

Møtereferat Dialogforum - Reiseliv

Møte med: Rohkunborri Nasjonalparkstyre, Polar Park, Fjellguiden Altevatn AS, Solbakken Camping, Huskyfarm Innset, Bardu Huskylodge, Furuly Turbuss AS, Sparebank1 Nord Norge, Bardu Kommune, Visit Narvik.

Deltagere: Asgeir Blixgård, Heinz Strathmann, Ole Helge Engmo, Britt Engmo, Bjørn Klauer, Jan Klaudiussen, Alf Furuly, Bjørn-Tore Furuly, Tonje Vik, Håvard Gangsås, Lennarth Kvernmo, Oddvar Bjørnsen, Morten Martiniussen, Tonje Vik, Kjell Hanstad.

Kopi til: Rådmann Rita Bjørn, Ordfører Toralf Heimdal, Dialogen v/Bardu Utvikling SA, Bondelaget, Skogeierlaget, Enhet Landbruk, Forsvaret v/Plassmajor.

Tid og sted: Kommunestyresalen, Bardu Kommune 16.1.2017 kl 18:00 – 21:00

Vedlegg: Invitasjon til møtet, deltakerliste, presentasjon Polar Park og Visit Narvik, e-post fra Reistadløpet v/Alexander Os, E-post fra Nord-Norsk Reiseliv.

Reiselivsnæringen i Bardu ba i 2015 om bistand fra Bardu Kommune for å legge til rette for økt samhandling mellom lokal næring, kommune og destinasjonsselskapet Visit Narvik AS. Som et resultat av næringens samlede behov, etablerte Bardu Kommune en samarbeidsavtale (pilot kommuneavtale) med Visit Narvik som gav den lokale reiselivsnæringen flere fordeler. Avtalen gikk ut i 2016.

Lennarth Kvernmo ønsket velkommen og orienterte om formålet med dette møtet. Intensjonen var å samle reiselivsnæringen i Bardu for å få innspill på om næringen selv mener det fortsatt er nødvendig med ytterligere bistand til næringen i arbeidet med å utvikle lokalt reiseliv til å ta en eller flere posisjoner i reiselivsmarkedet gjennom å samarbeide med Narvikregionen eller andre. Hva ønsker næringa?

Kjell Hanstad orienterte om status for Visit Bardu. Det var ikke økonomi til å videreføre virksomheten og selskapet ble derav lagt ned. Det siste styret i Visit Bardu ser klart at reiselivsbedriftene i Bardu har behov for en sterk tilknytning til Visit Narvik i framtida. Det ble også orientert om at det i løpet av 2016 ble innspilt 2 realityserier i Altevatområdet hvorav den ene i dag går på dansk DR3 og den andre kommer på norsk TV2 til høsten.

Heinz Strathmann orienterte om virksomheten i Polar Park. Bedriften er medlem både i Visit Narvik og Visit Tromsø. Momenter som er vesentlig for "vektinga" mellom de to selskapene er for **Tromsø:** Lang avstand, Stor organisasjon, Flest Nordlysturister. **Narvik:** nærmere, mindre organisasjon i sterk utvikling, nærhet til det svenske markedet, Narvik "ønsker oss"! Flest gjester fra Tromsø, MEN Narvik arrangerer: presseturer, City Break, pressemeldinger, messer, salgsreiser etc. Svært positivt med daglig buss Tromsø-Polar Park-Narvik!

Se ellers vedlagte presentasjon fra Polar Park.

Tonje Vik orienterte om Sparebank 1 Nord Norge sin satsing og muligheter mot reiselivet. Banken er åpen og interessert med dialog med aktørene. SNN er samarbeidspartner/sponsor både med Arctic Race og Reistadløpet.

Asgeir Blixgård orienterte om Rohkunborri nasjonalpark. Betydelig tilretteleggingsarbeid med veier, parkering, skilting med mer. Påpeker muligheten med tilrettelegging for grensepassering til/fra Sverige mot Abisko/Kungsleden. Årlig er det ca 20-25.000 turister som «stopper» og avslutter turen i Abisko. Det er ønskelig fra parken å legge godt til rette for at også verneområdet Rohkunborri blir brukt.

Morten Koster Martinussen presenterte Visit Narvik. Selskapet arbeider med en grunnleggende filosofi: ***"Fra fjord, fjell, kyst og innland skal vi skape gåsehud blant våre tilreisende!"***

Visit Narvik AS er i utvikling. De ønsker å være en samarbeidspartner for utvikling av næringen i Narvikregionen. Med kunnskapen som VN har og utvikler i kontakten med reiselivskunden og markedene utgjør en viktig kunnskap for å sette inn målrettede tiltak i samarbeid med næringen og kommunene i regionen. Målet er selvsagt å posisjonere regionen og få flere turister/gjester til å komme.

Vedlagt følger presentasjonen fra Morten fra møtet.

Lennart Kvernmo orienterte om e-poster fra Lena Nøstdahl, Nord Norsk Reiseliv AS og Alexander Os, Reistadløpet. E-postene ble utdelt til møtedeltakerne. Det ble også orientert om pilotavtalen mellom Visit Narvik og kommunene som bl.a. regulerer prisen for bedriftenes medlemskap i selskapet.

Ordet fritt fra møtedeltakerne: Næringa trenger hjelp til markedsføringa. Stort potensiale for reiselivsnæringa i Bardu. Polar Park viktig motor for næringa i hele regionen. Viktig å stå sammen. Medlemmene i Visit Narvik har ikke vært flinke til *"å ta i bruk"* selskapet. Narvikregionen ønsker å ta i bruk reiselivstilbudene i hele regionen. Bussruta Tromsø – Polar Park – Narvik er viktig for hele regionen. Viktig å opprettholde busstilbudet. Innovasjon Norge bekrefter viktigheta med denne bussruta. Stort potensial med å få på plass isbjørn, tiger, forskning med mer i Polar Park. Viktig med stort bidrag fra det offentlige (kommunen) i det videre arbeidet. Flere aktører samarbeider godt med Polar Park. Kommunen *"må bestemme seg for hva som menes med utmarksturisme"* Bardu er stor nok for både skoterturisme og annen utmarksturisme. Ikke nødvendig *"å dra"* skoterturismen for langt inn i naturen.

Oppsummering og avslutning:

Lennart Kvernmo orienterte grovt sett om alternativene som er for veien videre. Vi har siden møtet arbeidet «hurtig» med å avklare detaljene som vi gjengir sammen med alternativene nedenfor:

A. Reiselivsnæringen og kommunen stanser samarbeidet med Visit Narvik

Dvs at eksisterende pilot kommuneavtale mellom Bardu Kommune og Visit Narvik ikke fornyes.

Det betyr i praksis at reiselivsnæringen selv må selv ta aktiv del i samarbeidet med destinasjonsleddet for å utnytte fordelene en samhandling med destinasjonsselskapet kan gi.

Fordeler

Det medfører ingen økonomiske forpliktelser (kostnadseffektivt).

At en avtale ikke fornyes kan føre til at næringen selv blir bevisstgjorte på egen utviklingssituasjon og muligheter.

Ulemper

Det er bl.a knyttet usikkerhet rundt følgende faktorer:

- Hvordan næringen tenker å innhente tilstrekkelig og nødvendig markeds kunnskap om kunder, trender osv?
- Hvordan næringen skal lykkes med å være i «front» på kunnskap om markedstrender og kunden.
- Ser næringen i Bardu for seg hvordan denne skal kunne samhandle koordinert med regionens næring? Hvem gjør hvilke oppgaver?
- Bardu Kommune ved enhet næring må vurdere andre tiltak for å sikre tilgang til nødvendig kunnskap om reiselivsfaglige spørsmål knyttet til næringen.
- Dersom reiselivsnæringen og Bardu Kommune ønsker å utnytte kunnskap, kompetanse og verktøy som ligger i et destinasjonsselskap, så vil alternativet sørge for at næringsaktørene får et kostbart for medlemskap for opp mot 50-70 % av reiselivsaktørene i Bardu, dvs 15 – 20 aktører.
- Markedskunnskapen (kompetansen) til å ivareta Bardu Kommune sine investeringer i Reistadløpet AS (12 % aksjer) og Polar Park (18 % aksjer) blir ivaretatt på en mindre optimal måte.
- Bardu Kommune må i enkeltsaker «kjøpe» tilgangen til kunnskap i utviklingsrelaterte spørsmål for reiselivsnæringen.
- Resultat og markedsorientering nettverks og relasjonsbygging mellom «de som lykkes» og de som er «på tur å bygge seg opp» innenfor reiselivsnæringen i Bardu svekkes. Dette fordi man ikke har «naturlige» arenaer, nettverk å arbeide i.

B. Reiselivsnæringen i Bardu samarbeider i enkeltprosjekter med Visit Narvik.

Primært kan dette skje gjennom at partene etablerer et forpliktende samarbeid i utviklingsprosjekter i form av en samarbeidsavtale eller organisering av en felles enhet. Dette kan skje mellom næringen og VN direkte eller i samarbeid med Bardu Kommune. Målsettingen relateres til å dekke fortløpende behov som næringen i Bardu har.

- a. Næringen og kommunen må bidra i de prosjektene som næringen mener har en verdi og dekker egne behov for markedsføring- salg og utvikling.
- b. Økonomisk bidrag må sees i sammenheng med prosjektets størrelse, kostnader etc.

Fordeler

Næringen viser noe interesse, engasjement ved å synliggjøre egne behov for utviklingsarbeid i egen næring samt etablere egne tiltak for å få dekket eget behov i samarbeid med destinasjonen og reiselivsnæringen regionalt.

Enklere å dekke næringens enkelt behov (eks. behov for kompetanse).

Ulemper

Samarbeidet kan bli preget av lite kontinuitet og dermed en utilstrekkelig og manglende struktur og tiltak for å nå langsiktig mål med økt verdiskapning i lokal reiselivsnæring.

Alternativet krever tilgjengelig risikovillig kapital. For øyeblikket finnes denne ikke i tilstrekkelig grad i Bardu. Det må etableres flere markedsorienterte reiselivsprodukter i næringen som lykkes. Da kan det bli muligheter for at risikovillig kapital finner det interessant å investere i reiselivsnæringen i Bardu.

Næringen og Bardu Kommune får ikke fullt ut operativ og strategisk tilgang til Visit Narvik sine kunnskaper og verktøy for effektiv markedsføring- og salg av lokal næring og kommune.

Bardu Kommune må i enkeltsaker «kjøpe» tilgangen til kunnskap i utviklingsrelaterte spørsmål for reiselivsnæringen.

Markedskunnskapen (kompetansen) til å ivareta Bardu Kommune sine investeringer i Reistadløpet AS (12 % aksjer) og Polar Park (18 % aksjer) ivaretas ikke.

C. Reiselivsnæringen i Bardu ber Bardu Kommune om å tilslutte seg Visit Narvik sitt «konsept kommuneavtale».

Bardu Kommune har så langt fått et tilbud fra Visit Narvik om å tilslutte kommunen en slik avtale på vegne av reiselivsnæringen.

Strategisk Næringsplan i Bardu Kommune peker på at reiseliv er noe kommunen skal satse på i fremtiden.

Dersom næringen mener det er viktig at kommunen bidrar i dette alternativet, så må det etableres økonomisk handlingsrom i kommunen for å realisere. I praksis betyr dette at rådmannen må konsulteres og saken må politisk behandles i Bardu Kommunes formannskap.

Tilbudet fra Visit Narvik i konsept «kommuneavtale» er som følger

- a. Avgift til destinasjonsselskapet i kommuneavtalen (dekker 30 % av kontingenten for medl. bedriften).
2017 kroner 150.000
2018 kroner 168.750
2019 kroner 187.481
- b. Medlemskap per aktivitetsbedrift, attraksjoner, transportbedrifter og andre reiselivsbedrifter. (trekk 30 % av på oppgitte pris nedenfor)
- | Årsverk | Normal avgift | Pris i kommuneavtale |
|----------------|----------------------|-----------------------------|
| 0-1 årsverk | 10.000 per år | (rabattert 7.000 per år) |
| 2-5 årsverk | 15.000 per år | (rabattert 10.500 per år) |
| 6-10 årsverk | 50.000 per år | (rabattert 35.000 per år) |
| 10 årsverk + | 100 000 per år. | (rabattert 70.000 per år) |
- c. Medlemskap per overnattingsbedrift.
- | Årsverk | Normal avgift | Pris i kommuneavtale |
|-----------------|----------------------|-----------------------------|
| 0-40 senger | 25.000 per år | (rabattert 17.500 per år) |
| 41-70 senger | 50.000 per år | (rabattert 35.000 per år) |
| 71-110 senger | 75.000 per år | (rabattert 52.500 per år) |
| over 110 senger | 100.000 per år | (rabattert 70.000 per år) |

Fordeler

Næringen viser stor interesse for å være med i utvikling og utforming av egen reiselivsnæring i Bardu. Næringen tar aktiv del i hvordan de ønsker at tiltak knyttet til markedsføring- salg og utvikling av næringen i Bardu og regionen skal skje.

Det gis konkrete økonomiske medlemsfordeler for næringen og kommunen knyttet til salg- markedsførings og utviklingstiltak.

Næringen kan selv etablere ordningen, Men dersom Bardu Kommune blir bedt om å bidra økonomisk med en større andel, så må avtalen konkurranse utsettes (anbud).

Bardu Kommune får tilgang på egen markedsføringshjelp og faglig bistand og rådgivning knyttet til reiselivsutvikling og reiselivsfaglig kompetanse. Mao ivaretas Bardu Kommunes egne investeringer i Polar Park og Reistadløpet operativt på en god måte.

Næringen og Bardu Kommune får ellers fullt ut operativ tilgang til Visit Narvik sine kunnskaper og verktøy for effektiv markedsføring, salg av lokal næring og kommune. I tillegg blir vi en del av et større regionalt nettverk.

Ulemper

I den grad det kan være en ulempe, så har både næringen og Bardu Kommune etablert god kjennskap og nettverk til Visit Narvik gjennom arbeidet med Polar Park og Reistadløpet. Et anbud vil kunne virke mot sin hensikt da kommunen i slike tilfeller må følge regelverket for anskaffelser og dermed ikke kan direkte tildele kontrakten til Visit Narvik.

Se vedlagte forslag til avtale og invitasjon til samarbeid.

D. Reiselivsnæringen selv initierer forespørsel om eierskap i Visit Narvik. Alternativt at Bardu Kommune engasjeres for å etablere eierskap i destinasjonsselskapet.

Næringen kan selv fritt forespørre Visit Narvik om eierskap i destinasjonsselskapet. Alternativt kan Bardu Kommune på oppdrag fra lokal reiselivsnæring etablere dette.

Bardu Kommune har i forkant av siste møte og nå i etterkant av møtet hatt dialog med kontaktperson for dagens aksjonærer i Visit Narvik mtp et fremtidig eierskap.

Bardu Kommune har muligheten til å finansiere dette med midler fra tidligere aksjesalg.

Forskjellen på eierskap og kommuneavtale er at et eierskap gir oss som aksjonærer aktiv og direkte påvirkning i drifts-, utviklings- og strategirelatert arbeid sammen med dagens og fremtidig aksjonærer.

En kommuneavtale som er skissert i pkt c vil gi kommunen og næringen påvirkningskraft som en ordinær kunde som kjøper en vare/tjeneste. Vi vil i en kommuneavtale ha indirekte påvirkning på drifts-, utviklings- og strategirelatert arbeid internt i selskapet.

Tilbudet fra Visit Narvik mht eierskapsmodell er så langt avklart til å omhandle følgende:

- a. 500 aksjer til en stk pris på 1.000 kroner per aksje. Tilsvarende kroner 500.000.
- b. Som deleier i Visit Narvik får reiselivsnæringen og Bardu Kommune tilgang til følgende medlemsfordeler og forpliktelser:

Medlemskap i Visit Narvik, per bedrift	ord pris	pris bardu
Grunnmedlemskap	se pkt c	5.000
Digital produktpresentasjon på Visit Narvik og Visit Norway sine nettsider.	7.500	4.000
Oppføring i sommer- og vinterbrosjyrer (1 side hver)	6.000	3.000
Totalpakke web og brosjyrer	9.500	5.000

I dialogen med aksjonærene i Visit Narvik er man enige om følgende prinsipper:

Bardu Kommune må behandle saken politisk både i formannskapet og i kommunestyret. Et eierskap må være tuftet på at reiselivsnæringen ser et behov for og trenger kommunens støtte for å etablere et slikt eierskap.

Bardu Kommune betaler kroner 0,- de første 2 årene etter eierskap etableres.

«I tiden fra eierskap inngås og frem til og med år 2 starter har aksjonærene en målsetting om å få implementert en økonomisk og bærekraftig avtale i samarbeid med reiselivsnæringen som styrker virksomheten til Visit Narvik og reiselivsnæringen».

I dialogen har man blitt enige om noen hovedprinsipper knyttet til dette.

1. *Aksjonærene skal arbeide for at reiselivsnæringen selv kan bidra mer fra år til år i drift og utvikling av destinasjonsselskapet.*
2. *Bardu Kommune bidrar med midler til utviklingsrettede tiltak (innovasjonsarbeid) fra og med år 3 i samspillet mellom Visit Narvik, reiselivsnæringen og nåværende/fremtidige aksjonærer.*
3. *Utviklingsrettede tiltak kan i denne sammenhengen relateres til f.eks. Utredning og mulig etablering av incoming operatør for satsning på fremtidig arrangementsturisme i kommunen/regionen. (eks. Reistadløpet, Arctic Race of Norway, MSM +++) Utrede og etablere mulig vertsskapskonsept for turister som kommer til kommunen/regionen (målgruppe er reiselivsaktører og handels-servicenæring). Utrede og etablere flere spennende produkter sammen med Visit Narvik og lokal/regional reiselivsnæring. Eks. krigshistorie-forsvarshistorie, testbaner/testbaser i samarbeid med bilindustri i kombinasjon med å lage opplevelsespakker for turister. Utrede og etablere digital turistinformasjon (og kanskje en mobil turistinformasjon som kan «selges» til ulike arrangementer i regionen).*
4. *Bardu får en styreplass i selskapet.*

Fordeler

Lokal reiselivsnæring viste på møtet stor interesse for å være med i utvikling og utforming av egen reiselivsnæring i Bardu gjennom en eierskapsmodell.

I dette alternativet har Bardu Kommune og næringen all tilgang til informasjon og pågående utviklingsarbeid, tilstrekkelig påvirkningskraft i utviklings- og strategiarbeidet.

Dersom kommunen skal brukes som «vertkøy» for reiselivsnæringen i Bardu til å utvikle reiselivsnæringen, så unngår vi her krav om anbud.

Bardu Kommune får tilgang på egen markedsføring og rådgivning i spørsmål om reiselivsutvikling og reiselivsfaget.

Markedskunnskapen (kompetansen) til å ivareta og videreutvikle Bardu Kommune sine investeringer i Reistadløpet AS (12 % aksjer) og Polar Park (18 % aksjer) ivaretas fullt ut både operativt og strategisk.

Næringen og Bardu Kommune får ellers fullt ut operativ og strategisk tilgang til Visit Narvik sine kunnskaper og verktøy for effektiv markedsføring, salg av lokal næring og kommune. I tillegg blir vi en del av et større regionalt nettverk.

Ulemper

Ulempen med eierskap er alltid økonomisk risiko.

Risikoen ved å inneha eierskap er at man som aksjonær må påregne og bidra ytterligere med operativ innsats og økonomi i større prosjekter når det er påkrevet av markedet for tjenestene.

Fra et forretningsmessig ståsted er det vanlig å kreve avkastning på investert kapital over tid. Men som kommune er det mere naturlig og «kreve» andre ting. Dette kan relateres til eierskapspolitisk plattform i Bardu Kommune til å være økt samfunnsmessig verdiskapning i form av:

Sikre/utvikle næringens tilgang og nærhet til kompetanse og kunnskap om betydningsfulle markedsforhold. Vi ønsker gjerne flere gründerne i næringen og flere eksisterende aktører som realiserer sitt potensiale for å stabilisere eller utvikle sin definerte kundeportefølje.

Effekten dersom man jobber markedsorientert og lykkes gir potensielt sett flere arbeidsplasser (større skatteinngang), samtidig bidrar man til at selskapet man eier aksjer i posisjoneres til videre vekst med basis i sunn økonomi.

Alternativet dersom vi ikke lengre klarer å bidra er «å selge aksjene».

Den umiddelbare responsen fra flere møtedeltakere i møtet var:

- Klare anbefalinger om å gå videre med alternativ D. Dvs forhandle frem et et mulig eierskap i Visit Narvik.
- Bedriftene i Bardu vil tjene på å kunne være organisert i Visit Narvik fordi bedriftene da får medlemsfordeler som gir direkte tilgang til kunnskap, verktøy, markedsføring- og salg mot marked og kunder.
- Viktig at kommunen fortsatt engasjerer seg.

Bardu kommune ber møtedeltakerne komme med tilbakemelding innen 1.2.2017 på

- **Referatet (om noen har dette).**
- **Hvilket alternativ som foretrekkes for veien videre, gjerne med en begrunnelse.**

Bardu den 25.1.2017.

Oddvar Bjørnsen
Referent

Lennarth Kvernmo
næringssjef

Vedlegg i dette dokument:

- Informasjon fra Lena Nøstdahl i Nord Norsk Reiseliv
- Infomrasjon fra Alexander Os i Reistadløpet AS

Vedlagt saken og i egne vedlegg:

- Deltakerliste fra møtet i dialogforum
- Invitasjon til møtet.
- Presentasjon Polar Park
- Presentasjon Visit Narvik
- Forslag utkast til kommuneavtale
- Invitasjon til kommuneavtale Visit Narvik.

Saksnr.-løpenr.
16/347-17/332-31
Arkivkode
U01

Fra: Lena Nøstdahl [mailto:lena@nordnorge.com]
Sendt: 22. desember 2016 14:28
Til: Lennarth Kvernmo
Emne: tanker rundt reiselivsutvikling

Hei Lennart,
Takk for god prat sist ☺

Som avtalt sender jeg noen tanker rundt viktigheten av et felles sterkt fundament for utvikling av reiselivet.

Kommuner med en aktiv næringsutvikling og en bevist satsning på reiseliv kan ha mye igjen for å koble seg på eksisterende systemer. Både ved at de bidrar til å ta del i et viktig felles løft, men også for å kunne ta en mer proaktiv andel i utviklingen av reiselivet som bidrar til å sikre lokalt eierskap og lokal verdiskapning. En proaktiv kommune som engasjerer seg i et destinasjonsselskap vil kunne bringe inn en verdifull kunnskap om samfunnsplanlegging og sikre en bærekraftig utvikling hvor både lokalbefolkning, lønnsomhet og miljøaspektet hensynstas. Kommunen vil også få tilgang på reiselivsfaglig kunnskap og et omfattende nasjonalt og internasjonalt nettverk.

De store globale trendene (individualisering, økt kjøpekraft og teknologi) er tydelig på at sterkere samhandling er viktig for å kunne imøtekomme de stadig raskere endringene som skjer. Vi er nødt til å ha robuste systemer som evner å ri parallelle innovasjonsbølger og som tilrettelegger for at det dannes innovasjonskultur i næringer og ikke bare prosjektbaserte tiltak.

For å imøtekomme fremtidens trender må vi ikke bare sikre god infrastruktur, men etterstrebe og danne superstrukturer. Vi må altså gå bort den tradisjonelle måten å tenke på som tar utgangspunkt i ressursgrunnlaget, men heller se hvordan vi ved smart bruk av kundeinnsikt og økt samskaping, kan utnytte ressursgrunnlaget til å imøtekomme kundenes behov på en slik måte som vi ønsker ved at vi «sitter i førersetet» på utviklingen. En slik tilnærming krever en solid struktur med komplimenterende kunnskap og kompetanse i integrerte prosesser. Vet å støtte opp rundt etablerte strukturer har man tatt et skritt i riktig retning og vil på den måte bidra positivt inn til en kontrollert og målrettet reiselivsutvikling.

Jeg ser frem til å ta del i denne utviklingen sammen med dere og deres støttespillere og partnere!

Benytter samtidig anledningen til å ønske deg en glitrende fin jul og alt godt for det nye året ☺

Med vennlig hilsen
Lena Nøstdahl

Reiselivssjef avd. Tromsø
NordNorsk Reiseliv AS



Direkte +47 952 13 581
Hoved +47 901 77 500
Fakturaadresse: Pb 1163, 9504 Alta
lena@nordnorge.com
www.nordnorge.com

nordnorge.com/bransje
foto.nordnorge.com

Saksnr.-løpenr.
16/347-17/332-31
Arkivkode
U01

Fra: Alexander Os [mailto:alexander@reistadlopet.no]
Sendt: 9. januar 2017 13:46
Til: Lennarth Kvernmo
Emne: SV: Invitasjon dialogforum 16 jan 2017

Hei Lennarth!

Kan dette være til hjelp?

Noe mer som bør med?

Med Hilsen / Best regards
Alexander Os
Daglig leder / Managing director – Reistadløpet AS

Telephone +4795885622
Mail alexander@reistadlopet.no
Web www.reistadlopet.no

Reistadløpet – Reiseliv

Reistadløpet har et uttalt mål om 2000 deltakere i 2017, og potensialet for videre vekst utover det er stort. For at Reistadløpet skal kunne vokse og bli et virkelig stort arrangement er vi avhengige av et reiseliv som har attraktive opplevelser å tilby. Trenden er at tilreisende deltaker ønsker å oppleve noe mer enn bare skirennene når de først har tatt turen, og desto flere og bedre opplevelser man kan få i regionen, desto flere grunner er det til å besøke oss her i Arktis. Erfaringene fra klyngen Arena Lønnsomme Vinteropplevelser er at når mange små samarbeider når man et langt større publikum enn man klarer på egen hånd, og alle vinner på det. Reistadløpet har nå meldt seg inn i denne klyngen for å ta del i dette samarbeidet. Det samme opplever de som er en del av et destinasjonsselskap.

Reistadløpet vil ha deltakere som bor spredt i regionen og «fanger» sånn sett flere destinasjonsselskaper. Destinasjonene og Nordnorsk Reiseliv ser at et samarbeid på tvers av destinasjonene vil være gunstig ikke bare for Reistadløpet men for reiselivet generelt i hele regionen. Både med tanke på markedsføring og bedre flyt av kunder mellom destinasjonene. Man jobber nå med bookingløsninger på tvers av destinasjonene og muligheter for å tilby pakkeløsninger med innhold fra forskjellige tilbydere.

Det vil være til stor hjelp for Reistadløpet hvis våre deltakere enkelt kan finne og booke overnatting og opplevelser når de planlegger å komme til oss. Kanskje vil god tilrettelegging være det som gjør at de velger å komme til oss i det hele tatt, eller velger oss fremfor noen andre.

Mvh Alexander Os, Reistadløpet