små beslutninger som påvirker utviklingen av Geilo som reisemål og lokalsamfunn, peker i samme retning og understøtter overordnede mål for denne utviklingen. Erfaringer viser at det er viktig at kommunen har en helt sentral rolle i dette bildet. Mål for "Geilo 2020" med utgangspunkt i det som finnes av overordnede planer, må utgjøre en egen prosess i oppstarten. Det er aktørene på Geilo som vil prøve

ut et partnerskapsregime som et verktøy for reisemålsutviklingen. Initiativtakerne er Hol Kommune og Destinasjon Geilo.

Kontakt: Tom Roll, Destinasjon Geilo AS, tom@geilo.no, tlf 32 09 59 00
Les mer: D:\Destinasjonsprosjekt\Geilo

⇒ RJUKAN: REISELIV I INDUSTRIENS VUGGE

Er det verdier i de tradisjonelle norske industristedene som kan utnyttes i en reiselivssatsing? I så fall, hvordan må de utvikles og tilpasses? Rjukan er med i et nasjonalt prosjekt, hvor også Odda, Narvik og Kirkenes deltar. Norsk Industri, NHO Reiseliv og Kommunenes Sentralforbund er med i den nasjonale prosjektstyringen, og transportørene Color Line, SAS og Hurtigruta bidrar som "krevende kunder". Rjukan har gjennomført en forstudie-fase, og anbefalingen er at destinasjonen går videre inn i et hovedprosjekt for å utvikle opplevelsesprodukter knyttet til industrihistorien.

Kontakt: Anita Tapio, visitRjukan AS, anita@visitrjukan.no, tlf 35 08 05 50
Les mer: D:\Destinasjonsprosjekt\Rjukan

⇒ RAULAND: KULTUR OG REISELIV

Rauland og Vinje kommune flommer nærmest over av kultur. Er det mulig å kommersialisere denne kulturen til glede for både kulturbærere og reiselivsnæringen? Prosjektet ønsker å

så kjøre kultur og reiseliv i Rauland, samt bygge opp en profesjonalisering rundt de som ønsker å tjene penger på kultur. Det skal jobbes målrettet mot å legge forholdene til rette for samarbeid, samt det å skape næring av kultur. Det er ønskelig å utnytte lokale kulturpersonligheter som finnes på destinasjonen.

Kontakt: Terese Jemtegård Moen, Rauland Turist AS, terese@visitrauland.com, tlf 35 06 26 00
Les mer: D:\Destinasjonsprosjekt\Rauland

⇒ HOVDEN: HELSETURISME

Med utspring i initiativer fra næringslivet, og etter drøftelser med ulike aktører i offentlig sektor og høyskolemiljøet, vil Hovden se på mulighetene for å satse på helseturisme. Det tas utgangspunkt i demografisk utvikling, fokus på forebyggende helsearbeid og trender - både nasjonalt og internasjonalt - i forhold til kobling av helse, idrett og reiseliv. Prosjektet skal i første rekke hente inn kunnskap og gjennomføre analyser for å avklare visjoner, mål og strategier for et framtidig helseturisme-prosjekt.

Kontakt: Marianne Fedde Lilland, HovdenFerie AS, marianne@hovden.com, tlf 37 93 93 70
Les mer: D:\Destinasjonsprosjekt\Hovden

Rammebetingelser



Foto: Peder Austerud/www.hovden.com



Foto: www.golinfo.no

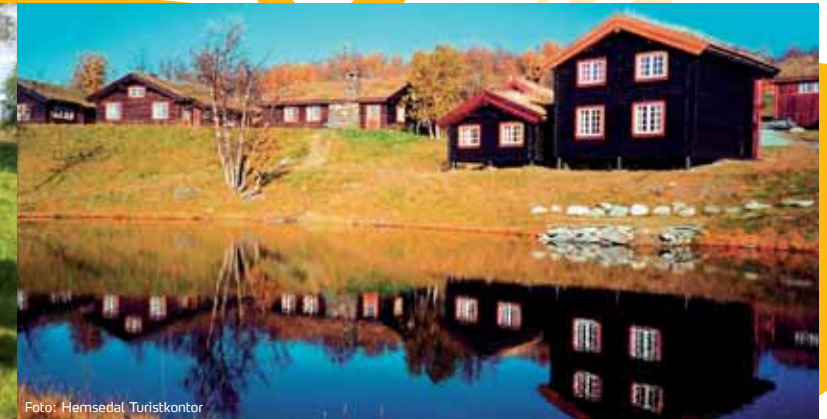


Foto: Hemsedal Turistkontor

Nøkkelen er forpliktende samarbeid.

Hvilke muligheter og flaskehals har fjellturismen som næring? Hva gjør våre internasjonale konkurrenter? Kan rammebetingelsene påvirkes, slik at mulighetene for verdiskaping innen fjellturismen styrkes?

Gjennom ulike aktiviteter setter prosjektet søkelys på begrensninger og muligheter, også i forhold til den hårfine balansen mellom bruk og vern av naturen.

Prosjektet skal bidra til å utvikle bedre implementeringsverktøy for helhetlige konsepter, samt avtaler mellom kommune og utviklingsaktører som forsterker attraksjonskraften og en bærekraftig næringsutvikling.

➤ KONSEPT OG MODELL FOR FINANSIERING AV FELLESGODER

Den svake økonomien knyttet til produksjon av fellesgoder på fjelldestinasjonene går ut over total kvaliteten og opplevelsen av reiselivsproduktene. Det medfører tapte markedsandeler og gjennomgående lav lønnsomhet. Mange i det distriktsbaserte reiselivet etterlyser derfor en bedre modell for finansiering av fellesgodene.

En rekke konkurrerende fjelldestinasjoner internasjonalt har hatt slike ordninger i 100 år. Basert på erfaringer fra disse, og egne norske analyser, ble det i 2005 utarbeidet og presentert en modell for bedre fellesgodefinansiering

i regi av prosjektet. Modellen er eksemplifisert med Hol kommune som case og denne modellen ble overlevert til fjellregionsamarbeidet som har arbeidet videre med saken. I november la Regjeringen fram sin reiselivsstrategi der det heter: "Innovasjon Norge kan delta med finansiering i ett eller flere prosjekter der frivillig fellesgodefinansiering er en del av finansieringen av prosjektet.

Kontaktperson: Bård Jervan,
baard@mimir.no, tlf 909 42 560
Les mer: D:\HA4\Fellesgodefinansiering

➤ ABC-ANALYSEN FOR REISEMÅL

Verdiskaping og konkurransekraft i fjellturismen avhenger bl.a. av at de helhetlige konseptene ivaretas i planlegging og utbygging. Prosjektet har derfor videreutviklet et verktøy for å lokalisere rett virksomhet på rett sted – ABC analyse. Dette verktøyet gir en klassifisering av arealer innenfor reisemålet i forhold til hvor viktige de er for attraksjonskraften. Formålet er å gi et objektivt og etterprøvbart underlag for lokaliseringstilbud og arealbruksdisposisjoner. Analysene gjøres uavhengig av eiendomsstruktur og konkrete prosjektinnspill.

Raulandområdet i Vinje kommune og Geilo i Hol kommune inngår som eksempelområder i utviklingsarbeidet. På Geilo er arbeidet med ABC-analysen integrert som en del av underlaget for revisjonen av kommunedelplanen.

Kontaktperson: Erik Plathe,
erik.plathe@asplanviak.no, tlf 951 95 057
Les mer: D:\HA4\ABC analyse for reisemål

➤ MODELLER FOR GRUNNEIERSAMARBEID - GOLSFJELLET

Hvordan bør avtaler utformes mellom grunneiere, utbyggere og kommunen i hytteutbyggingsområder?

Norges Bondelag, Golsfjellet Utmarkslag og Innovativ Fjellturisme har stått sammen om utviklingen av et grunneiersamarbeid på Golsfjellet. Arbeidet har munnet ut i ei "hvitbok" der alle de konkrete avtalene for å finansiere og drifte fellesgoder, friareal-kasse, utbyggingsavtaler mm er tilgjengeliggjort.

Kontaktperson: Bård Jervan,
baard@mimir.no, tlf 909 42 560
og Ola Rygg, tlf 32 07 42 75
Les mer: D:\HA4\Grunneiersamarbeid

➤ KOMMUNENETTVERK

I forlengelsen av arbeidet med ABC-planleggingen, studieturer og andre prosjekter i regi av IFT er det framkommet et sterkt ønske om å opprette et nettverk rundt de mange felles planleggingsutfordringer knyttet til reisemålsutvikling og hyttebygging i kommunene. Kjernepersonene i nettverket vil være kommuneplanleggere, politikere og sentrale næringsaktører.

Kontaktpersoner: Erik Plathe,
erik.plathe@asplanviak.no, tlf 951 95 057
og Bård Jervan,
baard@mimir.no, tlf 909 42 560
Les mer: D:\HA4\Kommunenettverk

➤ FOTOMOTIV-UNDERSØKELSE OG STEDSUTVIKLING

Høgskolen i Telemark gjennomførte sommeren 2007 en fotomotiv-undersøkelse på Hovden, Rauland og Geilo. Turister og fastboende ble oppfordret til å ta bilde av hva de likte og ikke likte på destinasjonene. Responsen var god.

Undersøkelsen inngår i dokumentasjonen når Innovativ Fjellturisme i 2008 tar opp temaet "steds- og sentrumsutvikling" med hovedfokus på visuell kvalitet.

Kontaktperson: Bård Jervan,
baard@mimir.no, tlf 909 42 560
Les mer: D:\HA4\Fotomotivundersøkelsen



Innovativ Fjellturisme AS – den nye fjellføreren

↪ INNOVATIV FJELLTURISME AS – DEN NYE FJELLFØREREN

Sju reiselivsdestinasjoner fra Hovden i sør til Hemsedal og Gol i nord har gått sammen og dannet selskapet Innovativ Fjellturisme AS. Selskapet ble formelt stiftet på Kongsberg 14. januar 2008, og 1. mars overtok selskapet det formelle ansvaret for ARENA-prosjektet Innovativ Fjellturisme.

Gjennom fire år har vinterdestinasjonene Gol, Hemsedal, Geilo, Rjukan, Rauland, Vrådal og Hovden samarbeidet om utvikling av sommerturismen. I tillegg til å skaffe flere internasjonale gjester i sommerhalvåret, har målet med prosjektet Innovativ Fjellturisme vært å etablere et tettere og videre samarbeid mellom de sju destinasjonene.

I denne perioden har Innovasjon Norge tatt ansvar for prosjektet, på vegne av destinasjonene. I løpet av prosjektperioden er det skapt en voksende forståelse for at "sammen er vi sterke" også gjelder i reiselivsnæringen. Et like viktig resultat av prosjektet så langt er etableringen av et tettere samarbeid mellom næringen, virkemiddelapparatet og forsknings- og utviklingsmiljøene.

↪ FORTSETTE ARBEIDET

Når Innovativ Fjellturisme AS nå overtar stafettpinne, er det for å fortsette det arbeidet som er påbegynt som ARENA-prosjekt. Det innebærer 1) å videreføre det innovative triple helix arbeidet i klyngen 2) å drive et systematisk markedskompetansearbeid, 3) tilby nye og spennende konferanser og studieturer, 4) samarbeide med destinasjonene om videreføring av eksisterende og/eller oppstart av nye og innovative utviklingsprosjekter og 5) jobbe videre for å skape bedre rammebetingelser for reiselivsnæringen i fjellet spesielt og Norge generelt.

Det innebærer også å videreføre den sterke og gode samarbeidsplattformen som er etablert med kommuner, fylkeskommuner, Innovasjon Norge og andre offentlige virkemiddelaktører gjennom de første fire årene i ARENA-prosjektet Innovativ Fjellturisme.

↪ STYRET

Styret for Innovativ Fjellturisme AS består av: Leder Kjell-Gunnar Dahle, Rjukan, styremedlemmer Kjell Pedersen-Rise, Hovden, Jesper Aagaard, Vrådal, Geir Midtbø, Rauland, Stig Fische, Geilo, Knut Koren, Gol og Jan Egil Halbjørhus, Hemsedal.

Med vennlig hilsen
Kjell-Gunnar Dahle, prosjektansvarlig fra 2008
Ingrid Solberg Sætre, hovedprosjektleder fra 2008



Representanter for de 7 destinasjonene som eier Innovativ Fjellturisme AS. Fra høyre Jan Egil Halbjørhus, Hemsedal, Kjell Pedersen-Rise, Hovden, Jesper Aagaard, Vrådal, Gro Hjelman, Gol, Jan Stabell, Rjukan, Erlend Larsen, Rauland og Stig Fische, Geilo.

↪ FAKTA



Adresse: Jernbanegt 8, 3660 Rjukan
www.fjellturisme.no, Org.nr.: 892 269 122

Kontakt oss:
Kjell-Gunnar Dahle,
styreleder og prosjektansvarlig
E-post: kjell-gunnar@fjellturisme.no
Mobil: 900 88 249

Ingrid Solberg Sætre,
hovedprosjektleder
E-post: ingrid@fjellturisme.no
Mobil: Tlf 920 10 461



