

## SAK 55-17 SØKNAD OM STØTTE TIL MARKNADSFØRING AV LANGRENN I HALLINGDAL I 2018

### Saksopplysning

I søknad datert 30.11.2017 (vedlegg 1) søker Ål Utvikling på vegne av destinasjonane Flå Vekst SA, Visit Gol AS, Hemsedal Turisttrafikklag SA, Nesbyen Turist- og Næringservice AS, Visit Geilo AS og Ål Utvikling AS om kr. 100.000 i støtte, til å sikre vidareføringa av marknadsføringa av det totale langrennstilbodet i Hallingdal i 2018. Alle destinasjonane har stadfesta at dei deltek i prosjektet med kroner og arbeidsinnsats i 2018.

Prosjektet har tidlegare fått følgjande løyvingar via partnerskapsavtala med Buskerud fylkeskommune:

- Sak 04-15, kr. 335.000
- Sak 65-15, kr. 200.000
- Sak 69-16, kr. 200.000

I sak 69/16 vart det gjort slikt vedtak:

1. Regionrådet for Hallingdal rår til at det blir løyvd kr. 200.000 til vidareføring av Hallingdal sitt langrennsprosjekt i 2017.  
Tilskotet blir finansiert av partnerskapsavtala med Buskerud fylkeskommune for 2016.
2. Ål Utvikling skal vera prosjektansvarleg for profileringsprosjekt langrenn.
3. Styringsgruppe for profileringsprosjekt langrenn skal vera med ein representant frå kvart av destinasjonsselskapa i Hallingdal i tillegg prosjektleiar for Regionrådet sitt prosjekt Hallingdal 2020.
4. Prosjektet skal vera avslutta i 2017 og evaluering og rapportering skal vera gjennomført innan 1.3.2018.

Prosjektmåla er definert slik:

- *-Fleire kommersielle gjestedøgn og auka positivt omdøme og attraktivitet for Hallingdal som reisemål samt bu- og hytteregion.*
- *Utnytte kvarandre sine styrker ved å samarbeide og fordele arbeidsoppgåver som kvar enkelt destinasjon ikkje hadde klart aleine. Samarbeid på tvers av kommunegrensene gjer også at ein lærer kvarandre å kjenne og unngår dobbeltarbeid. Hallingdal som region står sterkare som samla i marknadsføringa av det totalte langrennstilbudet enn om kva enkelt kommune skulle marknadsført sitt løypenett.*

Det er ført opp følgjande arbeidsoppgåver med ansvarsfordeling i 2018:

- *Oppfølging og vidareføring av samarbeidet med skisporet.no*
  - *Nesbyen heldt kontakten med leverandør og pratar for fellesskapet.*
- *Produsere korte og lengre filmsnuttar til bruk i marknadsføringa av langrennstilbudet i Hallingdal.*
  - *Alle destinasjonar filmar lokalt med egne ressursar og sender filmar til Hemsedal som sørgjer for å redigere og sette saman film.*
- *Fortsette med marknadsføringskampanjane av Hallingdal som langrennsdestinasjon vinteren 2018 og starte opp att i sept/okt med fokus på vinteren 2019.*
  - *Ål har hovudansvaret for administrering og framdrift.*
  - *Hemsedal sørgjer for drift av facebookannonsering via Hallingdal si facebookside.*

- *Utarbeide fleire annonser og kjøpe annonseplass for alle annonsane i serien «Vi er skifolket» i ulike nasjonale og lokale mediekkanalar.*
  - *Ål sørgjer for at dette diskuterast og blir sett på agendaen.*
  - *Flå hentar inn annonsetilbod frå riksdekkande medier*
- *Vidareføre samarbeid med profesjonelle rådgjevarar som Kreator og Nucleus, angående bloggsaker og pressemeldingar.*
  - *Ål er kontaktperson overfor Kreator angående annonseproduksjon.*
  - *Geilo er kontaktperson overfor Nucleus og pressemeldingar.*
- *Følgje opp, vidareutvikle og drifte kampanjesida [www.hallingspor.no](http://www.hallingspor.no) gjennom heile 2018.*
  - *Kampanjesida er flytta inn under hallingdal.no og Regionrådet tek over redigeringsansvaret.*
- *Fortsette Instagram-konkurransen og kåring av månadens vinnarbilete.*
  - *Alle destinasjonar er med å kåre vinnarbilete, samt skaffe premiar.*
  - *Regionrådet redigerer tekst og bilete i forkant av ny sesong, samt set inn vinnarbilete per månad*
- *Samarbeid med Hallingdølen og oppdatert løypestatus på hallingdolen.no*
  - *Gol hentar inn løypestatus frå alle destinasjonar og rapporterer til Hallingdølen kvar tysdag.*

#### Budsjett:

Til arbeidsoppgåvene	240.000
Administrasjon (domene, møter m.m)	10.000
Arbeidsinnsats frå dei 6 destinasjonane	<u>150.000</u>
Sum	<u>400.000</u>

#### Finansiering

Tilskott Regionrådet for Hallingdal	100 000
Tilskott, 6 destinasjonar a kr 25.000	150 000
Eigeninnsats 6 destinasjonar timar	<u>150 000</u>
Sum	<u>400 000</u>

Vedlegg 2, Førebels Prosjektrapport 2017 – Langrenn i Hallingdal gjev ei god oversikt over gjennomførte tiltak.

Interessa for langrenn og turski er stor, og stadig aukande både i Norge og i utlandet. Langrenn er ein viktig aktivitet både når det gjeld trening/konkurransen, som rekreasjonsform og i eit folke- helseperspektiv. Prosjektet er hovudsakeleg eit profileringsprosjekt, men grensar i fleire tilfelle inn på produktutvikling. Produktutvikling blir jobba med på kvar destinasjon parallelt, og med styringsgruppedlemmer som pådrivarar i sine respektive kommunar.

#### Vurdering

Hallingdal har i dag eit omfattande og godt utvikla løypenett som blir vurdert å ha stort potensiale på tvers av regionen. Interessa for langrenn og turski er stor, og stadig aukande både i Norge og i utlandet. Langrenn er ein viktig aktivitet både når det gjeld trening/konkurransen, som rekreasjonsform og i eit folke- helseperspektiv. Ingen land i verda har så mange gode langrennsområde som Norge.

Med heile 2000 km skiløyper kan me si at Hallingdal er ein langrennsregion i verdsklasse, målet bør kanskje vera verdas beste langrennsregion? Hallingdal sitt langrennsprosjekt blir vurdert som ein suksess og har i 2017 vidareført det gode arbeidet som vart gjort i 2015 og 2016. Alle oppgåvene i prosjektplanen er enten gjennomført eller vidareført.

Prosjektet er vellykka på to måtar, prosjektet er gjennomført som planlagt og dei 6 destinasjonane har etablert eit godt og konstruktivt samarbeid på konkrete oppgåver, det fortener ros.

Tiltaket blir vurdert som god forankra i høve til Buskerud fylkeskommune sitt program “Aktivitetsturisme i Buskerud 2015-2018”. I Strategisk plan for Hallingdal er reiseliv – samarbeid aktivitetstilbod som langrenn og terrengsykling eit prioritert tiltak.

Etter dagleg leiar sitt syn er profileringsprosjekt langrenn eit godt døme på konkret målretta samarbeid, som utan tvil vil vera med å setja Hallingdal i mykje sterkare grad på langrennskartet, ved eit langsiktig og målretta arbeid.

### **Forslag til vedtak**

1. Regionrådet for Hallingdal løyver eit tilskot på kr. 100.000 til vidareføring av Hallingdal sitt langrennsprosjekt i 2018.  
Tilskotet blir finansiert frå regionalt næringsfond.
2. Ål Utvikling skal vera prosjektansvarleg for fellesprosjektet marknadsføring av langrenn i Hallingdal 2018.
3. Regionrådet ber om at det i 2018 blir arbeid med og klargjort korleis langrennsprosjektet skal gå frå prosjekt til ei meir permanent satsing, der det er klargjort finansiering og ansvar.
4. Prosjektet skal vera endeleg avslutta i 2018 og evaluering og rapportering skal vera gjennomført innan 1.3.2019

Ål 13.12.2017

Knut Arne Gurigard

Dagleg leiar

Vedlegg 1: Søknad datert 30.11.2017 frå Ål Utvikling AS

Vedlegg 2: Førebels Prosjektrapport 2017 – Langrenn i Hallingdal, 1.1.2017

Vedlegg 3: [www.hallingspor.no](http://www.hallingspor.no)

## Søknad

<b>Søknadsnr.</b>	2017-0158	<b>Søknadsår</b>	2017	<b>Arkivsak</b>
<b>Støtteordning</b>	Regionale utviklingsmidler i Hallingdal			
<b>Prosjektnavn</b>	Marknadsføring av Langrenn i Hallingdal			

### Kort beskrivelse

Prosjektet "Langrenn i Hallingdal" er eit regionalt marknadssamarbeid som starta vintersesongen 2015/16. Alle dei 6 destinasjonane er representert i styringsgruppa og alle er med på å finansiere marknadstiltaka. Samarbeidet har i hovudsak fokus på marknadsføring av eksisterande løypenett i Hallingdal og ikkje på produktutvikling. Ein utnyttar kvarandre sine styrker og ser at det totale langrennstilbudet i regionen står sterkare enn om kvar enkelt destinasjon skulle gjort same arbeidet aleine.

### Prosjektbeskrivelse

Med bakgrunn i godt arbeid og god framdrift i langrennsprosjektet i perioden 2015-2017 ser styringsgruppa det som særskilt viktig å kunne drive arbeidet vidare i 2018.

Arbeidet i styringsgruppa er konstruktivt og det blir arbeidd godt med dei oppgåvene som er bestemt kvart år. No er mykje av «grunnarbeidet» gjort, men for å få tatt ut maksimal, langsiktig effekt av tiltaka som er sett i gang er det heilt nødvendig å fortsette det regionale samarbeidet i ein eller annan form. Me ynskjer å gå ifrå eit prosjektbasert samarbeid til ein meir forutsigbar arbeidsform der kvar destinasjon tek ansvar for definerte arbeidsoppgåver. Ål Utvikling vil framleis ha hovudansvaret for å administrere samarbeidet, men alle destinasjonar utfører oppgåver der dei kan bidra mest. På denne måten sikrar me at arbeidsoppgåver blir utført hjå dei destinasjonane som har best kompetanse innanfor dei ulike oppgåvene som skal gjerast. Kvaliteten på samarbeidet blir bevart og ein kan lære av kvarandre. Behovet for ekstern prosjektleder blir borte og me har valt å ikkje fornye avtale med prosjektleiar Tove Sletto. Det betyr også at midlar nytta til prosjektleiing tas vekk, og ein kan nytte ein betydeleg større andel av marknadsbudsjettet til marknadsoperative tiltak.

Med bakgrunn i dette har me utarbeida ein arbeidsplan som skal sikre vidareføringa av marknadsføringa av det totale langrennstilbudet i Hallingdal i 2018. For å få på plass finansieringa håpar me Regionrådet vil støtte samarbeidet også i 2018. Med bakgrunn i finansieringsplanen i søknaden søker me om eit tilskott på

kr. 100.000,-.

Alle destinasjonane i Hallingdal har bekrefta at dei deltek i prosjektet med kroner og arbeidsinnsats i 2018.

## Kontaktopplysninger

Funksjon	Navn	Adresse/poststed	Mobil
<b>Søker / Prosjekteier</b>	Ål Utvikling AS Org.nr:980405249	Myren 40 3570 ÅL	-
<b>Kontakt- person</b>	Stein Rudi Austheim	Myren 40 3570 ÅL	-
<b>Prosjekt- leder</b>	Linda Dalene Bjerke	Myren 40 3570 ÅL	95050826

### Mottatt offentlig støtte tidligere: Ja

2017          2016          2015

BFK – markedsmidler vinter                    0            80 000        120 000

BFK – markedsmidler sommer Ål            0            50 000            0

BFK – markedsmidler sommer Ål/Geilo    0            70 000            0

BFK – mark.midler vinter 16-17 Ål        0            80 000            0

BFK – Digital stiftforvaltning Hallingdal    300 000

Totalt bagatellmessig støtte: 700 000

### Annen offentlig støtte

Regionale Utviklingsmidler til Hallingdal sitt langrennsprosjek 2017: 200 000 2016: 200 000  
2015:335000    Total: 735 000

Totalt annen offentlig støtte:            1.435.000

## Spesifikasjon

### Bakgrunn

Hallingdal har i dag eit omfattande og godt utvikla løypenett som blir vurdert å ha stort potensiale på tvers av regionen. Med heile 2000 km skiløyper kan me si at Hallingdal er ein av Europas beste langrennsregionar og synleggjeringa av dette er arbeid som må gjerast over fleire år. Satsinga på dette starta me med i 2015, men for å få teke ut maksimal langsiktig effekt av tiltaka som er sett i gang er det heilt nødvendig at arbeidet blir vidareført.

Interessa for langrenn og turski er stor, og stadig aukande både i Norge og i utlandet. Langrenn er ein viktig aktivitet både når det gjeld trening/konkurrans, som rekreasjonsform og i eit folkehelseperspektiv.

Dette er eit samarbeid mellom alle dei 6 destinasjonane i Hallingdal og Regionrådet for Hallingdal. Samarbeidet har i hovudsak fokus på marknadsføring av eksisterande løypenett i Hallingdal og ikkje på produktutvikling. Produktutvikling må kvar destinasjon jobbe med i sin kommune parallelt.

### **Prosjektmål**

-Fleire kommersielle gjestedøgn og auka positivt omdømme og attraktivitet for Hallingdal som reisemål samt bu- og hytteregion.

- Utnytte kvarandre sine styrker ved å samarbeide og fordele arbeidsoppgåver som kvar enkelt destinasjon ikkje hadde klart aleine. Samarbeid på tvers av kommunegrensene gjer også at ein lærer kvarandre å kjenne og unngår dobbeltarbeid. Hallingdal som region står sterkare som samla i marknadsføring av det totalte langrennstilbudet enn om kva enkelt kommune skulle marknadsført sitt løypenett.

### **Forankring**

Alle destinasjonane i Hallingdal har bekrefta at dei deltek i prosjektet med kroner og arbeidsinnsats i 2018.

Samarbeidspartnerar:

Flå Vekst SA

Visit Gol AS

Hemsedal Turisttrafikklag SA

Nesbyen Turist- og Næringssservice AS

Visit Geilo AS

Ål Utvikling AS

Administrator: Ål Utvikling AS

Styringsgruppe:

Guro Tømmerås Gjørstad, Visit Geilo AS, T: 915 79 673 / guro@geilo.no

Kristian Akervold, Flå Vekst SA, T: 928 08 899 / kristian@flavekst.no

Solveig Hjallen, Nesbyen Turist- og Næringssservice AS, T: 993 88 675 / info@nesbyen.no

Sissel Bjørøen, Visit Gol AS, T: 400 16 092 / gol@golinfo.no

Linda Dalene Bjerke, Ål Utvikling AS, T: 950 50 826 / linda@alturistinfo.no

Anneli R. Vøllø, Hemsedal Turisttrafikklag SA, T: 988 87 267 / anneli@hemsedal.com

Ulrikke Ytteborg, Regionrådet for Hallingdal T: 926 65 169 / ulrikke@hallingdal.no

## **Prosjektorganisering**

Arbeidet i styringsgruppa er konstruktivt og det blir arbeidd godt med dei oppgåvene som er bestemt kvart år. No er mykje av «grunnarbeidet» gjort, men for å få tatt ut maksimal, langsiktig effekt av tiltaka som er sett i gang er det heilt nødvendig å fortsette det regionale samarbeidet i ein eller annan form. Me ynskjer å gå ifrå eit prosjektbasert samarbeid til ein meir forutsigbar arbeidsform der kvar destinasjon tek ansvar for definerte arbeidsoppgåver.

Ål Utvikling vil framleis ha hovudansvaret for å administrere samarbeidet, men alle destinasjonar utfører oppgåver der dei kan bidra mest. På denne måten sikrar me at arbeidsoppgåver blir utført hjå dei destinasjonane som har best kompetanse innanfor dei ulike oppgåvene som skal gjerast. Kvaliteten på samarbeidet blir bevart og ein kan lære av kvarandre. Behovet for ekstern prosjektleder blir borte og me har valt å ikkje fornye avtale med prosjektleiar Tove Sletto. Det betyr også at midlar nytta til prosjektleiing tas vekk, og ein kan nytte ein betydeleg større andel av marknadsbudsjettet til marknadsoperative tiltak.

Med bakgrunn i dette har me utarbeida ein arbeidsplan med ansvarsfordeling per destinasjon som skal sikre vidareføringa av marknadsføringa av det totale langrennstilbudet i Hallingdal i 2018.

## **Samarbeidspartnere**

Referansegrupper blir satt saman etter behov og når det er aktuelle tiltak der det er nyttig. Dette kan være reiselivsbedrifter/ aktivitetsbedrifter, løypelag samt kommunane.

## **Aktiviteter**

### **Arbeidsoppgåver og ansvarsfordeling 2018**

#### **1. Oppfølging og vidareføring av samarbeidet med skisporet.no**

- Nesbyen heldt kontakten med leverandør og pratar for fellesskapet.

#### **2. Produsere korte og lengre filmsnuttar til bruk i marknadsføringa av langrennstilbudet i Hallingdal.**

-Alle destinasjonar filmar lokalt med egne ressursar og sender filmar til -Hemsedal som sørgjer for å redigere og sette saman film.

#### **3. Fortsette med marknadsføringskampanjane av Hallingdal som langrennsdestinasjon vinteren 2018 og starte opp att i sept/okt med fokus på vinteren 2019.**

- Ål har hovudansvaret for administrering og framdrift.

- Hemsedal sørgjer for drift av facebookannonsering via Hallingdal si facebookside.

#### **4. Utarbeide fleire annonser og kjøpe annonseplass for alle annonsane i serien «Vi er skifolket» i ulike nasjonale og lokale mediekanalar.**

- Ål sørgjer for at dette diskuterast og blir sett på agendaen.

- Flå hentar inn annonsetilbod frå riksdekkande medier.

#### **5. Vidareføre samarbeid med profesjonelle rådgjevarar som Kreator og Nucleus, angående bloggsaker og pressemeldingar.**

- Ål er kontaktperson overfor Kreator angående annonseproduksjon.

- Geilo er kontaktperson overfor Nucleus og pressemeldingar.

6. Følgje opp, vidareutvikle og drifte kampanjesida www.hallingspor.no gjennom heile 2018.

- Kampanjesida er flytta inn under hallingdal.no og Regionrådet tek over redigeringsansvaret.

7. Fortsette Instagram-konkurransen og kåring av månadens vinnarbilete.

- Alle destinasjonar er med å kåre vinnarbilete, samt skaffe premiar.

- Regionrådet redigerer tekst og bilete i forkant av ny sesong, samt set inn vinnarbilete per måned.

8. Samarbeid med Hallingdølen og oppdatert løypestatus på hallingdolen.no

- Gol hentar inn løypestatus frå alle destinasjonar og rapporterer til Hallingdølen kvar tysdag.

### Målgrupper

Primærmålgruppe: 28- 70 år, aktiv fritid, ski, langrenn, sport, familie.

Norge: Bergen, Oslo, Akershus, Vestfold, Nedre Buskerud og Kongsberg.

- hyttefolk, ferie/fritid, tilflyttere.

Danmark: distribusjon av brosjyre.

### Resultat

Fleire kommersielle gjestedøgn og auka positivt omdømme og attraktivitet for Hallingdal som reisemål, samt bu- og hytteregion.

### Effekter

Auka fokus på Hallingdal som langrennsregion i sosiale medier og nasjonale aviser/medier skal gi auka interesse for å gå på ski i Hallingdal.

Godt formulerte pressemeldingar til rett tid har gitt regionen auka merkamd i media. Me viser til vedlagte rapport som syner alle medieopplaga i 2017.

## Tids- og kostnadsplan

### Tidsplan

### Kostnadsplan

Tittel	2017	2018	2019	2020	2021	SUM
Administrasjon (møter, domene mm)		10 000				10 000
Arbeidsinnsats frå dei 6 destinasjonane		150 000				150 000
Til arbeidsoppgåvene		240 000				240 000
<b>Sum kostnad</b>		<b>400 000</b>				<b>400 000</b>



Arbeidsoppgåvene er beskrevet i søknaden.

### Finansieringsplan

Tittel	2017	2018	2019	2020	2021	SUM
Buskerud fylkeskommune		100 000				100 000
Eigeninnsats 6 destinasjonar		150 000				150 000
Tilskott, 6 destinasjonar		150 000				150 000
<b>Sum finansiering</b>		<b>400 000</b>				<b>400 000</b>

### Geografi

615-Flå, 616-Nes, 617-Gol, 618-Hemsedal, 619-Ål, 620-Hol

### Vedleggsliste

Dokumentnavn	Filstørrelse	Dato
Førebels rapport 2017.pdf	637 623	30.11.2017
Tidsplan Langrenn i Hallingdal 2018.pdf	199 221	30.11.2017

## Førebels Prosjektrapport 2017 – Langrenn i Hallingdal

Prosjektnamn: **Langrenn i Hallingdal 2017.**

Periode:  
**Jan 2017- 01.12.2017**

Prosjektansvarleg:  
**Ål Utvikling AS  
v/ Linda D. Bjerke**

Prosjektleder:  
**Tove Sletto**

### Samandrag



Grønt betyr:  
Prosjektet er i henhold til plan.  
Måloppnåelse fullt ut realistisk.

Gult betyr:  
Prosjekter er under kontroll.  
Måloppnåelse fortsatt mulig under  
visse forutsetninger

Rødt betyr:  
Prosjektet er ikke under kontroll.  
Måloppnåelse ikke sannsynlig

### Kort samandrag:

Hallingdal sitt langrennsprosjekt er ein suksess og har i 2017 vidareført det gode arbeidet som vart gjort i 2015 og 2016. Alle oppgåvene i prosjektplanen er enten gjennomført eller vidareført. Hovudtyngda av arbeidet er gjort og skal gjerast i perioden jan-april, samt nov-desember. Basert på erfaringar frå tidlegare år, så er det ein enorm interesse for tidlig-løyper i både media og i marknaden. Her må ein henge med for å få medieomtale. Etter jul er vinter og snø meir sjølvstøtt og langrenn ber preg av å vera ferskvare. Dei besøkande jaktar dei beste langrennsforholda, dei beste løypene og det beste totaltilbodet. Hallingdal er heilt klart ein region som blir vald på grunn av dette.

### Prosjektmål

Prosjektet er eit profileringsprosjekt som har som mål få fleire kommersielle gjestedøgn og auka positivt omdøme og attraktivitet for Hallingdal som bu- og hytteregion.

### Prosjektet sine arbeidsoppgåver i flg. prosjektplanen for 2017

1. Vidareutvikling av brosjyren, oppdateringar og trykking av 15.000 eks.
2. Utvikling og produksjon av turkart der ein lyfter fram langsgåande løyper som Hallingdalsløypa Nord, Hallingdalsløypa Sør og Eventyrløypa. Reisten av løypenettet i Hallingdal skal også tas med.
3. Oppfølging og vidareføring av samarbeidet med skisporet.no
4. Fortsette med marknadsføringskampanjane av Hallingdal som langrennsdestinasjon vinteren 2017 og starte opp att i sept/okt med fokus på vinteren 2018.
5. Utarbeide fleire annonser og kjøpe annonseplass for alle annonsane i serien «Vi er skifolket» i ulike nasjonale og lokale mediekanalar, samt sosiale media.
6. Vidareføre samarbeid med profesjonelle rådgjevarar som Kreator og Nucleus, bloggsaker og pressemeldingar.
7. Følgje opp, vidareutvikle og drifte kampanjesida [www.hallingspor.no](http://www.hallingspor.no)

- gjennom heile 2017.
8. Fortsette Instagram-konkurransen og kåring av månadens vinnarbilete.
  9. Andre aktuelle tiltak som viser seg å være aktuelle og nyttige.

### Status per 1.desember 2017.

**Pkt. 1. er gjennomført.** Me valde å oppdatere brosjyra med nokre nye bilete, samt at skikartet vart justert til å vise fleire serveringsplassar og meir korrekt merking av trasear. Brosjyra vart trykt i 20.000 eksemplar og distribuert i Danmark ved hjelpe av Norgesbrosjyren, samt saman med langrennsmagasinet «Skisport» den 26. oktober (4000eks). Utover dette er den delt ut på diverse messer, i forbindelse med arrangement og på alle turistkontor.

**Pkt 2. er ikkje gjennomført.** Produksjon av eit turkart viste seg å gi oss nokre utfordringar i forhold til format og målestokk. Hallingdal sitt løypenett er stort i omkrins og det er begrensa kor detaljert ein kan få til eit kart som ikkje skal bli uhandterbart for brukaren. Prosjektgruppa valde derfor å ikkje produsere eit nytt turkart som omfattar heile Hallingdal, og heller benytte kart frå kvar enkelt destinasjon som til saman gir godt kartgrunnlag for brukaren.

**Pkt 3. er vidareført.** Me har hatt fleire innspel til skisporet om diverse ynskjer i forhold til søkeoptimalisering og brukervennlegheit, men det er vanskeleg å bli prioritert. Dei jobbar kontinuerleg med utvikling, men det går smått.

**Pkt. 4 er gjennomført** Etter jul og fram til påske 2017 har prosjektet vald å ha mest fokus på annonsering via facebook, og med fokus på Bergen, Oslo, Akershus, Vestfold, Nedre Buskerud og Kongsberg. Dette fordi langrennsløyper er ferskvare og folk vil ha oppdatert info nesten dagleg. Sesongen 2016/2017 bydde på utfordringar som lite snø og manglande skiføre og dette resulterte i avbrotne kampanjar.

#### *Januar:*

Annonseringen på facebook vart stoppa i desember på grunn av mildvær og lite snø. Me starta opp att i veke 3, men måtte stoppe det att då bileta ikkje stemte etter ny periode med plussgrader. I veke 4 starta me med annonsering av instagramkonkurransen og månadens premie frå Hemsedal.

#### *Februar:*

Insta-annonsen har gitt oss ca 100 bilder, har nådd ca 25000 og har fått 130 «likes»  
Lenkeannonsane har gitt ca 1509 besøk og har nådd ca 44000.  
Totalrekkevidde: 69000

Rapporten frå februar viser eit relativt godt resultat. Facebook har, naturlig nok, vorte ein noko dyrere marknadsføringskanal enn berre for eit år sidan. Effekten er framleist 5-6 ganger rimlegare enn andre digitale marknadsføringstiltak. 1500 klikk til nettsiden med eit så lite spending budsjett er meget bra.

*Mars:*

Totalrekkevidde: 66056


Klikk til nettsiden: 1473

Visninger: 300 385

Reactions (likes etc.): 453


Primærmålgruppe 35-50 år (barnefamilier): aktiv fritid, ski, langrenn, sport, familie.  
Frå mars vart aldersgruppa utvida til 28-70 år.

Eksempel på annonser på facebook:



**Hallingdal**  
20 t · 🌐

Hva har Therese Johaug og Pål Gunnar Mikkelsplass til felles? De vet begge hva det vil si å tråkke i motbakke! Les hvorfor Therese Johaug's personlige trener og tidligere verdensmester Pål Gunnar Mikkelsplass måtte tråkke sine egne egne løyper her.





**#hallingspor**

Vinteren er snøsikker og tilbyr hele 2000 km med maskinpreparerte langrensløyper i verdensklasse. Dedikerte løpekjørere leverer trikkeskinner og skøytetraseer fra slutten av oktober til midten av mai. Serveringshytter, kiosker, kafeer og...

[Finn ut mer](#)

👍 Liker
💬 Kommenter
➦ Del






**Hallingdal**  
Sponsored · 🌐

👍 Like Page

Hallingdal har flotte traseer og nypreparerte løyper for både klassisk og skøyting. Her er det langrensløyper for alle, uansett ferdighetsnivå.



**Planlegg din neste tur på [www.hallingspor.no](http://www.hallingspor.no)**

Foto: Anne Mari Sønsteby

[Learn More](#)

HALLINGSPOR.NO
[Learn More](#)


44 Likes 1 Comment 1 Share



**Hallingdal**  
Sponsored · 🌐

👍 Like Page

Sulten på skitur – hva velger du? Rasteplass og nistepakke, kjapp kioskølusj eller kafékos? Skli innom en av våre serveringshytter for en matbit neste gang du er i området!



**Planlegg din neste tur på [www.hallingspor.no](http://www.hallingspor.no)**

Foto: Kattis Wællås

[Learn More](#)

HALLINGSPOR.NO
[Learn More](#)

98 Likes 2 Comments 1 Share

**Pkt. 5. er gjennomført.** I denne prosjektperioden har vi laget 1 bloggartikkel om «Team Hallingdal».

***Konseptet - Vi er skifolket***

Marknadskampanjen bygger på konseptet «vi er skifolket». «*Vi hallinger har langrenn i sjela. Vår entusiasme og skiglede gjør Hallingdal til en av Europas beste langrennsregioner. Vi er skifolket*».

Konseptet handler om å fortelle historia til verdensmesteren, tur-entusiasten, mosjonisten, tur- familien, løypekøyreren, serveringspersonalet på ei fjellstugu m.m. Det er disse folka som gjer det mogleg for oss å kalle oss ein av Europas beste langrennsregionar.

Historia til skifolket blir presentert i annonseform og på kampanjesida hallingspor.no.

**Pkt. 6. er vidareført.** Me har eit godt samarbeid med både Kreator og Nucleus. Spesielt samarbeidet med Nucleus har vist seg å være nyttig. Dei syter for at me er synlege i diverse media og pressemeldingane dei sender ut har gitt god dekning for Hallingdal. Det vart sendt 1 pressemelding i forbindelse med vinterferien og....

**Pressemelding 16.02.2017:**

«*Over 1200 kilometer langrennsspor i Hallingdal til vinterferien.*  
– *Fortsatt ledige rom*»

Pressemeldinga vart sendt ut breitt til rikspresse, finanspresse, regionalpresse og utvalde lokalmedia i Buskerud, Vestfold, Oslo, Sogn og Fjordane, Hordaland, Akershus og Telemark + reiselivsmedia

**Resultat:**

Skiinfo.no, 16.02.2017: «*Vinterstemning og nydelige forhold*»

<http://www.skiinfo.no/nyheter/a/625176/vinterstemning-og-nydelige-forhold>

Hyttenyhetene.no, 16.02.2017: «*Hallingdal- 1200km langrennsspor klare til vinterferien*»

<http://www.hyttenyhetene.no>

Epostavisen.no, 16.02.2017: «*Over 1200 km langrennsspor i Hallingdal til vinterferien*»

<http://www.epostavisen.no/nyhet/over-1200-kilometer-langrennsspor-i-hallingdal-til-vinterferien/>

Hallingdølen, 18.02.2017, Magnus Lindahl: «*Topp forhold i skiløypene*»  
(+ artikkel på hallindolen.no)

Denne artikkelen i Dagsavisen har me også påverka:

<http://www.dagsavisen.no/reise/vinterferietips-1.925514>

**Presseoppslag utanom PR-meldingar:  
Nett-artiklar:**

VG nett, 13.02.2017, Hans Kristian Krogh-Hanssen, «*Ville vinterfjell: De beste norske fjellene for topptur og langtur*»  
<http://www.vg.no/forbruker/reise/ville-vinterfjell-de-beste-norske-fjellene-for-topptur-og-langtur/a/23919154/>

-Hardangervidda er inkludert i det selebre selskap.

**Sesongstart 2017/18** (me valde å ikkje sende pressemelding, men fekk likevel god dekning:

Langrenn.com, 23.10.2017, «*Den første snøen – flotte forhold*»  
<https://www.langrenn.com/den-foerste-snoeen-flotte-forhold.6046697-1743.html>

Hallingdolen.no, 25.10.2017, Sindre Thoresen Lønnes, «*Sjekk dei forholda*»  
<http://www.hallingdolen.no/nyheiter/sjekk-dei-forholda-1.2181843>  
+ same artikkel i papirutgåva 26.10.2017.

Dagbladet.no, 25.10.2017, Marie Røssland, «*Skiforhold fleire steder – også i Oslo-området*», <https://www.dagbladet.no/nyheter/skiforhold-flere-steder---ogsaa-i-oslo-området/68821918>

NRK Buskerud, 25.10.2017; radio-intervju med Anneli Rosenberg Wøllo om langrennsløyper i Hemsedal og Geilo.

God Morgon Norge, 25.10.2017; direktesendt innslag via skype, intervju med turistsjef Pål k. Medhus som reklamerte for blant anna langrennsløyper på Geilo.

**Pressemelding 22.11.2017**

«*1000 km med preparerte skispor åpner til helgen*»

Pressemeldinga vart sendt ut til Riks, Buskerud, Telemark, Vestfold, Hordaland, Akershus, Sogn, Finans, [Langrenn.com](http://www.langrenn.com), Hyttenyhetene og Reiselivsmedier

**Resultat:**

Hallingdølen avis og nett, 22.11.2017:  
<http://www.hallingdolen.no/nyheiter/1000-kilometer-preparerte-skiloyper-1.2197847>

**Pkt. 7. er gjennomført.** Hallingspor.no fekk ei oppdatering med nytt skikart, bilete og kontaktinfo i byrjinga av året slik at ho samsvara med ny brosjyre. Fram til november 2017 var det Nucleus som sytte for dette arbeidet. Etter det valde me å flytte sida inn under hallingdal.no slik at me kan sørge for redigering sjølv. Dette for å kunne bruke meir av budsjettet til marknadskampanjar.

Litt om [www.hallingspor.no](http://www.hallingspor.no)

Me har i samarbeid med kommunikasjonsbyrået Nucleus fått utarbeida ei kampanjeside der med fortel om skifolket gjennom ein langrennsfilm og flotte bilder. Her finn du også informasjon om løypenettet og turtips. Oppdatert løypestatus får du på skisporet.no og du kan laste ned brosjyra her. Me fristar også til deltaking i ein instagram-konkurranse der alle bilder som er merka med #hallingspor er med i kåringen av flotte premiar. Nettstaden er under stadig utvikling, og det er viktig for å få folk til å oppsøke sida meir enn 1 gong.

**Pkt. 8. er gjennomført.** Instagram-konkurransen er populær og me har flotte premiar kvar månad. Biletene får me tilgang til og kan nytte i marknadsføring seinare. Me annonserer på instagram for å få folk te å nytte emneknaggen #hallingspor og dermed vera med i kåringen av månadens vinnerbilete. Årets sesong gav oss 330 nye bilder og me nærmar oss 1000 bilder med #hallingspor.

Me valde å annonsere på instagram i januar-mars for å få opp engasjementet til konkurransen:

*Mars:*

Reach: 17631

Visninger: 43762

Reactions: 166





lissi\_the\_cat, doglovesyn, austheim1970, elisabethna, ingunnaa31, evafrydenborg, haraldbrekke, emukas1237761 and karimemamzadehiyan like this

Vinn overnatting for 2 personer i Hallingdal!

Legg ut et bilde på Instagram med emneknaggen #hallingspor og du kan vinne flotte opplevelser i Hallingdal. Månedspremie februar: Weekendopphold for 2 personer på Langedrag Naturpark, Tunhovd Nesbyen.

 Add a comment...



### **Pkt. 9. inkluderer flere nyttige tiltak:**

- Me fekk på hausten i 2016 innvilga eit teskot frå Sparebank 1 stiftinga på 250.000,-kr til skilting av Eventyrløypa, Hallingdalsløypa Nord og Hallingdalsløypa Sør. Dei langsgåande traséane er nevnt som turtips i brosjyre og på hallingspor.no, og for å kunne marknadsføre dei ytterligere så måtte skiltingen forbeholdt. Difor søkte me om midlar for å utbetre skiltingen. «Hallingdal på langs» vart eit underprosjekt av «Langrenn i Hallingdal» der marknadsprosjektet har deltatt som initiativtakar og pådriver for utvikling av eit løypenett som ein så kan marknadsføre. Alle dei 3 traseane er forventet å vera ferdig skilta på nyåret.

Tiltaket er omtalt i Sparebank 1 stiftelsen sin blogg:

<https://driv.sb1.no/hallingdalsloypa-for-alle/>

### **Organisasjon**

I samsvar med prosjektskildringa.

### **Framdrift**

Som planlagt. Prosjektet fortsett det gode arbeidet også i 2018, men då i anna samarbeidsform. Me går vekk ifrå eit prosjektdrivi samarbeid og fordeler arbeidsoppgåvene på kvar enkelt destinasjon utifrå kompetanse og arbeidskapasitet.



Ål Utvikling fortsett som administrator av arbeidet, slik at behovet for prosjektleder fell ifrå. Alle destinasjonane er innstilt på å ta ansvar for tildelte oppgåver.

### **Ressursbruk og økonomi**

Prosjektet har halde seg innanfor sine budsjetttrammer.

### **6. Spesielle problem og utfordringar**

Målet vårt om å få på plass eit saumlaust og samla online kart over Hallingdal er avhengig av skisporet.no og deira tekniske løysning. Her har me møtt forståing for vårt ynskje, men dei har heile Norge å ta hensyn til og det tek meir tid enn me hadde håpa. Me har ein god dialog og håpar på framgang i løpet av vinteren 2017/18.

Den snøfattige og ustabile vintersesongen 2016/17 har gjort at me har begrensa annonseringen på facebook. Kampanjen har blitt stoppa eit par gonger på grunn av mildværet. Me kom så vidt opp i 2000km med ferdig preparerte løyper etter jul, og valde å avslutte marknadsføringa i mars på grunn tå hurtig snøsmelting. Facebookannonseringa starta oppatt i desember etter bra med snø i slutten av november.

### **7. Prosjektleiars eigen vurdering**

Samarbeidet mellom destinasjonane effektivt og alle bidrar på sin måte. Engasjementet er stort og ein diskuterar seg fram til gode løysningar. Særinteresse blir lagt til side til fordel for fellesskapet og alle blir behandla likt. For å sikre at samarbeidet blir vidareført med samma driv og engasjement, så har arbeidsgruppa kome fram til at ein må gå vekk ifrå å sjå på samarbeidet som eit prosjekt. Dette for å gjere arbeidet meir forutsigbart og forpliktande. Alle tek ansvar for dei oppgåvene dei kan mest om. Me har framleis mange gode historier å fortelje og me skal fortsetta å spele på oss sjølv. «Vi er skifolket».

01.12.17

Tove Sletto  
Prosjektleiar