

Søknad

Søknadsår	2014	Vår arkivsak:
Støtteordning	Handlingsprogram for næringsutvikling i Hordaland	
Prosjektnamn	Reiseliv i Industriens Vugge	

Kort beskriving

Reiseliv i Industriens Vugge er en næringsklynge bestående av museer, industri og besøksnæringene på 9 industristeder på vestlandet, dette er Sauda, Tyssedal, Hardanger Fartøyvernssenter, Dale of Norway, Norsk Trikotasjemuseum, Kvernsteinsparken, Høyanger, Askvoll og Svelgen. Vi skal bygge en reiserute mellom stedene hvor industrihistorie og levende industri skal være verdiskaper for de lokale besøksnæringene.

Reiseliv i Industriens Vugge er medlem i det store reiselivsnettverket European Route

Prosjektbeskriving

Reiseliv i Industriens Vugge er en næringsklynge bestående av museer, industri og besøksnæringene på 9 industristeder på Vestlandet, dette er Sauda, Tyssedal, Hardanger Fartøyvernssenter, Dale of Norway, Norsk Trikotasjemuseum, Kvernsteinsparken, Høyanger, Askvoll og Svelgen. Vi skal bygge en reiserute mellom stedene hvor industrihistorie og levende industri skal være verdiskaper for de lokale besøksnæringene. For mer informasjon om de ulike industristedene, følg linken til http://issuu.com/johannakristingudmundsdottir/docs/reiseruten_m_kart_-_erih_mal__1__ny

Reiseliv i Industriens Vugge er medlem i det store reiselivsnettverket European Routes of Industrial Heritage (heretter kalt ERIH)

ERIH er et reiselivsnettverk som viser Europas industriarv i et reiselivsaspekt. ERIH er også et sted der innovative løsningsaspekter samles. Vedlikehold og istandsetting av industriminne er en krevende utfordring. Ved hjelp av samarbeid mellom medlemslandene kan denne oppgaven bli løst tilfredsstillende.

De tre hovedlandene Tyskland, England og Nederland er administratorer, se www.erih.net.

Per i dag er over 850 levende og nedlagte industristeder i 32 land representert. 90 av dem er Anker-steder som utgjør den virtuelle ERIH hovedruten med milepæler innen europeisk industri.

Anker Punkt:

Som beskrevet over er det tilsammen 90 velutviklede turistdestinasjoner i Europa som er knyttet til ERIH i form av å være godkjente ankerpunkt, av disse er 5 i Norge. Dette er:

- Museum Nord – Narvik
- Norsk Teknisk Museum – Oslo
- Norsk Industriarbeidermuseum/Vemork – Rjukan

Søknad til Hordaland fylkeskommune (HNN)

- Norsk Vasskraft og Industristadsmuseum – Tyssedal
- Spillum dampsg, Namsos

Et ankerpunkt kjennetegnes med et industristed som har bygget opp nødvendig infrastruktur til å kunne fremstå som et reisemål.

Med utgangspunkt i museet i Tyssedal som ankerpunkt ønsker vi å bygge en reiserute med spennende destinasjoner som har en særegen industrihistorie i Hordaland og Sogn og Fjordane.

1 Allerede gjennomførte oppgaver:

Prosjektet startet i 2012 og har hatt god progresjon både i 2012 og 2013. I arbeidet så langt har vi fokusert på følgende oppgaver

1.1 Etablere en prosjektorganisasjon:

Se eget pkt om organisering.

1.2 Kartlegge og rekruttere:

- Kulturminnedeltagere
- Kommersielle aktører, relevante industribedrifter, hoteller, serveringssteder og andre tilbydere mot reiselivsbransjen.
- Relevante næringslivsaktører (Eks Elkem i Svelgen, Sogn og Fjordane Energi, AS Helle fabrikker – knivfabrikken i Holmedal og Dale of Norway)

1.3 Lokale samarbeidsmøter/oppstartsmøter:

God lokal forankring er viktig, derfor har vi gjennomført samarbeidsmøter på alle industristedene hvor følgende er invitert:

- Kommunal administrasjon
- Politikere
- Reiselivsbedrifter
- Kulturminne aktører
- Evt. andre industrielle samarbeidsparter

1.4 Studietur til Route der Industri i RUHR området:

I januar 2013 var vi 17 personer (alle industristedene var representert) som reiste på studietur til Route der Industri i RUHR området, den første regionale reiseruten som ble etablert i ERIH nettverket.

På denne turen så vi svært gode eksempler på hvordan RUHR området er transformert fra å være et av Europas mest skitne og forurensende industriområder til å bli et reisemål som i 2012 hadde mer en 6 millioner besøkende og bedro til ca 1200 arbeidsplasser i besøksnæringene. Vi fikk med oss mange gode eksempler og kunnskap om hvordan denne suksessen har vært mulig. Vi fikk også med oss nyttig kunnskap om marked, målgrupper og økonomiske nøkkeltall som vil gjøre vårt arbeid lettere.

1.5 Ressurser fra ERIH:

Vi har kartlagt og fått innspill på:

- Hvordan bygge en «reiserute»
- Hvordan formidle industriturisme

Søknad til Hordaland fylkeskommune (HNN)

- Retningslinjer i forhold til utvikling av logo, informasjonsmateriell, web, etc.
- I dette området skal vi invitere en «instruktør» fra ERIH til workshop om bygging av rute.

1.6 Gjennomført et kompetanseprogram:

Basert på Innovasjon Norge sin hvitebok for reisemålsutvikling har vi gjennomført workshoper innen temaer som:

- Vertskapsrollen
- Opplevelsesproduksjon
- Pakking, salg og markedsføring
- Internasjonalisering.

Vi har også gjennomført 2 workshoper med tema kulturminnevern.

1.7 Formalisere samarbeid med destinasjonsselskaper som:

- Fjordkysten
- Visit Sognefjord
- Reisemål Hardangerfjord
- Reisemål Stryn og Nordfjord
- Sauda Ferie og Fritid
- FjordNorge.

Vi er partnere i NCE Tourism og har representant i de Europeiske ERIH organisasjonen.

1.8. Etablert kontakt med transportnæringen:

Vi har etablert gode relasjoner med både Norled og Widerø.

1.9. Andre ERIH ankerpunkt i Norge:

Vi har vært pådriver for å skape en møteplass mellom de andre norske ERIH ankerpunktene og har fått definert noen relevante arbeidsområder hvor vi kan samarbeide og dele erfaringer.

2 Prosjektarbeid i 2014:

Prosjektarbeidet i 2013 har handlet mye om kompetanseheving innen reisemålsutvikling, oppstart av en produktutviklingsprosess både for reiseruten og for hvert enkelt industristed, arbeid relatert til kulturminnevern og formalisert samarbeidet med destinasjonsselskaper.

2014 vil bli annerledes. Vi vil fortsette arbeidet med produktutvikling med intensjon om ha de første produktene klare for å pakkes, prises og bookbare, samt å ha en hel reiserute klar for presentasjon i august/september 2014 og til ERIH sin generalforsamling i oktober 2014 der flere land er representert (11 i 2013). Alt er kvalitetssikret og klar for salg på NTW i 2015.

Markedsføring vil å også være en viktig oppgave i 2014.

I 2014 vil vi også jobbe aktivt med å knytte til oss/styrke samarbeidet med transportselskaper og andre kommersielle aktører som er relevant for oss, enten gjennom felles historie/formidling og/eller strategisk samarbeid ut mot markedet.

Søknad til Hordaland fylkeskommune (HNN)

For 2014 har vi definert 5 hovedområder vi skal fokusere på og hvor vi har definert konkrete tiltak:

- 1 Produktutvikling av reiseruten og av hvert enkelt industristed
- 2 Utvikle lokale kulturminne planer
- 3 Markedsføring og salg
- 4 Kompetanseheving
- 5 Etablere nye samarbeidspartnere/forsterke etablerte samarbeidsrelasjoner

2.1 Produktutvikling:

Dette arbeidet er 2-delt. Dette omhandler både arbeidet med å utvikle hver enkelt industristed som reisemål og å utvikle reiseruten som et samlet konsept:

Produktutvikling – industristed.

- Produktutvikling lokalt, frem mot lansering
- Bistå lokale prosjekter

Produktutvikling – reiserute

- Rekruttere nye kulturminnedeltagere
- Delta i nasjonale samarbeidsprosjekter – sammen med de andre ankerpunktene:
- Gjennomføre test tur:
- ERIH-verten, utvikle program
- Gjennomføre forprosjekt og utvikle søknad om opptak i Innovasjon Norge, Siva og Forskningsrådets Arena program

2.2 Utvikle lokale kulturminner:

I 2014 vil prosjektet arbeide med å utvikle kulturmminnekompetansen hos de enkelte nettverksdeltagerene. God kunnskap om kulturminnene og historien til det enkelte stedet vil være vesentlig for å kunne utføre vertskapsrollen på en god måte, jf pkt. 1.6.

- Lokale kulturminneplaner:
- Tilgjengelighet for alle til kulturminnene:
- Istandsetjing av kulturminna

2.3 Markedsføring

- Gjennomføring og videreutvikling av nettverkets markeds/media strategi
- Forretningsmodell/Markedsplan lokalt:
- Utvikle nettverkets presentasjonsmateriell
- Deltagelse på ERIH sin generalforsamling
- Pressetur
- Delta på vestlandstreffet, gjerne med egen presentasjon
- Vertskap for styremøte i den europeiske ERIH organisasjonen:
- Gjennomføre visningstur for turoperatører i samarbeid med Fjord Norge
- Delta på Extra Schict 28 juni. Sjekk dato. Trur det er den 15. juni?
- Kartlegge og definere «Technical visitors» som et eget marked

2.4 Kompetanseheving

Søknad til Hordaland fylkeskommune (HNN)

- Initiere Fram Reiseliv i Sogn og Fjordane og Hordaland
- Kompetanseprogram reisemålsutvikling

2.5 Samarbeidspartnere

- Styrke samarbeid med transportører
- Styrke samarbeid med andre kommersielle/markeds partnere som hoteller og industribedrifter.
- Studietur til Ruhr
- Invitere Kulturminnefondet på befarung

Kontaktopplysningar

Funksjon	Namn	Adresse	Poststad	Mobil
Søklar/prosjekteigar	Askvoll Næringsutvikling	Askvoll Sentrum	6980 ASKVOLL	98244884
Kontaktperson	Roy Sævik	Askvoll Sentrum	6980 ASKVOLL	98244884
Prosjektleder	Roy Sævik	-	6980 ASKVOLL	98244884

Motteke offentleg støtte tidlegare: Ja

2012: Innovasjon Norge kr 350.000,

År 2013: Innovasjon Norge kr 350.000,

År 2013: Fylkeskommunen Hordaland kr 200.000,

År 2013: Fylkeskommunen i Sogn og Fjordane kr 170.000,

År 2013: Riksantikvaren kr 343.000,

Spesifikasjon

Bakgrunn

Bakgrunn:

Prosjektet har sitt opphav både i et initiativ fra Norsk Vasskraft og Industristadsmuseum i Tyssedal, samt fra Stongfjorden Vekst. I begge «leire» var det jobbet med tanker i retning av å etablere reiselivsnettverk og når planene fra begge initiativene ble presentert for hverandre så har en kommet frem til en felles plattform.

Initiativ 1. NVIM søker og blir medlem i ERIH:

Bakgrunnen for at NVIM søkte ERIH-medlemskap er studietur til Ruhr i 2007 saman med riksantikvaren og ein ny studietur i 2009 saman med representantar frå handverksbedrifter i Odda samt studietur i 2010 med representantar frå museum og kommunen.

På desse studieturane fekk vi erfara at rutene fungerte, var synlege som merkevare og at dei vart brukt. Det var positivt å oppleve at levande bedrifter og historie/kulturminne var "ei pakke" og at det var eit vinn-vinn prosjekt for dei som samarbeida på tvers av vanlege "bedriftsgrensar" i eit felles

Søknad til Hordaland fylkeskommune (HNN)

opplevingsprodukt. Det var også positivt å sjå at kulturminne og bedrifter var kobla saman som perler på ei snor til ei sterkare eining.

Heime i Odda hadde vi alt etablert prosjektet "Reiseliv i industriens vugge" som eit initiativ saman med Norsk Industri, NVE og NHO reiseliv sentralt. Det vart eit prosjekt som vi tok vidare saman med KS og då vart Rjukan, Narvik og Kirkenes med i tillegg til Odda. Dette prosjektet hadde og beslektet prosjekt i "Fjordkysten" der Børrea Schau Larsen, Solstrand fjordhotell v Bergen; var primus motor i dette reiselivsprosjektet som skulle kobla aktivitet inne i fjordane med kystkultur og næring. Vi har også hatt nær kontakt med Nasjonal turisveg om ei eventuell samhandling i vår region der Tysedal er del av Nasjonal turistveg Hardanger.

I 2008 inviterte vi Wolfgang Ebert for å orientera om ERIH for reiseliv og andre i vår region. Vi vart deretter godkjent som ERIH- ankerpunkt og det første i Norge.

Det er store fordeler å bli knytta til dette informasjons- og reiselivsnettverket internasjonalt. Der er det ein for alle og alle for ein som gjeld i arbeidet med å utvikla reiseruter og nye aktivitetar utav industrihistorie, kulturlandskap og levande handverk.

NVIM ser fram til å vera del av dei norske rundreiserutene og som første pilotprosjekt og regional rute i fjordane

Initiativ 2. Reiseliv som fokus område i Stongfjorden Vekst AS:

I forbindelse med etableringen av Stongfjorden Vekst så ble det vedtatt at 1 av 3 fokusområder skulle være utvikling av reiselivet i Stongfjorden.

Stongfjorden inviterte kommunens reiselivsbedrifter til en workshop i juni 2011. Målet med workshoppen var å forsøke å definere noen overbyggende prosjekter som kunne være med på å styrke reiselivsnæringen i kommunen. Denne workshoppen resulterte i 5 prosjekter, hvorav 2 omhandler kommunens industrihistorie.

Prosjekt 1 - Industriminnetur i Stongfjorden:

I 1908 etablerte British Aluminium Company skandinavias første aluminiumsfabrikk i Stongfjorden. Deltagere i workshopen tegnet opp skissen til et prosjekt som omhandler formidling av denne stolte historien.

Prosjekt 2 - Knivsmed for en dag:

I Holmedal er knivfabrikken AS Helle fabrikk lokalisert. I Holmedal har det vært knivproduksjon i 80 år, en produksjon som ivaretar flere tradisjonelle industrihåndverk innen både behandling av tre, lær og stål. Prosjektskissen som ble tegnet opp i workshoppen omhandlet hvordan knivfabrikken kan en besøksbedrift og således øke omsetningen på fabrikkutsalget.

Resultatene fra denne workshoppen ble senere presentert for Randi Bårtvedt, museumsdirektøren på NVIM. Konklusjonen av denne samtalen var en beslutning om å kartlegge interessen blant eiere av industrielle kulturminner i Sogn og Fjordane og Hordaland om etablering av et nettverk som skulle kobles på ERIH.

Søknad til Hordaland fylkeskommune (HNN)

I etterkant ble det arrangert en ny workshop i Sogn og Fjordane (november 2011) og i Hordaland (mars 2012) hvor ulike industristeder fra de 2 fylkene ble innvitert til å delta. Intensjonen med disse 2 workshopene var å skape interesse for og rekruttere deltagere inn i et nettverk som skulle kobles på det europeiske reiselivsnettverket ERIH.

Nettverket har nå 8 industristeder som deltagere, dette er:

- Sauda
- Tyssedal/Odda
- Norheimsund (Hardanger Fartøyvernseier)
- Salhus (Norsk Trikotasjemuseum)
- Dale of Norway
- Høyanger
- Hyllestad (Kvernsteinsparken)
- Askvoll
- Bremanger.

Prosjekt mål

Forretningside/prosjekt mål:

Forretningside:

Vi skal bygge opp et reiselivsnettverk som skal bestå av industristeder som alle har en unik industrihistorie å formidle. Hvert enkelt industristed skal utvikles til å bli et attraktivt reisemål. Deltagerne i nettverket skal markedsføres både som en reiserute og som selvstendige reisemål.

Definisjon av et Reisemål:

Vi bruker en definisjon på et reisemål som er hentet ut fra Innovasjon Norge sin Hvitebok i reismålsutvikling.

Begrepet reisemål eller destinasjon er et geografisk sted som besøkes av tilreisende turister fordi stedet har kvaliteter og gir opplevelser som gjør det verd å besøke. Et sted blir med andre ord først et reisemål når det oppfattes som attraktivt av definerte målgrupper i markedet, dvs. at stedet har reell attraksjonskraft.

Et reisemål kan med turistens øyne beskrives som en arena (eller en setting) der det er sannsynlig at hun eller han vil få personlige og meningsfulle opplevelser i tråd med egne behov, ønsker og forventninger. Reisemålet som arena består av tre grunnleggende komponenter:

fysiske; steds-kvaliteter, naturomgivelser, bygningsmiljøer, værforhold, osv.
sosiale; interaksjon, veiledning, andre kunder/gjester, møte lokalbefolkning
sosiokulturelle; gi mening for turistene, vise kulturverdier og møte forventninger

Overordnet Prosjekt mål:

Prosjektet har 3 hovedmål som er gjensidig avhengig av hverandre.

Hovedmål 1 – kommersielt mål:

Vi skal bygge et reiselivsnettverk som har til hensikt å styrke lønnsomheten hos reiselivsaktører og industribedrifter lokalisert langs reiseruten vi skal bygge. Dette skal gjøres ved å etablere et

Søknad til Hordaland fylkeskommune (HNN)

bedriftsnettverk som skal ta seg av «fellesoppgavene» med utvikling av denne reiseruten.

Med dette menes at prosjektet skal styrke lønnsomheten hos:

- Komerisielle aktører som formidler industrikultur
- Reiselivsaktører som vil være tjenesteleverandører til besøkende, eks overnatting, servering osv.
- Eksisterende industribedrifter som har en industrikultur og formidle og som kan bruke nettverket som endel av sin forretningsmodell, eks AS Helle Fabrikker.

Hovedmål 2 – industrisamfunn som identitet:

Det er et utrykt mål om formidling og større kunnskap om hva industristedene representerer, dette er viktig for mer positive holdninger til industriminnene. Prosjektet har derfor en sosial og kulturell målsetting om å styrke lokalsamfunnene sin identitet og stolthet som industrisamfunn. En reiserute i Hordaland og Sogn og Fjordane vil også synliggjøre Vestlandsregionen som industriregion og ikke bare som et fiskeri og jordbrukssamfunn.

Hovedmål 3 – Sikre industriarven for fremtiden, gjennom bærekraftig bruk:

For å kunne lykkes med hovedmål 1 og 2 er en avhengig av å ha industrielle kulturminner i en forfatning som egner som til formidling. Mange av industiminnene blir tatt vare på i et spleiselag mellom frivillige organisasjoner, kommuner, fylkeskommuner og stat. Dette er en finansieringsmodell som i stor grad bygger på velvilje, men også knappe ressurser. Framtidig sikring av kulturarven bør derfor i større grad involvere private næringsaktører og industrieiere som i gjennytelse kan nyttegjøre industriminnene i sin verdiskapning.

1.4 Konkrete mål for 2014:

Mål 1:

Vi skal ha ruten med alle besøksmål og aktiviteter pakket, priset, bookbar gjort enkelt tilgjengelig for kunden og klar for salg fra oktober 2014 til ERIH sin generalforsamling.

Mål 2:

Alle industristedene skal være klare til å presentere sine produkter på NTW i 2015

Mål 3:

De lokale industristedene har laget en liste over prioriterte kulturminner som skal inngå i prosjektet, kulturminnene skal være registrert i Kulturminnesøk (Riksantikvarens portal) og skal være presentert for kommunen i forhold til kommunale kulturminneplaner. Ellers er det et mål å ha fått Kulturminnefondet med på en befaring på industristedene i Hordaland, samt gjennomført kurs i søknadsskriving til Kulturminnefondet.

Mål 4:

Vi skal gjennomføre et forprosjekt og utarbeide søknad om opptak i Innovasjon Norge, Siva og Forskningsrådets Arena program

Mål 5:

Vi skal ha etablert kontakt med og inngått avtale med minst 1 internasjonal og 1 nasjonal turoperatør

Søknad til Hordaland fylkeskommune (HNN)

som markedsfører våre produkter.

Mål 6:

Vi skal ha oppnådd redaksjonell omtale i minst 3 aviser i Norge

Mål 7:

Alle industristedene skal ha laget en plan for hvordan måle besøkende i årene som kommer (planen skal være ferdig, men ikke nødvendigvis implementert).

Mål 8:

Vi skal ha etablert kontakt med minst ett flyselskap, ett båtselskap og en turdistributør i Norge og aktuelle hoteller for å markedsføre og selge ruten for individuelle reisende.

Langsiktig markeds mål, basert på erfaringer fra reiseruten vi besøkte i RUHR området i Tyskland:

I forbindelse med studieturen til RUHR området 24-27 januar 2013 så delte de sentrale personene i ERIH nettverket gledelig av sin kompetanse og erfaring.

Vi ble informert om at det lokale/regionale markedet for reiseruten i RUHR området består av ca 5 millioner mennesker. Det ble også informert om at reiseruten i RUHR i 2012 hadde ca 6 millioner besøkende og at i gjennomsnitt så la hver besøkende igjen 30 euro til reiselivsaktørene rundt reiseruten. Det må tas i betraktning at reiseruten ble etablert i 1999 og er godt innarbeidet som reisemål.

Til sammenligning har vår reiserute ca 629.000 innbyggere i vårt lokale marked. Overfører vi den tyske suksessen til våre tall så tiliser dette et potensiale på over 700 000 besøkende i vår reiserute. Dersom våre besøkende legger igjen samme beløp, dvs kr 240 pr person som besøker oss, så vil dette bidra til en omsetning blant våre reiselivsbedrifter med ca kr 150 millioner. Hvor adekvat en slik prognose er kan sikkert diskuteres, men uansett så illustrerer dette at det ligger et betydelig potensiale i å benytte industrikultur som turistattraksjon.

Forankring

I forprosjektet har vi jobbet med å forankre prosjektet på ulike nivåer:

- Fylkeskommunalt
- Kommunalt
- Samarbeidspartnere

1. Fylkeskommunal forankring:

1.1 Sogn og Fjordane Fylkeskommune:

I Februar 2014 er prosjektet vurdert i hovedutvalget for kultur, i forbindelse med innsending av prosjektskisser til Riksantikvarens verdiskapningsprogram. Hovedutvalget for kultur vedtok å sende prosjektet videre til riksantikvaren.

Arlen Bidne, rådgiver i kulturavdelingen i Sogn og Fjordane sitter i prosjektets referansegruppe.

Prosjektet er også forankret i Sogn og Fjordane sin kulturstrategi. Næringsavdelingen i

Søknad til Hordaland fylkeskommune (HHH)

fylkeskommunen er løpende orientert om prosjektet.

Strategier for utvikling av et kunnskapsbasert Sogn og Fjordane – Sluttrapport, Rapport 12-2011

Næringsklynger – side 31 til 33.

Denne rapporten behandler næringsklynger og nettverkssamarbeid på en utfyllende måte og definerer det som et egnet verktøy for små og mellomstore bedrifter til å øke sin konkuransekraft. Reiselivsnæringen langs kysten kjennetegnes i stor grad av små aktører. Vårt prosjekt er et eksempel på et slikt nettverk.

Oppsummering , valg av næringer

Under pkt 3.6 i rapporten trekkes «Reiseliv, natur og kulturbaserte aktiviteter» som 1 av 6 næringer med høyt verdiskapningspotensialet. Vårt prosjekt er et reiselivnettverk basert på kulturbaserte opplevelser.

I rapporten så vil vi spesielt trekke frem følgende anbefaling, fra rapportens side 56

1.2 Hordaland Fylkeskommune:

Hordaland Fylkeskommune har i februar 2014 (som i 2013) anbefalt prosjektet til Riksantikvaren for videre deltagelse i Verdiskapningsprogrammet. Tor Titlestad sitter i prosjektets styringsgruppe, samt at fylkeskonservator Per Morten Ekerhovd kjenner godt til prosjektet, dvs at forankringen i fylkeskommunens kulturavdeling er god.

Regional Næringsplan for Hordaland 2013 – 2017:

I fylkeskommunens plandokument «Regional næringsplan for Hordaland 2013-2017» så står reiseliv definert som en av de viktige næringene. Selv om vårt prosjekt inneholder mye kultur/kulturminnevern så er det i reiseliv/besøksnæringene at det største verdiskapnings potensialet ligger i vårt prosjekt.

Videre står det blant annet i samme plandokumentet, pkt 4.3.4 står det at Fylkeskommunen skal særleg:

- Motivere flere verksemnder til å bruke eksisteranse program for å kople næringsliv og FoU-miljø
- Stimulere til innovasjon i etablerte verksemder, mellom anna gjennom klyngeutvikling og utvikling av nye innovative næringsmiljø med vekstpotensiale.

Reiseliv i Industriens Vugge er et klyngeprosjekt, bygget opp både som et horisontalt og vertikalt nettverk, med nettverksdeltagere i begge retninger av verdikjeden, samt med flere nettverksdeltagere i samme verdikjede posisjon.

Klyngesamarbeid – Arena program:

Videre vil vi nevne at vi allerede har levert inn en prosjektskisse til Innovasjon Norge (21. februar) og har planer om å levere inn en endelig søknad om opptak i Innovasjon Norge/Forskningsrådet og Siva sitt Arena program allerede i april 2014. Søknadstidspunkt vil kunne avhenge noe av

Søknad til Hordaland fylkeskommune (HNN)

tilbakemeldingene vi får på prosjektskissen, dersom IN anbefaler oss å vente med søknad til 2015 vil dette bli vurdert.

Vårt prosjekt bidrar til økt innovasjon i etablerte virksomheter på følgende områder:

- Nye salgskanaler for etablerte industrivirksomheter (ex, Helle fabrikker og Dale of Norway som besøksbedrifter)
- Gjennbruk av gamle industrilokaler, verdiskaper for eier
- Vi vurderer vårt prosjekt som godt forankret i Hordaland Fylkeskommune sitt dokument «Regional Næringsplan for Hordaland 2013 – 2017, både som et innovativt klyngeprosjekt og et reiselivsprosjekt.

Handlingsplan for næringsutvikling i Hordaland 2014:

Handlingsplanen trekker frem de samme sentrale pkt som Regional Næringsplan og vårt prosjekt er således godt forankret også i dette plandokumentet

2 Kommunal forankring:

Den kommunale forankringen varierer fra mellom de ulike industristedene, avhengig av hvor lenge industristedet har vært med i nettverket.

Sauda:

Sauda er siste stedet som koblet seg på nettverket vårt. I Sauda styres prosessen av det lokale utviklingsselskapet Sauda Vekst AS. Sauda kommune og Eramet AS (smelteverket) er de største eierne av Sauda Vekst.

Deltagelse i nettverket vårt er styrebehandlet i Sauda Vekst. Sauda Vekst ved Inge Løyning og Ragnar Fosstveid, daglig leder i Sauda Ferie og Fritid er pådriverne. Videre er Åshild Øverland, kultursjef i Sauda kommune informert og svært positiv til prosjektet.

Tyssedal:

Norsk Vasskraft og Industristadmuseum i Tyssedal var første norske ankerpunkt i det europeiske nettverket. Anne Gravdal (formidlingsleder på museet) har selv bodd i Tyskland og jobbet med guiding på den regionale reiseruten i RUHR området.

Videre var Thomas Rasmussen (teknisk avdeling i kommunen) med som deltager på studieturen til RUHR januar 2013. Jan Helge Oppedal, turistsjef i Odda kommune har vært svært aktiv i 2013 og vil være sentral i det videre produktutviklingsarbeidet i Tyssedal/Odda.

Norheimsund:

Det er Hardanger Fartøyvernsenter som er pådriver i prosessen i Nordheimsund. Prosjektet er foreløpig ikke forankret i kommunalt

Salhus:

Salhus Trikotasjemuseum er endel av Museet i Hordaland. Prosjektet er forankret i museumsledelsen men ikke kommunalt.

Søknad til Hordaland fylkeskommune (HNN)

Dale of Norway:

Hos Dale of Norway er det bedriften som eier prosjektet, men prosjektet er godt forankret og blir støttet av Vaksdal Næringssselskap AS, som er et delvis kommunalt/privat eid utviklingsselskap, med kommunen som 67% eier.

Høyanger:

I Høyanger har Terje Søreide, daglig leder i Høyanger Næringsutvikling vært deltager i prosjektgruppen fra starten. Anita Norheim, kultursjefen er også nå en av personene i prosjektet vårt. Dette betyr at prosjektet er godt forankret kommunalt, både i næring- og kulturavdeling. Både Terje Søreide og Anita Norheim deltok på studieturen til RUHR området i Tyskland januar 2013.

Utover dette er Høyanger Reiselivsforum (reiselivsbedriftene i Høyanger) med i det lokale arbeidet i Høyanger.

Hyllestad:

I omstillingsarbeidet i Hyllestad kommune har Norsk Kvernsteinsenter ansvaret for gjennomføringa av prosjektet Kvernstein som internasjonalt reiselivsprodukt.

Prosjektet er et hovudprosjekt med tidsramme 2013 – 2015, og med budsjett på kr.1 550 000 for 2013. Prosjektet ligger inne i Hyllestad kommune sin handlingsplan for omstillingsarbeidet i 2013, vedtatt av Hyllestad kommunestyre i desember 2012. Hyllestad sitt ERIH prosjekt ligger inne i dette prosjektet.

Askvoll:

I Askvoll kommune er det lokale ERIH arbeidet definert som et omstillingsprosjekt og inngår i kommunens handlingsplan for omstilling. Handlingsplanen for 2013 er vedatt i kommunestyret.

Arbeidet lokalt gjøres av en prosjektgruppe bestående av:

Askvoll Fjordhotell

Askvoll Sjøbuer

Grandane gjestehus

Askvoll Næringsutvikling

Britt Hansen, prosjektleder i omstillingsorganisasjonen

Roy Sævik, Stongfjorden Vekst, Prosjektleder

Prosjektansvarlig er Askvoll Næringsutvikling.

Prosjektet er godt forankret både i kommunens omstillingsarbeid og i reiselivsnæringen.

Bremanger:

Espen Frøysland, kultursjef i Bremanger kommune har deltatt i prosjektgruppen i det pågående forprosjektet, Ann Iren Myrheim, daglig leder i kommunens utviklingsselskap Bremanger Hamn og Vekst AS har deltatt i prosjektets referansegruppe.

Det lokale arbeidet drives av Espen Frøysland, Gabriell Ossenkamp (direktør på Elkem i Svelgen) og

Søknad til Hordaland fylkeskommune (HHH)

Per Helge Eikeland (leder for SFE sitt kraftverk i Svelgen). Prosjektet er godt forankret både i industribedriftene og kommunens administrative ledelse innen fagområdene kultur og næring. Prosjektet er enda ikke politisk forankret. 7 februar 2013 legges prosjektet frem for formannskapet.

3 Forankring hos andre samarbeidspartnere:

Det er jobbet med å forankre prosjektet hos ulike samarbeidspartnere, se søknadens pkt om samarbeidspartnere.

Prosjektorganisering

Prosjektleder:

Roy Sævik

Roy Sævik er styremedlem i Askvoll Næringsutvikling og leder for Askvoll Næringsutvikling sitt reiselivsforum. Det blir skrevet avtale mellom Roy Sævik og Askvoll Næringsutvikling angående prosjektleder rollen i Reiseliv i Industriens Vugge.

Det er etablert en styringsgruppe, denne består av:

- Roy Sævik, leder
- Arlen Bidne, repr for Sogn og Fjordane fylkeskommune
- Tor Titlestad, repr for Hordaland fylkeskommune
- Randi Bårtvedt, repr for NCE
- Marita Solheim, repr for Fjordkysten
- Hans Jørgen Andersen, repr for Reisemål Hardangerfjord.
- Mette Haraldsen, repr for NVIM

Vi mener denne prosjektgruppen ivaretar prosjektets kompetansebehov innen viktige oppgaver som kulturminnevern, salg/markedsføring av reiselivsprodukter, produktutvikling, prosjektledelse og forretningsutvikling.

Samarbeidspartnere

Det er lagt ned et betydelig arbeid med å kartlegge, informere og formalisere samarbeid med relevante samarbeidspartnere.

Følgende bedrifter/organisasjoner har bekreftet at de ønsker å samarbeide med oss i vårt videre arbeid:

- Innovasjon Norge (Åsne Foldstad)
- Kulturminnefondet
- Fylkeskommunen Sogn og Fjordane, v/Kulturavdelingen
- Fylkeskommunen i Hordaland, v/Kulturavdelingen
- Marita Solheim, Visit Fjordkysten
- Hans Jørgen Andersen, Reisemål Hardangerfjord
- Ståle Brandsægg, Visit Sognedfjord
- Ragnar Fosstveit, Sauda Ferie og Fritid
- Reisemål Stryn og Nordfjord
- FjordNorge
- NCE Tourisme

Søknad til Hordaland fylkeskommune (HNN)

-Riksantikvaren

Utover dette har vi etablert en god relasjon med:

-Norled

-Widerøe

-Vestlandsforskning

Prosjektet er også presentert for:

-Bergen Arkitekthøyskole

-Høgskulen i Sogn og Fjordane

Aktivitetar

For 2014 har vi definert 5 hovedområder vi skal fokusere på og hvor vi har definert konkrete tiltak:

1 produktutvikling:

Dette arbeidet er 2-delt. Dette omhandler både arbeidet med å utvikle hver enkelt industristed som reisemål og å utvikle reiseruten som et samlet konsept

1.1 Forberdelse til lansering:

I 2013 ble det gjennomført en workshop 28-29 august, samt en oppfølgende dagssamling 10 desember. Dette arbeidet vil bli videreført, i tett samarbeid med destinasjonsselskapene frem mot lansering.

1.2 Bistå lokale prosjekter

Vi skal være en diskusjonspart for de lokale industristedene i deres prosjektarbeid.

1.3 Rekruttere nye kulturminnedeltagere

Vi har laget oss en prospektliste over 4 relevante industristeder som vi ønsker å etablere kontakt med i 2014.

1.4 Delta i nasjonale samarbeidsprosjekter – sammen med de andre ankerpunktene:

18 november ble det arrangert et møte i Telemark (initiert av oss) hvor alle de andre Erih ankerpunktene i Norge ble invitert. Møtet ble arrangert på Vemork og ankerpunktene Vemork, Norsk Teknisk Museum, Spillum Dampsag og Reiseliv i Industriens Vugge var representert, Museum Nord i Narvik var invitert.

1.5 Gjennomføre test tur:

Vi skal invitere med representanter fra alle destinasjonsselskapene som inngår i prosjektet til å delta på en test tur. Antar dette vil kreve 3 dagers gjennomføring.

1.6 ERIH-verten, utvikle program

I vårt konsept vil vertskapsrollen ute på hvert enkelt industristed være et av suksesskriteriene. I 2014 ønsker vi å gjennomføre et prosjekt med følgende element:

- Kartlegge relevante samarbeidsparter for å utvikle et slikt program
- Kartlegge andre tilsvarende program hvor vi kan få ideer

Søknad til Hordaland fylkeskommune (HNN)

- Utviklet et program for gjennomføring av vertskapskurs
Programmet er tenkt utviklet i 2014, men ikke gjennomføres før i 2015.

1.7 Gjennomføre forprosjekt og utvikle søknad om opptak i Innovasjon Norge, Siva og Forskningsrådets Arena program:

Dette arbeidet inneholder gjennomføring av en Swot analyse, definere forbedringspotensiale og iverksette tiltak i henhold til dette.

2 Utvikle lokale kulturminner:

I 2014 vil prosjektet arbeide med å utvikle kultuminnekompetansen hos de enkelte nettverksdeltakerene.

2.1 Lokale kulturminneplaner

- Kurs i registrering av industriens kulturminne i samband med arbeidet med lokale kulturminneplaner?
- Arbeidet med registrering av kultuturminner på de enkelte stedene vil og øke kunnskapen om kulturminnene hos de enkelte deltakerene og bidra til styrking av vertskapsrollen.

2.2 Tilgjengelighet for alle til kulturminnene:

- Støtte dei enkelte stadane i sitt arbeid med informasjonsmateriell.
- Arbeide med tilrettelegging av industristadane for å ta imot turistar, tilgjenge for alle, balansen mellom universell utforming og ivaretaking av kulturminneverdiane.

2.3 Istandsetting av kulturminner

Istandsetting av kulturminner på en antikvarisk god måte kan være utfordrende for mange og prosjektet vil være en støtte for de enkelte og bidra med kunnskap til hvordan kulturminnene kan settest i stand på en god måte og bistå de i arbeidet med å søke økonomisk støtte.

3 Markedsføring

3.1 Gjennomføring og videreutvikling av nettverkets markeds/media strategi

I 2013 ble det utarbeidet en markedsstrategi, denne skal gjennomføres i 2014

3.2 Forretningsmodell/Markedsplan lokalt:

Dette arbeidet skal gjennomføres på hvert enkelt industristed, med fokus på sitt lokale hjemmemarked. Det regionale prosjektets oppgave blir å tilføre de lokale prosjektene kompetanse til å utvikle sin egen markedsstrategi.

3.3 Utvikle nettverkets presentasjonsmateriell

Innledningsvis i prosjektet har vi laget en 1. versjon webside. Websiden er planlagt på 3 nivåer:

- Nivå 1 er den nasjonale Erih sidens om presenterer alle ankerpunkter i Norge.
- Nivå 2 er en presentasjon av vår regionale reiserute
- Nivå 3 er de enkelte industristedene sine presentasjoner.

Søknad til Hordaland fylkeskommune (HNN)

Nivå 2 Presentasjon av reiseruten:

Når hjemmesiden for reiseruten er utviklet ønsker vi dedikere redaktøransvaret til 1 person i hvert fylke.

Facebook:

Vi har så langt laget en facebook side på Norsk og en på Engelsk. Vi ønsker at 1 person pr industristed får administrator tilgang til facebook siden.

Digital brosjyre:

Vi skal lage en digital brosjyre som presenterer reiseruten, samt en print-vennlig versjon.

3.4 Deltagelse på ERIH sin generalforsamling

Erih sin generalforsamling i 2015 er planlagt gjennomført i England. For oss er dette en viktig arena for å knytte relasjoner for å kunne utnytte det europeiske nettverket som markedsføringskanal for vårt prosjekt. For oss er det viktig å være representert på Erih sin generalforsamling.

3.5 Pressetur:

I mai 2014 skal det gjennomføres en pressetur hvor vi inviterer relevante medier med på en presentasjonstur av hele reiseruten. Alle industristedene har definert sine lokale medier, samt at vi har satt opp en liste over nasjonale og regionale medier som skal inviteres.

3.6 Delta på vestlandstreffet, gjerne med egen presentasjon

Vestlandstreffet er et reiselivsarrangement som arrangeres av NCE Tourisme, Fjord Norge, Innovasjon Norge og Fylkeskommunen i Sogn og Fjordane.

3.7 Vertskap for styremøte i den europeiske ERIH organisasjonen:

Den europeiske Erih organisasjonen planlegger et styremøte i Norge sommeren 2014. Vi ønsker å være vertskap for dette styremøtet.

3.8 Gjennomføre visningstur for turoperatører i samarbeid med Fjord Norge

I samarbeid med Fjord Norge planlegger vi å gjennomføre en visningstur langs hele reiseruten vår i august/september 2014. Fjord Norge har skal bistå oss med å kartlegge og invitere med relevante nasjonale og internasjonale turoperatører.

3.9 Delta på Exctra Schict 28 juni.

Exctra Schict er et parallell arrangement i Europa hvor mange av nettverksdeltagerne gjennomfører ulike kulturarrangement i tilknytting til industristedene. har ambisjoner om at flere av våre nettverksdeltager ønsker å gjennomføre egne kulturarrangement denne dagen.

3.10 Kartlegge og definere «Technical visitors» som et eget marked:

Flere av våre industristeder har en spennende levende industri som er egnet å formidle til en eget markedssegment som er definert/kalt Technical Visits.

Normalt handler Tecnical Visits om å ta imot besøk av utenlandske delegasjoner som kommer til Norge for å lære om hvordan vi arbeider innen forskjellige fagområder. Vi utvider begrepet Technical

Søknad til Hordaland fylkeskommune (HNN)

til også å kunne omfatte norske grupper/delegasjoner.

Vi vil utfordre Innovasjon Norge sine utekontorer til å kartlegge relevante bedrifter i de respektive land vi velger å satse på.

4 Kompetanseheving

4.1 Kompetanseprogram reisemålsutvikling:

Vi satser ikke på gjennomføring av egne kurs i 2014, men satser på å samarbeide med andre aktører som gjennomfører relevante kurs og melde oss på deres kurs.

4.2 Bli god på nett:

For vårt nettverk vil det være relevant å gjennomføre Innovasjon Norge sin workshop med tema «Bli god på nett

Målgrupper

Marked – Målgruppe:

En av hovedoppgavene i 2013 er å utarbeide en markeds/media strategi. I dette arbeidet vil en blant annet jobbe videre med en mer detaljert beskrivelse av marked/målgruppene for prosjektet, men prosjektgruppen har gjort seg noen tanker som presenteres her.

Vi deler markedet opp etter geografi og har definert følgende 3 markeder:

1. Lokalt og regionalt
2. Nasjonalt
3. Internasjonalt

Lokalt/regionalt marked:

Definisjonen på det lokale markedet er satt til det geografiske nedslagsfeltet som det vil være naturlig å kunne anta at en vil kunne få dagsbesøk fra.

Dette betyr at samlet for reiseruten vil dette i hovedsak være Sogn og Fjordane, Hordaland og Ryfylket (kommunene Forsand, Hjelmeland, Sauda, Strand og Suldal)

Antall innbyggere i Sogn og Fjordane	108.624
Antall innbyggere i Hordaland	496.509
Antall innbyggere i Ryfylket	24.398
Totalt	629.531

Kilde, Wikipedia

Målgrupper i det lokale og regionale markedet:

- Enkeltreisende
- Familier

Søknad til Hordaland fylkeskommune (HNN)

- Skoleklasser
- Grupper
- Bedrifter

Målgrupper nasjonalt marked:

- Enkeltreisende
- Familier
- Grupper
- Bedrifter

Målgrupper Internasjonalt marked:

- Enkeltreisende
- Familier
- Grupper

Målgrupper Technical visitors:

Skal defineres i løpet av 2014.

Arbeidet med lokal forretningsmodell og markedsplan vil spisses målgruppedefinisjonene ytterligere.

Attraksjonsnivåer:

For hvert av de 3 markedene (lokalt/regionalt, nasjonalt og internasjonalt) skal det gjøres en vurdering på hvordan vi kan definere våre målgrupper vurdert ut fra attraksjonsnivå.

Med attraksjonsnivå menes:

- Primær attraksjon (en attraksjon det er verdt å reise til)
- Sekundær attraksjon (en attraksjon det er verdt å ta en omvei for å besøke)
- Tertiær attraksjon (en attraksjon det er verdt å stoppe for å besøke)

Resultat

Resultat 1:

Vi skal ha ruten med alle besøksmål og aktiviteter pakket, priset, bookbar gjort enkelt tilgjengelig for kunden og klar for salg fra oktober 2014 til ERIH sin generalforsamling.

Resultat 2:

Alle industristedene skal være klare til å presentere sine produkter på NTW i 2015

Resultat 3:

De lokale industristedene har laget en liste over prioriterte kulturminner som skal inngå i prosjektet, kulturminnene skal være registrert i Kulturminnesøk (Riksantikvarens portal) og skal være presentert for kommunen i forhold til kommunale kulturminneplaner. Ellers er det et mål å ha fått Kulturminnefondet med på en befaring på industristedene i Hordaland, samt gjennomført kurs i søknadsskriving til Kulturminnefondet.

Resultat 4:

Vi skal gjennomføre et forprosjekt og utarbeide søknad om opptak i Innovasjon Norge, Siva og

Søknad til Hordaland fylkeskommune (HNN)

Forskningsrådets Arena program

Resultat 5:

Vi skal ha etablert kontakt med og inngått avtale med minst 1 internasjonal og 1 nasjonal turoperatør som markedsfører våre produkter.

Resultat 6:

Vi skal ha oppnådd redaksjonell omtale i minst 3 aviser i Norge

Resultat 7:

Alle industristedene skal ha laget en plan for hvordan måle besøkende i årene som kommer (planen skal være ferdig, men ikke nødvendigvis implementert).

Resultat 8:

Vi skal ha etablert kontakt med minst ett flyselskap, ett båtselskap og en turdistributør i Norge og aktuelle hoteller for å markedsføre og selge ruten for individuelle reisende.

Effektar

Prosjektets ønskede effekter:

Vår intensjon er at vårt prosjekt skal ha følgende effekt:

- Gjennom nettverkssamarbeid, bidra til at smb-bedrifter innen reiseliv kan fremstå som en sterk lokal, regional og nasjonal reiselivsaktør
- Gjennom nettverkssamarbeid, bidra til at smb-bedrifter innen reiseliv, med tilstrekkelig tyngde, kan bevege seg inn på et internasjonalt marked.
- Bidra til økt lønnsomhet i reiselivsnæring langs vestlandskysten og gjennom dette sikre eksisterende arbeidsplasser og bidra til økt sysselsetting innen reiselivsnæringen
- Gjennom nettverkssamarbeid bidra til innovasjon innen følgende områder
 - o Forretningsmodell
 - o Marked
 - o Produktutvikling
- Gjennom markedsføring mot lokalt/regionalt marked (innkludert skoleklasser), bidra til å øke befolkningens kunnskap om vestlandet som en industriregion.
- Gjennom et vertikalt nettverk, bestående av kulturminne-eiere, offentlige institusjoner, industribedrifter og reiselivsbedrifter, bidra til å finne gode finansielle modeller for bevaring av industrielle kulturminner i fremtiden.

Tids- og kostnadsplan

Tidsplan

Se vedlegg

Budsjettplan

Tittel	2014	2015	2016	2017	2018	SUM
Administrasjon/prosjektled else	140 000					140 000
Kompetanseheving	130 000					130 000
Kulturminnevern	153 500					153 500
Markedsføring	968 500					968 500
Produktutvikling	551 000					551 000
Samarbeidspartnere	437 000					437 000
						SUM 2 380 000

Finansieringsplan

Tittel	2014	2015	2016	2017	2018	SUM
Deltagernes penger	306 500					306 500
Destinasjonsselskaper	156 000					156 000
Egne timer	952 500					952 500
Fylkeskommunen Sogn og Fjordane	250 000					250 000
Handlingsprogram for næringsutvikling i Hordaland	250 000					250 000
Riksantivkaren	465 000					465 000
						SUM 2 380 000

Geografi

1201-Bergen, 1228-Odda, 1238-Kvam, 1251-Vaksdal

Vedlegg

Søknad til Hordaland fylkeskommune (HNN)

Dokumentnamn	Filstorleik	Dato
Fremdriftsplan.xlsx	11 493	20.03.2014
Kostnadsoverslag inkl. egne timer.xlsx	17 042	20.03.2014