

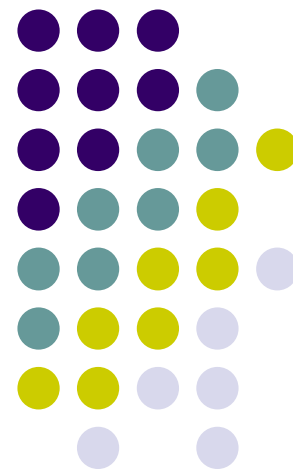
Godt samarbeid kommer ikke av seg selv

Sammenhengen mellom godt
samarbeid og gode resultater

Eksempler fra **Syklist velkommen**
konseptet

Sandefjord, 25.4.2017

Rolf E Akselsen (STIN)



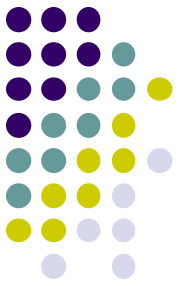
Hva er Stiftelsen Sykkelturisme (STIN)?



- Etablert av SND, Norges Turistråd, Statens landbruksbank og Statens vegvesen i 1998
- Formålet til stiftelsen er å utvikle, kvalitetssikre og markedsføre norske sykkelturisme aktører
- Finansieres i dag av 9 fylkeskommuner, 9 destinasjonsselskap, 8 turistkontor og 353 bedrifter
- Prosjektsamarbeid med Innovasjon Norge og Statens vegvesen
- Eier og driver kvalitetsmerkingen ”**Syklist velkommen**”
- Markedsfører nasjonale sykkelruter og Syklistvelkommen destinasjoner, turistkontor og bedrifter gjennom **www.cyclingnorway.no**

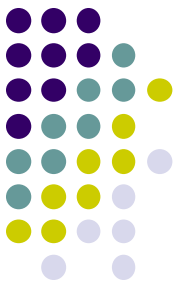


Hva er SYKKELTURISME?



- Bruk av sykkel som framkomstmiddel eller som en del av opplevelsen knyttet til ferie og fritid med minst en overnatting hjemmefra i:
 - Kommersiell overnattingsbedrift
 - Telt
 - Bobil
 - Privat feriehus
- Sykkelturisme er **ikke** dagsturer hjemmefra, treningsturer o.l.





Tolking av mandatet mitt

- Mitt utgangspunkt er at samarbeid skal være et virkemiddel for å nå felles mål og ikke et mål i seg selv
- Det er ikke alltid godt samarbeid automatisk gir gode resultater
- Eksemplet er **syklist velkommen** konseptet som vi nå holder på å videreutvikle



Syklist velkommen



- Syklist velkommen konseptet er et nasjonalt kvalitetsmerket for sykkelturismeaktører
- Formålet er:
 - Forbrukerinformasjon tilpasset et internasjonalt marked
 - Stimulere til kvalitetsforbedring av tilbudene
- Konseptet er utviklet for bedrifter og destinasjoner/reisemål
- Vi jobber nå med å se på mulighetene for et kvalitetsmerke også for ruter
- **Destinasjoner og ruter** involverer flere type aktører som sammen skal levere en opplevelse minst som forventet til sykkelturistene

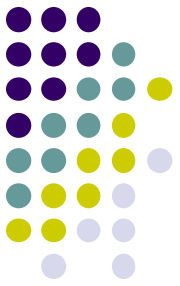


Syklist velkommen destinasjon



- En destinasjon eller reisemål er ofte et meget komplekst system med små og store private næringsaktører, offentlig infrastruktur, lokalsamfunn, lokal kultur, grunneiere, verneforskrifter o.l.
- Aktiviteter og prosesser som inngår i drift og utvikling av en destinasjon
 - Planlegging av arealbruk
 - Samferdsel og drift kommunikasjoner
 - Markedsføring og produktutvikling
 - Vertskapsfunksjoner på stedsnivå
 - Kompetanse- og medarbeiderutvikling
 - Verdiskaping

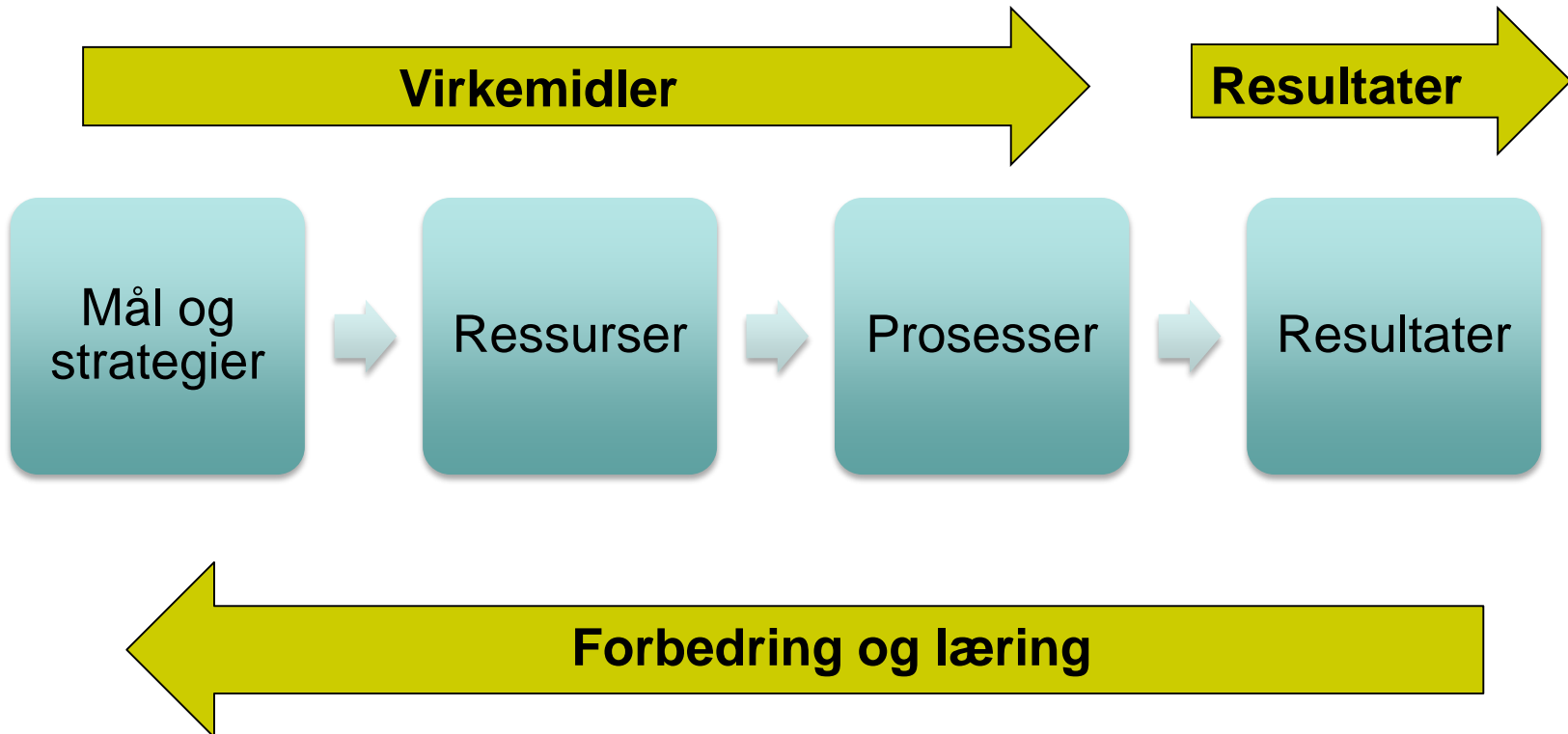
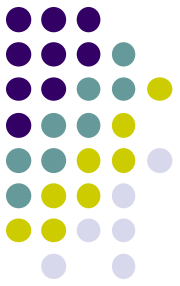




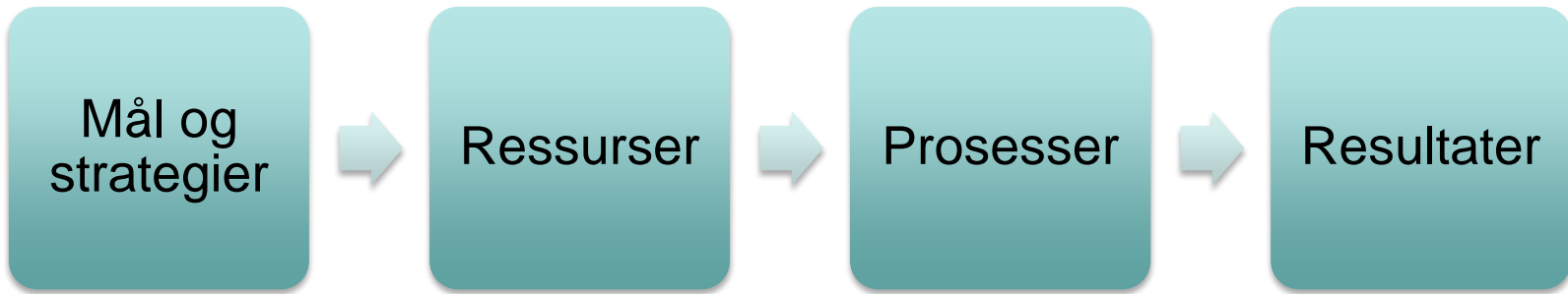
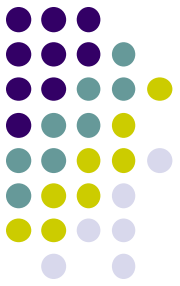
- Mulighetene for konflikter er stor pga. motstridende interesser og forventninger
- **Konklusjonen** er at ledelse av en destinasjon er en kompleks disiplin der suksess krever en koordinering av mange ulike private interessenter pluss lokalsamfunnets og storsamfunnets interessenter



Systemforståelsen bak Syklist velkommen destinasjon



Systemforståelsen

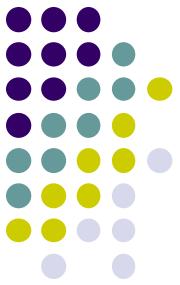


**Forankres
hos alle
aktørene og
interes-
sentene**

**Hvilke
ressurser
disponeres
?**

**Definere og
beskrive de
viktigste
prosessene**

**Hvilke
resultater
skapes for
aktørene og
turistene?**



Gode Resultater

- Man må ha et tilfredsstillende målesystem
- Hvilke resultater skapes for hvem?
 - Antall gjestedøgn, utleide sykler e.l.
 - Fornøyde sykkelturister
- Resultatene i forhold til målsettingene
- Resultatutviklingen (+/-)
- Resultatutvikling i forhold til konkurrentene

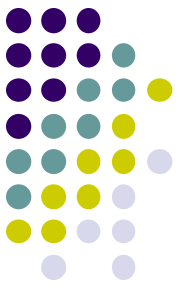


Hvilke prosesser og aktører skaper de gode resultatene?



- Markedsføring av destinasjonen – både gjøre tilbudene kjent i målgruppene og gi de lyst til å besøke
- Leverer opplevelser minst som forventet til sykkelturistene
 - Infrastruktur som ruter, veier, stier, løyper, skilting
 - Overnatting med sikker sykkelparkering, muligheter for vasking, reparasjoner, reservedeler, mat
 - Kvalitet på utleiesykler, bagasjetransport, transport, guiding, kart o.l.
 - Det sosiale aspektet ”after biking”
- Utvikle nye og forbedre eksisterende tilbud og ressurser





Tilbud og ressurser

- En av utfordringene i denne sammenheng er at det vanligvis er mange ulike private aktører som skal levere service og opplevelser til sykkelturistene
- Tilbudene tilpasset de målgrupper man har valgt
 - Overnatting – fullservice og/eller selvstell
 - Veier og traséer – landveisyklister og/eller terrengsyklister trening og/eller ”jenter på hjul”
 - Egen eller leid sykkel
- Ambisjonsnivå – kvantitet og kvalitet
- Lederskap – fokus og interesse for sykling som aktivitet

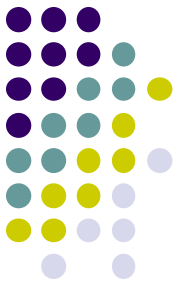


Mål og strategier



- Det sentrale her er hvordan man fastsetter mål og strategier mht. medvirkning og beslutning
 - Satsing på sykkelturisme må være forankret i destinasjonens planer gjennom konkrete vedtak o.l.
 - Interessentkartlegging – hvem påvirker og hvem påvirkes av satsing på sykkelturisme
 - Hvem deltar i fastsetting av mål og vedtar strategiene
 - Det er helt avgjørende at de som skal bidra til prosessene som skal levere opplevelser til sykkelturistene, kjenner til mål og strategier og hva det kreves av dem





- Målsettingene bør være relativt lette å måle
- Er det sammenheng mellom tilgjengelig ressurser og mål?
- Hvilke segmenter innen sykkelturismen er målgruppene for vår destinasjon?



Sentrale segmenter



FERIECYKLISTER ER FORSKELLIGE



RUTEFØLGER

Planlægning
Natur
Bedrift

17%



SUNDT

Få pulsen op
Mountainbike
Kilometer

16%



SEVÆRDIGHED

Cykelkort
Turistbrochure
Natur

19%



HYGGE

Kortere ture
Natur
Cykle til ishuset

17%



PRAKTIK

Tradition
Hurtigt og nemt
Korte afstande

22%



RACER

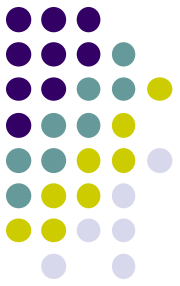
Kun asfalt
Egen cykel
"Yes - en bakke!"

8%

Kun få cykler på langtur

Mere end 8 ud af 10 cykelturister er dagturscyklister.

Avslutning



- En suksessfull Syklist velkommen destinasjon har utfordringer knyttet både til
 - Koordinering og valg av målgrupper
 - Koordinering og styring av alle ulike interessenter som står for tilbudet de valgte målgruppene krever
 - Dette krever godt samarbeid og god kommunikasjon mellom aktørene på destinasjonen
 - Riktig budskap til målgruppene slik at forventningene blir riktig
- Gode resultater krever dyktig ledelse som skaper godt samarbeid på destinasjonsnivå

