



## MØTEBOK

### HALLINGTINGET

**TID:** 23.september 2009  
**STAD:** Flå, Vassfaret Bjørnepark

**REGIONRÅDET  
FOR HALLINGDAL**

#### **Desse møtte på Hallingtinget :**

Sissel Hovland, Hol kommune Halvard Lilleslett, Hol kommune Maria Søndrål Wick, Hol kommune Tony Arild Kjøl, Hol kommune	Oddvar Grøthe, Hemsedal kommune Odd Holde, Hemsedal kommune Tove Eggen Lien, Hemsedal kommune Ernst Tore Eggen, Hemsedal kommune Olav Støyten, Hemsedal kommune
Torleif Dalseide, Ål kommune Ivar Brevik, Ål kommune Lise Stolen, Ål kommune Torhild Helling Bergaplass, Ål kommune Ida Marie Holen	Gerd Eli Berge, Nes kommune Eva Bjørg Haugen, Nes kommune Torunn Bekkeseth, Nes kommune Ingunn Fagermoen, Nes kommune
Aud Ingunn Narum, Gol kommune Steinar Medhus, Gol kommune Halvor Lilleslett, Gol kommune Tore Dag Skjerdal, Gol kommune Gunnar Fredriksen, Gol kommune	Tor Egil Buøen, Flå kommune Ole Johnny Stavn, Flå kommune Kristin Gullingsrud, Flå kommune Sigrid Ingeborg Gislerud, Flå kommune Trond A. Sørum, Flå kommune

**Av rådmennene møtte:** Lars Ole Skogen, Hol kommune, Bjørgulf Noraberg, Ål kommune, Hege Mørk, Gol kommune, Gabriel Johannessen, Hemsedal kommune, Else Horge Asplin, Nes kommune, Odd Egil Stavn, Flå kommune.

Knut Arne Gurigard møtte som dagleg leiar.

Fra Buskerud fylkeskommune møtte fylkeskontaktar Anne Sandum og Mette Lund Stake

---

Rådsordførar Oddvar Grøthe opna Hallingtinget.

#### **SAK 06-09 ÅRSBUDSJETT FOR 2010 OG ØKONOMIPLAN OG HANDLINGSPROGRAM 2010 – 2013**

##### **Vedtak**

1. Hallingtinget gjer framlegg om at kommunane vedtek forslag til driftsbudsjettet for 2010, med ei kommunal finansiering på kr. 1.100.000.
2. Til gjennomføring av tiltak i Strategisk plan for Hallingdal, rår Hallingtinget at det blir løyvd kr. 600.000 for 2010, fra kommunane i Hallingdal.
3. Med bakgrunn i vedteke handlingsprogram til Strategisk plan for Hallingdal, vedtek Hallingtinget forslag til økonomiplan 2010 – 2013.

## **SAK 07/09 SAMHANDLINGSREFORMA – UTVIKLING OG ORGANISERING I HALLINGDAL. HALLINGDAL LOKALMEDISINSKE SENTER.**

### **Saksopplysing**

I eit utvida møte for Samarbeidsutvalet for kommunane i Hallingdal og Ringerike sjukehus 3.9.2009 vart samhandlingsreforma drøfta, med vekt på utfordringar for Hallingdal. I denne samanheng vart det og presentert og drøfta ei prosjektskisse for Hallingdal lokalmedisinske senter.

Målet med prosjektet er å finne overordna løysingar for å kunne vidareutvikle Hallingdal sjukestugu som eit lokalmedisinsk senter, som base for:

- desentralisert spesialisthelseteneste,
- samhandling mellom spesialisthelsetenesta og kommunehelsetenesta og
- interkommunalt samarbeid om kommunale tenester innan helse og omsorg.

Kommuneoverlege Øystein Lappgard orienterte om samhandlingsreforma, den framtidige kommunerolla og prosjektet Hallingdal lokalmedisinske senter. Presentasjon er lagt ved møteboka, vedlegg 1.

## **SAK 08-09 TEMA REISELIV**

### **Saksopplysing**

Temaet reiseliv var sett på dagsordenen først og fremst fordi det er ei svært viktig næring for Hallingdal, som også har vore og er ei prioritert satsing i det regionale samarbeidet.

I Strategisk plan for Hallingdal og vedteke handlingsprogram, står det m.a.:

*Mål 8 Vidareutvikle Hallingdal til den fremste reiselivsregionen i landet.* Eit konkret tiltak er å støtte opp om Hallingdal Reiseliv.

Også i forhold til arbeidet Buskerud fylkeskommune har sett i gang med ein regionale delplan for reiseliv, var dette eit dagsaktuelt tema.

Til saka var det følgjande innlegg der presentasjonen er lagt ved møteboka:

- Kvar står Hallingdal i forhold til andre regionar, utvikling, organisering, økonomi. Betraktnigar om Hallingdal dei komande åra.  
v/ Erik W. Jakobsen, Menon (vedlegg 2).
- Hallingdal Reiseliv ved styreleiar Ragnhild Kvernberg og dagleg leiar Gunn Eliassen orientere om status og satsing framover (vedlegg 3).
- Kort om regional delplan for reiseliv, v/Bente Bjerknes, Buskerud fylkeskommune.
- ”Koss kan Hallingdal stå fram som ein spennande plass å oppleva noko, i framtida.” v/ Pål K. Medhus, Høve Støtt (vedlegg 4).

Det vart ikkje gjort konkrete vedtak ut frå drøftingar og paneldebatt som var i etterkant av innlegg. Følgjande vil bli gjennomført:

- Ut frå statistikkgrunnlag som vart presentert av Erik W. Jakobsen var det spørsmål om kvaliteten på ein del av statistikkmaterialet. Dette vil bli nærmare klargjort i eigen rapport/notat.
- Hallingdal Reiseliv tek initiativ til møte med den einskilde kommune, m.a. for fornying av avtale som har vore uendra sidan 2005.
- Hallingdal Reiseliv ynskjer ein brei prosess med resten av næringslivet og det offentlege for å vurdere profilering og bruken av Hallingdal - Ny merkevare ”Hallingdal” ? Dette er

ein prosess som kan sjåast i samanheng med prioritert tiltak i Strategisk plan for Hallingdal, ”vidareutvikle profilering/identitetsbygging”.  
Det blir teke initiativ til ein vidare prosess.

## **SAK 09-09 ORIENTERING OM VASSFARET BJØRNEPARK**

Ordførar Tor Egil Buøen orienterte om utvikling og planar for Vassfaret Bjørnepark, presentasjon vedlegg 5.

Ål 6.10.2009

Knut Arne Gurigard  
Dagleg leiar

Vedlegg:

1. Orientering om samhandlingsreforma og prosjektet Hallingdal lokalmedisinske senter, v/ kommuneoverlege Øystein Lappgard
2. ”Reiselivsnæringen i Hallingdal - En sammenlikning av utviklingen i Hallingdal med seks andre reiselivsdestinasjoner (1996 – 2007)” v/ Erik W. Jakobsen, Menon
3. Hallingdal Reiseliv, v/styreleiar Ragnhild Kvernberg og dagleg leiar Gunn Eliassen
4. ”Koss kan Hallingdal stå fram som ein spennande plass å oppleva noko, i framtida.” v/ Pål K. Medhus, Høve Støtt
5. Utvikling og planar for Vassfaret Bjørnepark v/ordførar Tor Egil Buøen



The image shows the cover of a document titled "Samhandling - Utfordringar". The title is displayed in a yellow header bar. To the left of the title, there is a vertical decorative column with a repeating geometric pattern. Below the title, a numbered list of three items is presented:

1. Pasienten sitt behov for koordinerte tenester på tvers av nivåa vert ikkje dekka godt nok – tenestene framstår fragmenterte
2. Tenestene er prega av for liten innsats for å begrense og forebygge sjukdom
3. Den demografiske utviklinga gjev utfordringar som vil kunne truge den økonomiske bæreevna i samfunnet

## Ei fragmentert helseteneste

1. Pasienten sitt behov for koordinerte tenester på tvers av nivåa vert ikkje dekka godt nok  
– tenestene framstår fragmenterte

Kommune helsetj.  
Spesialist helsetj.  
Kommune helsetj.

Pasient ens behov

Tjenesteorganisering

## Sterk auke i utgifter til sjukehusdrift

2. Tenestene er prega av for liten innsats for å begrense og forebygge sjukdom

År	Sykehusdrift (Mrd NOK)	Fastlegeordning (Mrd NOK)
1998	~35	~2
1999	~40	~2
2000	~42	~3
2001	~48	~4
2002	~55	~4
2003	~58	~4
2004	~65	~4
2005	~72	~4
2006	~80	~4

## Ei dobling av antall eldre på 40 år

3. Den demografiske utviklinga gjev utfordringar som vil kunne truge den økonomiske bæreevna i samfunnet

År	67-79 år	80-89 år	90 år og eldre	Totalt
2000	~400 000	~100 000	~100 000	~600 000
2010	~450 000	~150 000	~100 000	~700 000
2020	~500 000	~200 000	~100 000	~800 000
2030	~550 000	~250 000	~100 000	~800 000
2040	~600 000	~300 000	~100 000	~1,000 000
2050	~650 000	~350 000	~100 000	~1,200 000

## Hovudgrep i reformen

1. Klarare pasientrolle
2. Ny framtidig kommunerolle
3. Etablering av økonomiske insentiv
4. Spesialisthelsetenesta skal utviklast i ei ytterlegare spesialisert retning
5. Tilrettelegge for tydelegare prioriteringar
6. Andre tiltak:
  - Utvikling av felles IKT system
  - Utvikling av forsknings- og utdanningspolitikk
  - Målretta personalpolitikk

Ei styrka kommunehelseteneste

- Legetenesta skal styrkast
  - Fleire fastlegar, kortare lister
  - Styrka offentleg legearbeid
- Særleg styrking av psykisk helsearbeid og rus
- Jordmortenesta skal styrkast

Ei ny framtidig kommunerolle (1)

Kvar enkelt kommune må vurdere sine helse- og omsorgstenester og bestemme seg for kva for tenester ein best

- kan greia åleine
- bør samarbeide med andre kommuner om
- bør samarbeide med spesialisthelsetenesta om

## Ei ny framtidig kommunerolle (2)

### 1. Administrasjons- og systemarbeid

- Helseovervaking og samfunnsmedisinsk arbeid
- Folkehelsearbeid
- Planarbeid
- Samarbeidsavtaler med Helseforetak (lovfesta)

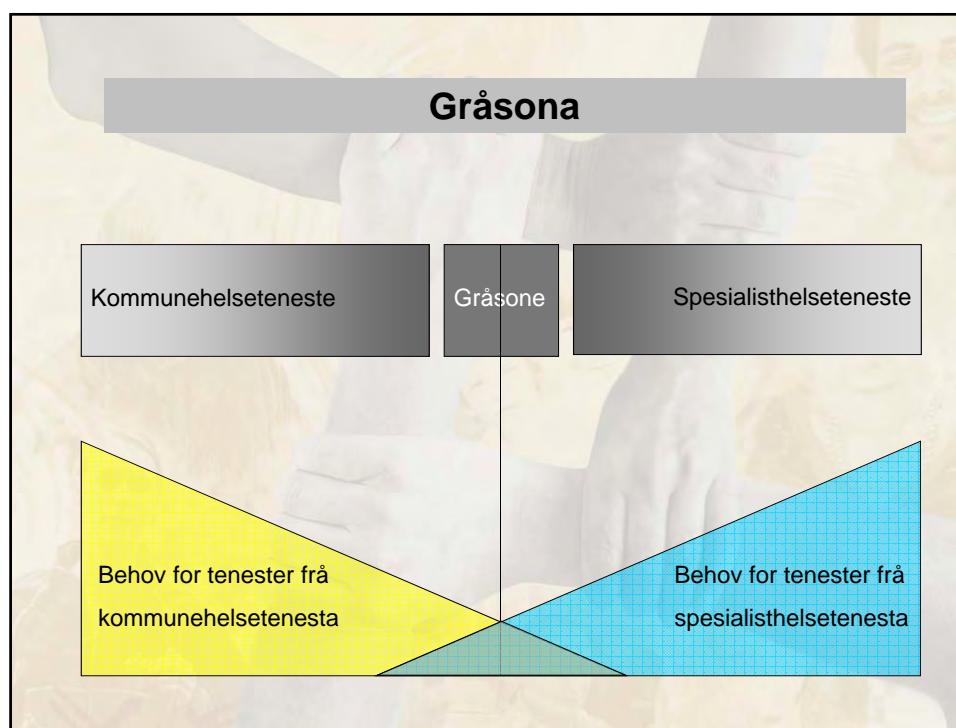
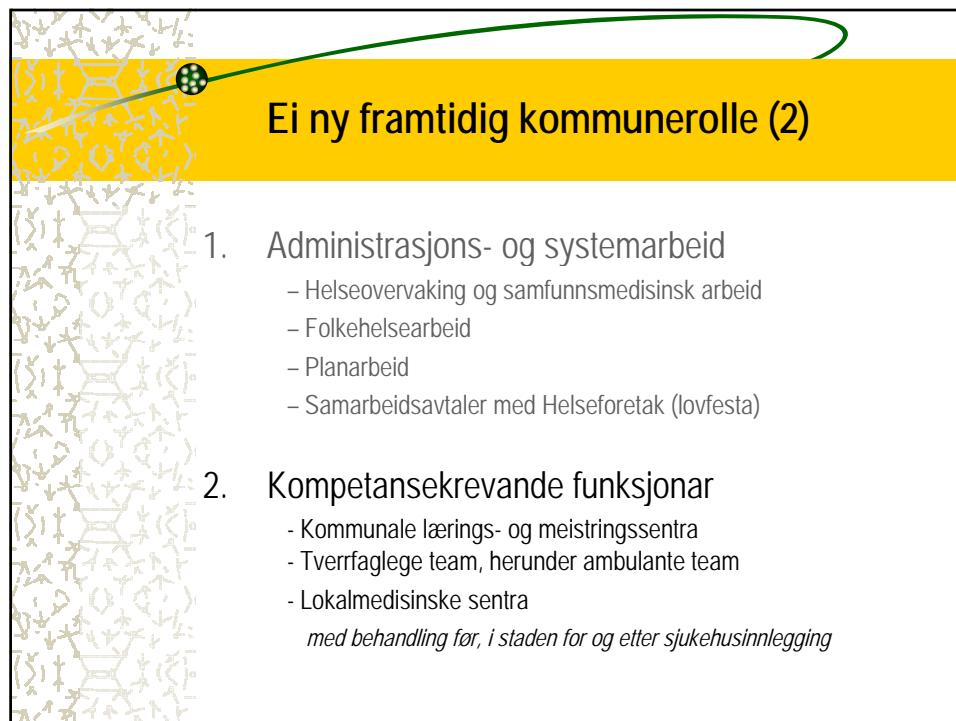
### 2. Kompetansekrevarde funksjonar

- Kommunale lærings- og meistringssentra
- Tverrfaglege team, herunder ambulante team
- Lokalmedisinske sentra

*med behandling før, i staden for og etter sjukehusinnlegging*

## Etablering av økonomiske insentiv

- Kommunane skal betale for 20 % av sjukehusopphalda
- Kommunane må frå dag 1 betale for utskrivningsklare pasientar som vert liggjande på sjukehuset.





## Bakgrunn

Møte mellom regionrådet og adm. leiing ved Ringerike sykehus  
06.mars 2009:

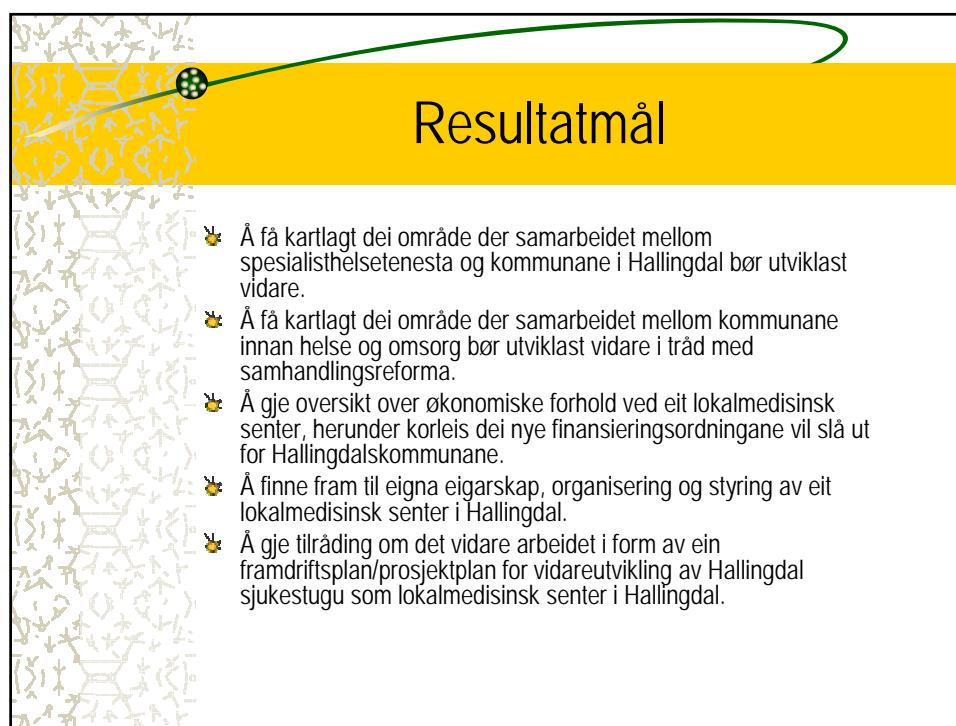
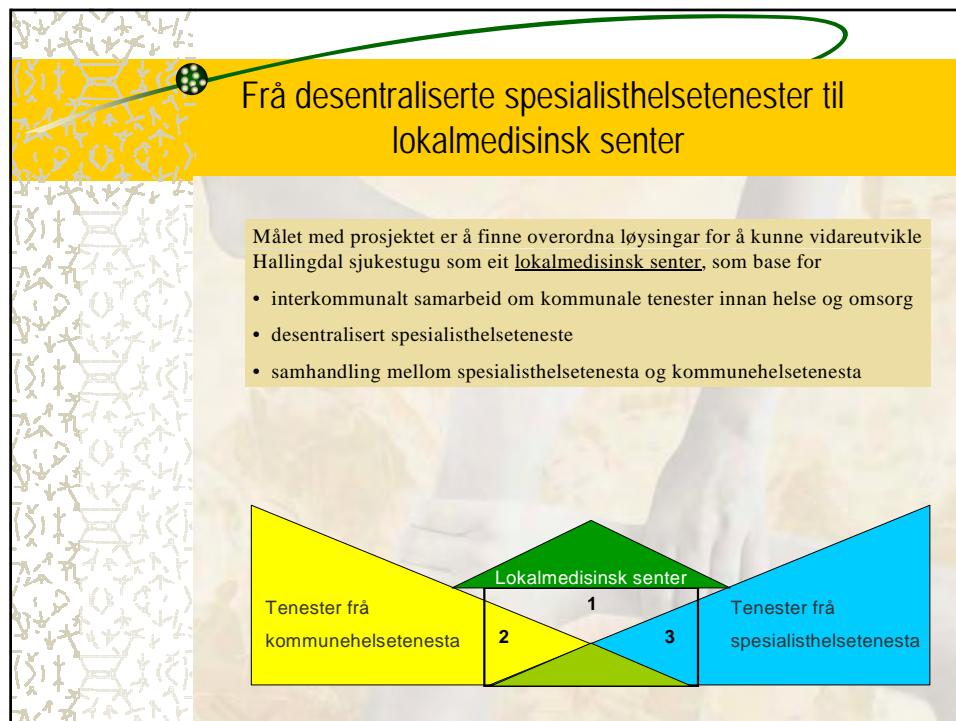
3. Hallingdal sjukestugu skal vidareutviklast etter lokale behov og etter dei signal som kjem gjennom samhandlingsreformen våren 2009.

6. Dei interkommunale helsetenester som kommunane i Hallingdal finn det nødvendig å bygge ut i tråd med samhandlingsreformen vert knytta til Hallingdal Sjukestugu.

7. Arbeidsutvalet i Samarbeidsutvalet mellom kommunane og Ringerike sykehus vert bede om iverksetje det vidare arbeid med planlegging straks samhandlingsreformen er lagt fram og leggje ei framdriftsplan fram for det "utvida" Samarbeidsutvalet (som inkluderar ordførarane).

## Ein visjon om ei heilheitlege helseteneste

Visjonen er å kunne utvikle heilheitlege helsetenester i Hallingdal der pasientane kan få samordna tenester av god kvalitet uavhengig av kva for nivå som har ansvaret for å yte tenestene.



The cover features a yellow header with the title "Grunnlag for utgreiinga". Below the title is a white rectangular box containing the report's title: "UTVIDA SAMARBEID INNAN HELSE- OG SOSIAL I HALLINGDAL". Below this title is a colorful graphic of hands holding various symbols like a key and a gear. At the bottom of the box, the text reads: "Rapport fra arbeidsguppe oppnevnt av rådmannsutvalet" and "Revurdert rapport datert 15.11.07".

The cover features a yellow header with the title "Resultatmål". Below the title is a white rectangular box containing a bulleted list of five goals, each preceded by a small yellow star icon. The goals are:

- Å få kartlagt dei område der samarbeidet mellom spesialisthelsetenesta og kommunane i Hallingdal bør utviklast vidare.
- Å få kartlagt dei område der samarbeidet mellom kommunane innan helse og omsorg bør utviklast vidare i tråd med samhandlingsreforma.
- Å gje oversikt over økonomiske forhold ved eit lokalmedisinsk senter, herunder korleis dei nye finansieringsordningane vil slå ut for Hallingdalskommunane.
- Å finne fram til eigna eigarskap, organisering og styring av eit lokalmedisinsk senter i Hallingdal.
- Å gje tilråding om det vidare arbeidet i form av ein framdriftsplan/prosjektplan for vidareutvikling av Hallingdal sjukestugu som lokalmedisinsk senter i Hallingdal.

## Resultatmål

- ✿ Å få kartlagt dei område der samarbeidet mellom spesialisthelsetenesta og kommunane i Hallingdal bør utviklast vidare.
- ✿ Å få kartlagt dei område der samarbeidet mellom kommunane innan helse og omsorg bør utviklast vidare i tråd med samhandlingsreforma.
- ✿ Å gje oversikt over økonomiske forhold ved eit lokalmedisinsk senter, herunder korleis dei nye finansieringsordningane vil slå ut for Hallingdalskommunane.
- ✿ Å finne fram til eigna eigarskap, organisering og styring av eit lokalmedisinsk senter i Hallingdal.
- ✿ Å gje tilråding om det vidare arbeidet i form av ein framdriftsplan/prosjektplan for vidareutvikling av Hallingdal sjukestugu som lokalmedisinsk senter i Hallingdal.

## Organisering

- ✿ Prosjekteigar: Hallingdalskommunane ved regionrådet og Ringerike sjukehus ved styret for Vestre Viken HF
- ✿ Prosjektansvarleg: Oppnemnt av regionrådet
- ✿ Prosjektleiar: Ekstern prosjektleiar
- ✿ Prosjektgruppe: 3 repr. frå kommunane  
3 repr frå Ringerike sjukehus  
1 brukarrepresentant  
1 tillitsvald
- ✿ Styringsgruppe: Samarbeidsutvalet mellom Hallingdalskommunane og Ringerike sjukehus HF, utvida med ordførarane i kommunane

## Samhandlingsreforma i Hallingdal

**Ei ”mogelegheitsreform”:**

- Oversiktleg og homogen region
- Gode erfaringar med samarbeid på tvers av kommunar og med sjukehuset
- Hallingdal sjukestugu sin unike plass og omdømme i regionen
- Større og betre fagmiljø, kompetanseflyt interkommunalt og mellom kommunane og HSS /RS
- Å sjå økonomiske ressursar og kompetanse i felleskap gjev større mogelegheiter

## Reiselivsnæringen i Hallingdal

En sammenlikning av utviklingen i Hallingdal med seks andre  
reiselivsdestinasjoner (1996 – 2007)

MENON Business Economics  
September 2009



## Syv reiselivsdestinasjoner sammenliknes over en 12-/20-års periode

Hallingdal	Valdres	Nord-Gudbrandsdalen	Hardanger	Indre Sogn	Midt-Gudbrandsdalen	Fjell-Telemark
Flå	Øystre Slidre	Skjåk	Eidfjord	Vik	Nord-Fron	Tinn
Nes	Nord-Aurdal	Lom	Granvin	Balestrand	Sør-Fron	Vinje
Gol	Sør-Aurdal	Vågå	Jondal	Leikanger	Ringebu	Hjartdal
Ål	Vestre Slidre	Sel	Kvam	Sogndal		Seljord
Hol	Vang	Dovre	Odda	Aurland		Bø
Hemsedal	Etnedal	Lesja	Ullensvang	Lærdal		Kviteseid
			Ulvik	Årdal		Fyresdal

To hoveddatakilder:

1. Regnskapsdata fra Brønnøysundregistrene: 1996-2007
2. Overnatningsstatistikk fra SSB/Statistikknett.no: 1988-2009



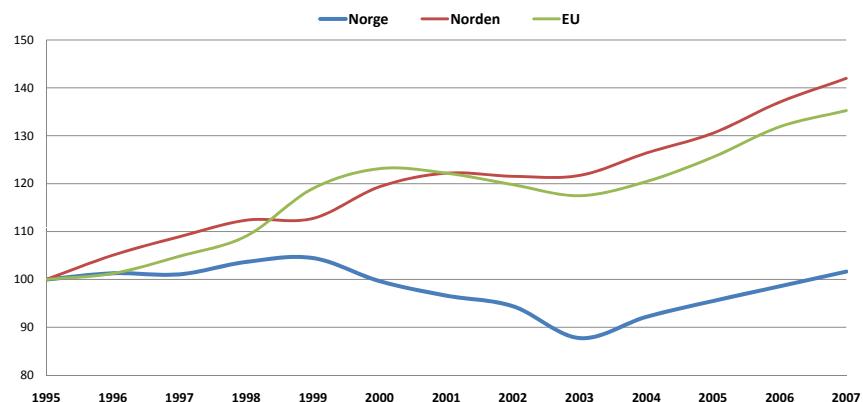
## Sentrale spørsmål

- Hvor god utvikling har reiselivsnæringen i Hallingdal hatt de siste 10-20 årene sammenlignet med andre reiselivsregioner i Norge?
- Er det et konsistent bilde? Forteller ulike nøkkeltall og datakilder samme historie?
- Hva er den relevante målestokken reiselivsnæringen i Hallingdal bør vurderes opp mot? Hva er det relevant å sammenligne med?
  - Hele norsk reiselivsnæring?
  - Resten av næringslivet i regionen?
  - Reiselivet relative utvikling i regionen (andeler i verdiskaping i regionen) sammenlignet med reiselivets nasjonale utvikling (andeler av landets verdiskaping)?
  - Tilsvarende reiselivsregioner i andre land?

- ***Hvor godt har norsk reiselivsnæring gjort det de siste 12 årene?***

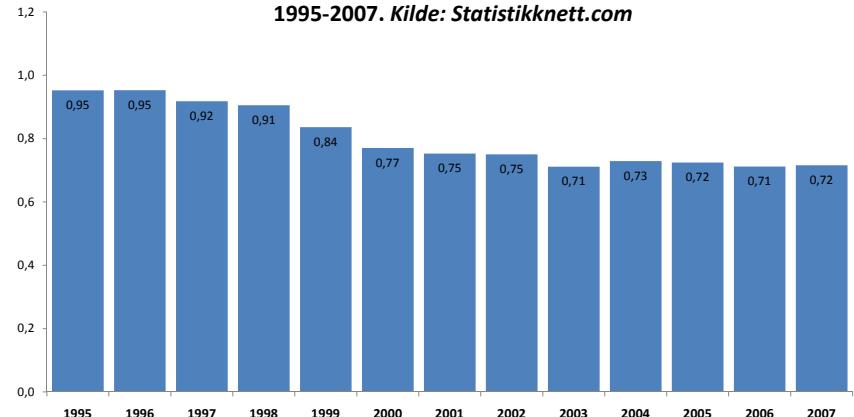
## Norsk reiseliv har tapt markedsandeler de siste 12 årene

Figur 1. Utenlandske hotellovernattinger i Norge, EU og Norden.  
1995-2007. Indeks 1995=100. Kilde: Statistikknett.com

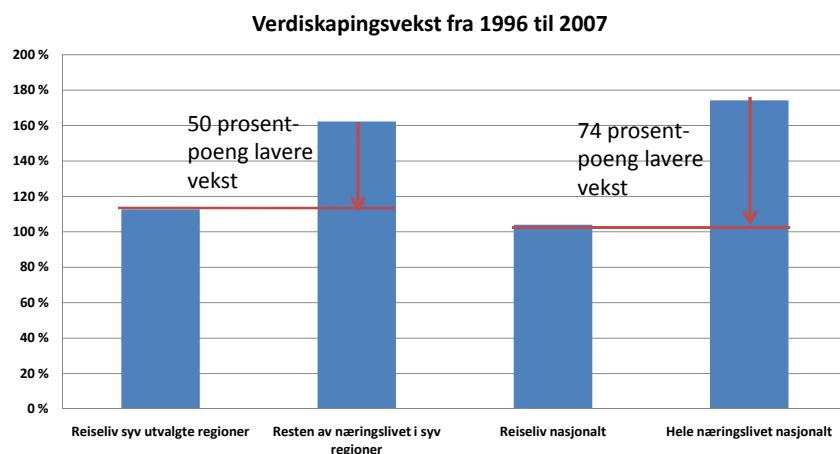


## Norsk reiseliv har tapt markedsandeler de siste 12 årene

Figur 2. Norges andel av utenlandske hotellovernattinger i EU-25.  
1995-2007. Kilde: Statistikknett.com

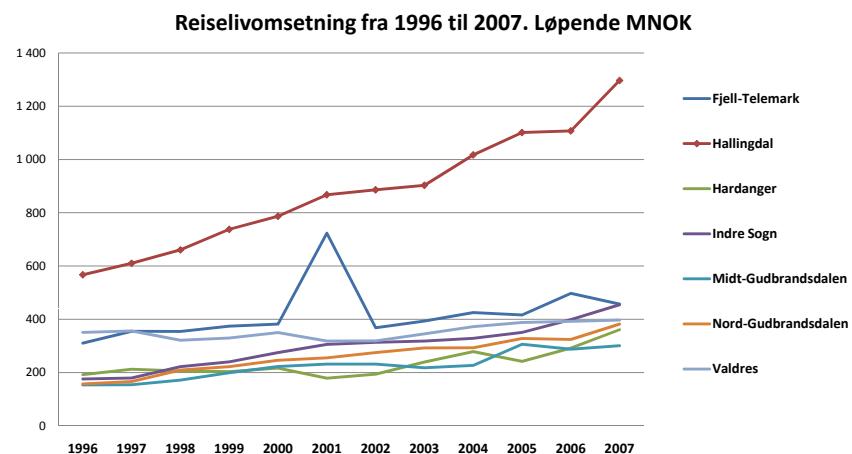


## Reiselivsnæringen har hatt vesentlig svakere utvikling enn resten av næringslivet i Norge

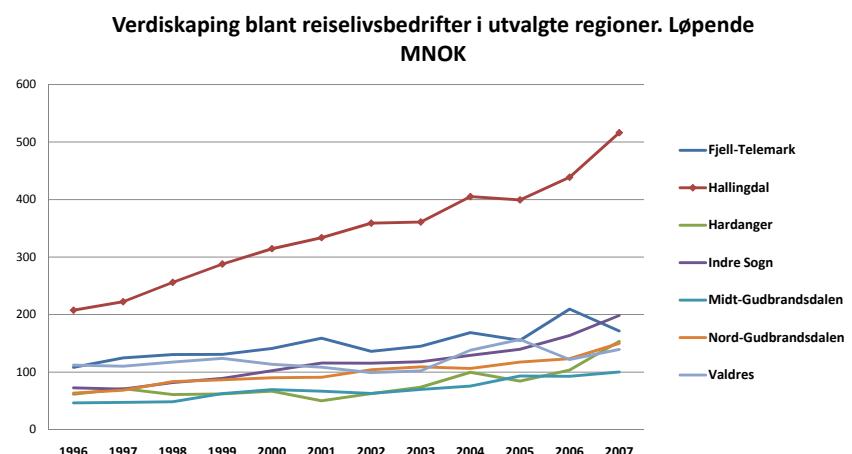


- **Hvor godt har reiselivsnæringen i Hallingdal gjort det de siste 12 årene?**

**Hallingdal er den klart største reiselivsregionen, og omsetningen har økt med 130 prosent de siste 12 årene**

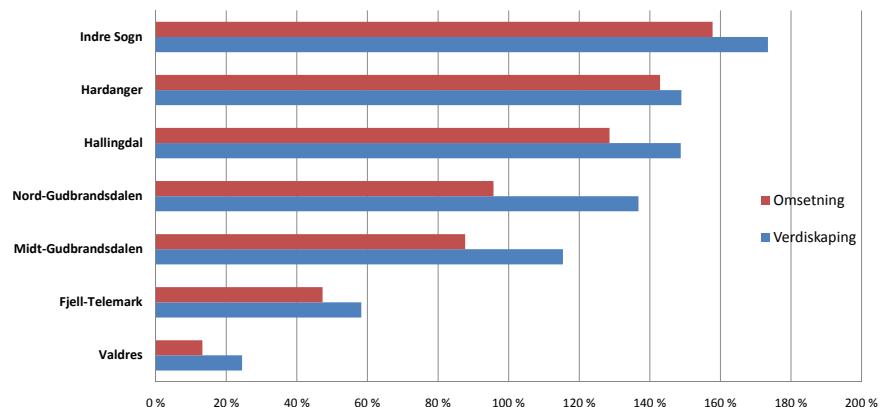


**Også i verdiskaping er Hallingdal den klart største reiselivsregionen**



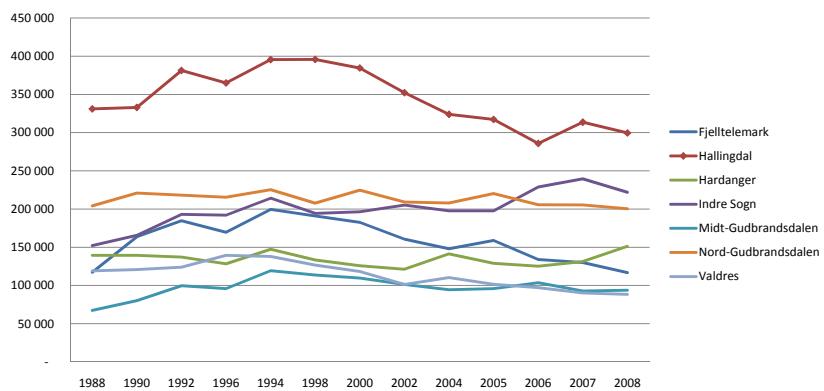
## Hallingdal har vokst raskest av fjellregionene, men noe svakere enn fjordregionene

Vekst i omsetning og verdiskaping fra 1996 til 2007 for 7 reiselivsregioner.

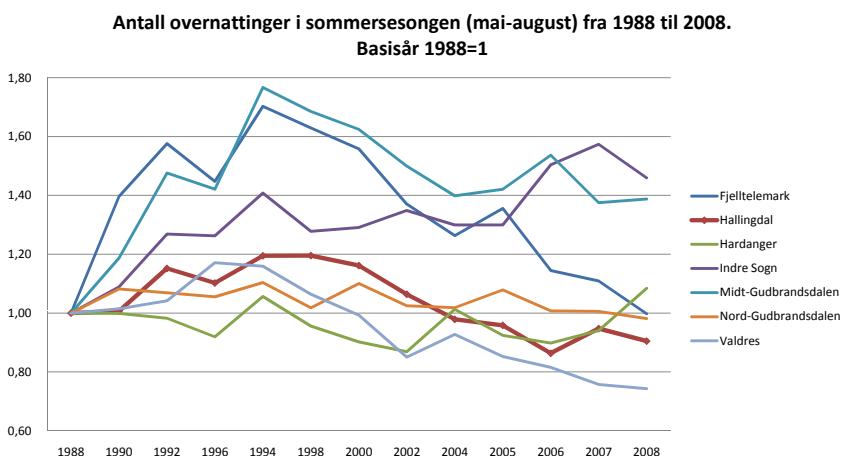


## Hallingdal er fremdeles den største av regionene målt i overnatting, men har tapt andeler de siste 10 årene

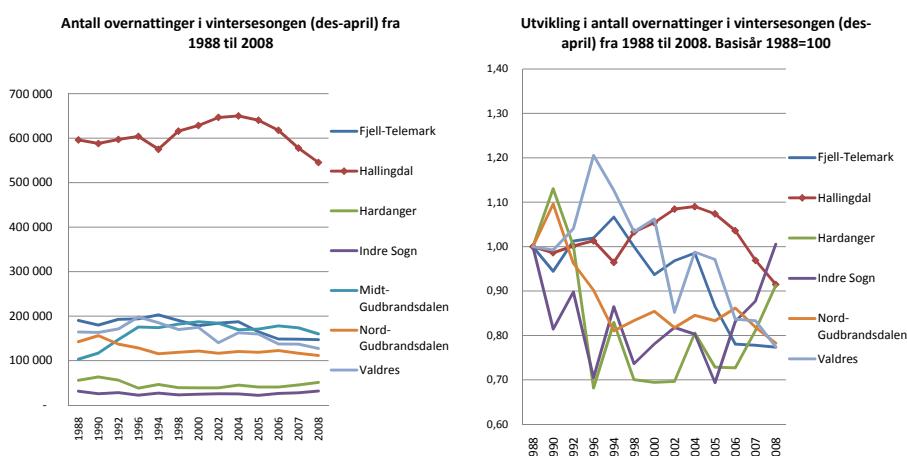
Antall overnattinger i sommersesongen (mai-august) fra 1988 til 2008



## Det kommer tydelig frem når vi ser på vekstbanene



## Omtrent samme bilde i vintersesongen

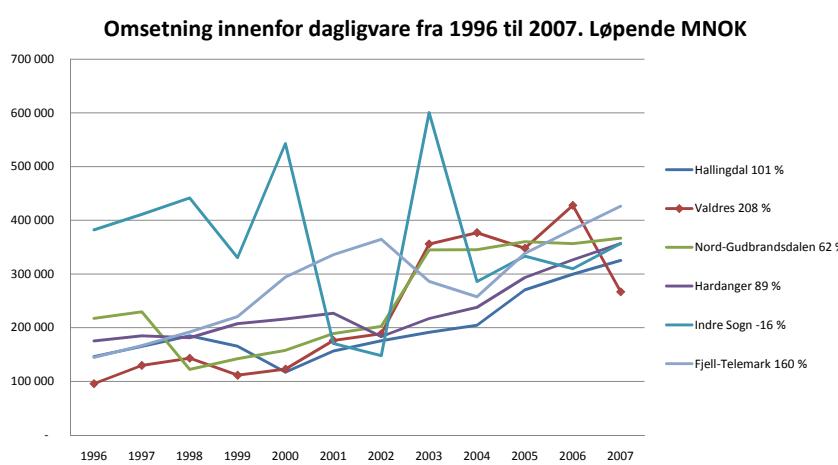


- ❖ *Hva skyldes de store forskjellene mellom utvikling i overnatting og i bedriftenes verdiskaping/omsetning?*
  - *Vekst i hytteturisme?*
    - *Og dermed i dagligvare- og håndverkeromsetning?*
  - *Vekst i dagsturisme?*
  - *Høyere priser og bedre kapasitetsutnyttelse?*
  - *Høyere lønnsomhet?*



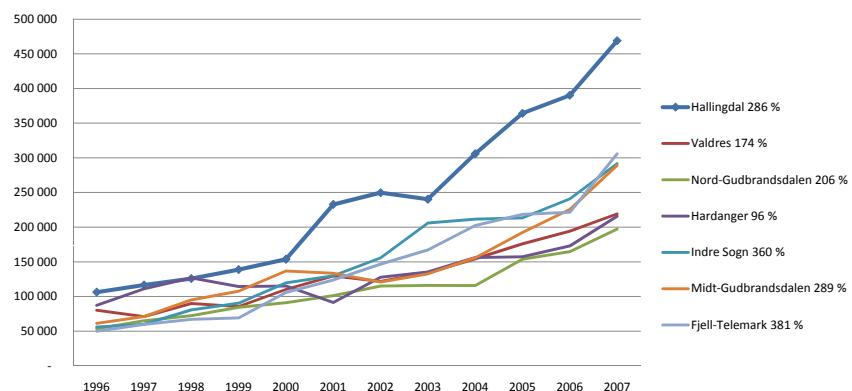
15

## Moderat vekst i dagligvareomsetning i Hallingdal



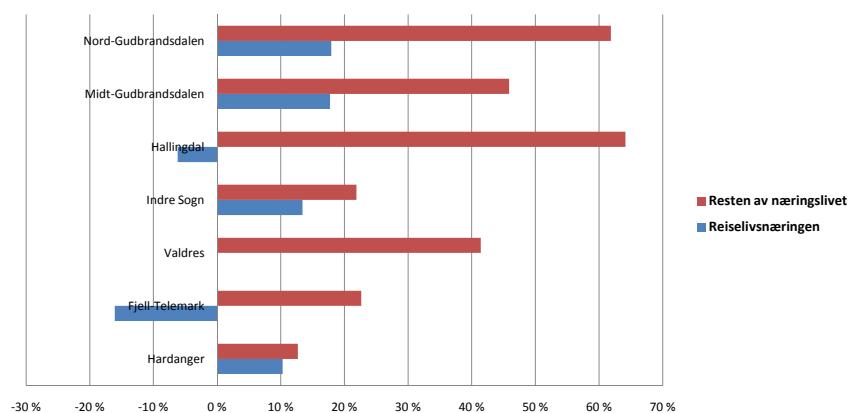
## Hallingdal har klart høyest håndverker- omsetning – og vekst høy vekst

Omsetningsutvikling blant håndverkere fra 1996 til 2007. Løpende  
MNOK

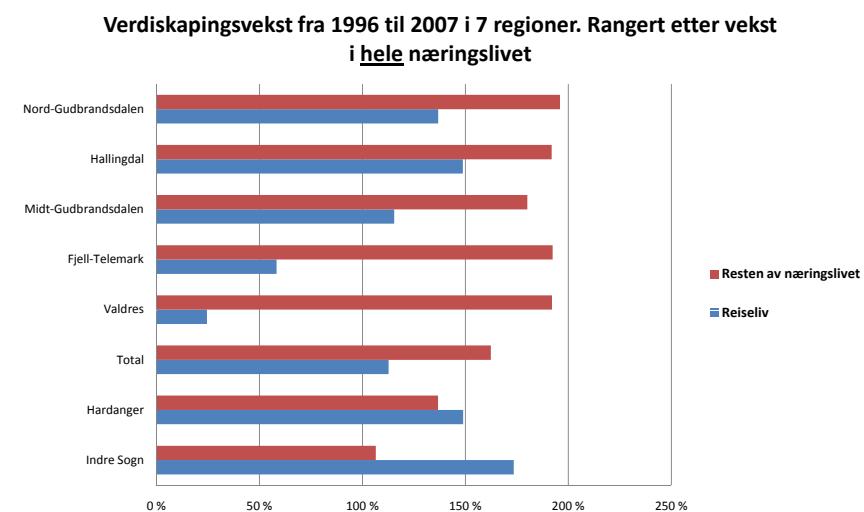


## Hallingdal har skapt mange arbeidsplasser, men antall ansatte i reiselivsnæringen har falt siden 1999

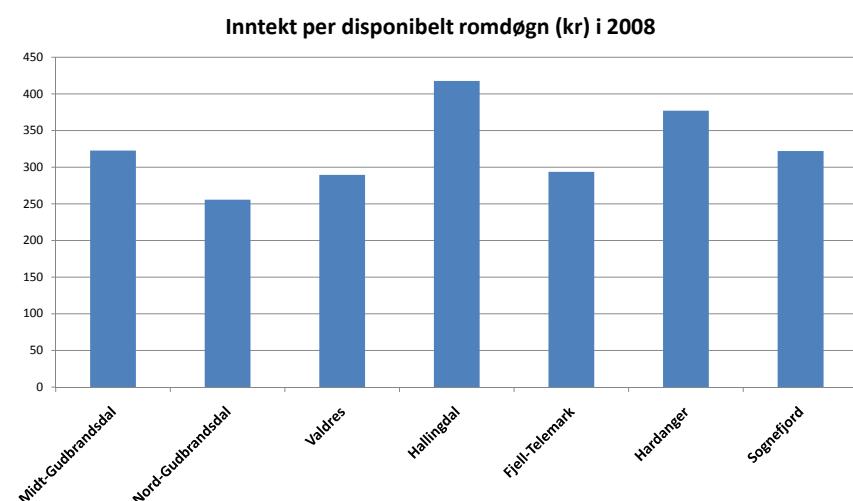
Vekst i antall ansatte fra 1999 til 2007 i 7 regioner. Rangert etter  
vekst i hele næringslivet.



## Hallingdal har nest høyest verdiskapingsvekst – har reiselivet i Hallingdal hatt sterkere produktivitetsvekst?

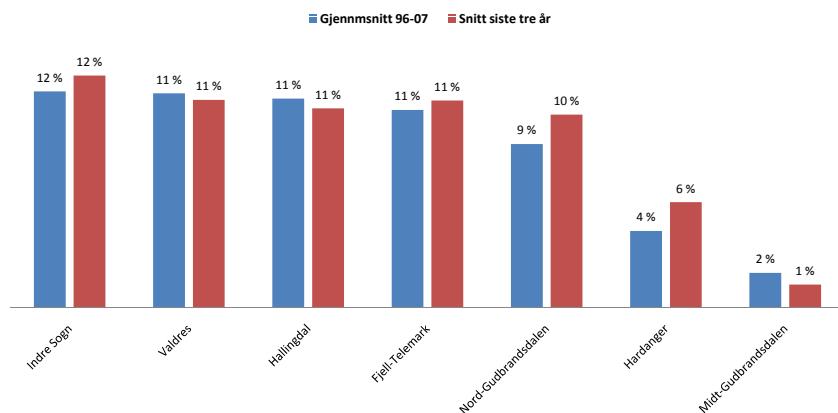


## Hallingdalsbedriftene har høyere inntekt per rom



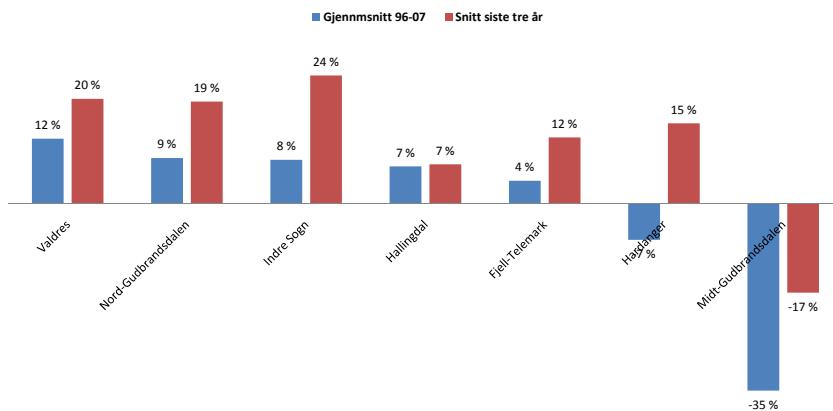
## Reiselivsbedriftenes driftsmarginer er svært stabile over tid. To regioner skiller seg negativt ut.

EBITDA-marginer blant reilivsnæringen i syv regioner



## Eiernes avkastning varierer mye mer – skyldes trolig kapitalintensive virksomheter med høy andel faste kostnader

Reiselivsnæringens egenkapitalavkastning i 7 regioner





## Reiselivet- en sammenhengende verdikjede

- Lokalt
  - Fra et bredt spekter av bedrifter ,natur og opplevelser
  - Til vellykkede destinasjoner
- Regio nalt
  - Fra vellykkede destinasjoner
  - Til en attraktiv og etterspurtt region Hallingdal
- Nasjo nalt
  - Fra attraktive Hallingdal
  - Til attraktive Fjell Norge
  - Til koordinert markedsføring av Norge av Innovasjon Norge

**SAMHOLD GIR STYRKE**

- Samarbeid er lønnsomt.
- Gjennom felles tiltak blir Hallingdal mer synlig og vil gi økt konkurransekraft.
- Hallingdal Reiseliv arbeider med sommer profilering og markeds-føring av hele regionen sammen med indre Hardanger og Sogn



## Ringvirkningseffekt

- ❖ Reiselivet gir store lokale ringvirkninger både sysselsettingsmessig og økonomisk  
( ref TØI ringvirkningsanalyser)
- ❖ Reiselivet tydeliggjør på en positiv måte kommunene sitt omdømme.  
Reiselivet er omdømmebærere.



## Kommunale avtaler - HR

- ❖ Dagens avtaler med kommunene utløper, og skal fornyes i løpet av inneværende høst
- ❖ Uendret siden 2005
- ❖ Fordelingsnøkkelen besluttet av kommunene
- ❖ Ønske om å beholde samme modell, med justerte beløp for neste 4 års periode (konsumprisindeks). Felles avtale for kommunene koordinert via regionrådet
- ❖ HR tar initiativ til å møte hver kommune



## I et langsiktig perspektiv – er tiden inne for nye allianser ?

- Norge preges av større produkt-og markedsføringsallianser
  - ❖ Fjord Norge – (NCE)
  - ❖ Oslofjord- alliansen
  - ❖ Fjell Norge - Oppland
  - ❖ Innovativ Fjellturisme- klyngen
  - ❖ Norske Fjell – sommer markedsføring
- Hvem bør Hallingdal alliere seg med ?



## Innovasjon Norge – 4 nasjonale opplevelsestema

1. Fjell og Villmark
2. Fjord-og Fjellandskap
3. Kysten og Kystkulturen
4. Det arktiske Norge

- Hvor bør Hallingdal være?
- Nærheten til fjordene er svært viktig

Avklaring/  
prosess



## Bør kjært barn ha mange navn?

Gjør vi det for komplisert for gjesten ?

- ❖ Valdres Natur og Kulturpark
- ❖ Sanseriket Valdres
- ❖ Nasjonalparklandsbyer
- ❖ Nasjonalparkriket
- ❖ Nasjonalparkkommuner
- ❖ Hardanger

- ❖ Eventyrveien
- ❖ Eventyrferden
- ❖ Hallingdal



**hallingdal reiseliv**

## Samarbeid

- ❖ Hallingdal Reiseliv : på vegne av og sammen med destinasjonene
- ❖ Hallingdal Reiseliv : behov for forutsigbare avtaler for en målrettet, langsiktig og omforent markedsstrategi
- ❖ Vi er i endring: det er behov for ny prosess
- ❖ Markedsarbeidet må ikke bli en salderingspost når markedene svikter
- ❖ Næringslivet sliter med inntjening
- ❖ Konkurrentene løper minst dobbelt så fort som oss

**hallingdal reiseliv**

## HVA SKJER ANDRE STEDER: Felles prosess i SûdTirol tok 18 mnd

The diagram features a large green triangle divided into three sections: 'Landskap' at the top, 'Merkevarebygging' in the middle, and 'Menneskene i Tirol' at the bottom right. The word 'SÛDTIROL' is centered within the triangle. To the left of the triangle, a green arrow points diagonally upwards and to the right, containing the text: 'Disse temaene samlet hele næringslivet i SûdTirol seg om:'.



## Spissing i markedsføring av Hallingdal

- Hva skaper interesse for gjestene på aksen Oslo-Bergen?
- Hva skal til for å skape mer oppholdsturisme (baseferie) i bygdene våre , økt omsetning og arbeidsplasser i hele verdikjeden.
- Merverdien av at hele næringslivet i Hallingdal profilerer seg sammen er betydelig.
- Samspillet er viktig:

Destinasjonene /Hallingdal Reiseliv  
Kommunene /Hallingdal regionråd

Vi mangler ressurser for å bli mer spissede i markedsføringen

 **hallingdal reiseliv**

## **Omverden endrer seg Ny merkevare "Hallingdal" ?**

Riktig tidspunkt anses å være nå.

Det vil kreve:

- Felles prosess med reiselivet, øvrig næringsliv og kommunene
- Ønsket prosess oppstart 01 01 2010
- Ønsket ferdigstillelse 01 09 2010
- Lansering sommer 2011?
- Arbeidet vil trenge ekstra ressurser

 **hallingdal reiseliv**

## **Hvordan få flere gjester til Hallingdal på kort sikt?**



**hallingdal reiseliv**

### Tallenes tale – Samlet antall gjestedøgn\*

#### Hallingdal juni og juli -09 / siste 5 år

Juni & juli	2008	2009	Diff	%
Total	289270	278716	-10554	-3,6%
Norge	183456	186374	+2918	+1,6%
Utlandet	105814	92342	-13472	-12,7

Hele året	2004	2008	Diff %
Total	438500	425300	- 3%
Norge	290000	273000	- 5,7%
Utland	148500	152000	+ 2,4%

Noen konkurrenter, samlet marked juni & juli

Valdres – 2,2%  
Fjell Telemark – 11,6%

\*Dette er SSB statistikk. I tillegg kommer statistikk for selvhusholdningssenheter.  
Det er en kjent problemstilling at statistikken har svakheter.

**hallingdal reiseliv**

### AS Norge

Svært positiv utvikling i norske gjestedøgn i juli, opp 4 prosent.

Prosentvisendring juli 2008-2009:		
Totalt	- 1 %	
Norske gjestedøgn:	4 %	
Utenlandske gjestedøgn:	-9 %	

Kategori	2008	2009
Total (Norway + abroad)	5 315 750	5 569 686
Norge	3 434 531	3 627 121
Utanlandet	1 879 912	1 937 674

 **hallingdal reiseliv**

## Innovasjon Norges satsninger 2010

**Tøffere tider krever endring!** 

- **Samarbeid og kvalitet skal sikre gode reiselivsprodukter**  
Reiselivsminister Sylvia Brustad legger vekt på et økt samarbeid på tvers av bedrifter der utviklingen av helhetlige reiselivsprodukter med kvalitet og kompetanse i alle ledd skal sikre turiststømmen til Norge tross fortsatt usikre tider i 2010. Brustad fremhevet at dette krever økt fokus på samhandling og utvikling av en infrastruktur som spiller på lag med reiselivet.
- **Optima-undersøkelse** i fire nye land, og resultater så langt viser at Norge er sterkt forbundet med vakker natur, men at turistene er **usikre på hva man kan gjøre** i Norge. Det er derfor viktig at vi **kommuniserer mangfoldet av aktiviteter og opplevelser** som tilbys i Norge. Dette er spesielt viktig ettersom mange hevder at turistene i større grad bruker utvalget av opplevelser, enn destinasjon, som viktig kriterium når valg av ferie gjøres.

 **hallingdal reiseliv**

## Hva nå?

I tillegg til et behov for flere ressurser til vår satsning i inn og utland med markedskonseptet Eventyrveien vurderer vi følgende:

1. *Skal vi bygge oppunder mulighetene vi står overfor på kort sikt?*

**Eurovision Norge 2010**

- Over 300 journalister til Oslo
- Egne temapakker med aktiviteter i Hallingdal
- Eksempel: Knyttet opp mot Frikar og Hallingdans
- Eget tog med Hallingkost/underholdning
- Vekke oppmerksomhet i Oslo ved Telenor Arena?
- Egen arbeidsgruppe

**hallingdal reiseliv**

## "ministeren bryter kilo-grensen"

(arbeidstittel)

### Fiskeprogram fra Hallingdal på NRK 1

- Med statsråd Bjarne Håkon Hanssen
- Vises i NRK 30 min x 2 vår -2010
- Vi ønsker å sette i stand en omfattende markedskampanje i forkant og rett etter innslaget.



**hallingdal reiseliv**

### 2. Videreføre markedskonsepter vi har tro på at vi sammen kan lykkes med - på sikt

**Eksempel :**  
**Eventyrferden**

- Fordelsprogram for barnefamilier – Med Eventyrkortet får man rabatter/gaver på over 40 aktiviteter i Hallingdal, Sogn og Hardanger. Inne i sin tredje sommersesong.

**Huldra og prins Hadding**

- Sommerens familieforestilling i Hallingdal.



**hallingdal reiseliv**

## Huldra og Prins Hadding – sommer 2009



- **11 forestillinger. Totalt 1400 gjester**  
Vassfaret Bjørnepark Gordariket, Hallingdal Museum, Hemsdal og Hol, Golsdagan, Hallingmarken, Bergsjøstølen, Geilolia.
- Destinasjonene : markedsføring og synliggjøring av spelet.  
Positivt at man fikk vist spelet på store arrangement.  
Mange gode tilbakemeldinger fra arrangementstedene.
- Positiv tilbakemeling fra små og store besøkende samt presse.  
Forestillingen var spennende, morsom og underholdende for alle aldersgrupper.  
Noen tilreisende, en del hyttefolk og lokalbefolkning.  
Gode skuespillerprestasjoner og fengende musikk.
- Vi fikk markedsført Eventyrferden og Eventyrveien på en positiv måte.  
1652 Googletreff 15 juli på Huldra og Prins Hadding

**hallingdal reiseliv**



 **hallingdal reiseliv**

**Veien videre...**



- For å bygge kjennskapen til Hallingdal overfor familiemarkedet kan Huldra i tiden fremover bli brukt som en frontfigur.
- Det er et ønske om å videreutvikle "Hulderspelet" sammen med destinasjonene og de store attraksjonene.
- Legge opp til en 3 års plan som gjør Hulderspelet økonomisk uavhengig av fylkeskommunale midler.
- Videreutvikle spinn-off effekter (salgs effekter) , og se på mulighet for filmatisering på TV på sikt.

 **hallingdal reiseliv**

**3. Satse på Hallingdal sine unike salgsfortrinn**



**Enorme kontraster i naturen og et bredt mangfold av aktiviteter**

*"Would you like to explore the highlights of Norway, with mountains, fjords and glaciers in a short distance from Oslo or Bergen? "*

Med tema som:

- **Vandring**
- **Sykkel**
- **Fiske**

**hallingdal reiseliv**

**Sammen med destinasjonene støtte oppunder  
Innovasjon Norges temasatsninger**

The image shows three promotional panels for Hallingdal tourism. The first panel features a brochure titled 'VANDRING I NORGE 2009' with a red 'VISIT NORWAY SE' logo in the top right corner. The second panel is a screenshot of the 'EVENTYRVEIEN' website, showing two people lying on a rocky outcrop overlooking a fjord. The third panel is a screenshot of the 'NESBYEN' website, featuring two people standing on a hillside. All panels include descriptive text and small images related to the respective destinations.

**Få gjestene til å bli lenger i regionen**

Antall dager gjestene er i Hallingdal sommerstid synker år for år. Nå under 1,7 d pr gjest.

Ved å markedsføre **mangfoldet** av aktiviteter på en innovativ måte (med bla. Web 2.0 og sosial media), samt jobbe med å **avkrefte myter som at alt er dyrt i Norge** kan føre til en økning i gjestedøgn.

**O**

**Konkurrentene øker og finnes i alle verdenshjørner...**

**Alle er på nett** og kundene er mer og mer krevende

Vi er inne i særdeles tøffe tider. Hele 1 av 5 reiselivsbedrifter planlegger oppsigelser – **Men de smarte investerer i nedgangstider!**

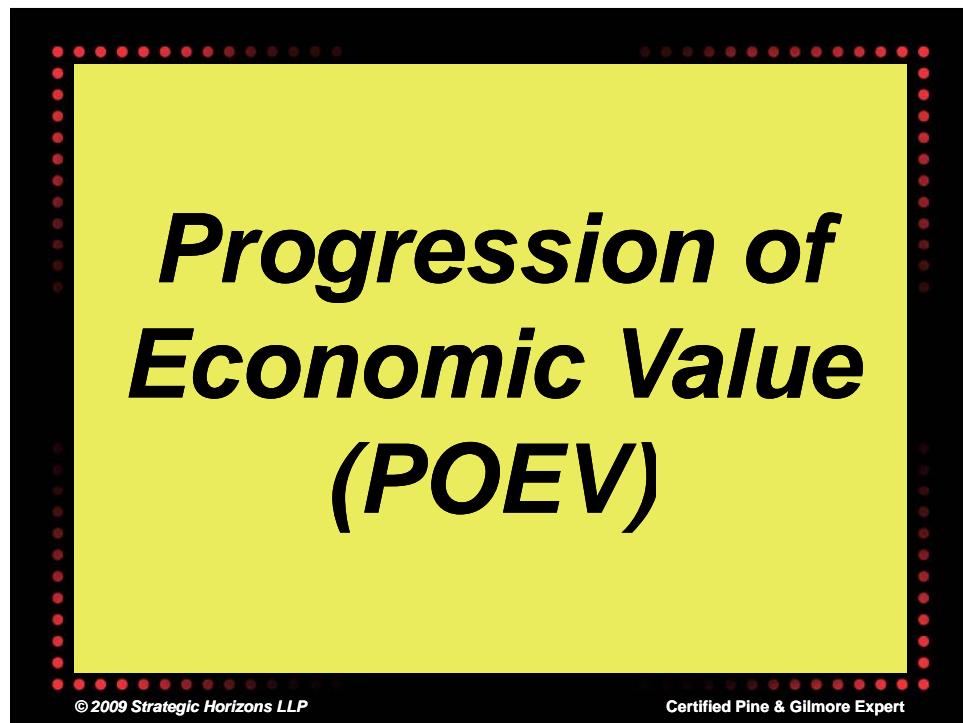
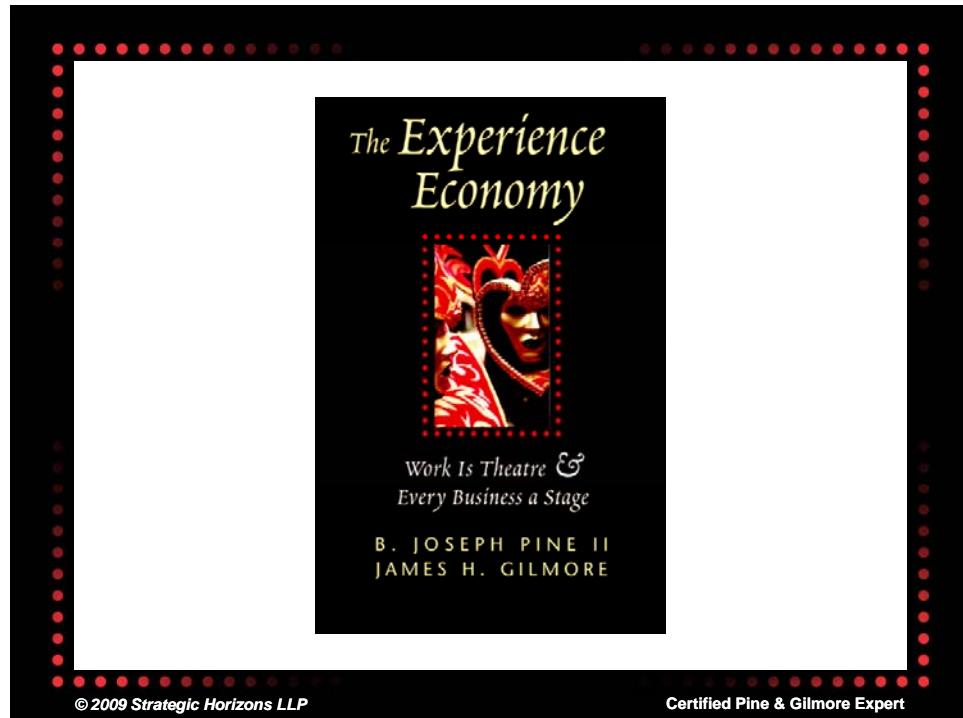


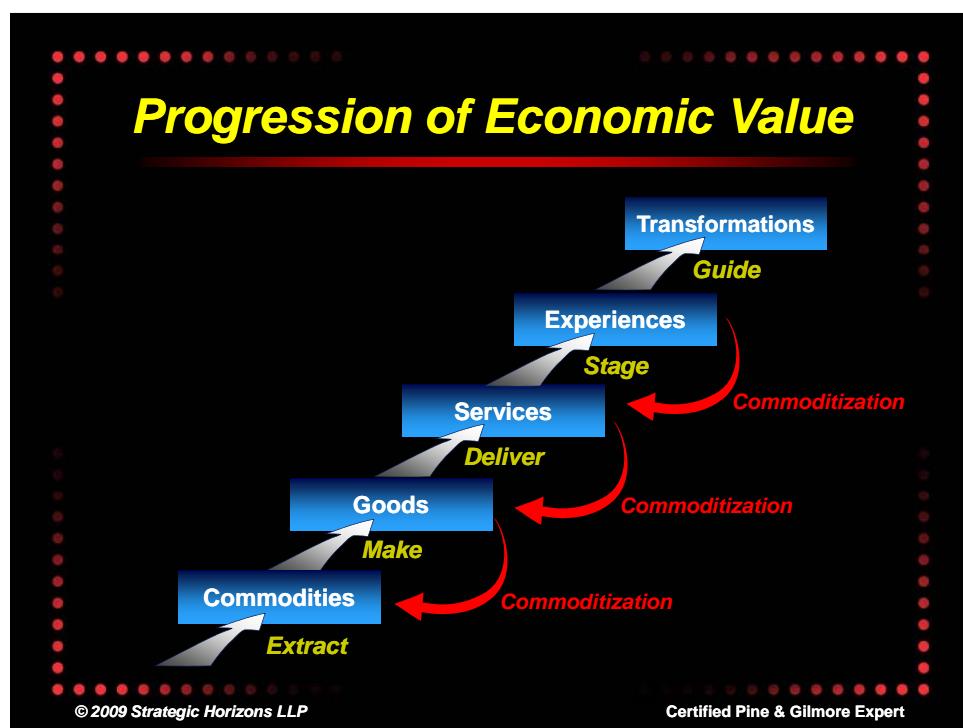
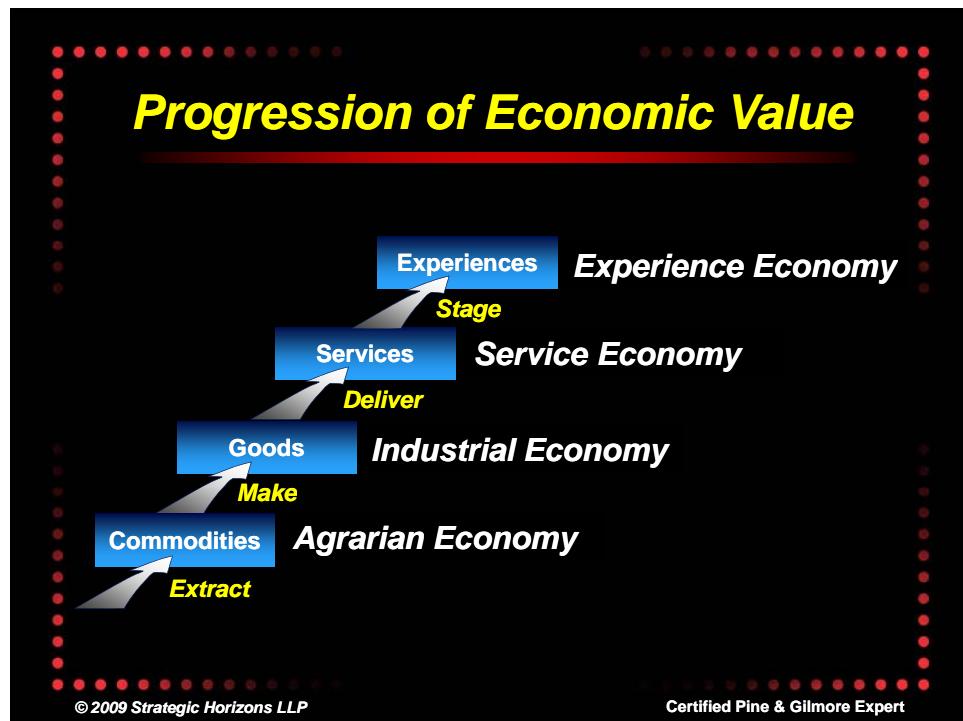
**Hvis vi sammen skal lykkes** og nå vårt mål for den strategiske planen for Hallingdal og vedtatte handlingsprogram der det bla. står:

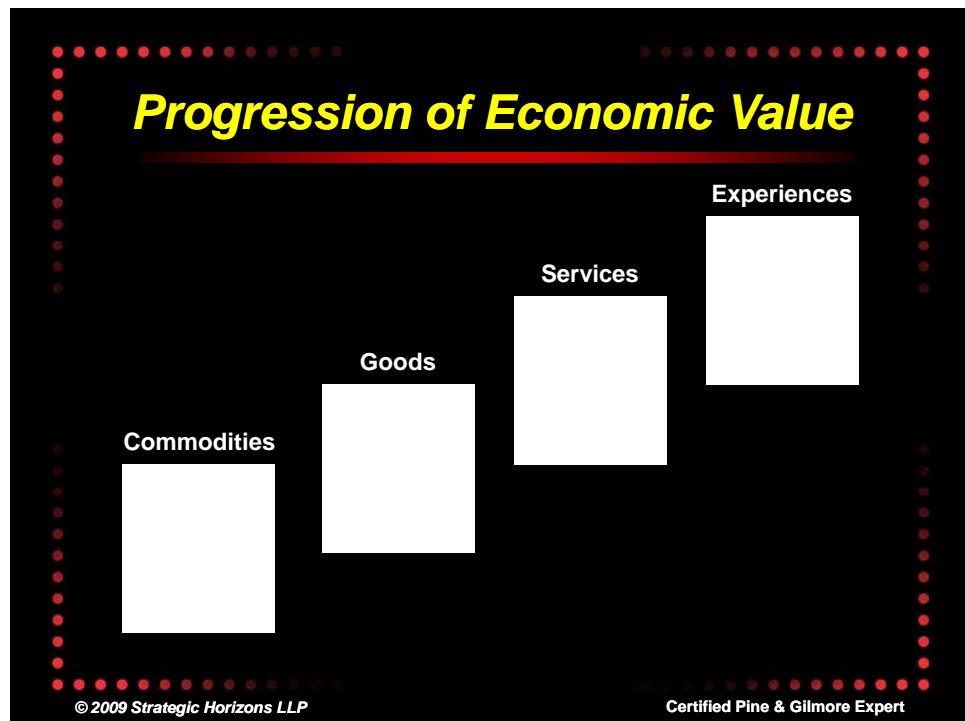
*Mål 8: Vidareutvikle Hallingdal til den fremste reiselivsregionen i landet*

**Må vi handle sammen og prioritere reiselivssatsningen fremover.**









## ***ing the thing***

- 
- ***Existing "ing" words – already in lexicon***
- 
-

- 
- ***New "ing" words – creatively crafted***
- 
-

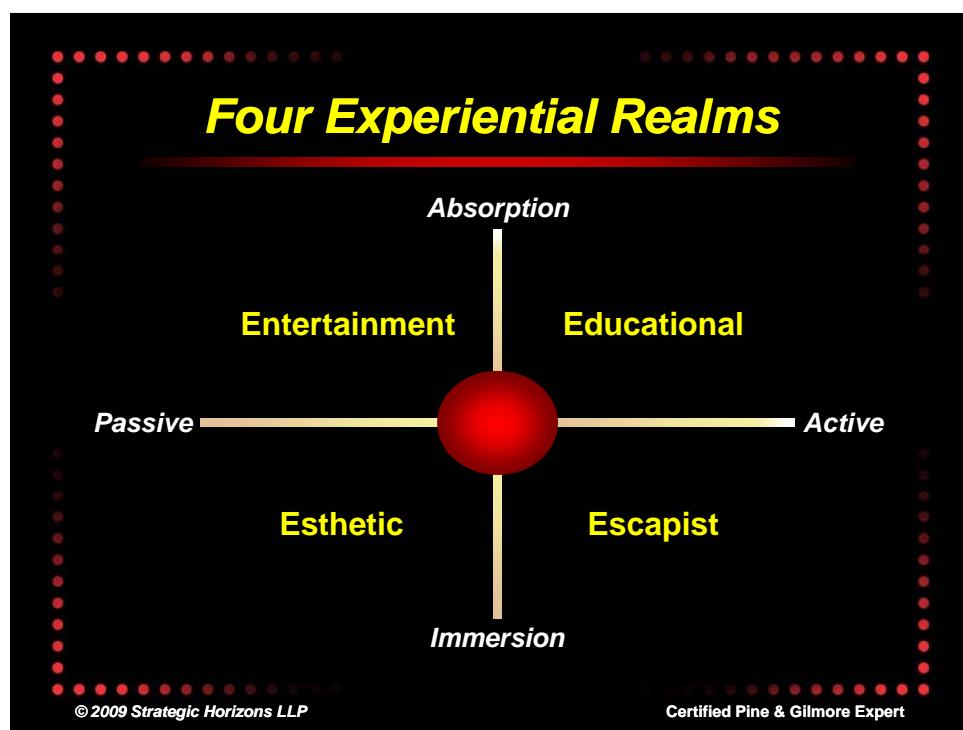
© 2009 Strategic Horizons LLP      Certified Pine & Gilmore Expert

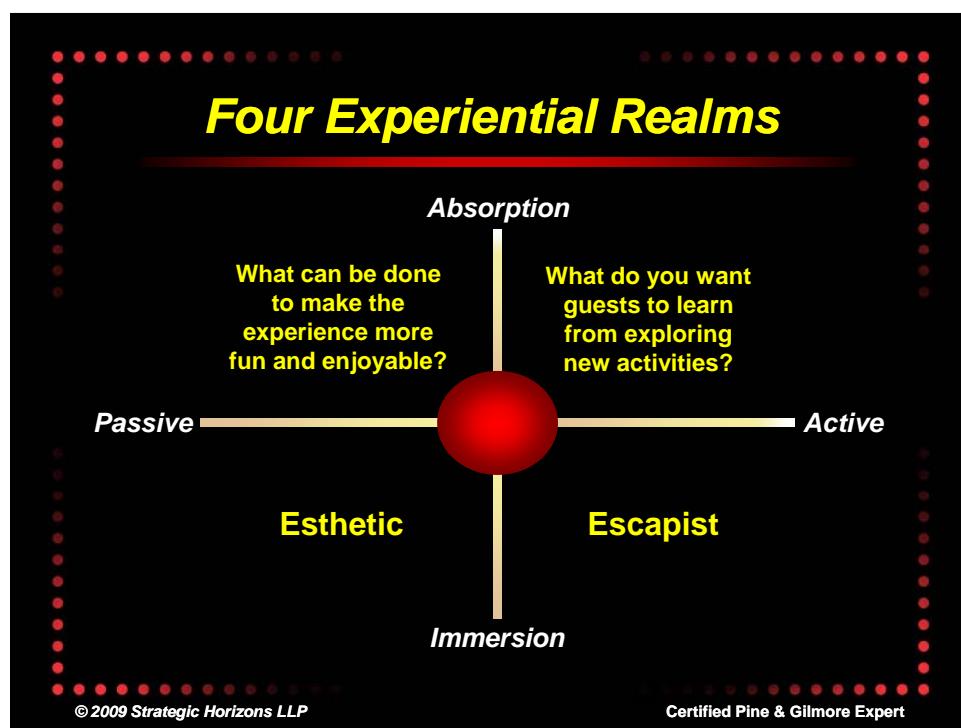
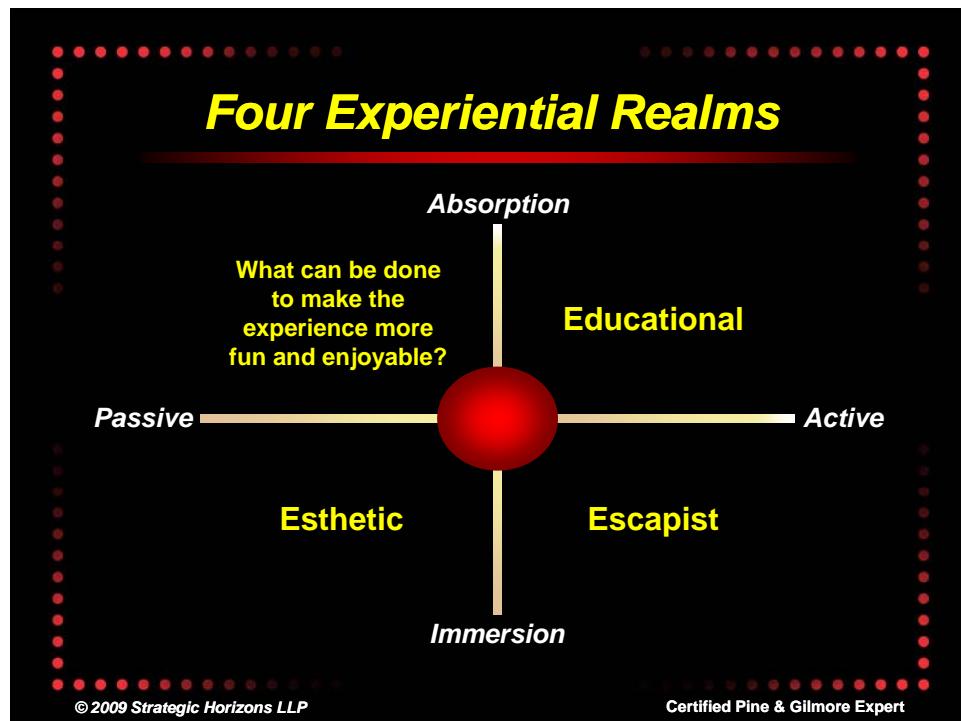
## ***ing the thing***

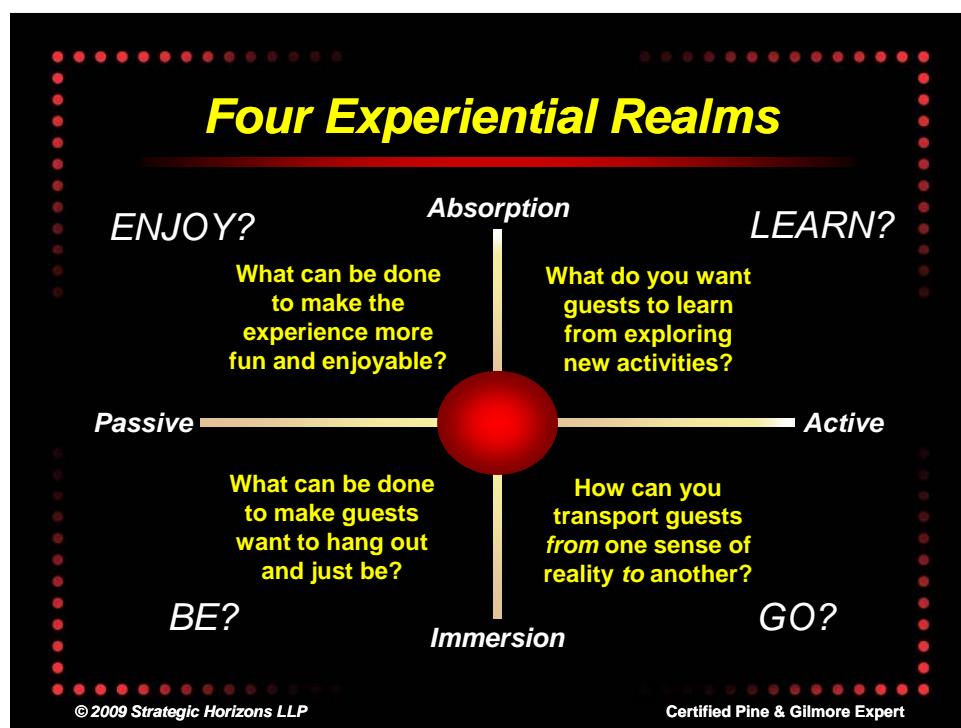
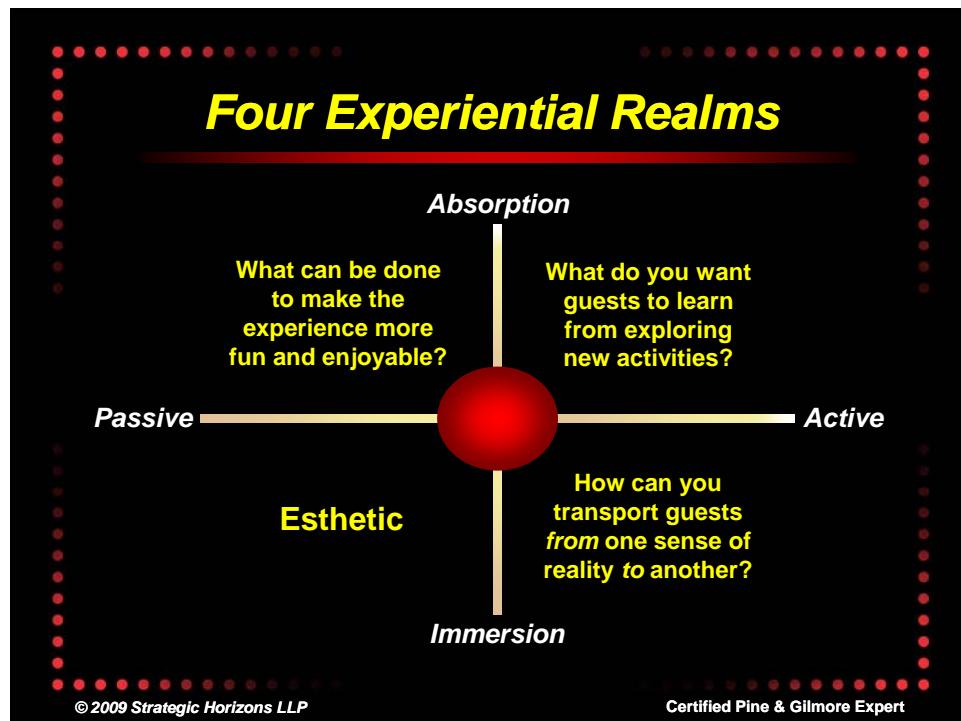
***What existing "ing" word is being neglected as an experience?***

***What new "ing" word might suggest some great new experience?***

© 2009 Strategic Horizons LLP      Certified Pine & Gilmore Expert

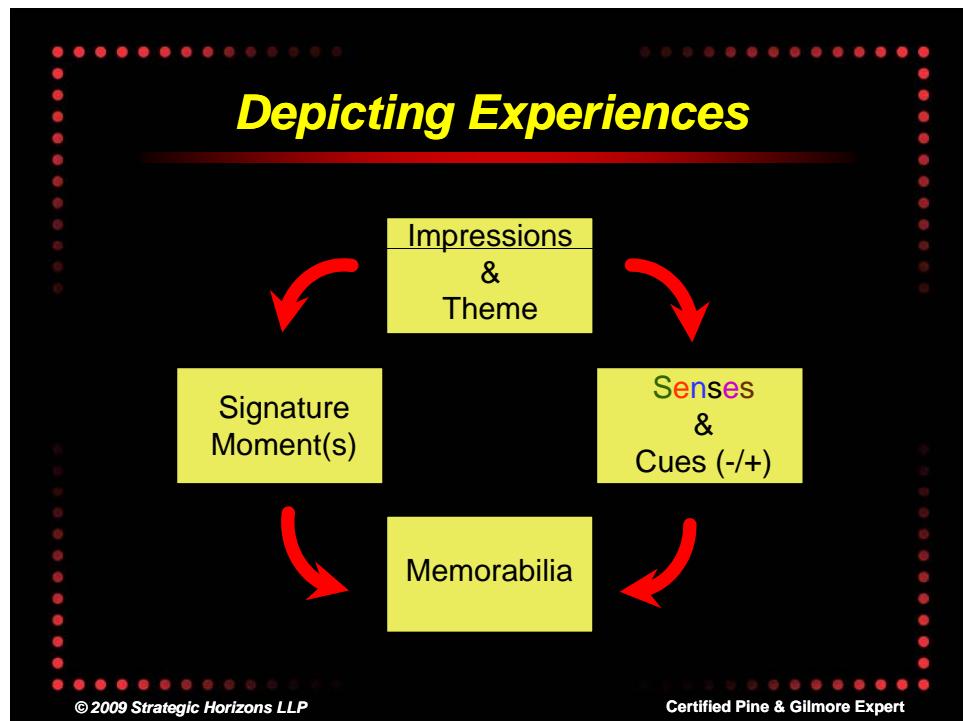


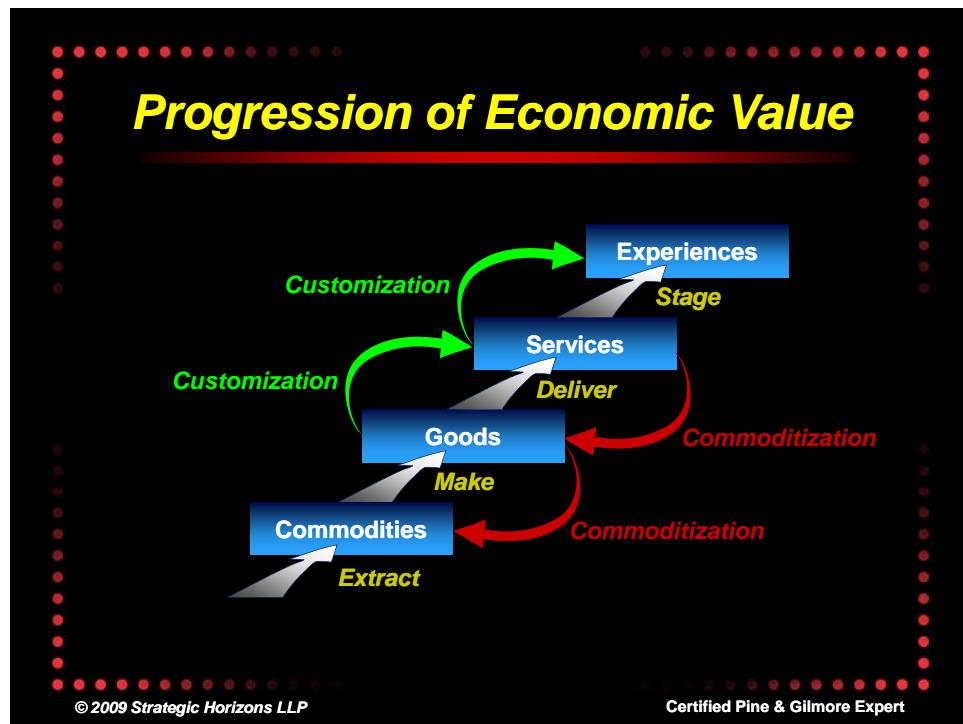






A slide with a black background and a yellow central box. The yellow box has a red dotted border and contains the text 'THEME the Experience' in large, bold, yellow letters. Below this, there is a horizontal red bar. Underneath the bar, there is a list of five bullet points, each starting with a red dot and followed by yellow text. At the bottom of the slide, there is a row of small red dots. On the left side, below the dots, is the text '© 2009 Strategic Horizons LLP'. On the right side, below the dots, is the text 'Certified Pine &amp; Gilmore Expert'.





# FLÅ

- ◆ Først i Hallingdal
- ◆ 692 km<sup>2</sup>
- ◆ 1000 innbyggere



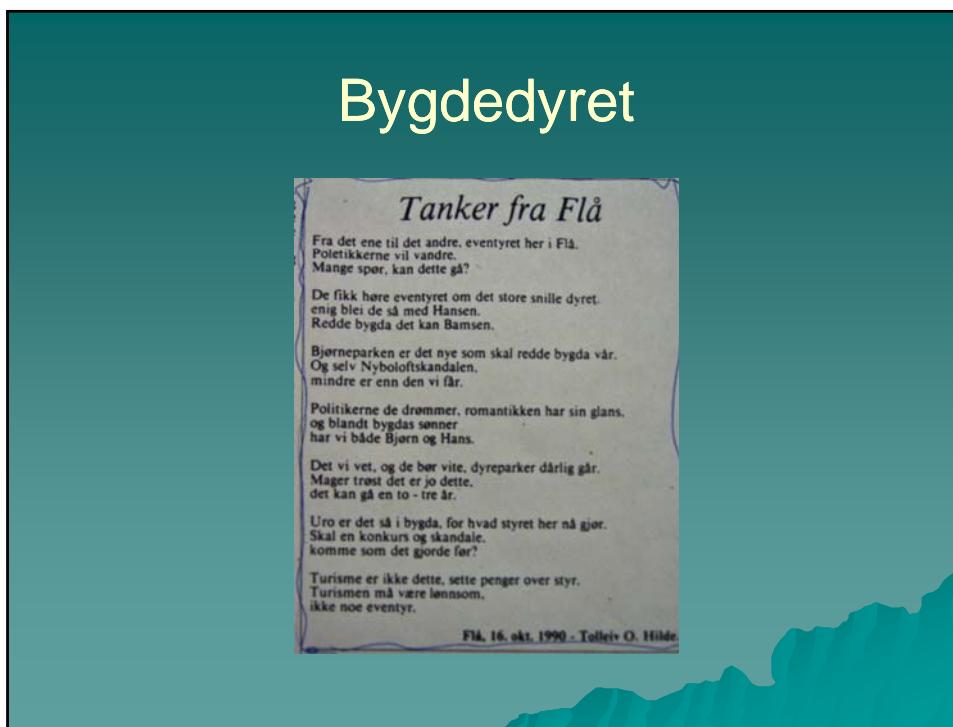
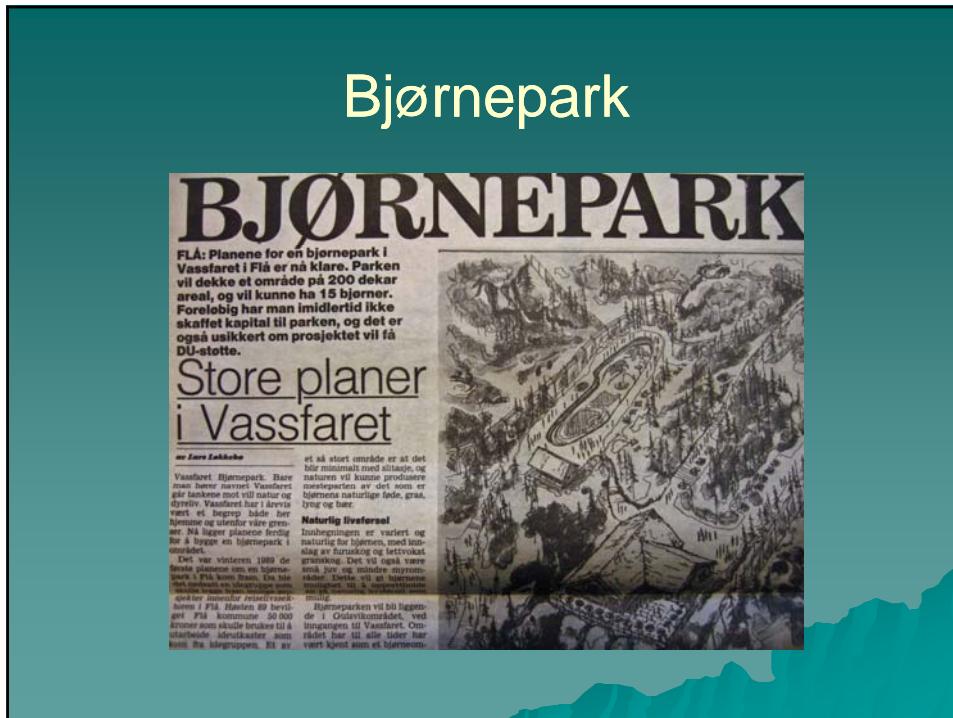
## Motgang



**Konkurs-skandalen i Flå**

**Teamt Vent konkurs**

**Milliontap på konkurs**



## Vassfaret Bjørnepark 7.juli 1997

- ◆ Bygdetiltak "alle" i Flå aksjonærer
- ◆ Dugnad
- ◆ 30-40 000 besøkende/år



## Utvikling i Bjørneparken



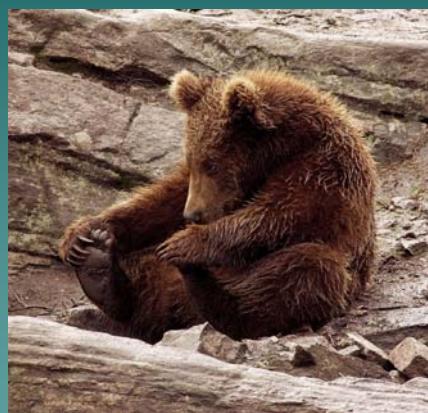
## Hva skjer det neste året?

- ◆ Service-veg rundt parken
- ◆ Støl med klappedyr
- ◆ Amfi
- ◆ Utstillinger i vassfarhallen
- ◆ Kino
- ◆ Flere ville dyr
- ◆ Opplevelser



## UTFORDRING 1

- ◆ Arbeidskraft



## Utfordring 2

- ◆ Tomter/boliger/leiligheter
- ◆ Grunnlags – investeringer
- ◆ Statens vegvesen

