

Regionrådet for Kongsberg regionen

Bluessamling
31.07.08



Mimir as er et rådgivningsfirma som har
spesialisert seg på reiseliv og opplevelsesnæring

Kontorer i Larvik og Oslo

Regionrådet for Kongsberg regionen

Fremtidig
arbeid med
reiseliv og
opplevelses
næring

Bakgrunn og mandat

Regionrådet har hatt reiselivsprosjekt 2004-2007
Vurderer nå hvordan arbeidet kan videreføres

Utgangspunkt

Regionrådet er **kommunenes** samarbeids- og interesseorgan.

Kommunenes og aktørenes felles interesser er viktig – må identifiseres.

Må også koordineres opp mot andre virkemiddelaktører

Reiseliv og opplevelsesnæring kan bidra til å nå andre mål om attraktive lokalsamfunn mm

Kongsberg- regionen som reisemål

steds- og lokal
samfunnsutvikling

Mange ulike produkt- og markedskoblinger. Ulike prioriteringer, feks:

Utvikling av fjelldestinasjoner - Uvdal, Veggli, Blefjell og Gaustablikk

Anerkjente musikkfestivaler: Jazz og Blues

Attraksjoner og arrangement: Langedrag, Telemarksgalleriet, Sølvgruvene, Heddal stavkirke, Middelalderuka, Industriarbeidermuseet

Unescostatus Rjukan

RV 40 som reiserute

Nye attraksjoner som skitunnel, bauta av verdens lengste mann, Sevletunet og Geosenter

Perspektiv reiselivs satsning

Mange ulike produkt- og markedskoblinger. Ulike prioriteringer.

Reiseliv som katalysator for steds- og lokalsamfunnsutvikling

Ikke bare tradisjonell turisme, men reiseliv – opplevelsesnæring - besøksnæring

Opplevelses næring

Verden største næring innen 2020

Omfatter arkitektur, design, spillindustri, reiseliv, underholdning, kultur med mer

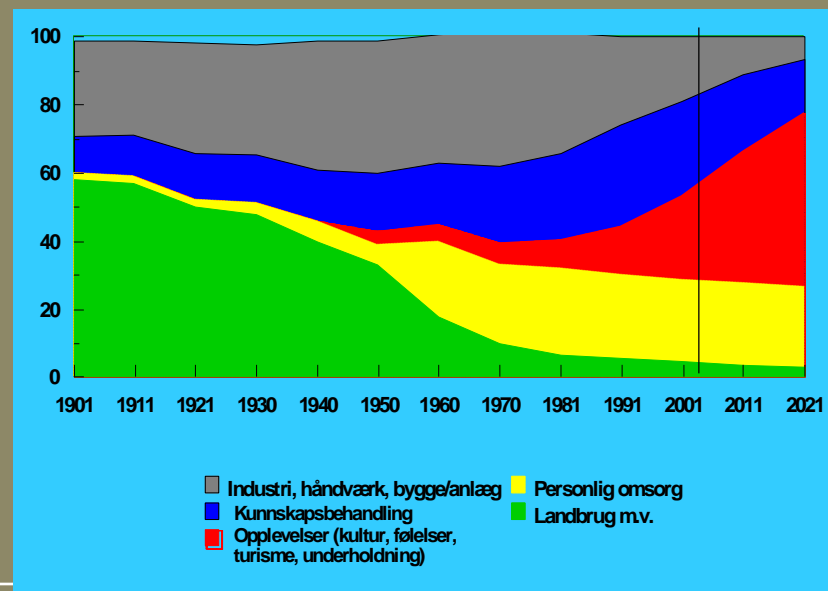
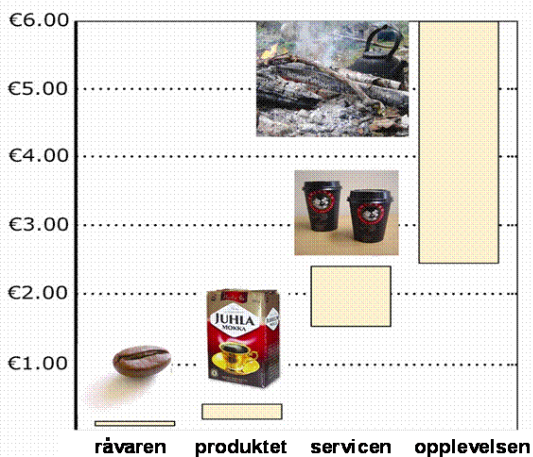
Dynamo i stedsutvikling

Innovative og lærende

Representerer egen verdiskapning

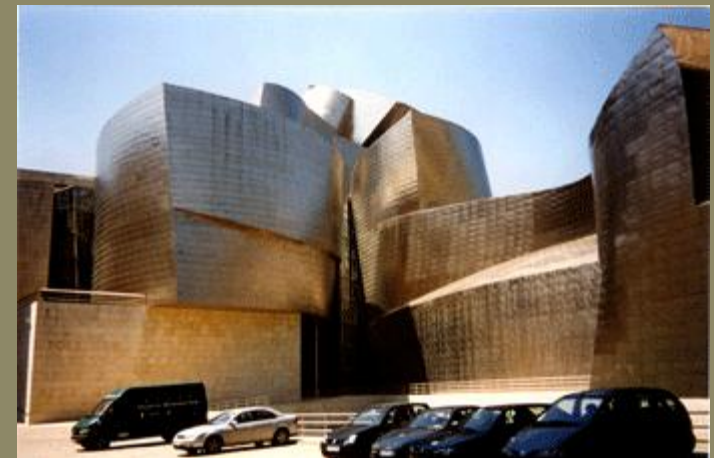
Gir profil og attraksjonskraft for tilreisende og innbyggere

Økonomisk verdi på kaffe...



Kilde: Institutt for Fremtidforskning

Kultur
Opplevelser
Sted
Lokalsamfunn
Besøk
Reiseliv



Kongsberg regionen i dag

Kunden vurderer en reiserute opp mot en annen, et dagsturmål mot ett annet eller ett sted å legge vinterferien på fremfor et annet

Det er disse "konkurransene" Kongsbergregionen må vinne for å få til et lønnsomt reiseliv

Gjesteundersøkelse sommer 2007 (n=360)

26,1 % som dagsturister (16%)

12,2 % som gjennomreiseturister (9%)

32,8 % som turister på kort opphold (rundreiseturister) (45%)

27,2 % som turister med lengre opphold (baseturister) (30%)

1,7 % som annet

Lokalisering, natur- og kulturgitte forutsetninger gir rom for å jobbe mot mange typer segmenter (også kurs, konferanser med mer).

Naturlig at det er variasjon i næringens og kommunenes prioriteringer.

Skape
rammer
som
muliggjør
gode
opplevelser

Bakscenen

(regjer)

Strategiske planer
Markedsvalg
Produktutvikling
Infrastruktur
Servicekvalitet
Nyskaping
Kompetanse
Bærekraft
Aktørnettverk



På scenen

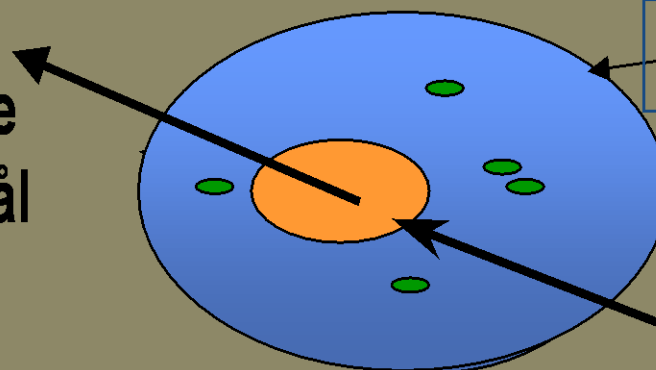
(gjestene opplever):

Meringsfulle opplevelser
Fantasisk atmosfære
Lær noe nytt
Spennende opplevelser
Hyggelig vertskap
God informasjon
God tilgjengelighet
"Nå har jeg det bra"

Gjennom reise

Gjennomreise

Mot nye
reisemål



Produktområde

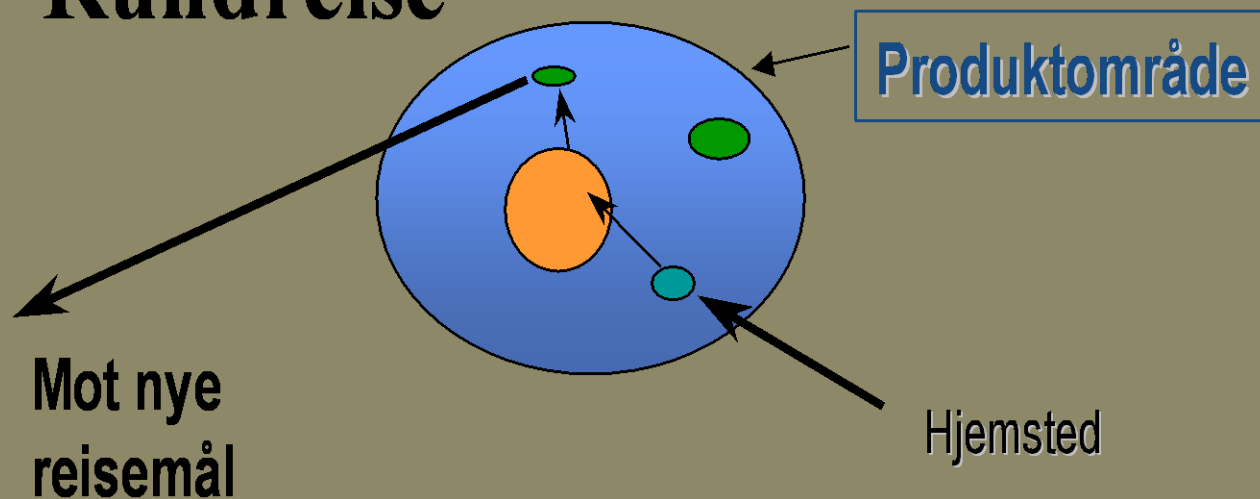
Hjemsted

Stopp =
”nødvendig onde”

Rundreise

Veien er målet,
søker attraksjon.
Kan påvirkes til å
velge reiserute
og stopp

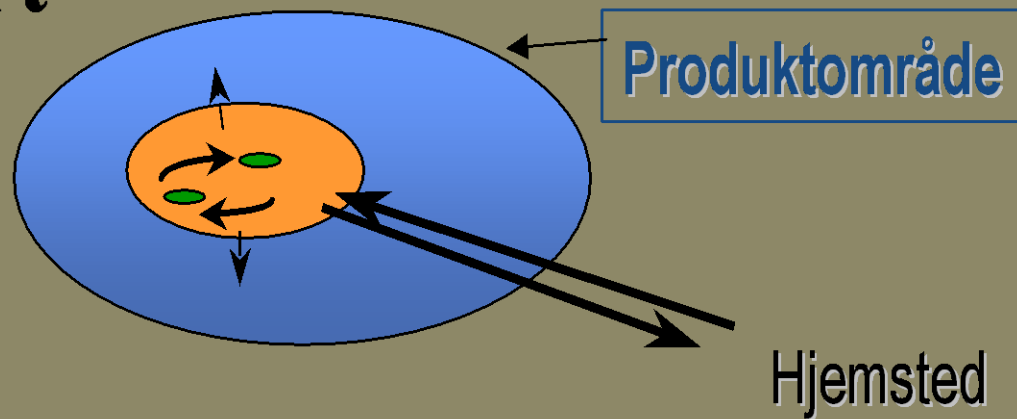
Rundreise



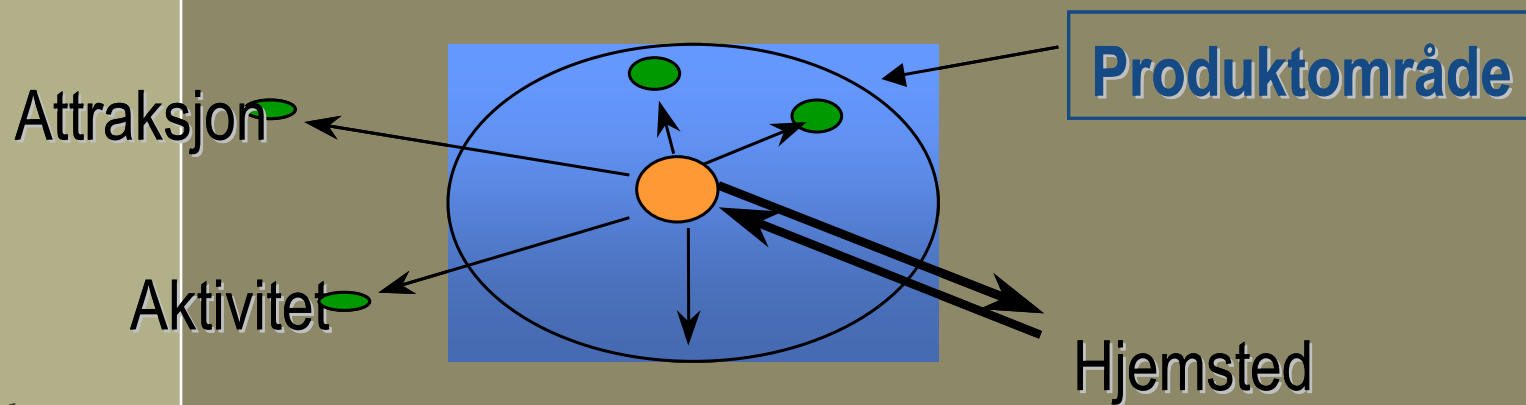
Resort

Interesse-basert,
vil ikke bevege seg ut
av resorten, krever
komplett resort

Resort



Baseferie

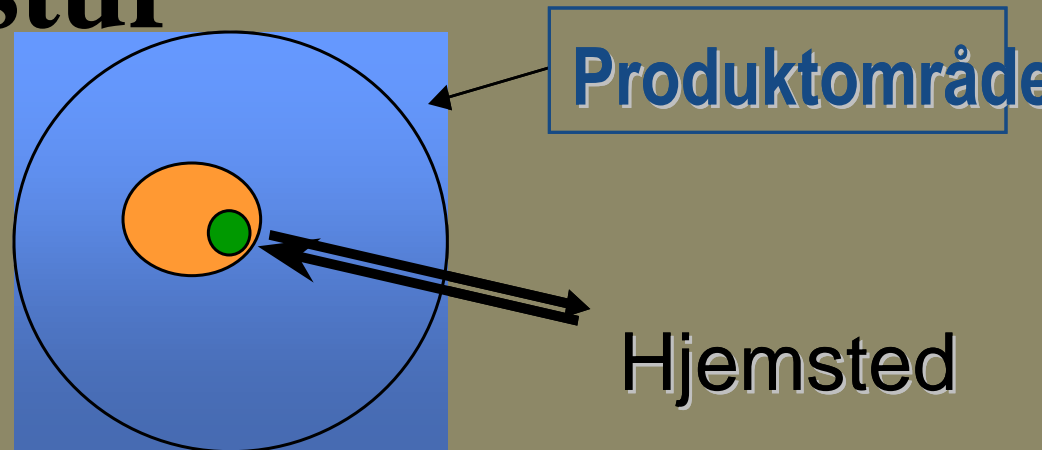


Ligge stille, dagsut-
flukter, selvhushold

Dagstur

Attraksjonskraft,
begrenset tid,
akseptabel
reiseavstand fra
hjem/oppholdssted

Dagstur



Potensial Color Lines Super Speed båter



Fra Hirtshals til Larvik og Kr. Sand på 3-4 timer
Kapasitet til Larvik: 8 000 passasjerer pr dag /
53 Boeing-maskiner

Til Kristiansand: 14 000 passasjerer/dag

Enormt potensial for Kongsbergregionen

Sentrale trender

Individualisering og selvrealisering, reiser uttrykker
”hvem man er”

Nye sosiale nettverk, interessebaserte fellesskap
(stammen)

Helse og sunnhet – helseferier for å forebygge

Polarisering og differensiering – uforutsigbart, rom
for nisjer

Opptatthet av miljøvern, i nye grupper, ordinære
krav om komfort etc.

Fokus på det autentiske – mat, kultur, opplevelser

Poon: sene bestillinger, ”value for Money”, seniorer

en person flere
roller - rom for
et mangfold av
tilbud

Oppsummering så langt

Reiseliv – opplevelsesnæring – besøksnæring-
stedsutvikling. ”Godt for lokalbefolkning, godt for
de tilreisende”

Mange ulike kundegrupper – rom for et mangfold av
tilbud

Gode tilbud krever at det jobbes planmessig både
både på scenen og bak scenen

Sentral lokalisering på Østlandet. Kan fremstå som
viktig reiserute øst-vest. Nye muligheter pga
Color Lines Superspeedbåter.

Hvordan skal regionrådets innsats legges opp?

Regionrådet mandat

**Visjon: Være en
region som
skaper verdier**

Formål

Arbeide for utvikling av regionen gjennom større grad av forpliktende samarbeid

Ivareta interessene til regionen overfor fylket, stat og andre organer på regions-, fylkes- og riksplan

Profilere regionen som et attraktivt boområde, arbeidsmarked og opplevelsesregion

Arbeide for samordning og effektivisering av den kommunale tjenesteproduksjonen i regionen

Utarbeide forslag til strategier for utvikling av regionen der regionen skaper verdier i samspillet teknologi-natur-kultur

Skape arenaer og møteplasser, organisere ulike faglige nettverk og å gjennomføre/delta i/støtte en rekke utviklingsprosjekt.

Regionrådet

Arbeid innen reiseliv og opplevelses næring

Den aktuelle tilnærmingen kan synes være: Understøtte og videreutvikle eksisterende produkt og aktører, identifisere eksisterende fyrtårn – understøtte arbeid for videreutvikling av disse. Arbeide for tilrettelegging for nye produkt og aktører. Utvikle, støtte og legge til rette for organisering av samhandling/arenaer mellom aktører i felles interesse.

Kommunene i regionen skal ha sin aktive rolle knyttet til det å være vertskap og tilrettelegger foreksisterende aktører – og for nyskaping. De ulike kommersielle og «frie» aktører må være de sentrale parter i produktutvikling og markedsføring. Kommunenes vertskaps og tilretteleggerrolle skal søkes være av en slik art at de bidrar til en organisering som støtter både de enkelte lokale «destinasjoner» og regionens samlede attraksjonskraft. Legge opp arbeidet slik at det understøtter og videreutvikler eksisterende produkter og aktører.

Kommunenes tre roller

Premissleverandør

Planer, prioriteringer, planmyndighet – både i og utenfor reiselivsnæringen

Utviklingspartner

Samarbeidspartner finansielt, delta i utviklingsprosjekter, ta ansvar for elementer innen sitt område

Produkteier

grunneier, eier av viktig infrastruktur

Dette betyr:

Regionrådet har selv definert en arbeidsform som stemmer med det kommunene og næringen ønsker:

Understøtte og videreutvikle
Tilrettelegge – dvs også jobbe bak scenen
Skape arenaer og møteplasser

Utfordringen er
å finne den
gode
arbeidsformen

Satsningen

Fokus: utvikle opplevelser i Kongsberg regionen

- ikke gjøre
Kongsbergregionen til
Opplevelsesregionen

Må ivareta:

regionrådet er kommunenes verktøy
samhandling mellom kommuner, private og
andre off virkemiddelaktører
markedsorientering

Hva slags styringsdokument trenger
regionrådet?

Medvirkning

**Finne sin
rolle i forhold
til andre IN
og fylkes
kommunen**

Viktig for regionrådet (og for koordinering opp mot andre virkemiddelaktører)

Tydlig reiselivssatsing: prioriteringer og prinsipper
En viss langsiktighet, men må være dynamisk
Arbeidsform som er ryddig og effektiv

Gjerne både attraksjoner og lignende og infrastruktur /støttetiltak. Hvis konkrete satsninger – må "Noen" må ta ansvar for å foreslå hva som skal prioriteres

Forslag: regionrådet ber kommunene melde inn sine prioriteringer. Peker ut noen representanter som skal lage et forslag til program (kortfattet) .

Eksempel på tiltak

Understøtte og videreutvikle noen fyrtårn.

som kan skape oppmerksomhet og gi ny attraksjonskraft for regionen.

Fellestiltak som bidrar til å styrke konkurranseevnen hos aktørene i regionen:

Statistikk, årlige gjesteundersøkelser på destinasjonene i regionen (for eksempel Kaizens opplegg), Veirydning og skilting (jf etablert prosjekt), RV 40

For faglige nettverk, arenaer og møteplasser - ny kompetanse og innovasjon innen reiseliv og opplevelsesnæring.

årlig konferanse (statistikk, tall, gode eksempler), temanettverk og samarbeidsfora (for eksempel hytteutvikling, nasjonalpark), gjennomføring av kurs i opplevelsesutvikling

Bidra til gjennomføring av tiltak som gir økt konkurransekraft; primært fellestiltak og noen fyrtårn. Ikke jobbe med bedrifts utvikling . Koordinere innsatsen mot Innoovasjon Norge, fylke, fylkesmenn mm

Gjennom føring

Avhenger av hva som skal gjøres.

Prinsipper:

Tilstrekkelig til at det som skal gjøres blir gjort

Men ikke tyngre enn nødvendig

Skal bidra til å gi kraft til det lokale arbeidet, dvs er et mål og ikke noe middel i seg selv

Samordnet næringsapparat ett alternativ som kan vurderes