

# Bærekraftige opplevelsesnæringer i Hedmark

Regional plan for opplevelsesnæringene i Hedmark (2012 - 2019)



**HEDMARK**  
FYLKESKOMMUNE

# Forord

Regional plan for opplevelsesnæringene i Hedmark ble vedtatt av fylkestinget i september 2011. Planen med årlige handlingsprogram er et felles strategisk verktøy for utviklingen innen opplevelsesnæringene i fylket frem mot 2019. Målet er ytterligere utvikling og bærekraftig verdiskaping hos opplevelsesnæringene i Hedmark.

Mye har skjedd siden planen først ble vedtatt i 2011. Blant annet har vi fått en ny nasjonal reiselivsstrategi og en ny regjering som gir endrede føringer for arbeidet med den regionale planen. Det jobbes nasjonalt og regionalt med å finne en helhetlig og effektiv organisering av reiselivsnæringen, som ivaretar viktige fellesoppgaver og interesser for næringen. Vi ser samtidig at skreddersydde opplevelser hvor den besøkende/kunden er med å skape innholdet i reiselivsproduktet fortsetter å være i fokus.

Bedrifter, virksomheter og andre interessenter har siden 2009 vært involvert i utarbeiding og gjennomføring av planen gjennom årlige hørings- og innspillrunder, prosjekt - og referansegrupper, samlinger og dialogmøter. Partnerskap for opplevelsesnæring i Hedmark, som ledes av fylkeskommunen, er styringsgruppe for arbeidet.

Planen er rullert våren 2014. Med rulleringen har Hedmark fått en regional plan for opplevelsesnæringene som er oppdatert til dagens situasjon. Den kontinuerlige utviklingen innen næringen søkes møtt gjennom tilpassing av de årlige handlingsprogrammene for planen.

Hedmark fylkeskommune og Partnerskap for opplevelsesnæring i Hedmark vil fortsette dette samarbeidet med bedrifter, destinasjonsselskap, kommuner, næring og andre interessenter for å nå målet med planen frem mot 2019. Vi benytter anledningen til å takke alle som har deltatt og deltager i arbeidet med å utvikle Hedmarks opplevelsesnæring!



*Per-Gunnar Sween*  
Fylkesrådsleder





## Sammendrag

Hedmark Fylkesting besluttet i 2009 at Fylkesdelplan for reiseliv 2005-2008 (10) skulle erstattes med en regional plan for opplevelsesnæringene i Hedmark. Hensikten var å hente ut synergier gjennom å legge til rette for økt samarbeid mellom reiselivsnæringen og andre næringer og sektorer med betydning for verdiskapingen i den besøksrettede delen av fylkets næringsliv.

Hedmark har gode natur- og kulturgitte forutsetninger for å utvikle flere attraktive opplevelser som vil kunne trekke flere betalingsvillige besøkende til området. Fylket har gunstig lokalisering i forhold til store befolkningskonsentrasjoner. Det har sterke kompetansemiljøer innen f.eks. digitale medier og IKT, musikk og arrangement. Fylket har også en reiselivsnæring som er en viktig ressurs og aktør innen opplevelsesutvikling, og som har behov for og kapasitet til å ta i mot flere gjester enn i dag.

Hedmark har imidlertid de samme næringsmessige utfordringer som andre fylker i Norge når det gjelder sesongsvingninger, lønnsomhet, småbedriftsstruktur, rekruttering og utvikling av kompetansen i næringene. Avgjørende for om opplevelsestilbudet i fylket blir attraktivt og økonomisk drivverdig ligger i videreføringen av opplevelsestilbudet, i møtet med kunden.

Ambisjonen med planen er at utvikling av opplevelsestilbudet i Hedmark vil gi økte inntekter, jobbmuligheter og stabile arbeidsplasser for opplevelsesnæringene i fylket. Gjennomføring av planen skal bidra til å øke Hedmarks attraktivitet som besøksmål, og som bo- og arbeidsregion. Et bærende premiss for planen er at utviklingen skal være bærekraftig, dvs. at den skal ivareta hensyn til natur, kultur, miljø, lokalsamfunn og økonomi.





Det er gjennomgående behov for å fokusere på profesjonalisering, kompetanse og lønnsomhet i opplevelsesnæringene i fylket. Innovasjonsgraden må økes, noe som gjør det nødvendig med samarbeid, å jobbe mer kunnskapsbasert og å ta i bruk Hedmarks ressurser i utviklingen. Forutsetning for en god utvikling innen opplevelsesnæringene er også samarbeid om en helhetlig og hensiktsmessig reiselivsorganisering.

Planen legger vekt på potensialet for verdiskaping, og prioriterer ikke enkelte regioner eller aktører fremfor andre. Planen gjelder for perioden 2012-2019 og følges opp av årlige handlingsprogram med konkretiserte tiltak. Planens mål, prioriterte innsatsområder og strategier er illustrert under.

| Oversikt: Mål, satsingsområder og strategier for planen |                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                     |
|---------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Hovedmål og delmål:                                     | Økt og bærekraftig verdiskaping i opplevelsesnæringene i Hedmark gjennom: <ul style="list-style-type: none"><li>• Bærekraftig utvikling</li><li>• Attraktive og synlige opplevelser</li><li>• Økonomisk robuste næringsaktører</li></ul>                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                     |
| Prioriterte innsatsområder basert på delmålene:         | Kunnskapsbasert og bærekraftig utvikling og innovasjon                                                                                                                                                                                                                                 | Samarbeid om utvikling av attraktive, synlige og helhetlige opplevelsestilbud                                                                                                                                                                                                                                               | Samarbeid om helhetlig og hensiktsmessig organisering                                                                                                               |
| Strategier:                                             | <p>Øke aktørenes kompetanse og markedskunnskap for å sikre innovasjon, utvikling, bærekraft og lønnsomhet i næringen</p> <p>Skape møteplasser for kunnskapsdeling og innovasjon mellom aktører i opplevelsesnæringene og andre næringer, forskere, høyskoler og offentlige aktører</p> | <p>Økt fokus på samarbeid om helhetlig opplevelsesutvikling i nettverk/klynger</p> <p>Økt fokus på samarbeid om pakking, salg og målretting innen prioriterte tema; fiske, sykkel, vandring, langrenn</p> <p>Utvikle reisemålene som arena for gode opplevelser, herunder infrastruktur, fellesgoder og tilgjengelighet</p> | <p>Aktiv deltakelse i overordnet strukturprosjekt på organisering av reiselivet</p> <p>Bidra til en helhetlig og hensiktsmessig reiselivsorganisering i Hedmark</p> |

# Innholdsfortegnelse

|                                                                                           |                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| <b>Sammendrag .....</b>                                                                   | <b>2</b>             |
| <b>1.Rammer og forutsetninger .....</b>                                                   | <b>5</b>             |
| 1.1. Planens virkeområde .....                                                            | 5                    |
| 1.2. Mål for planen.....                                                                  | 5                    |
| 1.3. Nasjonale føringer .....                                                             | 6                    |
| 1.4. Målgruppe .....                                                                      | 6                    |
| 1.5. Gjennomføring av planen.....                                                         | 7                    |
| 1.6. Effektmåling og evaluering av planen .....                                           | 8                    |
| <b>2. Strategi for utvikling av bærekraftige opplevelsesnæringer i Hedmark.....</b>       | <b>9</b>             |
| 2.1 Prioriterte innsatsområder og strategier .....                                        | 9                    |
| 2.1.1 Kunnskapsbasert og bærekraftig utvikling og innovasjon .....                        | 10                   |
| 2.1.2 Samarbeid om utvikling av attraktive, synlige og helhetlige opplevelsestilbud ..... | 11                   |
| 2.1.3 Samarbeid om helhetlig og hensiktsmessig organisering .....                         | 14                   |
| <b>3. Bakgrunnskapittel .....</b>                                                         | <b>15</b>            |
| 3.1. Bærekraftig utvikling som en bærende premiss for planen.....                         | 15                   |
| 3.2. Verdiskapingen i opplevelsesnæringene i Hedmark.....                                 | 18                   |
| 3.3. Utfordringer for opplevelsesnæringene i Hedmark .....                                | 20                   |
| 3.4. Ressurser for utvikling av bærekraftige opplevelser i Hedmark.....                   | 21                   |
| <b>Kilder.....</b>                                                                        | <b>28</b>            |
| <b>Vedlegg .....</b>                                                                      | <b>28</b>            |
| Vedlegg 1: Rolle - og ansvarsdeling i opplevelsesnæringene i Hedmark .....                | 29                   |
| Vedlegg 2: Næringsgrupper som inngår i Opplevelsesnæringene i Hedmark.....                | 31                   |
| Vedlegg 3: Organisering av arbeidet med rullering av planen .....                         | 32                   |
| <b>Vedlegg 4 – Ressurser for utvikling av bærekraftige opplevelser i Hedmark .....</b>    | <b>se eget hefte</b> |



# 1. Rammer og forutsetninger

I dette kapitlet beskrives mål og rammer for den regionale planen.

## 1.1. Planens virkeområde

Regional plan for opplevelsesnæringene i Hedmark (2012-2019) gjelder for hele fylket og er avgrenset til temaet opplevelsesnæring.

Opplevelsesnæringene<sup>1</sup> i Hedmark omfatter aktører innen bransjer som kultur- og utmarksbaserte opplevelser, reiseliv og kulturarv, overnatting og servering, spill, film og digitale medieprodusenter, arrangementer og festivaler, og matkultur. Gjennom å se disse bransjene i sammenheng er ambisjonen å legge til rette for nye måter å samarbeide på, og hente ut synergier på tvers av næringene.

Planen er retningsgivende for regional, kommunal og statlig planlegging og virksomhet i fylket<sup>2</sup>.

Planen gjelder for perioden 2012-2019. Den følges opp av årlige handlingsprogram med tiltak<sup>3</sup>.

## 1.2. Mål for planen

Overordnet mål for den regionale planen er å legge til rette for:

*«Økt og bærekraftig verdiskaping i opplevelsesnæringene i Hedmark»*

Hovedmålet er presisert i delmålene:

- Legge grunnlaget for en bærekraftig utvikling
- Utvikle flere og mer attraktive og synlige opplevelser
- Bidra til å utvikle økonomisk robuste næringsaktører

Arbeidet med å øke Hedmarks attraktivitet som besøksmål, skal også bidra til at fylket blir mer attraktivt som bo- og arbeidsregion.



### 1.3. Nasjonale føringer

Det er kommet en rekke stortingsmeldinger de siste årene med relevans for den regionale planen. Her velger vi å trekke frem den nasjonale reiselivsstrategien «Destinasjon Norge» fra 2012. Målene for reiselivsstrategien er:

1. Økt **verdiskaping og produktivitet** i reiselivsnæringen
2. Flere **helårs arbeidsplasser** og mer **solide bedrifter**, særlig i distrikts-Norge.
3. Flere **unike og kvalitativt gode opplevelser** som tiltrekker seg flere gjester med høy betalingsvillighet.

Målene skal nås gjennom en langsiktig og effektiv satsing på reiselivsnæringen, satsing på bærekraftig utvikling og økt samarbeid. Utviklingen av Norge som et bærekraftig reisemål er en forutsetning for den nasjonale politikken overfor reiselivsnæringen<sup>4</sup>.

### 1.4. Målgruppe

Planen retter seg mot aktører som lever av å utvikle, levere og selge besøksbaserte opplevelser i Hedmark. Dette inkluderer enkeltbedrifter, institusjoner, klynger/bedriftsnettverk og destinasjonsselskaper. Planen legger opp til mulighet for verdiskaping både for små og store aktører i næringen, og prioriterer ikke spesifikke regioner fremfor andre.

Aktører som ikke baserer sin virksomhet på direkte besøk, kan være viktige samarbeidspartnere og avgjørende for å utvikle konkurransekraftige tilbud i den besøksbaserte delen.

For aktører som ikke regner seg som næring i den forstand at økonomisk inntjening ikke er deres primære formål (som for eksempel museer), kan planen likevel være relevant for deler av virksomheten.





## 1.5. Gjennomføring av planen

### Samarbeid om gjennomføring

God dialog og samarbeid mellom det offentlige virkemiddelapparatet og opplevelsesnæringene i Hedmark er sentralt for gjennomføring av planen. Samarbeidet kan være mellom bedrifter i nettverk, kulturinstitusjoner, etablerte destinasjonsselskap i Hedmark, offentlige virkemiddelaktører, forsknings- og kunnskapsaktører, og andre relevante aktører i Hedmark og utenfor fylket.

De årlige handlingsprogrammene til den regionale planen er å se på som samarbeidsprogram, noe som forutsetter at flere aktører går sammen om gjennomføringen av tiltak. Disse forankres i gjensidig forpliktende partnerskapsavtaler og/eller prosjektplaner der det er aktuelt.

### Oppgaver og ansvar i utviklingen av opplevelsesnæringene

Utgangspunktet for planen er at opplevelsesnæringene består av selvstendige aktører med ansvar for egen utvikling og egen lønnsomhet. Markeds- og driftsmessige prioriteringer er næringenes eget ansvar. Det offentlige kan være viktige samarbeidspartnere i utviklingen av næringene.

Se vedlegg 1 til planen for nærmere oversikt over ansvar og oppgaver for ulike aktører som jobber for/med utvikling av opplevelsesnæringene, inkl. det offentlige virkemiddelapparatet.



### Partnerskap for opplevelsesnæringer i Hedmark

Partnerskap for opplevelsesnæringer i Hedmark<sup>5</sup> ledes av Hedmark fylkeskommune og består av Innovasjon Norge Hedmark, Fylkesmannen i Hedmark, NHO Innlandet, Statens vegvesen, og Hedmarks fire regionråd ved siden av Hedmark fylkeskommune. Kommunene i Hedmark er representert via regionrådene.

Partnerskapet er en samarbeidsarena for koordinering av virkemiddelapparat som jobber for utvikling av opplevelsesnæringene i Hedmark. Partnerskapet (jfr. partnerskapsavtale) er ikke et regionspesifikt organ, men dekker hele fylket.

Den regionale planen forplikter partnerskapet til å sette opplevelsesnæringenes behov i fokus, og bidra til finne felles løsninger på felles utfordringer for opplevelsesnæringen i fylket. Partnerskapet er styringsgruppe for planen og rullering av handlingsprogram, og inviterer næringsaktørene til dialog i forbindelse med årlig rulleringen av handlingsprogram og ved arbeid med spesifikke tiltak<sup>6</sup>.

Hedmark fylkeskommune er eier av planen, og Fylkesrådet er vedtaksmyndighet for handlingsprogrammene.

### 1.6. Effektmåling og evaluering av planen

Målet for den regionale planen er økt og bærekraftig verdiskaping. For å gi et bilde av utviklingen er det gjennomført en nullpunktsanalyse av verdiskapingen og ringvirkningene i opplevelsesnæringene i Hedmark (2012 tall). Hovedpunkter fra analysen oppsummeres på i kapittel 3 i planen.

Gjennomføring av en tilsvarende analyse etter planperiodens utløp vil kunne gi et bilde av utviklingen av verdiskapingen i planperioden 2012-2019. Det kan være vanskelig å påvise direkte koblinger mellom langsiktig samarbeid og utviklingstiltak, og verdiskapingen i næringene, da mye avhenger av eksterne faktorer. Forhåpentligvis vil en allikevel kunne se en positiv utvikling i planperioden.



## 2. Strategi for utvikling av bærekraftige opplevelsesnæringer i Hedmark

I dette kapitlet presenteres prioriterte innsatsområder og strategier som er valgt for å bidra til den ønskede utviklingen i Hedmarks opplevelsesnæringer. De prioriterte innsatsområdene er knyttet direkte opp mot delmålene i planen (se oversikt side 5).

### 2.1 Prioriterte innsatsområder og strategier

For å nå målene for planen er det nødvendig å utvikle næringsaspektet innen opplevelsesnæringene. Det betyr fokus på kvalitet, profesjonalisering, bærekraft og lønnsomhet i bedrifter og enkeltmannsforetak. Innovasjonsgraden i næringen må samtidig økes dersom en skal få til attraktive og synlige opplevelser. Dette forutsetter at bedriftene evner til å ta til seg og benytte eksisterende kunnskap, og utvikler ny relevant kunnskap som basis for utviklingen av tilbudet. Kunnskapsinnhenting - og deling gjøres enklere i nettverk og samspill med andre aktører.

Samarbeidet kan både være mellom aktørene innad i opplevelsesnæringene og mellom opplevelsesnæringene og FoU-miljøer og andre bransjer. Offentlige aktører vil også spille en viktig rolle som premissleverandører og utviklingsaktører.

Samarbeid/samhandling, lokalt engasjement, tilhørighet, nettverk, tillit og etikk er viktige element i enhver utvikling med fokus på langsiktighet og økonomisk robusthet. Målet om bærekraftig utvikling og flere og mer attraktive opplevelser gjør det viktig å ta i bruk og bygge på lokale ressurser. Dette ligger til grunn også for arbeidet innen de tre prioriterte innsatsområdene i planen:

Innsatsområdene med strategier skal gi retning for arbeidet fram mot 2019. De konkretiseres i årlige handlingsprogram.

| Innsatsområder                                         |                                                                               |                                                       |
|--------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| Kunnskapsbasert og bærekraftig utvikling og innovasjon | Samarbeid om utvikling av attraktive, synlige og helhetlige opplevelsestilbud | Samarbeid om helhetlig og hensiktsmessig organisering |

### 2.1.1 Kunnskapsbasert og bærekraftig utvikling og innovasjon

#### Strategier:

- Øke aktørenes kompetanse og markedskunnskap for å sikre innovasjon, utvikling, bærekraft og lønnsomhet i næringen
- Skape møteplasser for kunnskapsdeling og innovasjon mellom aktører i opplevelsesnæringene og andre næringer, forskere, høyskoler og offentlige aktører

Økonomisk verdiskaping innebærer de inntekter virksomheter genererer ved salg av opplevelsesbaserte produkter og - tjenester, minus de kostnader og utgifter som investeres i produksjonen til lønn mm. For å øke verdiskapingen må det skapes nye inntekter til aktørene i opplevelsesnæringene. Dette kan for eksempel gjøres gjennom å øke antall besøkende som kommer utenfra til fylket, løse driftsoppgavene mer effektivt eller på nye måter, skape gjensalg, eller kapre de kundene som er villige til å betale mer for opplevelsestilbudet. For å øke lønnsomheten hos aktørene i Hedmarks opplevelsesnæringer er det avgjørende å tilføre den kompetanse og støtte som kan bidra til at virksomhetene kan utvikle kvaliteten på tilbudet sitt.

Mer kunnskap om forutsetningene og mulighetene for bedret lønnsomhet og flere levedyktige bedrifter i opplevelsesnæringene i fylket er grunnleggende viktig. En bærekraftig utvikling av opplevelsesnæringene i Hedmark handler også om å sikre gode, helårige arbeidsplasser i næringen, og sikre evne til å tenke og ivareta en langsiktig og stabil virksomhet for bedriftene.



For å støtte aktørene i opplevelsesnæringene i Hedmark i å bli gode til å vurdere bærekraftperspektivet i sin virksomhet, og være med på gjennomføringen av både nasjonale og regionale mål om bærekraftig utvikling, vektlegger planen at alle aktører i Hedmark, både offentlige og private, får et forhold til bærekraftbegrepet slik at de selv kan finne balanserte løsninger og ivareta bærekraftperspektivet.

Hedmark har relativt få sertifiserte bedrifter i den frem møtebaserte opplevelsesnæringen. Det er en ambisjon for planen at andelen sertifiserte virksomheter økes betraktelig. Du kan lese mer om bærekraft i kapittel 3.

I bedriftsnettverk og næringsklynger ser en at samarbeid mellom private aktører, det offentlige, forsknings- og andre



kompetansemiljøer stimulerer til innovasjon og utvikling. Erfaringen er at private aktører bidrar med den praktiske operative erfaringen, forsknings – og kompetansemiljøene som høyskole og forskningsinstitusjoner m.m. kan bidra til å sikre relevant kunnskap, mens offentlige aktører fremstår som premissleverandører og utviklingspartnere.

En slik samarbeidsform er også hensiktsmessig for å øke verdiskapingen i opplevelsesnæringen i Hedmark. Å bygge tillit og redusere barrierer mellom næringen og FoU-miljø vil være et sentralt element for å realisere dette.

Kompetanseutvikling handler også om riktig rekruttering til bedriftene, og drive kompetanseheving av egne ansatte. I Hedmark og Innlandet har vi en rekke aktører som kan bidra til kunnskapsbasert utvikling av opplevelsesnæringene i Hedmark, det gjelder kunnskapsparker, næringshager og høgskoler og andre fagtilbud. 1-linjetjenesten i kommunene har en viktig rolle lokalt for å koble bedrifter og etablerere mot de ulike kompetansemiljøene.

I fylket finnes det også offentlige virkemidler tilgjengelig for mobilisering til forskning, bygge tillit og redusere barrierer mellom FoU-miljø og brukere. For en oversikt over relevante virkemiddelaktører, se vedlegg 1 til planen.



### 2.1.2 Samarbeid om utvikling av attraktive, synlige og helhetlige opplevelsestilbud

#### Strategier:

- Økt fokus på samarbeid om helhetlig opplevelsesutvikling i nettverk/klynger
- Økt fokus på samarbeid om pakking, salg og målretting mot ulike segmenter innen prioriterte tema; fiske, sykkel, vandring, langrenn
- Utvikle reisemålene som arena for gode opplevelser, herunder infrastruktur, fellesgoder og tilgjengelighet

Helhetlige og bærekraftige reiselivsprodukter etterspørres i større grad enn enkeltaktører kan tilby. Det stiller krav til nye måter å tenke og utvikle opplevelser og reisemål på.

Det er et mål for Hedmark å bruke vår unike natur og kultur til å skape opplevelsestilbud som oppnår høy pris i et nasjonalt og internasjonalt marked og som kan trekke flere besøkende til fylket<sup>7</sup>.

Det er videreføringen som avgjør om tilbudet blir attraktivt for gjesten, økonomisk drivverdig og om det blir bærekraftig i forhold til natur og lokalsamfunn. Du kan lese mer om ressurser for utvikling av Hedmarks opplevelser i kapittel 3 i planen.

For at en skal lykkes med opplevelsesutviklingen er det helt avgjørende for bedriftene å kjenne og forstå sine kunders preferanser og behov. Kundens opplevelser i Hedmark kan knyttes til både opplevelsestilbud, attraksjoner, arrangement og reisemål.

Moderne opplevelsesutvikling krever både kompetanse, utviklingsevne, dynamikk og langsiktighet. Det krever mye av bedriftene, og ikke minst krever det at man vet hvem opplevelsen skal utvikles for. Dette forutsetter også at det etableres rutiner og nettverk for kobling og kontakt mellom de ulike aktørene, både kommersielle og ikke-kommersielle.

Samarbeid i klynger eller nettverk er hensiktsmessig for å få til en mer effektiv kunnskapsdeling, som igjen er en forutsetning for utvikling og innovasjon. Små bedrifter og enkeltmannsforetak har ofte ikke kapasitet til å ta ansvar for større koordineringsprosjekter, men kan gå sammen med interesseorganisasjoner, destinasjonsselskap eller bedriftsnettverk om utviklingsprosjekter.

Moderne teknologi gjør også at små bedrifter kan gå direkte ut i markedet. Å få til et godt samarbeid med IKT-miljøene i regionen er svært viktig både for utnyttning av IKT-mulighetene for næringslivet, inkludert opplevelsesnæringene. Aktører som er tilknyttet større reisemål vil ofte ha et fortrinn fordi de er nær et allerede etablert kundegrunnlag.

Det finnes flere virkemiddelaktører med virkemidler for denne type initiativ, for eksempel Innovasjon Norge, Regionale forskningsfond og VRI Innlandet. Samtlige har midler til bedrifts- og bedriftsnettverksprosjekter i ulike stadier, innkjøp av FoU-kompetanse mm. Opplevelsesnæringene behandles på samme måte som øvrige næringsliv i denne type prosesser.

For å befeste Hedmarks opplevelsesnæringers posisjon, er det også viktig at det utvikles flere produkter som er klare for markedsføring. Hedmarks nærhet til store markeder gir potensial for å jobbe mer med salg og distribusjon. Det krever samarbeid og at det jobbes målrettet innenfor utvalgte produktområder.

Partnerskap for opplevelsesnæringer i Hedmark har etter diskusjon med destinasjonsselskapene valgt å løfte frem temabasert produktutvikling som et prioritert satsingsområde i perioden 2014-2019. Med utgangspunkt i satsingen som pågår i fylket, og naturressursene vi har, er det grunn til å tro at vi kan utvikle flere lønnsomme produkter innenfor fire prioriterte tema, sykkel, langrenn, fiske og vandring.

Partnerskapets oppgave er å støtte opp om gode initiativ som har utspring i allianser og nettverk, slik at opplevelsesnæringen er beredt til å ta sin plass i et større samarbeid. For å oppnå økt verdiskaping må opplevelsene være lett tilgjengelige for kundene.

God tilgjengelighet handler også om skilting både til og på reisemålet, merking, tilrettelegging av naturområder m.m., og å få flere synlige og attraktive opplevelser ut i markedet gjennom utnyttelse av moderne teknologi og digitale løsninger. Tilrettelegging for reisen innad i fylket i seg selv kan bidra til å berike besøksopplevelsen i Hedmark. Dette innebærer god infrastruktur, god bredbåndsdekning, gode transportløsninger og god fysisk tilgjengelighet.





Hedmark har en gunstig lokalisering, nær store markeder rundt Oslofjorden, Mjøsa og i Trøndelag, og tilgrensende regioner på svensk side. Transport inn/ut og internt i fylket og over landegrensen er viktig, samt fortsatt prioritering i utvikling av veistandarden i fylket. Enkle og raske løsninger for å forflytte seg til og fra Oslo og Gardermoen og andre inngangsporter til fylket er avgjørende for at opplevelsene skal være konkurransedyktige.

Reisemåte i fylket kan være privatbil, kollektivtransport, sykkel eller gange. Offentlige aktører har en viktig rolle som støttespiller, premissleverandør og som tilrettelegger av viktig infrastruktur. Godt samarbeid med de ulike samferdselsaktører om felles mål er viktig for tilgjengeligheten. Utvikling av gode opplevelser handler om å sørge for trygge, tilfredsstillende og berikende opplevelser for alle turister uavhengig av kjønn, rase, funksjonshemninger eller andre faktorer. Hedmarks innbyggere er også en viktig målgruppe for opplevelsestilbudet i fylket.

Hedmarkingene vil også kunne bidra til økt entusiasme og lokal identitet, noe som er en verdi i seg selv og kan bidra til ytterligere utvikling i fylket. Tilrettelegging for fellesgoder og det offentlige tilbudet til lokalbefolkningen kan også være et viktig bidrag for helhetlig utvikling av reisemål i fylket. Gode modeller for fellesgodefinansiering er også avgjørende for langsiktig konkurransekraft, særlig på destinasjonene.





### 2.1.3 Samarbeid om helhetlig og hensiktsmessig organisering

#### Strategier:

- Aktiv deltakelse i overordnet strukturprosjekt på organisering av reiselivet
- Bidra til en helhetlig og hensiktsmessig reiselivsorganisering i Hedmark

Nasjonalt jobbes det med å utvikle en organisering basert på landsdels/regionselskaper. Arbeidet startet opp med utgangspunkt i den nasjonale reiselivsstrategien «Destinasjon Norge». En strukturering av reiselivsorganiseringen vil ha betydning for næringen i Hedmark.

Strukturen skal betjene reiselivsnæringens aktører bedre, gjennom at offentlige virkemiddelinnsetts skal bli mer effektiv, og bidra til økt lønnsomhet i næringen.

Forutsetning for en god utvikling innen opplevelsesnæringene er samarbeid om en helhetlig og hensiktsmessig reiselivsorganisering. Arbeidet med ny reiselivsstruktur vil legge premiser for organiseringen av reiselivet i Hedmark fremover.

Hedmark fylkeskommune og partnerskap for opplevelsesnæringene vil bidra til å posisjonere reiselivet i Hedmark i prosessene som foregår rundt organisering, både nasjonalt og i Hedmark.

I arbeidet samarbeides det med de etablerte destinasjonselskapene og bedriftene i Hedmark, samt andre relevante aktører fra opplevelsesnæringene i fylket.

## 3. Bakgrunnskapittel

### 3.1. Bærekraftig utvikling som en bærende premiss for planen

Bærekraftig utvikling er en bærende premiss for planen<sup>8</sup>. I det ligger at natur, kultur, miljø og sosiale verdier må ivaretas for at langsiktig økonomisk verdiskaping skal oppnås. Det innebærer å legge til rette for levedyktige lokalsamfunn, gode og stabile arbeidsplasser og økonomisk levedyktige reiselivsbedrifter, samtidig som miljøperspektivet ivaretas. Reiselivsstrategien «Destinasjon Norge» setter også utvikling av Norge som et bærekraftig reisemål som en forutsetning for regjeringens politikk overfor reiselivsnæringen.

Det stilles stadig oftere krav fra kundene og omgivelsene til bedriftene og tilbydere av opplevelser, om å dokumentere bærekraft. Globalt er bærekraftig reiseliv, eller «sustainable tourism», et sterkt voksende fenomen. Målgruppen som ønsker å reise grønt er både lønnsomt og voksende. At bedrifter og destinasjoner investerer i miljømerking er dermed ikke bare en innsats for miljøet, men også en investering i egen fremtid.

Erfaringer fra enkeltaktører er at mer bærekraftig drift også kan bidra til økt opplevelseskvalitet, noe som igjen er positivt for verdiskapingen i bedriften. Det å jobbe med bærekraft og opplevelsesutvikling parallelt er krevende, men vil også kunne gi synergier.

Hedmarks innbyggere er også en viktig målgruppe for opplevelsestilbudet i fylket. Utvikling av gode opplevelser til hedmarkingene vil også kunne bidra til økt entusiasme

og lokal identitet, noe som er en verdi i seg selv og kan bidra til ytterligere utvikling i fylket.

Tilrettelegging for fellesgoder og det offentlige tilbudet til lokalbefolkningen kan samtidig være et viktig bidrag for bærekraftig og helhetlig utvikling av reisemål i fylket.

De 10 prinsippene skissert i tabellen på neste side er retningsgivende for det nasjonale arbeidet med bærekraft i reiselivet, og for utviklingen av opplevelsesnæringene i Hedmark.

For å støtte aktørene i opplevelsesnæringene i Hedmark i å bli gode til å vurdere bærekraftperspektivet i sin virksomhet, og være med på gjennomføringen av både nasjonale og regionale mål om bærekraftig utvikling, vektlegger planen at alle aktører i Hedmark, både offentlige og private, får et forhold til bærekraftbegrepet slik at de selv kan finne balanserte løsninger og ivareta bærekraftperspektivet.





## Tre tema og ti prinsipper for bærekraft: World Tourism Organization (UNWTO)

### Bevaring av natur, kultur og miljø:

1. Kulturell rikdom: Respektere, videreutvikle og fremheve lokalsamfunnets historiske kulturarv, autentiske kultur, tradisjoner og særpreg.
2. Landskapets fysiske og visuelle integritet: Bevare og videreutvikle landskapskvaliteter, både for by og bygd, slik at landskapets fysiske og visuelle integritet ikke degraderes.
3. Biologisk mangfold: Støtte bevaringen av naturområder, dyreliv og habitater, og å minimere ødeleggelser av disse.
4. Rent miljø og ressurseffektivitet: Minimere reiselivsbedrifters og turistenes forurensning av luft, vann og land (inkl. støy), samt og minimere genereringen av deres avfall og forbruk av knappe og ikke-fornybare ressurser.

### Styrking av sosiale verdier:

5. Lokal livskvalitet og sosiale verdier: Bevare og styrke livskvaliteten i lokalsamfunnet, inkl. sosiale strukturer, tilgang til ressurser, fasiliteter og fellesgoder for alle, samt unngå enhver form for sosial degradering og utnyttning.
6. Lokal kontroll og engasjement: Engasjere og gi kraft til lokalsamfunnet og lokale interessenter mht. planlegging, beslutningstaking og utvikling av lokalt reiseliv.
7. Jobbkvalitet for reiselivsansatte: Styrke kvaliteten på reiselivsjobber (direkte og indirekte), inkl. lønnsnivå og arbeidsforhold uten diskriminering ut fra kjønn, rase, funksjonshemninger eller andre faktorer.
8. Gjestetilfredshet, trygghet og opplevelseskvalitet  
Å sørge for trygge, tilfredsstillende og berikende opplevelser for alle turister uavhengig av kjønn, rase, funksjonshemninger eller andre faktorer.

### Økonomisk levedyktighet:

9. Økonomisk levedyktige og konkurransedyktige reiselivsdestinasjoner gjennom lokal verdiskaping: Sikre levedyktigheten og konkurransedyktigheten til reiselivsdestinasjoner i et langsiktig perspektiv, gjennom å maksimere reiselivets verdiskaping i lokalsamfunnet, inkl. hva turistene legger igjen av verdier lokalt.
10. Økonomisk levedyktige og konkurransedyktige reiselivsbedrifter: Sikre levedyktigheten og konkurransedyktigheten til reiselivsbedrifter i et langsiktig perspektiv.

### 3.1.1. Bærekraftsertifisering

I Norge har vi flere sertifiseringer som bedrifter og aktører i opplevelsesnæringene kan oppnå. Svanen, Miljøfyrtårn, Norsk Økoturisme, ISO (14001)2004, og Merket for bærekraftig reisemål gir aktører med disse sertifiseringene spesiell synlighet på den offisielle norske websiden [www.visitnorway.com](http://www.visitnorway.com)

Norsk Økoturisme-sertifiseringen benyttes først og fremst av aktivitets- og opplevelsesaktører, mens Svanen og ISO benyttes oftest i hotell- og serveringsbedrifter. Miljøfyrtårnordningen regnes som den enkleste å gjennomføre av sertifiseringene, og benyttes av et bredt spekter av aktører, også innen opplevelsesnæring, overnatting og servering.

En utfordring med sertifiseringsordningene er imidlertid at de ikke måler hele bredden i bærekraftbegrepet. Innovasjon Norges prosjekt Bærekraftig reiseliv 2015 har derfor jobbet med å utvikle indikatorer for hva som kjennetegner et bærekraftig reisemål.

Som et resultat er Merket for bærekraftig reisemål utviklet. Dette er et kvalitetsmerke for reisemål i Norge, og Trysil, Vega, Lærdal og Røros er de fire første destinasjonene som har oppnådd merket

Pr august 2013 har Hedmark relativt få sertifiserte bedrifter i den fremmøtebaserte opplevelsesnæringen: to miljøfyrtårn, to Svanemerkede bedrifter og tre Økoturisme-sertifiserte aktører<sup>10</sup>. Det er en ambisjon for planen at andelen sertifiserte virksomheter økes betraktelig.



### 3.1.2. Universell utforming – tilgjengelighet som premiss for opplevelseskvalitet

Det er et premiss for bærekraftig utvikling av reiseliv og opplevelsesnæringene at det skal sørge for trygge, tilfredsstillende og berikende opplevelser for alle besøkende uavhengig av kjønn, rase, funksjonshemninger eller andre faktorer. Universell utforming er et vesentlig element i den sosiale og bedriftsøkonomiske dimensjonen i bærekraftbegrepet.

Både offentlige og private aktører er gjennom lov forpliktet til å utvikle sine tjenester og produkter slik at de er tilgjengelige for alle. For opplevelsesnæringene medfører dette utfordringer, men kunnskapsbasert utviklingsarbeid på dette området åpner også opp for et stort og voksende



marked. Som en del av bærekraftbegrepet vil universell utforming være en viktig premiss for arbeidet med å realisere den regionale planens strategier.

Hedmark og Oppland har sammen deltatt i et nasjonalt pilotprosjekt innen universell utforming i perioden 2009 – 2012, der begge fylker valgte reiseliv som ett av fire satsingsområder. I nært samarbeid med 15 av de 41 kartlagte bedriftene i prosjektet er dette arbeidet gjennomført. Flere bedrifter danner nå egne nettverksgrupper for å imøtekomme lovverkets krav og for å styrke sin markedsposisjon.

Et annet prosjekt som bør trekkes frem er Engerdal hvor det arbeides aktivt med universell utforming av hele reiselivsdestinasjonen. Andre eksempler på aktører som jobber

med universell utforming er Ankerskogen Svømmehall i Hamar, Hotell Scandic Hamar, Radisson hotell Trysil og Rica hotell Elverum.

### **3.2. Verdiskapingen i opplevelsesnæringene i Hedmark**

Arbeidet i 2009 -2010 med informasjonsinnhenting til utarbeiding av planen viste at det var vanskelig å finne sammenliknbar dokumentasjon på sysselsetting, verdiskaping og samfunnsmessig betydning av de ulike delene av opplevelsesnæringene. Svakheterne i datagrunnlaget gjorde dermed situasjonsanalysen i planen relativt avgrenset. I 2013 ble det derfor gjennomført en nullpunktsanalyse for kultur- og opplevelsesnæringene i Hedmark, basert på 2012 tall.

Analysen ble gjennomført av Østlandsforskning (ØF-rapport 10/2013), og denne ligger til grunn for tallmateriale og analysene som presenteres i dette kapittelet. Du finner analysen i sin helhet her<sup>11</sup>. For nærmere oversikt over hvilke næringsgrupper som inngår i analysen, se vedlegg 3 til planen.

#### **3.2.1. Verdiskapingstall**

I følge Østlandsforskning (2013) var den samlede verdiskapingen av kultur- og opplevelsesnæringene i Hedmark (inkl. Røros/Holtålen) 6,1 mrd. kr i 2012. Da er verdiskaping definert som driftsresultat pluss lønnskost. Det er kulturnæringene i Hamarregionen som bidrar mest (eksl. Norsk tipping), med to tredjedeler (ØF rapport 10/2013). Samlet for fylket er også kulturnæringene største bidragsyter, med ca. 1 mrd. kr, når en holder Norsk Tipping utenom.

Nest etter Hamarregionen er det Sør-Østerdalsregionen



som bidrar mest til verdiskapingen i fylket med i underkant av 0,5 mrd. kr. Det er alpinanlegget og øvrige aktivitets-tilbud i Trysil som veier tungt for verdiskapingen i denne regionen. Innenfor næringsgruppen overnatting og servering er verdiskapingen i alle regioner i Hedmark samlet om lag en halv milliard kroner. Hamarregionen står for 200 mill. kr (ca. 40 %) av dette, mens Fjellregionen og Sør-Østerdalsregionen bidrar med henholdsvis 113 og 108 mill. kr. Fjellregionen domineres her av Røros.

### 3.2.2. Sysselsettingstall – indikator for den lokale verdiskapingen

I de fleste av selskapene som inngår i nullpunktsanalysene, vil den største delen av verdiskapingen være knyttet til



lønnskostnaden, dvs. sysselsettingen. Sysselsetting er derfor en god indikator på verdiskaping, ikke minst fordi den som regel er mer stedbundet enn et evt. driftsoverskudd.

Sysselsettingen i kultur- og opplevelsesnæringene i Hedmark utgjør ca. 7 % av det totale antallet arbeidsplasser i fylket. Det er på nivå med både andre fylker, som Oppland, Buskerud, og landet totalt.

Andelen i Norge er 8 %. I 2012 var den samlede sysselsettingen i kultur- og opplevelsesnæringene i Hedmark inkl. Røros/Holtålen 6 200 personer. I underkant av 3 000 av disse er registrert i Hamarregionen.

Overnatting og servering er næringsgruppen med høyest sysselsetting i fylket, mens både opplevelses- og kul-



turnæringer har større verdiskaping. Årsakene ligger dels i et lavt lønnsnivå og stor andel deltidssysselsetting, som gir små lønnskostnader i forhold til sysselsettingen, og dels i at næringen i 2012 preges av pressete marginer, volumsvikt og dermed svake/negative driftsresultat

### 3.2.3. Overnattingsstatistikken

I 2012 var det registrert litt over én million kommersielle overnattinger i Hedmark, ca halvparten i hotellbedrifter og resterende halvparten på campingplasser og i hyttegrender. Den ferie- og fritidsbetingede trafikken basert på hjemmemarkedet er dominerende. Ferie- og fritidsbetinget trafikk står for om lag 80 % av samlet trafikk. Nordmenn utgjør også 80 % av den samlede trafikken.

Volummessig er Sør-Østerdal og Hamarregionen de to

største, med hver seg vel 30 % av trafikken. Det er registrert en betydelig nedgang (178 000 overnattinger) i Sør-Østerdal de tre siste årene. Noe skyldes endringer i statistikkgrunnlaget. Østlandsforskning har i analysen estimert den delen til å ligge i størrelsesorden 50 000 overnattinger i 2012 (ØF rapport 10/2013).

Samlet omsetning av camping-/hyttegrendturistene har Østlandsforskning estimert til i størrelsesorden 150 – 200 mill. kr i 2012. En stadig større del av dagens turiststeder er basert på et markedsgrunnlag med utgangspunkt i private fritidsboliger. Særlig gjelder dette destinasjoner hvor aktivitetsanleggene er avhengig av store volumer for sin drift, typisk alpinanlegg og lignende.



Private fritidsboliger utgjør derfor en viktig del av reiselivet. Hedmark er ett av Norges største fritidsboligfylker. I 2013 var det i alt registrert ca. 32 000 fritidsboliger, noe som utgjør 8 % av Norges totale andel. Inkludert Røros og Holtålen er tallet omlag 38 000 eller 9 %. Fjellregionen og Sør-Østerdalsregionen utgjør de to største målt både i antall fritidsboliger og i tilveksten de siste 15 årene

### 3.3. Utfordringer for opplevelsesnæringene i Hedmark

Nullpunktanalysen viser at reiselivs- og opplevelsesnæringen i Innlandet preges av store sesongsvingninger. I vintersesongen er turistene mer stasjonære og blir hos en aktør, mens sommerturistene er på reise fra sted til sted. Nedadgående markedskurver og manglende inntjening gjør det nødvendig med omfattende omstilling for å gjenvinne konkurransekraften. Mange av bedriftene er små, og mange er enkeltpersonforetak. Dette sannsynliggjør utfordringer når det gjelder lønnsomhet, drift og videreutvikling.

Avhengigheten av kombinasjonen ferie-/fritid, hjemmemarked og vintersesong kan være utfordrende. I følge Østlandsforskning (2013) er det registrert en trafikknedgang innenfor ferie- og fritidssegmentet i Hedmark. Dette kan være et alvorlig signal, da avhengigheten av dette ene segment er så stor i Hedmarks opplevelsesnæring.

I tillegg har mange i opplevelsesnæringene økonomiske utfordringer knyttet til sesongsvingninger, noe som kan gi vansker med å beholde kompetent personale. Svak



lønnsomhet og usikkerhet om utviklingsmuligheter kan gjøre næringene mindre attraktive som arbeidsplass. For at opplevelsesnæringene skal være attraktive på sikt er det viktig at lønnsomheten økes.

Norsk reiseliv har tapt internasjonale gjestedøgn i en årrekke. Reiselivet i sentrale strøk har i større grad et lokalmarked, og er derfor mindre sårbare enn i distriktene for endringer i etterspørselen etter reiselivstjenester. Omsetning per disponible rom har også falt i perioden.

For Innlandets del tar overnatting basert på selvhushold (hytter, leiligheter og fritidsboliger) stadig større markedsandeler. Losjiinntekten pr. disponibelt romdøgn i Hedmark er langt lavere enn på landsbasis i alle regioner i fylket (en differanse på 150- 200NOK på årsbasis), og avhengigheten





av noen få vintermåneder er stor Det er Trysil som i kraft av sin størrelse påvirker strukturtallene både for hele fylket og særlig for Sør-Østerdalsregionen).

Verdiskapingsanalysen for Hedmark viser at det er registrert en relativt stor sysselsettingsreduksjon i kultur- og opplevelsesnæringene, noe som viser at man ikke har greid å utnytte den generelle veksten i næringene. Hedmark har altså trass i en relativt gunstig utgangssituasjon likevel ikke greid å opprettholde sine markedsandeler innenfor kultur- og opplevelsesnæringene i perioden 2008-2012.

Hedmark har en svakere utvikling innenfor kultur- og opplevelsesnæringene i samtlige regioner enn hva man skulle kunne forvente utfra det nasjonale gjennomsnittet. Denne utviklingen kan skyldes både strukturelle trekk i

næringssammensetningen, som kan være vanskelig å gjøre noe med på kort sikt, og tap av markedsandeler. Største delen av avviket mellom faktisk og forventet utvikling i Hedmark skyldes sistnevnte – man taper i konkurransen med bedrifter andre steder.

### **3.4. Ressurser for utvikling av bærekraftige opplevelser i Hedmark**

Hedmark har gode natur- og kulturressurser for opplevelsesutvikling, kompetansemiljøer og infrastruktur. Variasjonen innad i fylket gir også grunn til å videreutvikle opplevelsene slik at vi får utviklet opplevelser med tydelig særpreg. Fylket har en reiselivsnæring som er en viktig ressurs og aktør innen opplevelsesutvikling, og som har behov for og kapasitet til å ta i mot flere og mer betalingsvillige gjester enn i dag. Opplevelses- og reisemålsutvikling er et av innsatsområdene strategien.

Det er viktig å bygge utviklingsarbeidet på ressurser som enten er spesielt gode eller unike, og hvor det er et verdiskapingspotensial. Hedmarks konkurransefortrinn er knyttet til ressursene: Kultur- og kulturarv, natur, spill/IKT og digital teknologi, samt arrangementskompetanse og frivillighet. Lokalisering og tilgjengelighet gir også Hedmark et konkurransefortrinn og vurderes derfor også her.

# Kilder

Næring- og handelsdepartementet: Regjeringens reiselivsstrategi. Destinasjon Norge. Nasjonale strategi for reiselivsnæringen (2012)

Kulturdepartementet, Nærings- og handelsdepartementet, Kommunal- og regionaldepartementet: Fra gründer til kulturbedrift (handlingsplan for kulturturnæringene) (2013)

Hedmark fylkeskommune: Framtidstro og optimisme skal prege hele Hedmark 220 000 i 2020 Regional planstrategi 2012-2015

Hedmark Fylkeskommune: Regional plan for opplevelsesnæringene i Hedmark 2012-2014 (17). Vedtatt 17.9.2011

Pine og Gilmore (1999), The Experience Economy

Østlandsforskning 2013: « Rapport nr.10: «Verdiskapingen i kultur- og opplevelsesnæringen i Hedmark. Nullpunktsanalyse 2012», ØF- Rapport nr.: 10/2013

## Tabeller

Tabell 1: Oversikt: Mål, innsatsområder og strategier i planen

Tabell 2: Tre tema og ti prinsipper for bærekraft (UNRWT/Innovasjon Norge)

## Vedlegg

Vedlegg 1: Rolle - og ansvarsdeling i opplevelsesnæringene i Hedmark

Vedlegg 2: Næringer som inngår i Nullpunktsanalysen

Vedlegg 3: Organisering av arbeidet med rulleringen



## Vedlegg 1: Rolle - og ansvarsdeling i opplevelsesnæringene i Hedmark

|                                            |                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Privat</b>                              | Bedrift                                                     | Verdiskaping, Vertskap, Sysselsetting, Produktutvikling Markedsføring, salg m.m.                                                                                                                                                                                                                                 |
|                                            | Bedriftsnettverk                                            | Samarbeid om nye markedsmuligheter, helhetlig opplevelses- og reisemålsutvikling m.m.                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Privat/<br/>Offentlig</b>               | Destinasjonsselskap                                         | Produktutvikling, Reisemålsutvikling, Salg og booking, Markedskunnskap for destinasjonen, Synlighet i Visitnorway m.m., i samarbeid med bedriftene                                                                                                                                                               |
|                                            | Eventuelt landsdelselskap                                   | Markedsføring i prioriterte markeder, Markedskunnskap for landsdelen, Koordinering av reiselivsaktiviteter, PR-arbeid mm.                                                                                                                                                                                        |
| <b>Virkemiddelaktører<br/>(offentlige)</b> | Innovasjon Norge Hedmark                                    | Bedriftsrettet finansiering, rådgivning, kompetansetilbud. Utvikling og medfinansiering av bedriftsnettverk, skattefunn mm.                                                                                                                                                                                      |
|                                            | Innovasjon Norge, sentral reiselivsavdeling                 | Utvikle markedsføringskampanjer, Markedskunnskap- og markedsdata, Utvikling av kurstilbud, Presse- og visningsturer tilrettelegging inn til Norge, Messedeltakelse (tilrettelegge). Visitnorway.com: Den offisielle reiseguiden til Norge). Book Norway: Den juridiske bestillingspartneren til visitnorway.com) |
|                                            | NHO og andre interesseorganisasjoner – KS, Virke og LO etc. | Interesseorganisasjoner etablert for å gjøre enkeltaktører sterkere i forhold til omverden både politisk og faglig.                                                                                                                                                                                              |
|                                            | Kommune                                                     | Samarbeidspart i lokal reiselivsutvikling, Tilrettelegging av lokal infrastruktur og areal, Vertskapsfunksjon og fellesgoder (ofte i samarbeid med næringsaktører), eks. Turistinformasjon og næringssservice, merking av stier og løyper, m.m.                                                                  |
|                                            | Regionråd                                                   | Bindeledd mellom lokalt - og regionalt arbeid med opplevelsesnæring, og Partnerskap for opplevelsesnæringene                                                                                                                                                                                                     |
|                                            | Fylkeskommunen                                              | Koordinering av arbeidet med Regional plan for opplevelsesnæringene med handlingsprogram. Forvaltning og tilrettelegging for utvikling gjennom økonomiske, administrative og politiske virkemidler innen samferdsel, utdanning, næringsutvikling, kultur og kulturminner.                                        |
|                                            | Fylkesmannen i Hedmark                                      | Tilrettelegg for utvikling av opplevelsesprodukter og lønnsomme bedrifter gjennom økonomiske virkemidler og arbeid (egeninnsats?)                                                                                                                                                                                |
|                                            | FoU-virkemidler Reg. forskningsfond, VRI, Forskningsrådet   | Virkemidler til bedrifter (og offentlige virksomheter) som vil heve sin kompetanse og innovasjonsevne ved å benytte seg av forskning.                                                                                                                                                                            |



# Vedlegg 2: Næringsgrupper som inngår i Opplevelsesnæringene i Hedmark

|                          |                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kulturnæringer           | Design og kunsthåndverk<br>Film, foto og spill<br>Trykte medier<br>Tv, radio<br>Musikk<br>Markedskommunikasjon<br>Arkitekttjenester<br>Kunstnerisk virksomhet<br>Kulturarv                                                            |
| Opplevelsesnæringer      | Naturbaserte opplevelser, fornøylesparker, fritidsetablisement<br>Sport, kroppspleie og spill                                                                                                                                         |
| Overnatting og servering | Overnatting<br>Servering                                                                                                                                                                                                              |
| Transport                | Rutebiltransport utenfor by-/forstadsområdet<br>Turbiltransport<br>Transport med taubaner, kabelbaner, skiheiser<br>Passasjertransport på elver/innsjøer                                                                              |
| Reisebyrå/reisearrangør  | Reisebyråvirksomhet<br>Reisearrangørvirksomhet<br>Turistkontor og destinasjonsselskap<br>Guider og reiseledere<br>Opplevelses-, arrangementsvirksomhet<br>Andre turistrelaterte tjenester<br>Kongress-, messe-, utstillingsvirksomhet |

## Vedlegg 3: Organisering av arbeidet med rullering av planen

Arbeidet med å rullere den regionale planen for opplevelsesnæringene i Hedmark har vært organisert med styringsgruppe, intern arbeidsgruppe/sekretariat, og referansegruppe(r). Arbeidet ledes av fylkeskommunen.

**Ansvarlig:** Hedmark fylkeskommune

**Styringsgruppe:** Partnerskap for Opplevelsesnæringene i Hedmark

**Intern arbeidsgruppe /sekretariat:** Skrivende og koordinerende organ bestående av 3 fagpersoner fra enhet for Næring og Nyskaping

**Referansegrupper:** Intern i HFK: Næring og nyskaping + fagpersoner fra aktuelle enheter i fylkeskommunens administrasjon (Kultur, Bibliotek og Kompetanse, Strategisk stab, Samferdsel, Kulturminne og Plan)

**Ekstern medvirkning:** Offentlig innspillsrunde med alle kommuner og aktører fra opplevelsesnæringene i Hedmark i perioden 24.1.-24.2. 2014

**Vedtaksmyndighet:** Fylkestinget i Hedmark

**Foto:** Øyvind Lund, Hedmark fylkeskommune og Innovasjon Norge



# Sluttnoter

1 — Planen legger til grunn Pine og Gilmore (1999)s teori om at alle næringer kan utvikle seg til å levere opplevelser. Kjernen i opplevelses-teorien er at opplevelseselementet bidrar til å øke verdien, og dermed betalingsviljen, for kunden. En slik tilnærming er nøytral i forhold til bransjer eller sektorer. For nærmere oversikt over hvilke næringsgrupper som omfattes av planen, se vedlegg 3

2 — Aktører i Hedmark har et sterkt samarbeid med Røros som ligger i Sør—Trøndelag. Røros omtales også derfor i denne planen. Det foregår også flere internasjonale prosjekter med samarbeid med grense-regioner i Sverige.

3 — Fullversjonen av handlingsprogrammet finnes på nettsiden til Hedmark fylkeskommune.

4 — Næring- og handelsdepartementet: Regjeringens reislivsstrategi. Destinasjon Norge. Nasjonale strategi for reiselivsnæringen (2012)

5 — Partnerskap for reiseliv ble opprettet 1. mars 2006. Høsten 2013 skiftet det navn til Partnerskap for opplevelsesnæringer i Hedmark.

6 — Næringsaktører og andre aktører som planen er relevant for har gitt innspill til arbeidet siden oppstarten av planarbeidet i 2009, gjennom høringsrunder, regionale møter og et stormøte i april 2011. Det har senere vært gjennomført dialogmøter, hørings- og innspillsrunder ved rulleringene av handlingsprogrammene i 2012 og 2013, og i rulleringen av den regionale planen våren 2014.

7 — Besøksgrunn («reason to go») er et sentralt begrep i opplevelsesutvikling. Uttrykket beskriver hva som framstår som så attraktivt at det trekker besøkende. En vanlig rangering av opplevelsestilbud går på i hvilken grad de skaper sin egen trafikk, dvs. om de er:

- Trafikkskapende – attraksjonen eller opplevelsen er mål og motivasjon for reisen.
- Retningsbestemmende - attraksjon eller opplevelse som bidrar til å styre trafikken
- Trafikknyttende - attraksjon eller opplevelse som ikke er kjent for de besøkende på forhånd, men som de oppdager underveis.

8 — Brundtlandkommisjonen (1987) definerte bærekraftig utvikling som en utvikling som «tilfredsstiller dagens generasjoners behov uten at det går på bekostning av fremtidige generasjoners mulighet til å tilfredsstille sine.»

9 — Her finner du info om bærekraftig reiseliv og merket for bærekraftig reisemål: <http://www.hedmark.org/Hedmark-fylkeskommune/Om-fylkeskommunen/Fag-stab-og-serviceenheter/Naeringsutvikling/Opplevelsesnaeringer/Analyse-av-verdiskapingen-i-kultur-og-opplevelsesnaeringene-i-Hedmark-2012>

10 — Jf. opplysninger fra sertifiseringsordningene.

11 — <http://www.hedmark.org/Hedmark-fylkeskommune/Om-fylkeskommunen/Fag-stab-og-serviceenheter/Naeringsutvikling/Opplevelsesnaeringer/Analyse-av-verdiskapingen-i-kultur-og-opplevelsesnaeringene-i-Hedmark-2012>

[Statistikken mangler en del av sesongarbeidere knyttet til vinterturismen i Trysil, noe som kan tilsa at verdiskapingen er større enn regnskapstallene viser. Det kan dreie seg om i størrelsesorden 700—800 sesongsysselsatte i alt i Trysil \(Möller, Ericsson & Overvåg, 2012 i ØF rapport 10/2013\).](#)



Partnerskapet for opplevelsenæringene i Hedmark:

---



Fylkesmannen i Hedmark



HEDMARK  
FYLKESKOMMUNE



Statens vegvesen



NHO  
INNLANDET



fjellregionen.no



GLÅMDAL  
REGIONRÅD



REGIONRÅDET  
FOR SØR-ØSTERDAL



HAMAR  
regionen