



# Sluttrapport for VER-DI delprosjekt «Nye overnattingsmuligheter» og «Trillemarka Rundt»

Juli 2012

# ***Det Kongelige Selskap for Norges Vel***

***Juli 2012***

*Sluttrapport for VERD-DI delprosjekt «Nye  
overnattingsmuligheter» og «Trillemarka Rundt»*



**NORGESVEL**  
DET KONGELIGE SELSKAP FOR NORGES VEL



**Det Kongelige Selskap for Norges Vel**

Adresse ..... : Postboks 115, N - 2026 SKJETTEN  
Telefon..... : 64 83 20 00  
Faks ..... : 64 83 20 01  
E-post..... : [norgesvel@norgesvel.no](mailto:norgesvel@norgesvel.no)  
Nettsted ..... : [www.norgesvel.no](http://www.norgesvel.no)

# INNHold

Sidenr.

|          |  |          |
|----------|--|----------|
| <b>1</b> | <b>INNLEDNING</b> .....  | <b>2</b> |
| <b>2</b> | <b>BAKGRUNN</b> .....  | <b>3</b> |
| 2.1      | <i>KORT OPPSUMMERING AV MÅL FOR PROSJEKTENE</i> .....              | 3        |
| 2.1.1    | <i>Utvikling av nye overnattingsmuligheter</i> .....               | 3        |
| 2.1.2    | <i>Trillemarka Rundt</i> .....                                     | 3        |
| <b>3</b> | <b>GJENNOMFØRING AV PROSJEKTET</b> .....                           | <b>4</b> |
| 3.1      | <i>UTVIKLING AV NYE OVERNATTINGSMULIGHETER</i> .....               | 4        |
| 3.1.1    | <i>Kartlegging, organisering og produktutvikling</i> .....         | 4        |
| 3.1.2    | <i>Organisering og Markedsføring</i> .....                         | 4        |
| 3.1.3    | <i>Endelig valg av løsning</i> .....                               | 5        |
| 3.2      | <i>TRILLEMARCA RUNDT</i> .....                                     | 7        |
| 3.2.1    | <i>Kartlegging</i> .....   | 7        |
| 3.2.2    | <i>Tilrettelegging og skilting av Trillemarka Rundt</i> .....      | 7        |
| 3.2.3    | <i>Møtevirksomhet</i> .....  | 7        |
| 3.2.4    | <i>Markedsføring</i> .....   | 7        |
| <b>4</b> | <b>FREMTIDIG ARBEID OG ORGANISERING – DRIFT AV KONSEPTET</b> ..... | <b>8</b> |

Vedleggsoversikt .....

Vedlegg 1 ..... Skiltplan for Trillemarka Rundt

Vedlegg 2 ..... Verdikjede for forretningside og vertskap

# 1 Innledning

Norges Vel leverer med dette sin sluttrapport for prosjektene «Nye overnattingsmuligheter» og «Trillemarka Rundt».

Norges Vel har jobbet med prosjektene i til sammen ett år. Norges Vel har hatt et budsjett fra VER-DI på 225 timer, men vil understreke at vi har brukt en god del mer tid av egne ressurser.

Kort oppsummert har prosjektet oppnådd:

- En gruppe med nye overnattings- og opplevelsesaktører har siden høsten 2011 vært med i et nettverk, og som følge er det nå 18 nye overnattings- og opplevelsesaktører rundt Trillemarka
- En merket sykkelrute rundt Trillemarka som kobles sammen med nasjonal sykkelvei 4 og nasjonal sykkelvei 5
- En hjemmeside av høy kvalitet som viser sykkelruten Trillemarka Rundt, samt hvilke muligheter man har for overnatting og opplevelser langs denne ruten
- Et grunnlag for å danne et samvirke, skaffe omtale, søke prosjektmidler og drive videre utvikling og markedsføring

## 2 Bakgrunn

Norges Vel har siden august 2011 vært engasjert som prosjektleder av de tre kommunene Sigdal, Nore og Uvdal og Rollag gjennom deres deltakelse i et VER-DI prosjekt med mål om å utvikle nye overnattingsmuligheter og opplevelser rundt Trillemarka.

I den forbindelse ble vi også spurt om vi kunne jobbe videre med å få på plass et konsept for en sykkelrute rundt Trillemarka. Bakgrunnen for dette var at det har blitt laget en forstudie i regi av VER-DI prosjektet der det ble bestemt å gå videre med å etablere denne.

Parallelt med prosjektet «Utvikling av nye overnattingsmuligheter» har Norges Vel jobbet med å tilrettelegge for turister langs den valgte traseen for «Trillemarka Rundt» med hensyn til fasiliteter, overnatting, servering og opplevelser, samt informert til relevante aktører i regionen om prosjektets fremdrift.

### 2.1 Kort oppsummering av mål for prosjektene

I de to følgende avsnittene vil vi redegjøre for de målene som er satt for de to prosjektene – jamfør Norges Vels tilbud på prosjektgjennomføring.

#### 2.1.1 Utvikling av nye overnattingsmuligheter

- Etablere samarbeidsstrukturer for salg og markedsføring
- Gjennomføre uttesting og revidering av felles nettsider
- Forberede gode bookingløsninger
- Øke kompetansen vedrørende salg, markedsføring og markedsbasert produktutvikling

#### 2.1.2 Trillemarka Rundt

- Tilrettelegging for overnatting, servering, aktiviteter, attraksjoner, etc langs Trillemarka Rundt ruten - med det formål på sikt å kunne bli en "syklist velkommen" destinasjon
- Utvikle modell/konsept for formidling av Trillemarka Rundt, samt markedsføring av ruten og tilbudene som kan utvikles i tilknytning til denne
- Identifisere mulige løsninger for fremtidig drift av Trillemarka Rundt konseptet

## 3 Gjennomføring av prosjektet

I denne delen vil vi kort redegjøre for hva som har blitt gjennomført i prosjektperioden.

### 3.1 Utvikling av nye overnattingsmuligheter

#### 3.1.1 Kartlegging, organisering og produktutvikling

Norges Vel startet arbeidet med å kontakte aktører som var satt opp på en liste som ble mottatt fra forstudien – på denne listen var det cirka 60 navn. Disse ble kontaktet på telefon for å avklare deres interesse.

Til sammen var det rundt 20 aktører involvert i tre kommuner som ønsket å være med i prosjektet videre etter den innledende kartleggingen og besøk hos den enkelte. Etter gjennomføring av en første fellessamling ble det identifisert tre arbeidsgrupper som jobbet med tre ulike tema og ønsket å utvikle sine produkt knyttet til:

1. overnatting og opplevelser rundt et gårdstun
2. overnatting og opplevelser inne i skauen rundt verneområdet
3. overnatting og opplevelser knyttet til sykkelruta Trillemarka Rundt

Målet med denne organiseringen var at de som ønsket å tilby lignende produkter kan bli kjent med hverandre og begynne å utvikle sine produkter i felleskap. Norges Vel har stilt opp på det første møtet for alle gruppene som rådgiver, og bistod de som ønsket med hjelp til maler for produktbeskrivelse og så videre. Mange av diskusjonene blant aktørene har gått på hvilket marked man skal henvende seg til – med utgangspunkt i ressursene aktørene har, samt hvilken pris som er hensiktsmessig. Videre har det vært spørsmål knyttet til byggtekniske regler, mva-problematikk, støtteordninger og spørsmål knyttet til Mattilsynets arbeid.

Det understrekes at det var utfordrende å følge aktørene så tett som ønskelig på grunn av rammene i budsjettet.

I mars 2012 ble det gjennomført en ny fellessamling i Rollag. Til denne samlingen ble også eksisterende overnattings- og opplevelsesaktører invitert, da det var fokus på mulighetene som merkingen av sykkelruten Trillemarka Rundt vil kunne medføre for området. Til dette møtet var Rolf Akselsen fra Norsk Sykkelturisme invitert til å fortelle om sykkelturisme i Norge. Hans Jørgen Jahren fra Øvre Numedal Fjellstyre var også invitert for å snakke om deres erfaringer knyttet til samarbeid og organisering. Øvre Numedal Fjellstyre tilbyr overnatting og opplevelser særlig knyttet til jakt og fiske på Hardangervidda, og har en omsetning på rundt en million som følge av organiseringen med en daglig leder som jobber dedikert med markedsføring og vertskap i 70% stilling. Hensikten med dette var å så en tanke blant deltakerne i prosjektene om viktigheten av en god organisering, samt at det finnes et marked for de produktene og tjenestene som utvikles blant aktørene rundt Trillemarka.

#### 3.1.2 Organisering og Markedsføring

Når et gjelder de enkelte aktørers muligheter for å kunne komme seg ut på markedet på egenhånd vurderes dette som lite sannsynlig. For så godt som alle aktørene er tilbud av overnatting og opplevelser helt nytt og de er derfor avhengig av bistand til å komme seg ut i markedet. Det vurderes i dag som meget lite sannsynlig at noen vil utvikle egne nettsider, knytte seg opp mot turoperatører eller melde seg inn i destinasjonsselskap. Hovedgrunnen til dette er usikkerhet knyttet til inntekspotensialet, modenhet rundt forretningside og terskel for å foreta investeringer.

Det har vært gjennomført med Kristin Helgerud, Turistkontoret i Uvdal om å kunne knytte seg til Tellus-databasen via dem, etter anbefaling fra Bente Bjerknes i Buskerud Fylkeskommune.

Det har videre vært møte med Buskerud Næringshage om arbeidet med nettside, aktuelle domenenavn, produksjon, oppfølging av aktører etter VER-DI etc. Buskerud Næringshage har stilt domenet [www.opplevtrillemarka.no](http://www.opplevtrillemarka.no) til disposisjon for VER-DI prosjektet.

Prosjektet identifiserte tre mulige løsninger for markedsføring av deltakere i prosjektet Nye Overnattingsmuligheter.

## **1. På egenhånd gjennom eksisterende muligheter hos destinasjonsselskapene**

Det er mulig å ha en visning kun på visitnorefjell.no eller uvdal.no uten egen nettside under kategorien "overnatting" – eventuelt «opplevelser». Da må hver enkelt være medlem i hhv Sigdal og Eggedal Turistservice AS eller Destinasjon Uvdal. Kostnaden pr år i Sigdal er ca 2.400 kr i medlemskap pluss kr 2.500 (+mva) for visning på nettsiden. I Uvdal er kostnaden for oppføring med navn og telefonnummer 2500 kroner første år – som også gir medlemskap i destinasjonsselskapet og synlighet i alle kampanjer, og deretter 1250 kroner neste år. Man kan også velge å inngå en selskapsavtale der man betaler 1% av omsetningen per år (minimum 4000 kroner). Som en del av arbeidet med prosjektet har også mulighetene for online booking blitt undersøkt. Uvdal.no sine priser for online booking er 7900 kroner første år – inkludert lisens, oppstart og opplæring. Har man en selskapsavtale med destinasjonsselskapet blir prisen 3500 første år. Uavhengig av om man har selskapsavtale eller ikke er prisen de påfølgende år kroner 5500 for å være tilknyttet online bookingsystem. Det vurderes derfor at en online bookingløsning per i dag ikke vil være aktuelt.

## **2. En egen hjemmeside [opplevtrillemarka.no](http://opplevtrillemarka.no) som integreres i eksisterende destinasjonsportaler**

Små, nye aktører går sammen om felles nettside for sine tilbud. Små aktører kan lage et felles foretak, for eksempel et samvirkeforetak, og dette foretaket kan være medlem av destinasjonene, med link til felles nettside. Stabburnsnatt er en variant av dette. De er presentert på [visitkongsberg.no](http://visitkongsberg.no).

Disse nye aktørene kan presenteres på en felles nettside som også omfatter andre aktører som tilbyr produkter knyttet til Trillemarka – altså eksisterende reiselivsaktører i Nore og Uvdal, Rollag og Sigdal. Det er ikke ønskelig å konkurrere med dagens destinasjonsselskap. Samtidig legges det til grunn at eksisterende aktører som i dag er medlem i et destinasjonsselskap og har sin informasjon lagt inn i en Tellusdatabase kan få synlighet på [opplevtrillemarka.no](http://opplevtrillemarka.no), slik at produktene og opplevelsene i Trillemarka fremstår som helhetlige og enda mer interessant for turister.

## **3. På egenhånd gjennom samarbeid med turoperatører o.l**

En rekke av aktørene er i ferd med å utvikle produkter som vil kunne være interessante for organisasjoner og turoperatører som Din Tur, Inatur, o.l. Ved en slik løsning mister man muligheten til å fremstå som et samlet tilbud av overnatting og opplevelser tilknyttet Trillemarka. Det samme er tilfellet dersom aktørene selv går sine egne veier og benytter seg av individuelle salgskanaler som [finn.no](http://finn.no), [booking.com](http://booking.com), [hanen.no](http://hanen.no), osv.

### **3.1.3 Endelig valg av løsning**

De ulike mulighetene ble diskutert på møte med en arbeidsgruppe bestående av nye og eksisterende aktører, Buskerud Fylkeskommune, Uvdal.no, Norefjell.no, og VER-DI.

Planen om å benytte Tellusdatabasen til et av destinasjonsselskapene ble diskutert på møte i arbeidsgruppen i Eggedal 8. mars og på bakgrunn av dette møtet gikk denne planen ut, og det ble bestemt å velge den mest økonomiske fordelaktige løsningen for å presentere Trillemarka nye og eksisterende aktører og deres tjenester/produkt, samt sykkelruten Trillemarka Rundt.



VER-DI ble forespeilet to alternativ og Norges Vel anbefalte at man gjennomførte alternativ 2, da dette vil passe inn i den generelle profilen for markedsføring av norsk reiseliv.

Alternativ 1:

En lavkostnadsløsning, for eksempel levert av Næringshagen (basert på wordpress, jfr [www.stabburnsnatt.com](http://www.stabburnsnatt.com)). Anslagvis vil kostnaden være 15-20 000 kroner for webdesign. Bistand med tekst og foto kommer i tillegg og vil ligge i området 30 000. Totalt for løsning 1 vil budsjettet ligge i området 55 000 kroner.

Alternativ 2:

En mer påkostet nettside jfr [www.bryllupsbygda.com](http://www.bryllupsbygda.com). Prisanslag webutvikling og webdesign: 70-100 000 kr. Bistand med tekst og foto kommer i tillegg og vil ligge i området 30 000. Totalt for løsning 1 vil budsjettet ligge i området 120 000 kroner.

Prosjektledelsen i VER-DI satte i gang arbeidet med å utvikle alternativ 2, med utgangspunkt i følgende målsetting:

*Få opp et rammeverk for aktørene i og rundt Trillemarka til å presentere Trillemarkas (nye og eksisterende) overnattings- og opplevelsesmuligheter - herunder.*

- *Trillemarka rundt – sykkelopplevelser og kart*
- *Overnatting og opplevelser i skogen – Jakt og fiske, overnatting i seterhytter etc,*
- *Overnatting og opplevelser i gårdstun*
- *Pakkeløsninger*

Arbeidet har blitt utført av Live Skinnes fra Athene Prosjekt og Mari Landerud fra Buskerud Næringshage, i samarbeid med Catch Media på Hønefoss og presentert på Fritidstunet 26. juni, og vil være «live» første uken i juli.

## **3.2 Trillemarka Rundt**

### **3.2.1 Kartlegging**

Det er et mål i prosjektet at de eksisterende tilbyderne av reiselivstjenester i området rundt Trillemarka skal kunne få anledning til å bli synliggjort og tilby sine tjenester gjennom opplevtrillemarka.no. Aktuelle aktører med relevant tilknytning til Trillemarka Rundt-traseen, og med relevante produkter/tjenester ble derfor informert om prosjektet, samt invitert til fellesmøte med Norsk Sykkelturisme i Rollag 5. mars. Det ble også sendt ut invitasjon til å sende inn relevant informasjon og bilder til den nye hjemmesiden opplevtrillemarka.no og til visning av den nye hjemmesiden.

### **3.2.2 Tilrettelegging og skilting av Trillemarka Rundt**

Selve ruten for Trillemarka Rundt var i hovedsak lagt som en del av forstudien. Det ble raskt enighet om at man benytter den nye skiltmalen til Innovativ Fjellturisme og disse ble bestilt fra Asker Produkt. Så snart det blir litt tørrere i bakken, så vil ruten være ferdig merket. Vedlegget til denne rapporten viser hvordan skiltingen fordeles mellom VER-DI og Statens Vegvesen. I praksis ble det oppnådd enighet om at Statens Vegvesen tar ansvar for skilting som binder Trillemarka Rundt til de to nasjonale sykkelrutene 4 og 5. Det ble videre enighet om å benytte Statens Vegvesens eksisterende skiltstolper til å montere skilt fra Innovativ Fjellturisme på.

### **3.2.3 Møtevirksomhet**

Det har blitt gjennomført møter med Statens Vegvesen, og vi har oppnådd en felles forståelse av viktigheten av å koble Trillemarka Rundt til Nasjonal Sykkelrute 4 og 5. Det vedlagte kartet skisserer hvem som vil ha ansvar for å merke hva.

Norges Vel har også vært i dialog med Rolf Akselsen i Norsk Sykkelturisme, og målet er å koble ruten rundt verneområdet i Trillemarka med Nasjonal Sykkelvei 4 og 5. Han stiller seg positiv til dette og anbefaler at Trillemarka Rundt-konseptet sees i sammenheng med det arbeidet som Destinasjon Norefjell gjør med å legge til rette i større grad for at denne destinasjonen blir syklist velkommen.

Videre har Norges Vel også avholdt et møte med Forvaltningsstyret for Trillemarka. Målet dette møtet var å forankre arbeidet med konseptutviklingen, samt undersøke muligheten for å søke på midler fra Utviklingsfondet for Trillemarka i fremtiden med tanke på bidrag til videreutvikling av konseptet Trillemarka Rundt.

### **3.2.4 Markedsføring**

Det er avgjørende at Trillemarka Rundt kan presenteres som ett konsept, men med flere produkt/produktpakker. Et mål har vært å presentere et helhetlig sykkelturismekonsept, og bruke "merkevaren" Trillemarka/Trillemarka Rundt til å presentere aktiviteter, overnatting og spisesteder etc. Her har det blitt gjennomført kartlegginger knyttet til samarbeid med Stiftelsen Norsk Sykkelturisme og Statens Vegvesen for å oppnå så stor helhet som mulig. Etter samtaler med Statens Vegvesen er det enighet om å koble Trillemarka Rundt-ruten til Nasjonal Sykkelrute nummer 4 og nummer 5, og dette er i meget stor grad en del av markedsføringen da det synliggjør for alle som sykler disse nasjonale rutene at det er mulig å ta en avstikker rundt Trillemarka.

Det er et mål at overnattings- og serveringsbedriftene på sikt skal oppfylle alle krav til syklist velkommen status og at aktørene som ligger langs Trillemarka Rundt traseen på sikt kan markedsføres på cyclingnorway sine hjemmesider som syklist velkommen bedrifter. Da vil Trillemarka kunne markedsføres for som en syklist velkommen destinasjon og turister som ønsker å sykle i Norge har anledning til å planlegge hjemmefra på cyclingnorway.no.

Det er også viktig å benytte destinasjonsselskapene sine hjemmesider, samt Forvaltningsstyrets hjemmeside til å linke til opplevtrillemarka.no.

## 4 Fremtidig arbeid og organisering – drift av konseptet

Den 26. juni 2012 ble siste samling i prosjektene avholdt på Fritidstunet i Prestfoss. Denne samlingen hadde to formål:

- Fremvisning av hjemmesiden [opplevtrillemarka.no](http://opplevtrillemarka.no)
- Presentasjon av forslag til fremtidig organisasjon: Opplev Trillemarka SA.

Det var stor glede blant aktørene som fikk se den nye hjemmesiden. Samtidig la Norges Vel vekt på at denne ikke vil være nok til å synliggjøre konseptet som utvikles i Trillemarka.

Det trengs nå en felles overbyggende organisasjon for aktørene som tilbyr og profilerer overnatting og opplevelser rundt Trillemarka og som sikrer at felleskapet mange aktører har pekt på som viktig kan videreføres. Norges Vel presenterte derfor et forslag om et samvirke etter mal fra blant annet Stabburnsnatt og Kulturgardane i Gudbrandsdalen – Opplevtrillemarka SA.

Den felles overbyggende organisasjonen trenger en Ildsjel – dedikert daglig leder til å videreutvikle organisasjonen, konseptet og aktørene. Det er viktig at vedkommende har:

- God kjennskap til aktørene og Trillemarka
- Stå-på vilje
- God til å snakke
- Proaktiv
- Organisasjonserfaring/næringslivserfaring
- Gjerne en som også er en overnattings/opplevelsesaktør
- Vedkommende blir vertskap og ett ansikt utad og bak [opplevtrillemarka.com](http://opplevtrillemarka.com)
- Vedkommende skal også være ansvarlig for:
  - Eierskap til [opplevtrillemarka.no](http://opplevtrillemarka.no)
  - Drifting/kjøp av tjenester for [opplevtrillemarka.no](http://opplevtrillemarka.no)
  - Forholdet til destinasjonsselskapene

Avhengig av finansiering må man også satse litt på «dugnadsånd» fra daglig leder. Videre trenger organisasjonen et styre. Norges Vel anbefaler at styret består av representanter fra nye overnattings- og opplevelsesaktører (her har Eli Reistad sagt seg villig til å stille som styreleder), en representant for Stabburnsnatt, samt en aktør som har drevet med reiselivstjenester en stund i regionen. En daglig leder kan leies inn fra for eksempel Næringsshagen i Buskerud, eller man kan gå ut med en stillingsannonse.

### *Formål*

Norges Vel har utarbeidet følgende forslag til formål for Opplev Trillemarka SA:  
*Foretaket Opplev Trillemarka SA har til formål å fremme medlemmenes økonomiske interesser gjennom deres deltakelse i virksomheten som kjøpere av markeds-, salgs- og utviklingstjenester.*

### *Organisering og finansiering*

Norges Vel er av den oppfatning at den måten Kulturgardane i Gudbrandsdalen er organisert på kan overføres til Trillemarka. Her er 7 gårder organisert som et samvirke som tilbyr overnatting, servering, aktiviteter og kulturopplevelser. Hver gård har betalt inn et andelsinnskudd på kr 3 000,-. Det er leid inn en daglig leder som jobber med felles markedsføring og profilering – og ikke minst med videreutvikling av produkter og konsept sammen med de enkelte gårder og samarbeidspartnere.

Når det gjelder finansiering så mener Norges vel at det er mest hensiktsmessig at ingen omsetning går gjennom selskapet, men at de ulike aktørene betaler en deltaker/markedsføringsavgift inn til selskapet avhengig av virksomhet og hvor mye profilering

man ønsker. Videre er det viktig med lav inngangsterskel i en startfase slik at man får aktører inn i organisasjonen. Etter hvert kan det vurderes å øke medlemskontingenten, eventuelt satse på prosentandel av omsetning.

Norges Vel er også at den oppfatningen at Opplev Trillemarka SA bør søke prosjektmidler i den start- og utviklingsfasen de i dag befinner seg i. Det kan være lurt å invitere med seg samarbeidspartnere i en slik søknad. Selv om Stabburnsnatt er inne i sin tredje sesong, så har de fortsatt en del av samme utfordringene som Opplev Trillemarka SA vil ha og trenger å gjennomføre målrettet markedsføring i tiden fremover. De to organisasjonene er begge en del av konseptet Trillemarka Rundt og kan således oppnå synergieffekter. Begge organisasjonene bør også vurdere å melde seg inn i relevante destinasjonsselskap.

En mulighet som her virker åpenbar er å søke Innovasjon Norge om et nettverksprosjekt innen naturbasert reiseliv. I programbeskrivelsen for Grønt reiseliv leser vi at: «Eksempler på Grønt reiseliv kan være ulike opplevelsesaktiviteter som for eksempel vandring, padling, sykling, jakt og fiske i kombinasjon med servering av gode matopplevelser og overnatting». Dette er meget relevant for Opplev Trillemarka SA, mens det er gode argumenter for å tilgodese dette området med bakgrunn i ønske om ny næring i vernede områder. Norges Vel anbefaler at Opplevtrillemarka SA står som ansvarlig søker, og partnere i prosjektet kan være:

- Stabburnsnatt
- Destinasjon Uvdal
- Destinasjon Norefjell
- Buskerud Fylkeskommune

Alternativt kan Stabburnsnatt stå som ansvarlig søker, noe som kan vurderes i og med at de har vært i drift i to sesonger allerede. Det faktum at to organisasjoner går sammen og søker om videreutvikling og markedsføring av natur- og kulturbaserte opplevelser i et område som Trillemarka som ligger innenfor en kritisk reisetid på to timer fra Oslo – og at det er en kombinasjon av nye og etablerte aktører involvert er et meget godt utgangspunkt for videre utvikling. Samtidig er både konseptet Trillemarka Rundt og den aktivitets- og opplevelsesmiksen som kan tilbys turister fra inn- og utland akkurat den Innovasjon Norge er på jakt etter.

Fokus for nettverksprosjektet er videre produktutvikling, kvalitetssikring og markedsføring. Prosjektet kan ikke nyttes til drift, men det kan finansiere en prosjektleder som jobber med:

| Tema                             | Mulige aktiviteter i prosjekt   |
|----------------------------------|---|
| Produktutvikling                 | Kontinuerlig produktutvikling er viktig, og er et løpende arbeid.   |
| Kompetanseutvikling              | Kompetanseutvikling går blant annet på vertskapsrollen. Et mulig fokusområde kan være å videreutvikle en foreløpig verdikjede for forretningsideen til Opplev trillemarka SA (se vedlegg 2: Mulig Verdikjede for Opplev Trillemarka SA)   |
| Markedsføring                    | <p>Målrettet segmentering og valg av marked som etterspør det Trillemarka kan tilby: myke aktive i opplevelser i flott natur mindre enn to timer fra Oslo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sykkel – kontakt sykkelklubber, inviter sykkelmagasin på visningstur, inviter Syklistenes Landsforening (som kåret Numedalsruta til 10 beste sykkelrute i Norge)</li> <li>• Jakt og fiske – inviter jakt og fiskeklubber på gratis visningstur. Inviter magasiner og send dem ut med guide</li> <li>• Fugletitting, sporsøk, fotografi etc – ta kontakt med foreninger, inviter magasiner og send dem ut med guide</li> <li>• Inatur: Trillemarka har såpass variert tilbud at det vil kunne være interessant for dem å inngå en salgavtale med Opplevtrillemarka-selskapet</li> <li>• Ski – kontakt skiklubber</li> <li>• Når sommerferien er over – ta kontakt med et lite utvalg og inviter dem til en felles visningstur</li> <li>• Gjør det samme med lokale og regionale aviser – samt NRK Buskerud</li> <li>• Vurdere å invitere nasjonalt media til å lage en sak om Trillemarka – hva er status 4 år etter vernevedtak</li> <li>• Kartlegg de viktigste messene det kan være relevant å besøke i løpet av høsten</li> <li>• Erfaringer fra Stabburnsnatt viser at bookingsider som booking.com kan gi effekt knyttet til utenlandske bestillinger. Velg derfor ut noen slike kanaler for «drop-in» overnatting</li> </ul> |
| Samarbeid, nettverk og allianser | <p>Kjøreregler for bestillinger og bekreftelser</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hvor lang tid i forveien må det bestilles? Dette handler om å ha tilgjengelighet for å sikre at man kan ta imot bestillingene, men også en balansegang slik at kapasiteten ikke blir ubrukt</li> <li>• Depositum?</li> <li>• Avbestillingsfrist?</li> <li>• Fakturering til kunden?</li> <li>• Fordeling av oppgjør – hvor lang frist?</li> </ul> <p>Kjøreregler for samarbeid/avtaler mellom deltakerne i nettverket</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ressursbruken knyttet til vertskapsrollen</li> <li>• Avtaler og samarbeid mellom aktørene i gruppen</li> <li>• Nettverket er ikke sterkere enn det svakeste ledd</li> </ul> <p>Utvikling av samarbeid med turoperatører, nye aktører, andre regioner, etc</p>   |

Det vil være naturlig at styreleder i Opplevtrillemarka er prosjekteier, og at man bruker prosjektet til å leie inn en prosjektleder – og vedkommende kan da også bli daglig leder i Opplev Trillemarka SA.



**NORGESVEL**  
DET KONGELIGE SELSKAP FOR NORGES VEL

**Det Kongelige Selskap for Norges Vel**  
Postboks 115, N - 2026 SKJETTEN  
Telefon..... : 64 83 20 00  
Faks..... : 64 83 20 01  
E-post ..... : [norgesvel@norgesvel.no](mailto:norgesvel@norgesvel.no)  
Nettsted ..... : [www.norgesvel.no](http://www.norgesvel.no)

