

Søknad

Søknadsnr.	2017-0048	Søknadsår	2017	Arkivsak
Støtteordning	Tilskot til nærings- og samfunnsutvikling 2017			
	Produktutvikling knyttet til arkitektur og museer - integrasjon i det helhetlige			
Prosjektnavn	reiselivsproduktet			

Kort beskrivelse

NCE Tourism jobber hovedsakelig innenfor 6 temaområder med spesiell fokus på produktutvikling. Et av disse temaområdene er arkitektur. I dette temaet inngår også museer. Museer og arkitektur utgjør en viktig del av det helhetlige reiselivsproduktet i Fjord Norge regionen men har ikke maktet å bli godt nok inkludert. Det er et stort potensial for økt besøk, omsetning og verdiskaping dersom våre museer og vår arkitektur i alle former kan inkluderes og utgjøre en del av opplevelsesproduktet.

Prosjektbeskrivelse

NCE Tourism jobber hovedsakelig innenfor 6 temaområder med spesielt fokus på produktutvikling for å bidra til økt lønnsomhet, profesjonalisering og en bærekraftig utvikling. Et av disse temaområdene er arkitektur.

I tillegg til de 6 vertikale temagruppene (Fiske, Kajakk, Vandring, Sykkel, Ski og Arkitektur) har NCE Tourism Fjord Norway 3 gjennomgående horisontale tema som er sentrale for å skape helhetlige opplevelser innenfor de nevnte klyngetemaene. Disse er:

- Fjordkultur (Kulturarv, Matkultur)
- Infrastruktur (Overnatting, Transport, Servering, Formidling)
- Kompetanse (Pakketering, Kvalitet, Konseptutvikling, FoU, Bærekraft).

Museene i Fjord Norge regionen utgjør en viktig del av det helhetlige reiselivsproduktet og er ikke knyttet til et spesielt tema, men bør inngå i alle tematiserte produkter som en del av opplevelses- og attraksjonsproduktet. Utfordringen er å få museer bedre implementert i det helhetlige reiselivsproduktet.

Innenfor området arkitektur er det mange spennende produkter, installasjoner, bygninger og institusjoner som inngår i et utvidet arkitekturbegrep. Det mest konkrete som NCE Tourism jobber med innenfor dette området er Nasjonale Turistveger hvor det arbeides med å utvikle aktivitets- og opplevelsesprodukter knyttet til Gaularfjellsvegen og det nye utsiktspunktet.

Destinasjonene representerer i stor grad de mange arkitektoniske elementene som i sum utgjør et mangfoldig og variert attraksjonstilbud. Arkitektur spenner fra byenes særpregede arkitektur, stavkirker, bygninger, broer, tunneller, kulturminner, monumenter, design, historiske steder og installasjoner. Kulturelementene er på mange måter en naturforsterker og bygger opp om det naturbaserte aktivitets- og opplevelsestilbudet.

Arkitektur må ses som et utvidet arkitekturbegrep både i byene og i distriktet. Her må også museene være en del av dette begrepet. Arkitektur som en sentral del av det visuelle inntrykket er en viktig USP for reisemål. Norge har ingen sterke, internasjonale navn innen arkitektur knyttet til historisk arkitektur. Vi har stiler, epoker og arkitektur i et vidt spekter. Det er dette vi må bygge på. Vi kan bygge opplevelsproduktet knyttet til temaet og trekke frem alt det unike og spesielle innenfor temaet i regionen.

Turoperatørens assosiasjoner til Norge som kulturdestinasjon er natur, interessante kulturbyer men lite assosiasjoner knyttet til kunst, design og arkitektur. Operaen i Oslo trekkes frem og til matkultur begrepet knyttes det assosiasjoner til fisk og laks. Natur er imidlertid den mest fremtredende assosiasjonen knyttet til Norge blant internasjonale turoperatører.

Andre land har et bredere og mer kjent kunst- og kulturtilbud. Norges kulturtilbud er til dels ukjent, det er behov for mer informasjon om hva vi egentlig har. Noen utvalgte kunstutstillinger de senere årene som har vært presentert internasjonalt har styrket Norges omdømme på dette området. Generelt er Norge noe svak på å formidle og selge kultur i reiselivssammenheng.

Det ligger et potensial i å skape nye reiselivsprodukter der vi inviterer til å oppleve kunst- og kulturarven, de mange dimensjonene innenfor arkitektur og design samt norsk kunst i videste forstand, representert med våre museumssamlinger i Fjord Norge regionen. I noe grad må vi også tenke større og inkludere andre deler av landet, f.eks. Osloregionen, slik at vi kan skape et helhetlig reiselivsprodukt.

En mulighet i fremtiden ligger i å kombinere naturen med kulturarv og moderne design og arkitektur, dvs.kulturen som naturforsterker.

Gjennom et nettverk av museer, destinasjoner og andre leverandører i Fjord Norge regionen skal det utvikles, distribueres og selges produktpakker med museer og arkitektur som tema. Produktpakkene skal i første fase lanseres nasjonalt og senere internasjonalt.

Det skal etableres et nettverk bestående av museer og destinasjonsselskaper i regionen, fortrinnsvis geografisk fordelt i alle fire fjordfylker.

Bedrifter som ønsker å være med i prosjektet må være villig til å avse tilstrekkelige ressurser i utviklingsarbeidet, både i form av tid og kroner. Videre må deltakerbedrifter sikre en kvalitativt god leveranse og ha forståelse for betydningen av samarbeid for å kunne utvikle og levere opplevelser med høy kvalitet og som er konkurransedyktig både nasjonalt og internasjonalt. Prosjektet starter opp i januar 2017 og vil i første omgang arbeide for å identifisere de viktigste områdene for felles jobbing. Prosjektet skal legge grunnlag for og sette aktørene i stand til å utvikle bedre lønnsomhet knyttet til kulturisme i Vestlandsregionen.

Prosjektet skal i perioden utvikle og teste kommersielle pakker med ulike konsept mot ulike markedssegment, øke kompetansen i næringen og sørge for mer bevissthet i andre deler av reiselivsnæringen knyttet til kulturopplevelser. Detaljutvikling av alle konseptene med tilhørende aktiviteter skal gjennomføres av aktørene selv.

Kontaktopplysninger

Funksjon	Navn	Adresse/poststed	Mobil
Søker / Prosjekteier	NCE Tourism Fjord Norway Org.nr:966091118	Torggt. 3 5014 BERGEN	90855755
Kontakt- person	Trond Amland	Torggt. 3 5014 BERGEN	90855755
Prosjekt- leder	Trond Amland	Torggt 3 5014 BERGEN	90855755

Mottatt offentlig støtte tidligere: Ja

NCE Tourism mottar årlig opptil 5 mill fra Innovasjon Norge for å drive klyngeprosjektet. De fire fylkeskommunene på Vestlandet har hver betalt kr 350 000 pr år inn i klyngeprosjektet NCE Tourism. Fra 2017 er dette beløpet delt opp i to avdelinger slik vi forstår. Det skal gis kr 160 000 i tilskudd i stede for kr 350 000 som tidligere år. Videre er vi gjort kjent med at NCE Tourism kan søke prosjektmidler knyttet til konkrete prosjekter for det resterende beløpet opp til kr. 350 000. Det er dette vi nå gjør med bla. denne søknaden.

Spesifikasjon

Bakgrunn

NCE Tourism jobber hovedsakelig innenfor 6 temaområder med spesielt fokus på produktutvikling for å bidra til økt lønnsomhet, profesjonalisering og en bærekraftig utvikling. Et av disse temaområdene er arkitektur.

I tillegg til de 6 vertikale temagruppene (Fiske, Kajakk, Vandring, Sykkel, Ski og Arkitektur) har NCE Tourism Fjord Norway 3 gjennomgående horisontale tema som er sentrale for å skape helhetlige opplevelser innenfor de nevnte klyngetemaene. Disse er:

- Fjordkultur (Kulturarv, Matkultur)
- Infrastruktur (Overnatting, Transport, Servering, Formidling)
- Kompetanse (Pakketering, Kvalitet, Konseptutvikling, FoU, Bærekraft).

Museene i Fjord Norge regionen utgjør en viktig del av det helhetlige reiselivsproduktet og er ikke knyttet til et spesielt tema, men bør inngå i alle tematiserte produkter som en del av opplevelses- og attraksjonsproduktet. Utfordringen er å få museer bedre implementert i det helhetlige reiselivs-produktet.

Innenfor området arkitektur er det mange spennende produkter, installasjoner, bygninger og institusjoner som inngår i et utvidet arkitekturbegrep. Det mest konkrete som NCE Tourism jobber med innenfor dette området er Nasjonale Turistveger hvor det arbeides med å utvikle aktivitets- og opplevelsesprodukter knyttet til Gaularfjellsvegen og det nye utsiktspunktet.

Destinasjonene representerer i stor grad de mange arkitektoniske elementene som i sum utgjør et mangfoldig og variert attraksjonstilbud. Arkitektur spenner fra byenes særpregede arkitektur, stavkirker, bygninger, broer, tunneller, kulturminner, monumenter, design, historiske steder og installasjoner. Kulturelementene er på mange måter en naturforsterker og bygger opp om det naturbaserte aktivitets- og opplevelsestilbudet.

Arkitektur må ses som et utvidet arkitekturbegrep både i byene og i distriktet. Her må også museene være en del av dette begrepet. Arkitektur som en sentral del av det visuelle inntrykket er en viktig USP for reisemål. Norge har ingen sterke, internasjonale navn innen arkitektur knyttet til historisk arkitektur. Vi har stiler, epoker og arkitektur i et vidt spekter. Det er dette vi må bygge på. Vi kan bygge opplevelsproduktet knyttet til temaet og trekke frem alt det unike og spesielle innenfor temaet i regionen.

Turoperatørens assosiasjoner til Norge som kulturdestinasjon er natur, interessante kulturbyer men lite assosiasjoner knyttet til kunst, design og arkitektur. Operaen i Oslo trekkes frem og til matkultur begrepet knyttes det assosiasjoner til fisk og laks. Natur er imidlertid den mest fremtredende assosiasjonen knyttet til Norge blant internasjonale turoperatører.

Andre land har et bredere og mer kjent kunst- og kulturtilbud. Norges kulturtilbud er til dels ukjent, det er behov for mer informasjon om hva vi egentlig har. Noen utvalgte kunstutstillinger de senere årene som har vært presentert internasjonalt har styrket Norges omdømme på dette området. Generelt er Norge noe svak på å formidle og selge kultur i reiselivssammenheng.

Det ligger et potensial i å skape nye reiselivsprodukter der vi inviterer til å oppleve kunst- og kulturarven, de mange dimensjonene innenfor arkitektur og design samt norsk kunst i videste forstand, representert med våre museumssamlinger i Fjord Norge regionen. I noe grad må vi også tenke større og inkludere andre deler av landet, f.eks. Osloregionen, slik at vi kan skape et helhetlig reiselivsprodukt.

En mulighet i fremtiden ligger i å kombinere naturen med kulturarv og moderne design og arkitektur, dvs.kulturen som naturforsterker.

Prosjekt mål

Vestlandsregionen skal posisjonere seg som et spennende reisemål/region for kulturbasert turisme der kunst- og kultur skal forsterke naturelementene. Et overordnet mål for arbeidet videre er å utvikle nye produktpakker innenfor tema kultur med fokus på museumstilbudet og regionens arkitektoniske høydepunkter og særpreg.

- Gjennom samordnede tiltak skal det legges tilrette for at museer i regionen skal øke sitt besøkstall og gjennom dette øke sin egenfinansiering.
- Fremheve og i større grad enn hittil benytte en del arkitektoiske elementer og infrastruktur som attraksjoner, og gjøre disse til viktige elementer i et helhetlig tilbud innenfor området kulturisme.
- Skape en mest mulig fullstendig oversikt over hva som finnes av aktuelle produktelementer i regionen innenfor dette området, og identifisere hvilke som er aktuell å inkludere i det videre arbeid.
- Avklare aktørenes reelle vilje til å jobbe videre med en helhetlig utviklingsprosess, og avsette tilstrekkelige ressurser til dette arbeidet.
- Fremskaffe kvalitativt god og relevant markedskunnskap som grunnlag for produktutviklingsarbeidet og for å beskrive markedspotensialet.
- Gjennom markedstilpassede presentasjoner få frem tilbudet i regionen overfor turoperatører og andre med mål om at flere kulturtilbud blir inkludert i pakker.

- Utvikle konkrete produkttilbud som kan testes ut, i første omgang i det norske markedet.
- Effekter av prosjektet skal være økt lønnsomhet gjennom mersalg , bedre priser og økt volum i lavsesongen for deltakende bedrifter.

Forankring

Det skal etableres et nettverk bestående av museer og destinasjonsselskaper i regionen, fortrinnsvis geografisk fordelt i alle fire fjordfylker.

Bedrifter som ønsker å være med i prosjektet må være villig til å avse tilstrekkelige ressurser i utviklingsarbeidet, både i form av tid og kroner. Videre må deltakerbedrifter sikre en kvalitativt god leveranse og ha forståelse for betydningen av samarbeid for å kunne utvikle og levere opplevelser med høy kvalitet og som er konkurransedyktig både nasjonalt og internasjonalt.

I oppstarten er følgende bedrifter med;

- Norsk Oljemuseum, Stavanger
- KODE museene, Bergen
- Hardanger og Voss Folkemuseum, Voss, Norheimsund m.fl.
- Musea i Sogn og fjordane, Førde, Jølster, Balestrand m.fl.
- Norsk Industristadmuseum, Tyssedal
- Region Stavanger
- Bergen Reiselivslag
- Visit Ålesund og Sunnmøre

Prosjektorganisering

Prosjektet har slik organisering:

Prosjekteier/initiativtaker; NCE Tourism Fjord Norway.

Styringsgruppe; Fastsettes på oppstartsmøte.

Prosjektleder; Elisabeth Heyerdahl Refsum og NCE Tourism Fjord Norway

Samarbeidspartnere

I oppstarten er følgende bedrifter med;

- Norsk Oljemuseum, Stavanger
- KODE museene, Bergen
- Hardanger og Voss Folkemuseum, Voss, Norheimsund m.fl.
- Musea i Sogn og fjordane, Førde, Jølster, Balestrand m.fl.
- Norsk Industristadmuseum, Tyssedal

- Region Stavanger
- Bergen Reiselivslag
- Visit Ålesund og Sunnmøre

Aktiviteter

Oppgaver i fase 1

1. Utarbeide prosjektplan
2. Avklare ambisjoner for satsing (regionalt/nasjonalt/internasjonalt)
3. Studietur til Paris med museumskonferanse, messe og museumsbesøk
4. Få oversikt over aktuelle bedrifter, institusjoner og organisasjoner i regionen og hvilke produkter de kan tilby.
5. Sikre deltakelse fra tilstrekkelig antall og riktige bedrifter og koble disse sammen.
6. Etablere prosjektgruppe, sikre finansiering og organisering av prosjektet
7. Utvikle gode oversikter over tilbudet i regionen
8. Kartlegge aktuelle turoperatører og andre som kan distribuere og selge pakkene
9. Visningstur der piloter og produktelementer testes.

Avslutte forprosjekt og evaluere arbeidet med konklusjon om event. videre satsing.

OPPGAVER I FASE 2

1. Utarbeide en plan for videre satsing de neste 2-3 årene. Sikre deltakelse i prosjektet blant aktuelle bedrifter.
2. Skape et finansielt grunnlag for å satse internasjonalt.
3. Vurdere mest egnet form for organisering av det videre arbeidet.
4. Kompetanseheving og nettverksbygging. Koble sammen opplevelsesbedriftene med andre aktører, leverandører og distributører.
5. Avklare distribusjon, booking, markedsføring og salg av pakkene.
6. Analyse av markeder og målgrupper internasjonalt som det skal satses på, herunder behovsanalyser og særpreg ved de ulike markedene.
7. Arbeide med å få produktene ut i salgs- og distribusjonskanaler i det internasjonale markedet.
8. Evaluere arbeidet underveis, foreta justeringer og plan for videre satsing.

Målgrupper

En viktig del av prosjektet er å identifisere og kartlegge de mest relevante målgruppene innenfor gruppen turoperatører og andre målgrupper der tematiserte pakker kan distribueres og selges.

- Fremskaffe kvalitativt god og relevant markedskunnskap som grunnlag for produktutviklingsarbeidet og for å beskrive markedspotensialet.
- Gjennom markedstilpassede presentasjoner få frem tilbudet i regionen overfor turoperatører og andre med mål om at flere kulturtilbud blir inkludert i pakker.
- Utvikle konkrete produkttilbud som kan testes ut, i første omgang i det norske markedet.

Resultat

Vestlandsregionen er blitt posisjonert seg som et spennende reisemål/region for kulturbasert turisme der kunst- og kultur forsterker naturelementene. E

Nye produktpakker innenfor tema kultur med fokus på museumstilbudet og regionens arkitektoniske høydepunkter og særpreg skal være lansert

- Økt besøkstall til museer og gjennom dette økt egenfinansiering.
- Fremheve og i større grad enn hittil benytte en del arkitektoniske elementer og infrastruktur som attraksjoner, og gjøre disse til viktige elementer i et helhetlig tilbud innenfor området kulturisme.
- Fremskaffet kvalitativt god og relevant markedskunnskap som grunnlag for produktutviklingsarbeidet og som beskriver markedspotensialet.
- Utviklet konkrete produkttilbud som er testet ut, i første omgang i det norske markedet og deretter internasjonalt.

Effekter

Økt besøkstall

- Effekter av prosjektet skal være økt lønnsomhet gjennom mersalg, bedre priser og økt volum i lavsesongen for deltakende bedrifter.

Tids- og kostnadsplan

Tidsplan

Kostnadsplan

Tittel	2017	2018	2019	2020	2021	SUM
Kompetanseutvikling	75 000					75 000
Markedsdata	75 000					75 000
Møter og reiser	100 000					100 000
Produkt- og konseptutvikling	75 000					75 000
Prosjektadministrasjon og ledelse	75 000					75 000
Test- og visningsturer	100 000					100 000

Sum kostnad	500 000	500 000
--------------------	----------------	----------------

Finansieringsplan

Tittel	2017	2018	2019	2020	2021	SUM
Andre fylkeskommuner	130 000					130 000
Egeninnsats bedrifter	100 000					100 000
Egeninnsats NCE Tourism	100 000					100 000
Kontantbeløp NCE Tourism	50 000					50 000
Kontantbeløp næringen	50 000					50 000
Tilskot til nærings- og samfunnsutvikling 2017	70 000					70 000
Sum finansiering	500 000					500 000

Geografi

1418-Balestrand, 1431-Jølster, 1432-Førde, 1401-Flora

Vedleggsliste

Dokumentnavn	Filstørrelse	Dato
Prosjektplan Museer og arkitektur.doc	663 552	03.03.2017