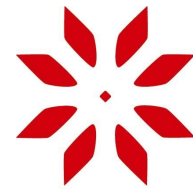




Hardangerrådet iks



Hardanger

STUDIETUR TIL LOFOTEN 08.10-10.10.2018



Mandag 08.10.2018

Ankomst Svolvær og Thon Hotel Lofoten. Middag på hotellet

Me vart svært godt mottekne på hotellet med fantastisk utsikt og nydeleg mat. Ved innsjekk bad dei oss å nyta utsikten når me vakna. Alle hadde flott utsikt og kikkert på rommet .

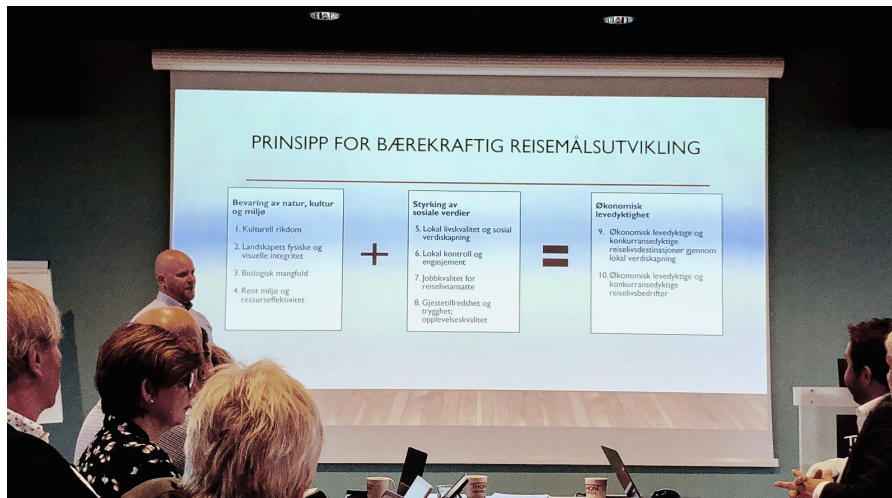
Maten var dei stolte av med rette, den hadde lokalt preg og var veldig god.

Tysdag 09.10.2018 Hardangerrådet i møte med Lofotrådet og Destinasjon Lofoten

Destinasjon Lofoten Vegeir Selboe, marknadsansvarleg og leiar for berekraftsprosjektet.

“Svolvær - norges kuleste småby!” Byen har tilbud som går langt over det ein kan forventa.

Kva er suksessen i Lofoten? Naturgitte forutsetningar - hotel i toppklasse - restaurantar med høg kvalitet - bruk av lokal og ureist mat - rikt tilbud på opplevingar - kulturhus - byar og butikkar - 27 rasteplassar med toalett og avfallshandtering - samferdsel utover normalen - arbeidsplassar og “bulyst” utover normalen.



Været kan absolutt vera “REASON TO GO”.

Historie om Vær : “hadde vi visst at det var så mye vær, så hadde vi kommet lenge før!”

Me må eiga det været me har og bruka det aktivt. **VERTURISME** er ein marknad!

Det me ser som negativt, er ofte store opplevingar for turistar. For mange turistar er **lyset og brytningane** det som er vakkert. Dette gjev oss uante moglegheiter. Kan det at me har marknadsført oss med godt ver, vera årsak til at me har dei utfordringane me har i dag?

Utvikling av Lofoten har vore ein suksess - det er ikkje lenge sidan f.eks hotel som no er heilårsopne var stengt store deler av året. Airb&b - har også positive sider for Lofoten, blandt anna har husverdien auka så mykje at det no svarar seg med nybygging.

Nokre viktige utfordringer er :

- naturslitasje: må ha fokus på å fordela folk
- overturisme - negative avisoverskrifter, men det fortel ikkje sanninga heller....
-

Viktig at ein fordeler turisme i heile Lofoten. Må sørja for at ein får ein spredning på tilboda, og tek heile Lofoten i bruk. Viktig for turistane, naturen, miljøet og viktig for lagkjensla.

Må ha fokus på kommunikasjon

Det som er lett for oss er ikkje det for alle og spesielt ikkje for dei som kjem frå ein annan bakgrunn og naturforståelse uten kunnskap om den norske naturen og været her.

Destinasjon Lofoten skal vera ein samlande faktor.

Destinasjon Lofoten skal vera eit verktøy for utvikling.

Skal ein lukkast med berekraftig utvikling, krev det samarbeid.

Destinasjon Lofoten vil opna opp og slik verta den samlande faktoren. Som medlemmer ynskjer dei alle næringar, foreiningar og kommunane. Slik at dei alle i fellesskap arbeider med lokalt engasjement for utvikling og berekraft i Lofoten. Det er viktig å finna ein inkluderande måte for arbeid og finansiering.

Destinasjon Lofoten skal vera eit verktøy for utvikling. Målet er å kunna tilby:

- ★ kunnskap,

- ★ vera ein nettverks hub
- ★ koordinera forskjellige kunnskap
- ★ arbeida med marknadsføring både som reiskap like mykje som salg
- ★ koordinera all marknadsføring - prøva å laga ein rød tråd for heile Lofoten.
- ★ felles tankar og strategi - for då klarar ein også å samla lokalbefolkningen.

Kva betyr reiselivet for andre næringar i Lofoten?

Etter mange samtalar framstår det tydeleg at bedriftsleiarar ser verdien av måten ein har jobba med Lofoten som destinasjon på. F.eks kan ein no få tak i arbeidskraft fordi folk ynskjer å flytta til Lofoten.

Berekraftsprosjektet er dreve av Destinasjon Lofoten. Dei brukar berekraftsmåla som deira eigne progresjonsmål. Dette er ein kontinuerlig prosess som fylgjer mål og produksjonar. Dette set standarden og skal liggja som grunntanke i alt vidare arbeid.

Samspel mellom Lofotrådet og Destinasjon Lofoten

Korleis arbeider dei med så mange samfunns spørsmål ?

Svar: "Arbeidet er forankra, og ein er klar over at det ikkje kan løysast i eigen struktur, det må vera eit tett og systematisert samarbeid mellom kommunane, Lofotrådet og Destinasjon Lofoten for å få til dette.

Det er kommunane som er det demokratiske organet, her må Destinasjon Lofoten samarbeid meir. Destinasjon Lofoten er der for å betra kommunikasjonen, og vera fasilitator for bransjenettverket. Pr. no er dette samarbeidet ikkje i nærleiken av kva det må bli, for å få til berekraftsmåla.

Veldig viktig at ein ikkje havnar i ein situasjon der der Reiselivet er fragmentert.



Lofoten Regionråd

v/ Eivind Holst, Ordførar i Vågan kommune og rådsordførar i Lofoten, og Randi Lervik, sekretariatsleiar for Lofotrådet.

Eit reiseliv i vekst hjelper landbruket enormt.

Hotella i Svolvær vel å bruka lokalmat og dei fortel historia.

Lofoten som merkevare er svært verdifull. Arbeider kontinuerleg for å styrka denne på mange hald. Lofotrådet arbeider med og driv fram Tørrfiskfestival, det handlar ikkje berre om reiseliv, men om besøk til regionen. Det skal invisterast i 2500 nye hotellsenger i Lofoten, nye hotell er drevne fram av kapitalsterke folk med store nettverk.

MÅL for Lofoten:

“Alle burde koma til Lofoten ein gang i livet” - dette er ei vekstkraft som alle kan nytta godt av.

Utfordringar i reiselivet er :

- mangel på heilårsturisme
- slitasje på natur og kultur
- løysingar for fellesgodefinansiering
- kombinera samfunnsplanlegging i regionen og utvikling av næring
- kombinera med andre næringar

Destinasjon Lofoten skal no endra korleis dei er finansiert. Mål om å bli 600 medlemmer med vesentleg lågare inngang for å vera med. Ein av hovudgrunnane for dårleg samarbeida, har vore at Destinasjon Lofoten har vore avhengig av å driva etter prosjekt for å tena pengar for å eksistera. Det er feil fokus og gjer til at ein ikkje å ser kva som er best for regionen.

Tilflytting: Er me ein attraktiv kommune, så kjem det ungdom til regionen. Om det er tilbakeflytting eller andre ungdommar er like bra. Lofoten er ein god plass å bu og ein god plass å koma til. Reiselivet gjer at det også skjer urbanisering i Svolve. Det er svært positivt.

Lofotrådet er også med i samarbeid med ein internasjonal aktør på reiselivsapp: “icewater”

Viktig å støtta kvarandre kommunane imellom i Lofoten!

Henningsvær

Tur til Trollfjorden vart avlyst pga for høge bølger. I staden gjekk turen heilt utpå piren forbi fiskehjeller og storslagen natur, med Svolve i bakgrunnen.

I Henningsvær, ei lita øybygd med 500 innbyggjarar, har utviklinga vore stor.

Kva var det som bygde suksesse? Trur det har med fokus på å ha det bra, og eit lokalt anti mobbe og verdikampanje.

Her vart me møtt av næringssjef i Vågan kommune, som fortalde om suksessen og livet her.



Onsdag 10.10.2018 Seminar : Lofoten: vegen hit og vidare

Nord Norsk Reiseliv: «Nytt kompass» - utviklingsprosjekt v/ John-Steve Linløyken

- utvikla, markedsføra og tilrettelegging for salg - veldig viktig å ta hensyn til folk

Viktig prinsipp: ALLE VERT BETRE OM EIN DELER. - vedlegg

- ★ Me har hatt mykje fokus på produkt i Norge, men andre land er dyktigare på å få produkt ut av opplevingane.
- ★ Me har hatt produkt fokus men **kva skjer når kunden kjem i fokus?**
- ★ Kva gjer me for å tiltrekkja oss dei rette kundane?
- ★ STRATEGISK KOMPASS - hjelper oss å tenke **motivasjon** for ei reise.

NB! Veldig viktig at politikarar legg til rette for utvikling som er berekraftig.

Lofotenmat SA v/ Anne Karien Ståle

Matnettverk i Lofoten: Historia – samarbeidet – utviklinga – suksessen.

“Når du er i Lofoten vil du alltid oppleve smaken av regionen”

Dei profilerar Lofoten som matregion, bidreg til auka verdiskaping og marknadførar dei lokale produkta.



Nordland fylkeskommune: Besøksforvaltningsprosjekt v/ Hanne Lykkja

Korleis gjera lokalsamfunnet i stand til å ta imot mange besøkjande?

Besøksforvaltning er “visitor management”, tema med lang erfaring i andre land
Besøksforvaltning er samfunnsplanlegging og MÅL er å ta vare på ressursane og skapa verdiar lokalt gjennom kunnskap, tilrettelegging og berekraftig utvikling.

Forankring er særst viktig for å få det til. Derfor er kommunikasjon og involvering viktige bitar i dette arbeidet.

Korleis skal me bruka turistane for å utvikla vårt område?

- føredrag med internasjonale på nett
- Elisabeth Bucket har skreve om overtutisme - og det er politikarane som må gjera noko for å styra det.

Kva skal reiselivet gjera for besøksforvaltning:: Her må det vera motivasjon bak.

Tenk på forskjell mellom governance og government

Ufatteleg viktig at forvaltning ikkje vert lagt berre til planavdeling, men at forvaltningen vert del av ALT og ALLE.

Eksempel: **Asker kommune** har arbeidd med Unesco sine berekraftsmål - resultatet vart ein kjempegod måte å arbeida innovativt på, og slik utviklar dei berekraft hjå seg.

Begrensningar. Fram til no har det ikkje vore naudsynt, men no kjem det så mange turistar og det er dei flottaste stadane som fyrst vert belasta. Her må me ha fokus og det er politikarane som må ta føring.

Forslag: Leig inn føredraget: "10 måtar å mislykkast å bygga stiar på."

Korleis lukkast me og korleis gjer me det? Korleis få til samarbeid?

Forskjell på før og no: **I framtida må me jobba saman!**

Lofoten - på veg mot eit berekraftig reisemål. Vegen hit og vidare v/ Vegeir Selboe
Reiseliv går tett på mat, kultur, vern og berekraft.

Når me snakkar berekraft, vert reiseliv stadsutvikling, og ikkje berre å driva eit hotel eller anna reiselivsbedrift.

No i gang med å kartlegga infrastruktur i reiselivet i Lofoten.

Kven driv den lokale turistinformasjonen? er det butikkane?, taxiane? hotella? utleigarane?

Opplevingsturismen? Ynskjer alle med , for dette er navet no.

Destinasjon Lofoten har no 3 store samarbeidsprosjekt:

- ★ Berekraftig reisemål Lofoten
- ★ Besøksforvaltning
- ★ Jakten på Lofoten

Som destinasjonsselskap må dei finna seg ein ny forretningsmodell, og det arbeider dei med. Hovudtanken er at som destinasjonsselskap skal dei opna alle sluser og retta arbeidet mot det dei skal skapa: **Kva er best for Lofoten ?**

- grunntanken er å vera ein koordinerande kraft
- arbeida med marknadsføring +politisk + koordinering og vera eit intranett
- viktig : marknadsføring er kommunikasjon internt og eksternt
- grunnfinansiering: mål om frivillig fellesfinansiering
- har eit lokalt ansvar for fellesmål

