

**Sluttrapport**  
**Nomade i grenseland**  
**Småprojekt**  
**Dnr G30441-141-08**

**ANKOM**  
2009-07-03

Länsstyrelsen i Jämtlands län Strukturfonderna
Ank. 2009 -07- 03
Dnr

## **Innehållsförtegnelse**

<b>Innehållsförtegnelse</b> .....	<b>1</b>
<b>Sammanfattning</b> .....	<b>1</b>
<b>Bakgrund</b> .....	<b>2</b>
<b>Finansiering</b> .....	<b>3</b>
<b>Tid och aktivitetsplan</b> .....	<b>3</b>
<b>Projektbeskrivning och uppfyllelse av mål och målgrupp</b> .....	<b>3</b>
<b>Mål</b> .....	<b>3</b>
<b>Målgrupp</b> .....	<b>4</b>
<b>Virksomhetsbeskrivelse</b> .....	<b>4</b>
<b>Indikatorer</b> .....	<b>5</b>
<b>Projektets påverkan på de genomgående kriterierna</b> .....	<b>6</b>
<b>Grenseregional mervärde</b> .....	<b>6</b>
<b>Bedre miljö</b> .....	<b>6</b>
<b>Likestilling og integrasjon</b> .....	<b>7</b>
<b>Projektets övriga resultat och erfarenheter</b> .....	<b>7</b>
<b>Gränsregionalt samarbete efter Interreg-projektets slut</b> .....	<b>7</b>
<b>Resultatspridning samt skyltning</b> .....	<b>7</b>
<b>Kopplingar til andra projekt</b> .....	<b>7</b>
<b>Övrigt</b> .....	<b>8</b>
<b>Vedlegg</b> .....	<b>8</b>

## **Sammanfattning**

Projekt Nomade i Grenseland har under tiden som förstudien pågått fortsatt kunnat uppehålla ett stort intresse från de företag som var involverade i "Dager i grenseland" samt även motiverat nya företag att ansluta sig till förstudien.

När resultatet av förstudien presenterades för den politiska styrgruppen på svensk och norsk sida poängterade man vikten av att ytterligare företag skulle få möjlighet att delta i huvudprojektet.

När det gäller måluppfyllelsen har projektet på svensk sida förankrats hos Västsvenska Turistrådet och man har antagit idén om att utveckla ett Forum/Innovationscenter för besöksnäring och upplevelseekonomin.

På norsk sida finns redan dessa tankar förankrade i det strategiska utvecklingsarbetet av besöksnäringen i Östfolds fylkeskommune.

Det koncept som har utvecklats inom projektet som bygger på ett antal teoribildningar tolkade och sammansatta av Lena Mossberg har skapat ett stort intresse hos medverkande företag.

De företag som nu har skrivit på samarbetsavtal med projektägarna är mycket intresserade att utveckla sina produkter utifrån en kombinerad bas av teori, egen affärsidé samt praktisk erfarenhet.

Dessa företag har varit verksamma under ett antal år inom besöksnäringen och upplever själva att de behöver mer teoretisk utbildning och forskningskontakter.

Denna "näring" är komplex och behöver skapa sina egna plattformar att utvecklas från. För att få en högre status inom vårt gränsregionala näringsliv, det har vi med tydlighet kunnat konstatera som ett resultat av förstudien

Traditionellt har näringslivet på båda sidor gränsen varit fokuserat på industri och tillverkning.

Parallellt med detta projekt pågår på både svensk och norsk sida ett antal andra projekt som är inriktad på att utveckla produkter inom natur och kultur turism som vi har varit i kontakt med under projektiden och planerar att fördjupa samarbetet med i ett eventuellt huvudprojekt.

Vi har i förstudien etablerat goda kontakter med Östfolds forskning och Handelshögskolan i Göteborg samt Högskolan Väst.

Besöksnäring har en stor tillväxtpotential i vår gränsregion.

Orter på båda sidor om gränsen har en lång tradition som besöksmål, det finns en intressant gränshistoria samt en pulsåder som går genom regionen, E6:an där det finns en stor potential av besökare om vi skapar intressanta hållplatser i form av aktiviteter och boende.

Mellan Dalsland och Östfold finns ett antal mindre men oerhört vackra vägar som lockar till upplevelser som besökare kan vara beredda att betala för om vi gör dem tillgängliga.

Som en slutsats kan vi säga att förstudien har visat på att vi har en potential i våra företag att utveckla men de behöver stöd i att utveckla nätverk, utveckla produkter som är fokuserade och målgruppsinriktade samt vidare forskning, analyser samt underlag för att möta nästa generations turister.

Detta arbete har vi startat i förstudien "Nomade i Grenseland"

## Bakgrunn

"Nomade i grenseland" er en videreføring av forprosjektet "Dager i grenseland" som ble avsluttet i 2007. Prosjektet er et samarbeid mellom Fyrbodals kommunalførbund og Nedre Glommaregionen om en strategisk, langsiktig satsing innenfor reiseliv, kulturbasert næringsutvikling, entreprenørskap og FoU. Denne prosjektfasen er et skritt på veien for å etablere et eventuelt hovedprosjekt. Regionen Fyrbodal/Nedre Glomma/Østfold har behov for å få flere og sterkere leverandører av opplevelser. Leverandørene har behov for systematisk produktutvikling og å nå ut med sine produkter til nye målgrupper for å få bedre lønnsomhet. Stabile leverandører er en forutsetning for markedsføring av regionen som besøksmål. Det må bygges regional kunnskap for å utvikle en robust opplevelsesøkonomi.

## Finansiering

### Svensk finansieringsplan

Kontant finansiering	År 2008	Totalt SEK
Fyrbidal Kommunalförbund	100 000	100 000
Gränskommitten	25 000	25 000
Europeiska Regionala Utvecklingsfonden	125 000	125 000
Total finansiering	250 000	250 000

### Norsk finansieringsplan

Kontant finansiering	År 2008	Totalt NOK
Regional utviklingsavtale	125 000	125 000
Statlige IR-midler	125 000	125 000
Total finansiering	250 000	250 000

## Tid og aktivitetsplan

Aktivitet	Startmåned	Sluttmåned
Konseptutvikling	november 2008	januar 2009
Avtaler foretak	november 2008	januar 2009
Organisering/Forum	desember 2008	april 2009
Utarbeide hovedprosjekt	mars 2008	mars 2008
Møter styringsgruppe med mer	september 2008	april 2009
Planlegge fortsatt virksomhet	mars 2008	april 2008
Evaluering og rapportering	mai 2009	mai 2009

Tidsplanen ble revidert høsten 2008 etter at interregfinansieringen ble avklart.

## Prosjektbeskrivning och oppfyllelse av mål och målgrupp

### Mål.

Resultatmål for prosjekter er:

1. Knytte bedrifter, høyskoler/kunnskapsorganisasjoner og offentlig sektor sammen i et langsiktig og forpliktende utviklingsprosjekt ved å legge grunnlaget for et Forum/Innovasjonssenter for opplevelsesøkonomi.
2. Utvikle og beskrive et konsept "Nomade" som bygger på "Dager i Grenseland" innbefattet temaområdene naturopplevelses-, kulturopplevelses- og matopplevelsesprodukter
3. Engasjere og skrive langsiktige samarbeidsavtaler med foretak som vil delta i et hovedprosjekt.

## **Målgruppe.**

Prosjektets målgrupper er:

- Foretak og tilbydere av attraksjoner innen naturopplevelser, kultur og mat.
- Leverandører/bedrifter innen opplevelsesøkonomien, høyskoler/kompetanseinstitusjoner og offentlig sektor

## **Virksomhetsbeskrivelse**

På grunnlag av melding fra interregsekretariatet i september 2008 ble det gjennomført en avklaring om mulig samordning med innholdet i prosjektsøknaden for "Emotion".

Konklusjonen etter møte 13. oktober var at Vitlycke og Bohuslänns museum var aktører i begge prosjekter. Emotion arbeider videre med sin prosjektide. Nomade gjennomføres i henhold til prosjektplan. men med revidert framdriftsplan.

Det ble høsten 2008 inngått avtaler med Østfoldforskning ved Steinar Normann om prosjektledelse og organisering av forum, samt med Ivar Moen & Co og Lena Mossberg om konseptutvikling og avtaler med virksomheter (jf vedlagte prisforespørsel og mottatte tilbud).

### **Konseptutvikling.**

Første utkast til konsept ble utarbeidet høsten 2008. Konseptet er basert på erfaringene fra "Dager i grenseland" og videreutviklet med hensyn til tydelig bærekraftig profil og oppdatert fagkunnskap blant annet innenfor trender i reiselivet. Konseptet ble presentert for aktuelle prosjektdeltakere i møte 23. november. Deretter ble konseptnotatet bearbeidet og forelå etter tidsplanen innen utgangen av januar 2009. Konseptnotatet er vedlagt sluttrapporten.

### **Avtaler foretak.**

Et antall deltakerbedrifter var avklart fra "Dager i grenseland". Det var imidlertid behov for å supplere med norske deltakerbedrifter, både fordi tidligere deltakere har vært små og fordi noen valgte ikke å delta videre innenfor prosjektets rammer. Det ble derfor gjort flere søk etter aktuelle norske bedrifter. Dette resulterte i invitasjonen til oppstartmøte i Sarpsborg i november.

På grunnlag av konseptet ble det utarbeidet et utkast til intensjonsavtale mellom foretak og et mulig hovedprosjekt. Intensjonsavtalen ble drøftet med interesserte foretak, og det foreligger underskrevne avtaler med x bedrifter. Bedriftene forplikter seg bl.a. til å utvikle, tilby og kvalitetssikre egne produktpakker etter vedtatte retningslinjer i prosjektet. De skal oppfylle kravene i valgt "kvalitetsnøkkel" og bidra med et årlig beløp til markedsføring. Dette danner et godt grunnlag for å gjennomføre et hovedprosjekt. Intensjonsavtalen er vedlagt rapporten.

### **Organisering forum.**

Det eksisterer ulike samarbeidskonstellasjoner på begge sider av grensen i dag. Imidlertid er det ikke noe forum som arbeider systematisk med innsamling, bearbeiding og deling av kunnskap innenfor opplevelsesnæringen i vår region. Møtene med avklaring mellom Nomade og Emotion og samlingen med bedrifter i prosjektet kan ses som ansatser til et forum. Det er likevel fortsatt nødvendig å gå grundigere inn i hvem som skal delta, roller, finansiering osv. En modell for tenkingen er utarbeidet og vedlegges sluttrapporten. Den viser aktørbildet og i forslag til hovedprosjekt er dagens "etablerte aktiviteter" beskrevet.

Forprosjekt har ikke gjennomført et første møte i forumet. Dette skyldes som nevnt mange aktører som skal involveres for avklaring, men også at det har vært nødvendig å bruke mer

krefter enn antatt på øvrige aktiviteter, bl.a. på å avklare innrettingen på hovedprosjektet og drøfte dette med mulige finansieingsparter. En skisse til et forum er utarbeidet ved Høgskolan Väst (Vedlegg). Dette er ikke ferdigutviklet i overensstemmelse med prosjektets innretting.

#### **Utarbeide hovedprosjekt.**

En skisse til et hovedprosjekt ble presentert for prosjektets styringsgruppe i mars 2009. Skissen hadde en klar todeling der den ene delen gikk på utvikling og salg av opplevelsespakker etter Nomade-konseptet. Den andre delen var kunnskapsoppbygging gjennom etablering av forum. Skissen legger opp til et treårig prosjekt med en årlig ramme på ca 2 mill kroner fordelt tilnærmet 50/50 på de to områdene. Skissen ble positivt mottatt. Særlig ble det lagt vekt på betydningen av å akkumulere kunnskap ved å etablere forum. Det er utfordrende å skaffe regional medfinansiering. Styringsgruppa ga derfor signaler om at budsjettet bør slankes. Dette er hensyntatt i forslaget til hovedprosjekt.

#### **Prosjektledelse.**

Steinar Normann har vært prosjektleder og koordinert aktivitetene med de øvrige ressurspersonene. Prosjekteiernes representanter har vært ressursgruppe for prosjektleder, og hatt flere møter for å drøfte innrettingen på prosjektet.

#### **Fortsatt virksomhet og anvendelse av resultat.**

Ett av prosjektets siktemål er å utforme et hovedprosjekt. Utkast til hovedprosjektplan er vedlagt sluttrapporten.

Det er etablert nettverk mellom bedrifter. Bedriftene vil sannsynligvis benytte disse kontaktene i en viss utstrekning uavhengig av om prosjektet blir videreført. Det gjelder både i de nasjonale navene, men også tå tvers av grensen.

#### **Evaluering.**

Det er mer krevende å finne relevante prosjektdeltakere på norsk enn på svensk side. Det kreves derfor mer ressurser i rekrutteringsarbeidet i Norge. Når bedriftsnettverk er etablert, må prosjektledelsen ha kapasitet til god framdrift for å holde interessen oppe hos foretakene. Tilstrekkelig kapasitet og riktig kompetanse hos prosjektledelse og ressurspersoner/rådgivere er derfor en nødvendig forutsetning for å lykkes. Foretakene i de etablerte nettverkene har mye kompetanse som kan utnyttes, og deltakerne er klare på at det er stort potensiale i å samarbeide. Det er krevende å selge prosjektet inn til regionale medfinansieringsparter. Det er også en utfordring å finne en prosjekteier som har bedriftenes tillit.

På grunnlag av pilotprosjektet "Nomade i grenseland" som vil konkretisere bærekraftige opplevelsespakker basert på natur og kultur i samarbeid mellom et nettverk av leverandører, skal det legges grunnlag for et langsiktig og forpliktende utviklingsprosjekt med deltakelse fra bedrifter, høyskoler/forskningsinstitusjoner og offentlig sektor. Hovedutfordringen er å nå markedet, kundene med et standardisert, kvalitetssikret produkt sammensatt av flere leverandører. Dette krever en infrastruktur som eventuelt kan realiseres i et prosjekt.

## **Indikatorer**

Prosjektets indikatorer er oppfylt på følgende måte:

Indikator	Antall	Oppfyllelse
Deltaker i prosjektet	Kvinner: 2 Menn: 3	Mer enn 2 kvinner og 3 menn har deltatt i prosjektet, jf. deltakerlister for arrangementene
Deltakende foretak	Eid av kvinner: 2 Eid av menn: 8	Flere enn 10 foretak har deltatt i prosjektet. Mer enn to er i hvert fall deleid av kvinner.
Antall nyetablerte og videreutviklede grenseoverskridende kluster	Kluster 1	Det er etablert nettverk mellom bedrifter på norsk og svensk side. Flere av bedriftene har uttalt at de vil holde kontakten etter prosjektperioden. Prosjektet bidrar også til et løpende samarbeid mellom Fyrbodals kommunalforbund og Nedre Glommaregionen.
Institusjonelle samarbeid	1	På forskersiden er det etablert dialog mellom Østfoldforskning, Handelshøyskolen BI/Göteborgs universitet og Högskolan Väst. Disse vil være deltakere når et forum er etablert.

## Projectets påverkan på de genomgående kriterierna

### Grenseregional merverdi

Prosjektet er innenfor opplevelsesnæringen og aktørene på begge sider av grensen retter seg til det samme markedet. Det er behov for å samle kreftene for å hevde seg i konkurransen. Ved å tilby kundene aktiviteter på begge sider av grensen, tilbys en merverdi. Det er begrenset kunnskap om opplevelsesnæringen i regionen på begge sider av grensen. Samarbeid om innsamling og bearbeiding av kunnskap gir større muligheter for å lykkes og stiller kunnskapen til disposisjon for flere.

Det er nødvendig med kontinuerlig pågående samarbeid for å binde aktørene på norsk og svensk side tettere sammen.

### Bedre miljø

Konseptet som er utviklet baserer seg på utvikling av bærekraftige løsninger.

Opplevelsespakkene skal ha en tydelig miljøvennlig profil. Ved å rette seg til nærmarkedet bidrar prosjektet også til å stimulere til kortere reiser.

## **Likestilling og integrasjon**

Prosjektet har ikke hatt særskilt innretning mot likestilling og integrasjon.

## **Prosjektets øvrige resultat og erfaringer**

Mange av aktørene i opplevelsesnæringen, spesielt på norsk side, er små med begrensede ressurser. Mye aktivitet drives som tilleggsnæring og delvis på hobbybasis. Et stabilt og lønnsomt tilbud av aktiviteter må baseres på virksomheter som har heltidsvirksomhet som ambisjon og siktemål.

Det er utfordrende å få til samarbeid mellom små, private foretak og offentlige virksomheter. Små foretak er utålmodige og har behov for konkrete

tiltak for å nå ut med sine produkter til markedet så raskt som mulig. Representanter fra offentlige virksomheter har mange konkurrerende gjøremål som svekker oppmerksomheten og vanskeliggjør effektiv framdrift. Det ligger muligheter i et samarbeid mellom de offentlige og private aktørene. Særlig vil store etableringer som Ytre Hvaler/Kosterhavets nasjonalpark kunne gi muligheter for private opplevelsesleverandører som vil rette seg inn mot bærekraftige opplevelsestilbud basert på naturen og kulturen i regionen.

Det oppstår utfordringer pga grensen på en rekke områder. Det benyttes ulike standarder for bærekraftig turisme i Norge og Sverige uten at vi i denne prosjektfasen har kunnet analysere nærmere hva som skiller i innhold. Dette skaper utfordringer for å kunne velge en standard for grenseoverskridende opplevelsestilbud. Det er videre ikke opplagt at bedrifter i det ene landet kan bruke markedsførings- og salgskanaler i det andre landet. Støtteordninger er knyttet til nasjonalitet og geografi. Disse utfordringene er større enn forutsatt ved prosjektoppstart.

Det er et behov for prosjekter som baseres på foretakenes virkelighet. For å bli vellykket, må prosjektene ha stram framdriftsplan og holde god framdrift. Dette forutsetter tilstrekkelig med ressurser til prosjektledelse og ressurspersoner. Gang på gang reduseres innsatsen på disse områdene under utvikling av prosjekter for å tilpasse seg mulige økonomiske rammer for finansieringsprogrammene.

## **Gränsregionalt samarbeide etter Interreg-prosjektets slut**

Nomade er et småprosjekt og en mellomfase i prosjektsammenheng. Et av resultatene fra småprosjektet er å levere en prosjektplan for et hovedprosjekt. Som et resultat av hovedprosjektet er det forventet at det vil eksistere opplevelsespakker på markedet og at det er etablert et forum for samling og bearbeiding av kunnskap innen opplevelsesnæringen.

## **Resultatspridning samt skyltning**

Resultatet av denne prosjektfasen presenteres for eierne i forbindelse med drøfting om finansiering av et hovedprosjekt. Konsept, intensjonsavtaler og foreløpige resultater vil bli brukt i videre utviklingsarbeid. Alt materiell er merket med Interregs og EUs logo.

## **Kopplinger til andra projekt**

Prosjektet inngår i prosjektportefølje for Regional utviklingsavtale i Nedre Glomma og Tillväxtavtal for Fyrbodals kommunalförbund. En videreføring av prosjektet vil ha nytte av

samarbeid med utviklingen av Kosterhavets/Ytre Hvaler nasjonalpark. Kunnskapsoppbygging i forum må koordineres med en rekke andre nettverk og møteplasser, og definere sin rolle tydelig i forhold til disse.

## Övrigt

### Vedlegg:

Referat fra møte 17. september 2008

Referat fra møte 13. oktober 2008

Invitasjon til og Referat fra møte 23. november 2008

Referat fra møte 23. mars 2009

Prisforespørsel til rådgivingsmiljøer – prosjektledelse

Prisforespørsel til rådgivingsmiljøer – opplevelseskonsept/bedriftsutvikling

Avtale med Østfoldforskning AS

Avtale med Ivar Moen & Co

Avtale med Lena Mosberg

Konsept Nomade i grenseland

Opplegg for og oppsummering fra Workshops med bedrifter i Nedre Glomma

Plan for hovedprosjekt/interregskonad

Grunnlagsdokument Forum for opplevelsesøkonomi

Strömstad 28. mai 2009

Sarpsborg 28. mai 2009

  
Elsie Hellström

  
Tore Hansen

Vedlegg 1

## Nomade i grenseland.

Møtereferat. Sarpsborg 17. september 2008.

### Til stede:

Elsie Hellström

Bjørn Heidenstrøm, E-motion

Steinar Vingerhagen

Tore Hansen

I melding fra interregsekretariatet 10. september 2009 til Nomade i Grenseland ble vi bedt om følgende kompletteringer:

- Vi vil at dere skal ta kontakt med aktørene i e-motion, å tilby dem å delta i deres prosjekt. (kontaktinformasjon, se nedenfor)
- Kort ned navnet på prosjektet til "Nomade i Grenseland". "Grenseløse opplevelser" er navnet på et tidligere interreg-prosjekt.

Hovedpunktene i prosjektene ble gjennomgått. Som et resultat av dette vil aktørene i e-motion bli invitert til å delta i prosjektet og det vil bli vurdert hvordan etablering av "Forum for opplevelsesøkonomi" kan samordnes med seminarvirksomheten i e-motion. For Nomade-prosjektet er det avgjørende at fokus ikke tas bort fra foretakenes interesse for å delta videre i prosjektet. Entreprenørskapsdelen i prosjektet bør derfor startes snarest. Prosjektets økonomiske rammer gir begrenset handlefrihet.

**Konklusjon:** Nomade-prosjektet startes opp, så snart som mulig når det gjelder entreprenørskapsdelen. Revidert prosjektplan vil bli utarbeidet etter møte mellom prosjektene første halvdel av oktober. Prosjektnavnet endres som foreslått fra sekretariatet.

## Vedlegg 2.

Nomade i grenseland.

Referat fra møte med e-motion-prosjektet 13. oktober 2008, Vitlycke, Tanum.

Til stede:

Ann Britt Carlsson, Västarvet

Anita Larsson Modin, Västarvet

Bjørn Heidenstrøm, Fredrikstad kommune

Björg J. Western, Fredrikstad kommune

Rolf Dahlberg, Högsolan Väst

Lena Mossberg, Handelshøyskolen BI

Ivar Moen, Moen & co

Anna Karin Olsson, Högsolan Väst

Steinar Normann, Stiftelsen Østfoldforskning

Elsie Hellström, Fyrbodals kommunalförbund

Tore Hansen, Sarpsborg kommune

Møtet mellom prosjektene Nomade og E-motion var satt for å følge opp kompletteringer gitt av interreg-sekretariatet der Nomade er bedt om å tilby aktørene i e-motion å delta i Nomade-prosjektet.

Utgangspunkt for og innholdet i prosjektene ble gjennomgått og det konstateres at prosjektene har ulike ståsteder og ulikt siktemål for den gjeldende prosjektperioden. Dette tydeliggjøres bl.a av at Nomade er et prosjekt innenfor "økonomisk tillväxt" mens e-motion er kategorisert som "attraktiv livsmiljö". E-motion er i søkefasen for gjennom seminarvirksomhet å konkretisere et framtidig hovedprosjekt med vekt på kulturarvformidling. Nomade har identifisert aktører i form av foretak som leverer aktiviteter og skal utvikle metode for bl.a paketering og kvalitetssikring basert på erfaringer fra tidligere prosjektfase, samt legge grunnlaget for et forum/innovationscenter for opplevelsesøkonomi. Med disse ulike tilnærmingene, burde begge prosjektene gjennomført sin "småprosjekt-fase" for i denne eventuelte å avklare hvordan et hovedprosjekt kunne integreres nærmere.

Når dette ikke er tilfelle, konstateres det at aktørene Vitlycke og Bohusläns museum i e-motion også er aktører i Nomade. Prosjekteierne til e-motion vil arbeide videre med sin ide. Nomade gjennomføres i henhold til prosjektplan, men med revidert framdrift i forhold til oppstatstidspunkt. Det er enighet om at prosjekteierne holder hverandre orientert om den videre utviklingen i prosjektene.

Till  
Deltagare i projekt  
"Nomade i Grenseland"

Välkomna  
till

Borgasyssel Museum, Sarpsborg  
<http://www.ostfoldmuseet.no/?CatID=1194>  
den 19 november 2008

Som vi tidigare har meddelat startar vi upp del 2 av projektet "Dager i grenseland" som numera heter "Nomade i grenseland"

Del 2 kommer att bygga på utvärderingen som Lena Mossberg genomförde samt den behovsinventering som Ivar Moen gjorde bland er deltagare under våren 2008.

Vi ser framemot fortsatt samarbete med er och hälsar er välkomna till nästa steg i vårt utvecklingsprojekt inom besöksnäringen i gränsregionen Östfold/Fyrbodal

- |           |   |
|-----------|---|
| Kl. 09.45 | <b>Kaffe</b>  |
| kl. 10.15 | <b>Inledning samt reflektioner från projektagarna ·<br/>Elsie Hellström Fyrbodals kommunalförbund</b>   |
| kl. 10.30 | <b>Företagens förväntningar och roll i framtida projekt<br/>Ivar Moen</b>   |
| kl. 10.45 | <b>Konceptet ·<br/>Lena Mossberg BI/Handelshögskolan Gbg</b>  |
| kl. 12.00 | <b>Lunch</b>  |
| Kl. 13.00 | <b>Presentation av tankar kring ett "Gränsregionalt forum/<br/>innovationscenter för besöksnäringen"</b>  |
| Kl. 13.30 | <b>Rolf Dahlberg HV och Steinar Norman Östfoldsforskning<br/>Syfte, mål samt genomförande av "Nomade i grenseland"<br/>baserad på företagets behov och önskemål -<br/>Lena Mossberg och Ivar Moen</b> |
| Kl. 15.00 | <b>Sammanfattning och avslutning<br/>Tore Hansen Sarpsborgs kommune</b>   |

# Fyrbodal



För ytterligare upplysningar kontakta [tore.hansen@sarpsborg.com](mailto:tore.hansen@sarpsborg.com) eller [elsie.hellstrom@fyrbodal.se](mailto:elsie.hellstrom@fyrbodal.se)

OM Du har förhinder att delta är vi tacksamma för besked senast den 14 november per e-post eller på telefon +46706486079 (Elsie Hellström)

Välkomna hälsar

**Nedre Glomma**  
Tore Hansen

**Fyrbodals Kommunalförbund**  
Elsie Hellström

TIL : Elsie Hellström, Tore Hansen, Lena Mossberg, Ivar Moen, Rolf Dahlberg, Anna Karin Olsson,  
KOPI : Øvrige deltagere på møtet  
FRA : Steinar Normann  
DATO : 23.11.2008  
SAK : **Nomade i Grenseland, referat fra møtet den 19.11.2008**

Tilstede: Se siste side

#### AGENDA for møtet:

- kl. 10.15 **Inledning samt refleksjoner från projektägarna** , Elsie Hellström, Fyrbodals kommunalförbund
- kl. 10.30 **Företagens förväntningar och roll i framtida projekt**, Ivar Moen
- kl. 10.45 **Konseptet**, Lena Mossberg Handelshögskolan BI/ Gbg Universitet
- Kl. 13.00 **Presentation av tankar kring ett "Gränsregionalt forum innovasjonscenter för besöksnäringen"** Rolf Dahlberg HV och Steinar Norman Östfoldforskning
- Kl. 13.30 **Syfte, mål samt genomförande av "Nomade i grenseland" baserad på företagets behov och ønskemål** - Lena Mossberg och Ivar Moen
- Kl. 15.00 **Sammanfatning och avslutning**, Tore Hansen, Sarpsborg kommune

#### REFERAT

1. Prosjektdeltagerne presenterte seg for hverandre. Tre nye norske deltagere som ikke var med i forrige prosjektperiode (Dager i Grenseland): Børte vann Kafeteria og kanoutleie, Hvaler Resort og Fredriksten Festning. Fredriksten Festning deltok ikke i møtet, heller ikke alle bedriftene/foretakene på svensk side.

Børte vann etterlyste underlagsdokumenter. I følge mail fra Ivar Moen til Steinar Normann den 10.11. skriver Ivar at "*Bedriftene har fått konsept, evalueringsrapporten og foreløpig agenda for 19.nov.*"

TILTAK: Ivar sjekker om Børte vann har mottatt underlaget og sørger for eventuell ettersendelse. Ivar følger også opp de bedriftene som ikke deltok i møtet for å avklare videre deltagelse.

2. Ivar presenterte bl.a. forutsetningene for å delta i prosjektet og poengterte behovet for at bedriftene setter av tid og engasjerer i gjennomføringen. En intensjonsavtale med hver enkelt bedrift skal på plass i løpet av forprosjektet og bedriftene bør gjennomgå intensjonsavtalen snarest med sikte på å avklare eventuelle forbehold.

FORSLAG TIL TILTAK: Foreliggende intensjonsavtale gjennomgås av bedriftene/foretakene snarest slik at nødvendige avklaringer kan foretas.

3. Lena presenterte "konseptet" og det var få kommentarer til opplegget. De fleste deltagerne på svensk side har ved tidligere gjennomganger fått kartlagt sine behov og forventninger i prosjektet. Tilsvarende kan nå gjennomføres på norsk side. I møtet ble noen hovedfokus nevnt:

Produktutvikling      bl.a. Silverlake og Dalstands Aktiviteter  
Markedskunnskap      bl.a. hvilke utenlandske arrangører kan man samarbeide med om å selge inn det enkelte pakke tilbud m.m.  
Hvaler Resort var opptatt av å forske på om deres egen forretningsidé/  
-konsept er i tråd med markedets behov for å eventuelt justere innholdselementer med sikte på videreutvikling

Miljøsertifisering      bl.a. Västsvenska Turistrådet. Finnes det aktuelle sertifiseringer i reiselivet, kan "Green Trade" benyttes?

Miljøperspektivet må få et spesielt fokus siden grunnkonseptet "Nomade" bygger på dette, også sett i.f.t. erfaringer fra "Dager i Grenseland".

Rolf Dahlberg var opptatt av at flere bedrifter/foretak ble med i opplegget ("...vi må sikre kvantitet...") sett i et næringsutviklings- og entreprenørskapsperspektiv. Konseptet tilsier bred deltagelse for at "regionen" skal bli synlig som "opplevelsesregion".

Hvaler Resort vil bidra til å knytte til seg samarbeidspartnere på tjenesteområder de selv ikke dekker i dag. Mangler bl.a. bispising.

Børte vann ønsker overnattingsmuligheter, men det er byggeforbud i Skjebergdalen. Ønsker å involvere grunneier i utviklingsarbeidet med sikte på å finne løsninger.

TILTAK: Ivar/Lena fullfører kartleggingen og oppdaterer tabellen med oversikt over bedriftenes/foretakenes behov og forventninger. Ved frafall bør nye bedrifter/foretak rekrutteres.

4. Rolf presenterte kort bakgrunnen for et felles "Forum" for både bedrifter/foretak, prosjekteiere (kommuner etc.) og kompetansemiljøer (forsknings- og utdanningsmiljøer, konsulenter m.m.) ment som en felles møteplass for å utveksle kunnskap og erfaringer. "Forumet" kan representere en felles ressurspool av nødvendig kompetanse for å gjennomføre utviklingsprosjektet med størst mulig grad av suksess. Kjell (Dalstands Aktiviteter) informerte for eksempel om at de

samarbeider med andre om en guide-pool og kan også tilby rådgivning og bistand til andre som ønsker å utvikle opplevelsesheteter. Han skisserte også tanker om "mentorskap" for andre aktører i næringen. Dette kan også betraktes som innspill til hovedprosjektet.

Oppstartmøtet den 19.11. kan representere det første møtet i "Forumet" der mulighetene bl.a. kan være å

- Bli kjent med andre aktører
- Diskutere felles muligheter og utfordringer
- Få nye idéer
- Finne samarbeidspartnere
- Finne nødvendig kompetanse i prosjektet som sådan og i den enkelte bedrift/foretak
- Dele på kostnader til felles tiltak og aktiviteter
- Bistand til å skaffe kapital

Nødvendig kompetanse kan også hentes utenfor selve prosjektdeltagerne slik sammensetningen er i dag, og styrt av bedriftenes spesifikke behov. Forumet kan representere en felles utviklingsplattform.

#### 5. Prosjektorganisering og fremdrift

Konseptet "Nomade i Grenseland" bygger på en grunntanke om at turisten enkelt skal kunne forflytte seg mellom de ulike aktivitets- og opplevelsestilbud slik at "familiens" og andre gruppers ulike behov skal kunne bli tilfredsstillt. Lena foreslo å etablere "nav" (Krister: "kugghjul") som samler grupper av aktører som turistene enkelt kan nå til fots, på sykkel, med buss eller på andre måter for bl.a. å ivareta miljøperspektivet. Eksempelvis kan Hvaler Resort representere "navet" på stedet Hvaler, mens øvrig gruppering av deltagere diskuteres fortløpende og fortrinnsvis innen fristen for Fase 2 (se nedenfor).

Med oppstartmøtet den 19.11. er nå fase 1 i prosjektet gjennomført. Videre fremdrift ble diskutert i møtet, og det legges opp til å ha ferdig en søknad om hovedprosjekt innen fristen den 29. Januar 2009.

I tidligere diskusjoner og møter har prosjekteierne (Fyrbodals kommunalforbund og Sarpsborg Kommune) foreslått følgende fremdrift:

Fase 2: bearbeiding av konsept og avklaring med bedriftene/foretakene.

Frist: 19.12.2008

Denne fasen må også detaljere innhold, oppgaver og aktiviteter i hovedprosjektet, men kan strekke noe lenger ut i tid forutsatt enighet om grunnkonseptet og inngåelse av intensjonsavtaler

Fase 3: markedsføring av prosjektet internt i kommunene og mot Interregsekretariatet. Ferdigstille prosjektbeskrivelse samt søknadspapirer. Frist: 25.1.2009

TILTAK: Elsie og Tore må avklare intern behandlingstid og prosessen i kommunene slik at medfinansiering er politisk behandlet i god tid før søknadsfristen. Det er vanskelig å forsere den endelige prosjektbeskrivelsen med detaljert fremstilling av aktiviteter og budsjett før Fase 2 er gjennomført, hvilket innebærer at de snarest mulig må avklare på hvilket grunnlag en beslutning kan fattes, og når.

Fredrikstad, den 23.11.2008

Steinar Normann

Prosjektleder

#### **Deltakere Borgarsyssel 19. november**

Rune Jakobsen, Børtevang Kafeteria

Liv Jakobsen, "

Johan Svendsen, Hvaler Resort

Rolf Dahlberg, Högskolan Väst

Christer Emanuelsson, Silverlake

Kjell Johansson, Dalslandsaktiviteter

Erlend Holmedal, Västsvenska turistrådet

Andreas Norum, Turistsjef Dalsland Turist

Anna-Karin Olsson, Högskolan Väst

Lena Mossberg, Handelshøyskolen BI

Torill Wyller, Østfoldmuseet Borgarsyssel

Elisabeth Corsander, Bohusläns museum

Ingrid Uhlman, Bohusläns museum

Ivar Moen, Moen & Co.

Steinar normann, Østfoldforskning

Elsie Hellström, Fyrbodals kommunalförbund

Tore Hansen, Sarpsborg kommune/Sarpsborg Turist, Nedre Glommaregionen

Vedlegg 4.1

<Name>  
<Address>  
<PostalCode> <PostalPlace>

Deres ref.:

Vår ref.:  
08/07221-1 / /Blank

Dato:  
30.10.2008

**Prisforespørsel konsulentoppdrag**

Vedlagt oversendes dokumenter i forbindelse med prisforespørsel konsulentoppdrag.

Med hilsen

Tore Hansen

Saksbehandler: Tore Hansen, Kommuneområde plan og økonomi

<b>Navn</b>	<b>Address</b>	<b>PostNo</b>	<b>Sted</b>
Østfoldforskning			
Borg Innovasjon			
Drivkraften			

( )

( )

# Vedlegg 4.2

## Forespørsel om tilbud på konsulentoppdrag.

Under forutsetning av godkjent interreg-finansiering søker Fyrbodals kommunalforbund og Regional utviklingsavtale for Nedre Glomma v/Sarpsborg kommune konsulentbistand innenfor utvikling i besøksnæringen. Konsulenten skal være prosjektleder for et prosjekt som i interreg-terminologi omtales som "små prosjekt." Prosjektet er en videreføring av et tidligere interregprosjekt "Dager i grenseland."

Den prosjektfasen vi nå går inn består av følgende deler:

1. konkretisere et opplevelseskonsept basert på tidligere erfaringer (Dager i grenseland)
2. avklare hvilke foretak som er mulige deltakere i et hovedprosjekt
3. konkretisere innholdet i et framtidig hovedprosjekt
4. utforme grunnlag for etablering av forum/innovasjonssenter for opplevelsesøkonomi i regionen på grunnlag av en foreløpig modell.

Denne forespørselen gjelder prosjektledelse for helheten samt strekpunkt 3 og 4 i deloversikten. Prosjektleder må samarbeide med andre innleide ressurspersoner, bl.a. i forhold til strekpunkt 1 og 2. Prosjektet skal gjennomføres innen 31 03 2009. Øvrig informasjon framgår av vedlagte prosjektplan.

Konsulenten må ha eller tilegne seg kunnskap om erfaringene fra tidligere prosjektperiode og om aktørene i besøksnæringen i regionen Fyrbodals/Østfold uten at dette belastes oppdraget.

Ved valg av prosjektleder vil det bli lagt vekt på følgende:

- kapasitet til å utføre oppdraget i prosjektperioden
- kjennskap til tidligere prosjektfaser
- kjennskap til aktørene i besøksnæringen i regionen
- kjennskap til Østfold fylkes og Fyrbodals kommunalforbunds satsing på opplevelsesøkonomi og reiseliv
- faglig forslag til løsning av oppdraget
- tilbudt kapasitet og pris (total kostnad for oppdraget og timepris dette er basert på) sett i sammenheng

Denne forespørsel om tilbud på prosjektledelse kommer inn under kommunens innkjøpsregler om mellomstore engangskjøp. Av den grunn går dette som en direkte forespørsel til minst tre konsulentselskap. Sarpsborg kommunes alminnelige betingelser for kjøp av tjenester legges derfor til grunn for forespørselen. Oppdragsgiver forbeholder seg retten til å avklare og forhandle om alle sider ved de innkomne tilbudene.

Pristilbud sendes innen 14. november 2008 til:  
Sarpsborg kommune  
Kommuneområde plan- og økonomi v/ Tore Hansen  
Postboks 237  
1701 Sarpsborg

eller på epost til [tore.hansen@sarpsborg.com](mailto:tore.hansen@sarpsborg.com)

Spørsmål rettes til [tore.hansen@sarpsborg.com](mailto:tore.hansen@sarpsborg.com) eller til [elsie.hellstrom@fyrbodals.se](mailto:elsie.hellstrom@fyrbodals.se)

Krav til leverandøren:

- Bekreftelse på at skatter og avgifter er betalt
- Utfylt HMS-egenerklæring (jf vedlegg)
- Oversikt over referanser som kan kontaktes ( kontaktperson med telefonnummer og e-postadresse)

## **Vedlegg 2. PROSJEKTBEKRIVELSE:**

### **”Grenseløse opplevelser/Nomade”**

Versjon juni 2008.

#### **BAKGRUNN**

Det er kjent at det internasjonalt er et sterkt fokus på opplevelsesøkonomien (reiseliv, kultur- og kreative næringer, småskala mat m.m.) og dens antatte betydning for fremtidig vekst og verdiskaping. De fleste land og regioner i Europa har egne utviklingsprogrammer og satsinger innen feltet, om enn i varierende omfang. Vi kan imidlertid slå fast følgende:

- Handlingsplan for besøksnæringen i Fyrbodalen er under utarbeiding
- Nedre Glomma-regionen har en strategisk satsing på opplevelsesøkonomi
- Østfold Fylkeskommune har utarbeidet et eget Reiselivsprogram og et program for Kulturbasert næringsutvikling.

Det er gjennomført diskusjoner om hvordan erfaringene fra bl.a. det tidligere gjennomførte prosjektet ”Dager i grenseland” kan brukes i en videreføring sett i sammenheng med andre ”prosjektideer” og initiativ som dukker opp, og eventuelt som et case i en større, samordnet satsing innenfor forretnings-/virksomhetsutvikling i besøksnæringen.

Kunnskapsgrunnlaget er ganske magert innenfor feltet, selv om det er naturlig å anta at det er mulig å overføre store deler av kunnskapen om forretnings- og næringsutvikling fra andre sektorer i samfunnet også innenfor opplevelsesøkonomien. En markant forskjell ligger sannsynligvis i det faktum at mange av næringsaktørene innen denne sektoren har ekstraordinære utfordringer ved at der er små, kompetansebehovet er bredt, markedsgrunnlaget er uklart eller usikkert grunnet sterke sesongvariasjoner og markedsføringsutfordringene er store. Dette kan bety behov for et særlig fokus på verdiskapingsprosesser i de aktuelle næringene og hvilke samarbeids-/forretningsmodeller som kan være hensiktsmessige. Det mye som peker på – bl.a. fra evaluering av tidligere gjennomførte Interreg-prosjekter – at utvikling og deling av ny kunnskap, metoder og verktøy, finansieringsproblematikk og samhandling er nødvendig for at tilvekst kan oppnås. Et sentralt fokus i denne sammenhengen vil derfor også være betydningen av og forutsetninger for entreprenørskap og innovasjon.

Siden det er mange mulige interessenter og innretninger for et eller flere framtidige prosjekter, vil det være hensiktsmessig å gjennomføre et forprosjekt. Forprosjektet bør avklare en overordnet tilnærming, hvilke elementer som bør inngå i prosjektene (trippel helix), hvem som er partene og hvilke roller disse skal ha.

## MÅL

Følgende mål gjelder for både for- og hovedprosjektet samlet

### Overordnet:

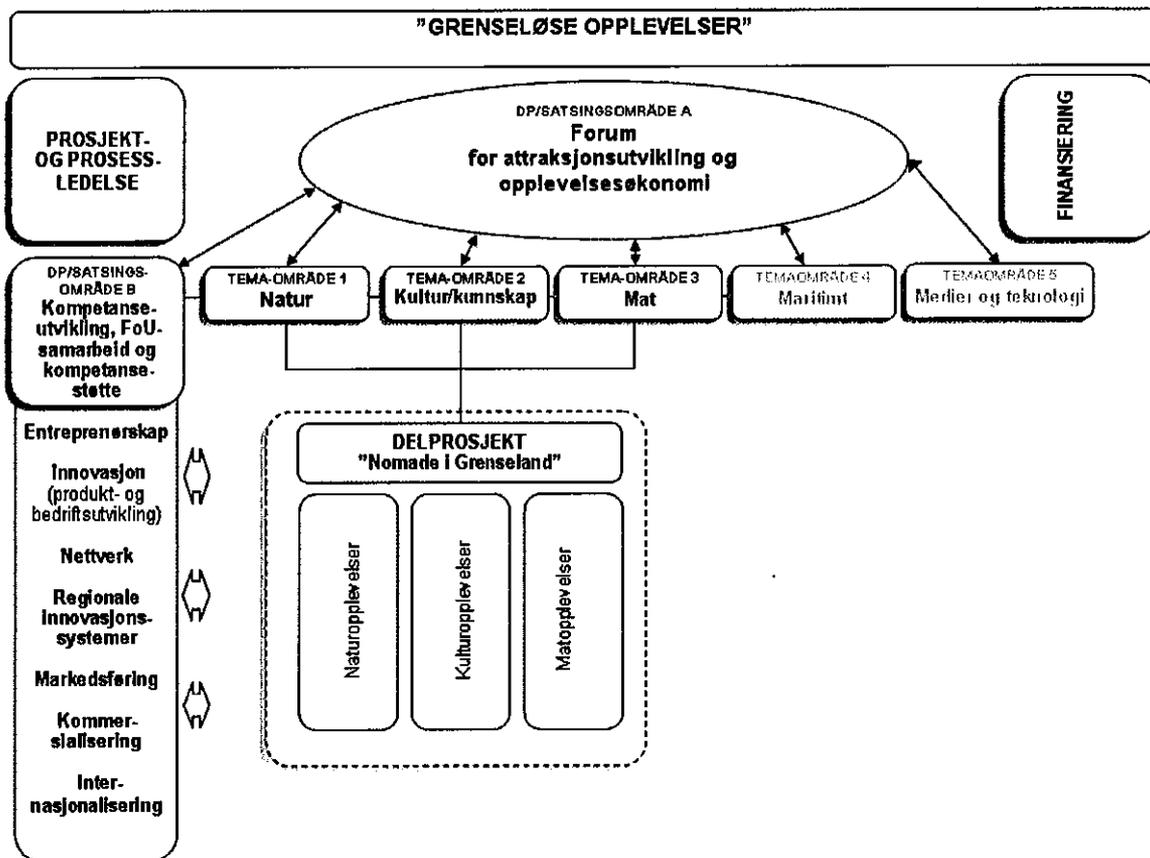
- Øke antall bærekraftige attraksjoner (både økonomisk og miljømessig) i regionen med relevans til aktuelle målgrupper
- Øke kunnskapen om forutsetninger for entreprenørskap, innovasjon og tilvekst i de aktuelle næringene
- Utvikle metoder og verktøy for å øke kompetansen i gjennomføring av innovasjonsprosesser i opplevelsesøkonomien

### Delmål:

- Etablere et felles forum for erfaringsutveksling, kunnskapsutvikling og -deling
- Etablere forpliktende nettverk av opplevelsesleverandører
- Utarbeide forretningsplaner for 2 opplevelsespakker
- Etablere en struktur for årlig utprøving av nye opplevelser (testopphold)
- Etablere en salgskanal gjennom eksisterende reisearrangører
- Utvikle og prøve ut nye prosesser og modeller mellom næringsaktører, det offentlige og FoU/UoH-miljø for å øke suksessraten i innovasjons- og bedriftsutviklingsprosesser
- Utvikle og prøve ut nye prosesser og modeller hos næringsaktørene og deres samarbeidspartnere for å øke suksessraten i innovasjons- og bedriftsutviklingsprosesser
- Dokumentere og formidle (ny) kunnskap til alle involverte aktører

## GJENNOMFØRING

Figuren nedenfor beskriver et forslag til organisering av ulike satsingsområder, temaer, prosjekter, møteplasser og et opplegg for kompetansestøtte og FoU-samarbeid som et helhetlig samarbeidskonsept i et næringsutviklingsperspektiv. Figuren representerer en langsiktig ambisjon, og det er behov for en nærmere avklaring av forutsetninger for en slik ambisjon. Figuren angir *tema- og satsingsområder*. *Temaområdene* er bedrifts-/bransje-/næringsspesifikke aktiviteter mens prosjektets *satsingsområder* representerer kompetansestøtte og andre virkemidler som fremmer innovasjon og tilvekst i de aktuelle prosjektene, bedriftene, bransjene og/eller næringene. Dette er nærmere beskrevet under.



### Temaområder

Det er innledningsvis diskutert ulike segmenter eller satsingsområder innenfor opplevelsesøkonomien som i stor grad er felles for Fyrbodal og Nedre Glomma. Spesifikt innenfor turisme/besøksnæring/ reiseliv er disse foreløpig identifisert til å være:

#### Temaområde 1: Natur/eco-turisme

Regionen har landskapsmessige forutsetninger for å utvikle natur-/eco-turisme. Markedsgrunnlaget vurderes som økende internasjonalt, og det kan ligge et næringsutviklingspotensial i regionen som sannsynligvis kan utnyttes bedre. Større forståelse og tiltak for å utnytte dette potensialet er ønskelig.

#### Temaområde 2: Kultur og kunnskap

Regionen har flere viktige og interessante kulturhistoriske verdier som også kan utnyttes i reiseleivssammenheng. Hvilke verdier og aktører som kan være relevante i.f.t. en aktuell målgruppe vil avklares nærmere i en forprosjektfase.

#### Temaområde 3: Mat

På samme måte som for natur og kultur, har man ulike mattradisjoner samt steder som tilbereder og serverer mat. Matopplevelser er en sentral og viktig del av et helhetlig reiseleivskonsept, "opplevelsespakker" osv, og vil søkes integrert som del av den totale satsingen.

#### Temaområde 4: Maritimt

Mer spesifikt og kystrelatert har man tilsvarende muligheter innen marin sektor. Dette er imidlertid ikke en del av dette forprosjektet foreløpig.

#### Temaområde 5: Medier og teknologi

Det er et økende fokus på hvordan nye medier og ny teknologi kan representere nye kommunikasjons- og interaksjonsformer også innenfor reiseliv og turisme. I den grad det vurderes som aktuell problemstilling eller som virkemidler, vil dette vurderes integrert på sikt, men utgjør ikke et fokusområde i dette forprosjektet.

#### Satsingsområder

##### Satsingsområde A: Felles forum for attraksjonsutvikling og opplevelsesøkonomi/innovasjonssenter

Som nevnt i innledningen har både Fyrbodalen og Nedre Glomma-regionen opplevelsesøkonomi som viktige strategiske satsingsområder. I tråd med en formalisert og langsiktig satsing på dette feltet, tas det sikte på å etablere et felles forum for alle aktører representert ved nærings-/kulturaktører/entreprenører, offentlige myndigheter, FoU, UoH andre kompetansemiljøer samt kapital/finansiering når det er aktuelt.

Hensikten er å skape et forum for erfaringsutveksling, kunnskapsdeling og kunnskapsutvikling med sikte på å øke suksessgraden i gjennomføring av prosjekter, bedriftsetableringer og kommersialisering av produkter og tjenester i alle faser: analyse, utvikling, implementering, drift og oppfølging.

##### Satsingsområde B: FoU-samarbeid, kompetansestøtte og kompetanseutvikling

Representanter fra ulike FoU- og kompetansemiljø (Høgskolan Väst, Handelshøyskolen BI, Østfoldforskning m.fl.) vil kunne utgjøre forskerteam som kan benyttes til å følge prosjektene både for å innhente empiri og eventuelt fungere som prosessveiledere gjennom ulike faser i innovasjonsprosessene. En særlig viktig komponent er utvikling og utprøving av for eksempel eksisterende og nye samarbeids- og forretningsmodeller og metoder og verktøy for næringsaktørene/entreprenørene som kan benyttes i utvikling og optimalisering av produkter, tjenester og forretningskonsepter. Måling av effekter og dokumentasjon av resultater er også aktuelle bidrag.

FoU-samarbeid og kompetansestøtte bør også omfatte regionalt og/eller kommunalt nivå m.h.t. policyutvikling, utvikling og etablering av nettverk, eventuelle klynger og et regionalt innovasjonssystem for en programmessig og langsiktig strategisk satsing på opplevelsesnæringene.

Det er behov for å avklare forutsetninger for, konkretisere og verifisere dette forslaget til samarbeidsmodell gjennom et forprosjekt der utgangspunktet for empiri er det tidligere gjennomførte Interreg-prosjektet "Dager i Grenseland", nå i en videreføring kalt "*Nomade i Grenseland*".

## **FORPROSJEKTET**

### **"Nomade i grenseland"**

Beskrivelsen for "Nomade i Gränseland" er et delprosjekt innenfor det tiltenkte hovedprosjektet "Grenseløse opplevelser".

#### **Bakgrunn**

Nomad i Gränseland bygger på Interreg-prosjektet "Dager i grenseland" som inkluderte aktiviteter i både Sverige og Norge. Projektet bygde på en projektskisse og syftade till att utvärdera utvalda familjers uppfattningar om fyra specifika paketresor som posjektgruppene hadde beskrevet. Eftersom pakken inte tidigare hadde funnits, var det av vikt att turistens uppfattningar framkom både på helheten og på paketens olika delar. Nio olika testfamiljer valdes ut för att pröva paketen mellan den 26. och 29. april 2007. Beroende på resultatet av utvärderingen skulle eventuella diskussioner att föras om det var någon idé att fortsätta att utveckla paketresor i området för familjer.

Erfaringene fra pilotprosjektet skulle danne grunnlag for å skissere et hovedprosjekt som skulle omhandle metode, produkt, marked, distribusjon og økonomi, og som kunne anvendes av et stort antall produktleverandører innom turistnæringen.

Utvärderingen av Inter-regprosjektet sammanfattas med hjälp av följande punkter:

- Tre paket uppfattades som riktigt bra. Det var de med tema historia, kunskap och vildmark. Fiskepaketen testades bara fullt ut av en familj, vilken tyckte att paketen kunde bli betydligt bättre. De aktiviteterna som berörde fiske var inte bra, enligt familjen. Utrustningen var knapphändig och det kändes inte som ett riktigt fiskepaket.
- Generellt var aktiviteterna till belåtenhet og gav deltagarna en positiv opplevelse. Spesielt var familjerna fascinerte over deras insats når det gæller fysiske aktiviteter. Flera kunde tänka sig ännu mer av de strapatsrika aktiviteterna, som hästridning og klättring.
- Övernattningar (oavsett om det var ute eller i mer lyx) var till belåtenhet nästan i samtliga fall. Det samma gæller måltider. Vissa måltider var till och med extraordinära og familjerna kunde berätta om dessa med stor inlevelse.

- Guiderna har varit mycket uppskattade och bidrog till den totala uppfattningen av resan.
- Hälften av familjerna ansåg att antalet attraktioner var bra. Den andra hälften tyckte att det var för stor geografisk spridning av attraktionerna och att det skulle vara bättre att koncentrera aktiviteterna till färre platser. De senare menade också att det blev för mycket bilkörning.
- Tidsschemat fungerade bra förutom vid några tillfällen. Då var det för liten marginal mellan aktiviteterna på grund av att man räknat med att bilkörningen skulle ta kortare tid.
- Familjemedlemmarna har fått positiva upplevelser generellt och de flesta har också upplevt något extraordinärt under resan. Många av de extraordinära upplevelsena kan relateras till fysiska utmaningar.
- Familjerna är av uppfattningen att paketen kan utvecklas och säljas till specifika målgrupper.

### **Målsetting**

I prosjektet er det et ønske å knytte bedrifter, høyskoler/forskningsinstitusjoner og offentlig sektor sammen i et langsiktig og forpliktende utviklingsprosjekt.

For at hovedprosjektet skal få et fundament og en forankring hos de ulike aktørenene er det ønskelig å gjennomføre et forprosjekt med arbeidstittel "Nomad i Gränseland" som skal danne plattformen for å utvikle en arena for attraksjonsutvikling og opplevelsesøkonomi samt konkretisere definerte temaområder.

Målsetting för delprojektet Nomad i gränlandet:

1. Att utveckla och beskriva ett nytt koncept som bygger på "Nomad i Gränlandet" innbefattet de temaområdene naturopplevelse-/ , kulturopplevelse-/ og matopplevelsesprodukter
2. Att engagera och skriva en langsiktige samarbeidskontrakter med företag som vill delta under projectperioden

### **Hovedaktivitet 1: Utveckling av nytt koncept i förprojektet**

Nedanstående förslag har tagit utgångspunkt från erfarenheterna, og ett nytt koncept anser vi bør utvecklas. Anledningen till att vi i stället för "dagar" har valt begrepet "nomad" är att det var de strapatsrika aktiviteterna som uppskattades mest, guiderna påverkade upplevelsen i hög grad, boendets standard var av mindre betydelse men det var i många fall för mycket bilkörning. I det traditionella nomadbegreppet har den resande med sig huset, sängen och maten på sina vandringar.

Att overnatta i kåtor, tält och så vidare med enkel matlagning kan vara en delprodukt men trenger inte omfatte alle aktiviteter. Overnatting på till eksempel vandrarhem, aktiviteter som omfatter både kultur og natur og varierende måltider etter ett specifikt valt tema er også i høg grad interessant med tanke på resultatene i forstudien. Ett huvuddrag er att allt som ska erbjudas i paketen handlar om grøn eller så kallad ekoturism (t.ex. lokal mat og begrenset koldioxidutslipp).

Nomad i gränseland kan fungere som ett paraply-märkevara innfor de tre definerade tema-områden, og omfatte flere ulike paket.

Nyckelbegrepp i utvekkling av alle tre temapakete

- Natur
- Kultur
- Mat

er:

- Aktive turister
- Utbildade guider
- Storytelling og sosial gemenskap.

Det kan finnes mer renodlade naturpakete men også pakete med en kombinasjon av natur og kultur.

#### Resultatmål for konseptutvekklingen:

Pakete som omfatter tema-aktiviteter i gränslandet, og som bygger på samme konseptuelle plattform, og som kan finnes både i Sverige og Norge, men även andra former av gränsland kan komme ifråga. Dette vil avklaras og konkretiseras i hovedprosjektet

#### Metode og gjennomforing

For å lykkes i et hovedprosjekt hvor attraksjonsutvekkling og opplevelsesøkonomi er en overordnet målsetting, vil metodikken stå sentralt. "Nomade-begrepet" krever aktiv deltaking fra deltakere, leverandører, kunnskapsformidlere og kompetansestøtte under de ulike temaene.

Måten å selge og realisere produktpakete vil kreve ny kunnskap og kommunikasjon mellom leverandører og marked. Dette vil drøftes i forprosjektet.

#### Resultatmål:

Metoden vil bli konkretisert, dokumentert, presentert og forankret hos bedriftene i forprosjektet.

#### **Aktiviteter**

1. Utvekkling av konsept
  - Konseptdiskusjoner
  - Litteraturstudie
  - Benchmarking

Diskusjoner med utvalgte opplevelsesforetak og distributører  
Konseptutskrivning  
Korrigeringer og klargjøring for godkjenning i styringsgruppen  
Utsending av konsept til samarbeidsaktører sammen med avtaleforslag

### **Hovedaktivitet 2: Kontrakter og avtaler med deltagende foretak**

Flera av foretagen som deltog i InterReg- projektet "Dagar i grenseland" har visat sitt interesse att även delta i det videre hovedprosjektet. Dette er dokumentert i rapport fra Ivar Moen (6. mars 2008). Rapporten viser at det er svakest med fortak på norsk side. Denne aktiviteten vil derfor ta spesielt hensyn til dette.

Under projektets gång har också andra intressenter tillkommit. Etter at konseptet er utvecklat og beskrivet, måste ett antal presentationer och företagsbesök göras for at inngå gjensidige forpliktende avtaler. Dette gjelder innfor områder som aktiv deltaking, kompetansebygging og økonomi.

#### **Resultatmål:**

I förprojektets avslutande skede, kommer ett antal kontrakt med foretak att foreligga pba omfattende møteaktivitet og forankring

#### **Aktiviteter**

##### **1. Leverandører og distributører:**

Utarbeide kontrakts- og avtaleforslag (utkast er utarbeidet vinter 2008)  
Avstemme avtaleforslaget hos utvalgte foretak  
Identifisere foretak som vil være opplevelsesleverandører på norsk side  
Identifisere distributører og markeds partnere  
Inngå signerte avtaler

### **Hovedaktivitet 3: Organisering/Forum**

I dette forprosjektet skal forutsetninger og innhold for et forum for opplevelsesøkonomi/Innovasjonssenter for turismeutvikling, som beskrevet over, søkes nærmere definert. Skal "Nomad i grenseland" omfatta både natur, kultur og mat är det fråga om å iverksette ett større projekt som både organiseras och ledas. Erfaringene fra både dette forprosjektet og en vurdering av relevans for andre pågående opplevelsesrelaterte prosjekter skal legges til grunn.

Dette forum, som till viss del kan vara virtuell, vil vara en mötesplats för de aktiva foretagen i hovedprosjektet, offentliga aktörer och företrädare för forskning och högre utbildning (trippel helix). Samspillet med Satsingsområde B (se over) – der særlig kompetansebehov hos aktørene tydeliggjøres og de ulike kompetansmiljøenes og personenes kompetanseprofil tydeliggjøres og grensesnitt m.h.t. ansvar og roller avklares.

I förprosjektet vil vi utrede en "Business Plan" for Forum for opplevelsesøkonomi, samt:

- samvirke mellom forum og temaområdene (natur, kultur og mat)

- mellomforum og "satsingsområde B"
- forholdet til en overordnet styringsgruppe
- planlegge og gjennomføre et møte i Forum/Innovasjonssenter for turismeutvikling i grenseregionen

Dette må gjøres i nær dialog med de andre forprosjekt-aktørene, og resultatet vil danne grunnlag for en fremtidig struktur i et hovedprosjekt.

Det tas sikte på å gjennomføre felles møter regelmessig i Norge og Sverige på ulike plasser.

#### Resultatmål:

En lämplig organisationsform behöver utvecklas för Forum/innovasjonssenter. Klare kjøreregler, struktur og ansvar for samarbeid og samvirke vil bli konkretisert i förprojektet samt förankret hos aktörane.

#### **Aktiviteter**

1. Beskrive samvirke, roller og styring mellom forum og de definerte temaområdene
2. Beskrive samvirke, roller og styring mellom temaområdene
3. Rolleforståelse mellom temaene som produktjonsområder av opplevelse, satsingsområde B og overordnet styringsgruppe i hovedprosjektet.
4. Forhold til distribusjons- og markedsforetak og markedspotensielle
5. Rapport
6. Planlegge og gjennomføre første møte i Forum/Innovasjonssenter

#### **Hovedaktivitet 4: Utarbeide Hovedprosjekt**

#### **Hovedaktivitet 5: Møter i prosjektgruppe/styringsgruppe/forum**

1. Avrapportering og diskusjon
2. Beslutninger om samvirke, roller og styring mellom arenaen, denne prosjekt delen og andra prosjekt som faller inn under helheten

#### **Hovedaktivitet 6: Prosjektledelse**

For å sikre god framdrift og sammenheng mellom aktivitetene bør det engasjeres en prosjektleder som holder trådene samlet i prosjektet. Denne oppgaven bør legges til en ressursperson som samtidig ivaretar andre aktiviteter i prosjektet. Det avsettes 5 dagsverk til prosjektledelse

## **ORGANISERING**

Styringsgruppe for prosjektet er styringsgruppe for regional utviklingsavtale Nedre Glomma/Beredningsgruppen för næringsliv Fyrbodals kommunalförbund. Det vil bli engasjert prosjektleder for prosjektet. En referansegruppe med sentrale aktører i regionen vil bli etablert.

## Egenerklæring om helse, miljø og sikkerhet

Denne bekreftelsen gjelder:

**Firma :** \_\_\_\_\_

**Adresse :** \_\_\_\_\_

**Postnr./-sted :** \_\_\_\_\_

**Land \* :** \_\_\_\_\_

Det bekreftes med dette at denne virksomheten arbeider systematisk for å oppfylle kravene i helse-, miljø og sikkerhetslovgivningen og ved det tilfredsstillende kravene i forskrift om systematisk helse-, miljø- og sikkerhetsarbeid i virksomheten (Internkontrollforskriften) fastsatt ved kgl. res. 6. desember 1996 i medhold av lov 4. februar 1977 nr. 4 om arbeidervern og arbeidsmiljø m.v. Det bekreftes at virksomheten er lovlig organisert i henhold til gjeldende skatte- og arbeidsmiljøregelverk når det gjelder ansattes faglige og sosiale rettigheter. Det aksepteres at oppdragsgiver etter anmodning vil bli gitt rett til gjennomgåelse og verifikasjon av virksomhetens system for ivaretagelse av helse, miljø og sikkerhet.

\_\_\_\_\_  
Dato:

\_\_\_\_\_  
Daglig leder (sign.)

Det bekreftes med dette at det er iverksatt systematiske tiltak for å oppfylle ovennevnte krav i helse-, miljø- og sikkerhetslovgivningen.

\_\_\_\_\_  
Dato:

\_\_\_\_\_  
Representant for de ansatte (sign.)

\* For utenlandske oppdragstakere gjelder følgende:

Det bekreftes med dette at det ved utarbeidelse av tilbudet er tatt hensyn til helse-, miljø og sikkerhetslovgivningen som følger av forskrift om systematisk helse, miljø og sikkerhetsarbeid i virksomheter (Internkontrollforskriften), fastsatt ved kgl. res. 6. desember 1996 i medhold av lov 4. februar 1977 nr. 4 om arbeidervern og arbeidsmiljø m.v. Det aksepteres at oppdragsgiver etter anmodning vil bli gitt rett til gjennomgåelse og verifikasjon av virksomhetens system for ivaretagelse av helse, miljø- og sikkerhetsarbeid.

Forpliktende underskrift

\_\_\_\_\_  
Dato:

\_\_\_\_\_  
Daglig leder (sign.)

Vedlegg 4.8

UNNTATT OFFENTLIGHET  
OFF. LOVENS § 6.21c

Halden, 14.11.08

Til  
Tore Hansen, fagansvarlig næring  
Kommuneområde plan og økonomi  
Sarpsborg kommune

SARPSBORG KOMMUNE		
Kommunestyret		
Skrevet:	Saksbehandler:	
SK	SAK	THA
08/07221		2
U01		17/108

**Vedr: Prisforespørsel på konsulent oppdrag "Grenseløse opplevelser/Nomade"**

Viser til mottatt forespørsel pr e-post på konsulentoppdrag for ovenfor nevnte prosjekt, samt til hyggelig telefonsamtale tidligere denne uken.

På bakgrunn av tidsrammene for nevnte oppdrag (skal gjennomføres innen 30.3.09), har Drivkraften dessverre ikke mulighet til å tilby sine tjenester til Sarpsborg kommune i denne første prosjektfasen.

Drivkraften er engasjert via rådgivningsselskapet Mimir as som prosjektleder for Arena prosjektet Innovativ Fjellturisme frem til sommeren 2009.

Drivkraften er derimot positive til å bli kontaktet igjen dersom dere skulle ha behov for våre tjenester i en senere fase av dette prosjektet eller i andre fremtidige oppdrag.

Lykke til med prosjektet!

Med vennlig hilsen  
Drivkraften – Prosjektledelse & Reiseliv

Ingrid Solberg Sætre  
Daglig leder

Vedless 4.4

UNNTATT OFFENTLIGHET

OFF. LOVENS § b.2v.

Østfoldforskning

Sarpsborg Kommune  
Kommuneområde plan og økonomi  
v/ Tore Hansen

Postboks 237

1701 Sarpsborg

SK	SAK	PERIODEN:
08/07221		T. Hansen
U01		3
		171108
		Postadresse
		Gamle Beddingvei 2 1671 Kråkerøy

Besøksadresse

Gamle Beddingvei 2  
1671 Kråkerøy

Telefon: 69 35 11 00

Telefax: 69 34 24 94

E-post: firmapost@sto.no

Org. no.: 989 861 751

Deres ref.: Tore  
Hansen

Vår ref.: SN

Dato:

13.11.08

## SAK: Tilbud på konsulentoppdrag

Vi takker for mottatt forespørsel datert 31.10.2008 knyttet til gjennomføring av prosjektet "Grenseløse opplevelser/Nomade" med tilhørende prosjektbeskrivelse datert "versjon juni 2008".

Av forespørselen fremgår det bl.a. at oppdraget omhandler følgende

*"Den prosjektfasen vi nå går inn består av følgende deler:*

- 1. konkretisere et opplevelseskonsept basert på tidligere erfaringer (Dager i grenseland)*
- 2. avklare hvilke foretak som er mulige deltakere i et hovedprosjekt*
- 3. konkretisere innholdet i et framtidig hovedprosjekt*
- 4. utforme grunnlag for etablering av forum/innovasjonssenter for opplevelsesøkonomi i regionen på grunnlag av en foreløpig modell.*

*Denne forespørselen gjelder prosjektledelse for helheten samt strekpunkt 3 og 4 i deloversikten. Prosjektleder må samarbeide med andre innleide ressurspersoner, bl.a. i forhold til strekpunkt 1 og 2. Prosjektet skal gjennomføres innen 31 03 2009."*

Med henvisning til selve prosjektbeskrivelsen, som omfatter 6 hovedaktiviteter, antas det at dette oppdraget primært er knyttet til gjennomføring hovedaktivitetene 3 (delvis), 4, 5 og 6, mens hovedaktivitetene 1, 2 og 3 (delvis) representerer den operative og innholdsmessige delen av prosjektet og er knyttet til en annen forespørsel og leveranse. Imidlertid skal dette oppdraget omfatte styring og ledelse av helheten, inkludert hovedaktivitetene 1 og 2.

Østfoldforskning AS har opplevelsesnæringene som eget satsingsområde, og faglig sett dekker vi ulike fagdisipliner på forskjellige systemnivåer med relevans til oppdragets og prosjektets innhold og problemstillinger.

Det nye regionale prosjektet VRI – Virkemidler for regional innovasjon – har i høst fått et eget prosjekt som skal se nærmere på opplevelsesnæringenes betydning og utviklingsmuligheter. I denne del-satsingen ligger det et virkemiddel som kalles "kompetansemegling", som er et tilbud til bedrifter om bistand i FoU-prosjekter. Østfoldforskning AS er operatør av dette prosjektet og virkemiddelet og deler av aktivitetene kan kanaliseres til de norske deltagerbedriftene i Nomade-prosjektet.

Østfoldforskning AS har god kjennskap til prosjektet "Dager i Grenseland", bl.a. gjennom en evaluering av tidligere gjennomført Interreg-prosjekter. Vi har også god kjennskap til ambisjoner, strategier og prosjekter for Nedre Glomma sitt arbeid med satsingen på opplevelsesnæringene, og er godt kjent med flere av prosjektene og satsingene som foregår i regionen for øvrig med relevans for oppdraget, inklusive det aktuelle prosjektet som omfattes av denne forespørselen. Gjennom dette og tidligere aktiviteter i Østfold mener vi å ha god kjennskap til aktører og bedrifter innenfor opplevelsesnæringene i Østfold. Vi mener også å ha tilstrekkelig innsikt i forholdene på svensk side, og vil dermed være i stand til å kunne ivareta det helhetsperspektivet som etterspørres i tilbudsfore-spørselen.

#### **Forslag til gjennomføring**

Av tilbudsunderlaget fremgår ingen opplysninger om prosjektets økonomiske rammer, med unntak av en indikasjon på hovedaktivitet 6 "Prosjektledelse", der det fremgår at det er avsatt 5 dagsverk. Det forutsettes at prosjekteier har og/eller kan avsette tilstrekkelig ressurser til gjennomføring av prosjektet totalt sett, og da også hovedaktivitetene 1, 2 og 3 (delvis) som forutsettes å være knyttet til en annen leveranse. Det forutsettes også at det etableres enighet mellom de involverte parter om innhold og leveranser innenfor gitte budsjettammer ved oppstart av prosjektet.

Vi er gjort kjent med at det den 19.11. skal avholdes et fellesmøte med inviterte bedrifter og andre aktører for presentasjon av prosjektet og tiltenkt innhold. Det foreslås at det umiddelbart i etterkant av dette møte innkalles til et første formelle prosjektmøte med valgte prosjektmedarbeidere der prosjektets samlede ressurser kompetansemessig og økonomisk sett avklares og fastlegges med sikte på å etablere en omforent prosjektplan med detaljert fremdriftsbeskrivelse siden dette ikke foreligger med unntak av en sluttdato for prosjektet. (31.3.2009).

Prosjektplanen bør på bakgrunn av dette om nødvendig kompletteres, struktureres m.h.t. delleveranser og milepæler samt kvalitetssikres og kommuniseres til samtlige deltagere, inklusive deltagerbedriftene slik at roller og grensesnitt er så entydige som mulig.

Når det gjelder gjennomføring av del 3 (hovedaktivitet 4 i prosjektbeskrivelsen) antar vi dette skal følge oppsettet til Interreg som finansieringskilde også for hovedprosjektet. Det forutsettes at forprosjektfasen gir tilstrekkelige avklaringer som grunnlag for å utarbeide plan for et hovedprosjekt. Prosjektplanen for hovedprosjektet kan også benyttes til andre finansieringskilder, men det tas forbehold om mulig merarbeid dersom det tas sikte på å søke andre finansieringskilder i tillegg til Interreg.

Del 4 i tilbudsunderlaget (hovedaktivitet 3 i prosjektbeskrivelsen) bør omfatte en helhetsvurdering av samlede aktiviteter, programmer og virkemidler i de Østfold/Nedre Glomma samt Fyrbodal og en avklaring av på hvilken måte forumet/innovasjonssenteret kan samspille med tilsvarende og relaterte møteplasser/arenaer innenfor sektoren i den aktuelle regionen. Vi ser likevel poenget med og behovet for en avklaring av grunnlaget for samt innhold i et eget og skreddersydd opplegg med relevans for tematikken som omfattes av dette aktuelle prosjektet. Det forutsettes imidlertid at den delen av hovedaktivitet 3 som skal utrede en "Business Plan" med tilhørende og beskrevne aktiviteter (i prosjektbeskrivelsen) i hovedsak dekkes av den leveransen som omhandler del 1 og 2 (hovedaktivitet 1, 2 og 3 i prosjektbeskrivelsen).

Med dette kan vi tilby en gjennomføring av det forespurte oppdraget innenfor en ramme på NOK 100.000,- inklusive møte- og reisetid samt reisekostnader knyttet til felles- og styringsgruppemøter.

Rammen er beregnet ut fra en timepris på NOK 900,-. Alle beløp er ekskl. mva. Eventuelle overnattingskostnader tilkommer etter regning.

Med vennlig hilsen  
Østfoldforskning AS

*Silje Nævdal*



Kemneren i Fredrikstad Kommune  
Storgata 4  
1607 FREDRIKSTAD

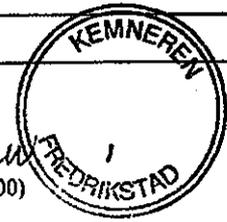
### Attest om restanse på skatt/avgift mv.

Vedrørende:		
Østfoldforskning AS	Organisasjonsnummer	989 861 751
Postboks 276 1601 FREDRIKSTAD	Fødselsnummer	

Følgende forfalte ikke betalte restanser er registrert på ovennevnte firma/person per dags dato (sum alle aktuelle år) hos underskrevne innkrevingsmyndighet. (Alle utestående krav per dags dato.)	
Egen skatt (forskuddsskatt og restskatt inkl. trygdeavgift i én sum)	0
Egen skatt (forhåndsskatt og resterende skatt i én sum)	0
Forskuddstrekk (som arbeidsgiver. Beløpet er inkl. trygdeavgift)	0
Påleggstrekk (som arbeidsgiver/oppdragsgiver)	0
Arbeidsgiveravgift (som arbeidsgiver)	0
Merverdiavgift (som avgiftspliktig)	
Renter/Gebyr (oppgis her dersom renter ikke er inkludert i ovenstående restanser)	0
Ansvarskrav	0
Rubrikker som gjelder underskrevne innkrevingsmyndighet skal fylles ut med 0 eller med beløp. Rubrikker som gjelder annen innkrevingsmyndighet skal ikke fylles ut.	

Eventuelle nærmere opplysninger vedrørende de oppførte restanser o.a.
Skattefogden/skatteoppkreveren skal her gi opplysninger om eventuell betalingsordning eller annet som gjelder for oppførte krav, og som skal være av betydning for andre myndigheters vurdering av restanseopplysningene.

Ovennevnte opplysninger attesteres		
Innkrevingsmyndighet/Stempel	Dato	Underskrift
Kemneren i Fredrikstad Kommune Storgata 4 1607 FREDRIKSTAD 69306000/69367904	17.06.2008	 Else Pedersen (69 30 60 00)



Attesten er gilt for det firma/den person som attesten lyder på, jf. påført navn og ID-nummer, og omfatter ikke firmaet/personen i andre relasjoner. Attestasjonen medfører ingen rettigheter for skyldneren med hensyn til størrelsen av krav som er påført eller med hensyn til krav som ikke er påført ovenfor. Attestutsteder påtar seg ikke ansvar for eventuelle feil i opplysningene som framgår av attesten.

## HMS-erklæring

### Egenerklæring om helse, miljø og sikkerhet

Denne bekreftelsen gjelder:

Firma: Østfoldforskning .AS .....

Adresse: Postboks 276. ....

Postnr./-sted: 1601 Fredrikstad. ....

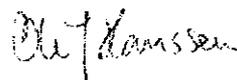
Land\*

Det bekreftes med dette at denne virksomheten arbeider systematisk for å oppfylle kravene i helse-, miljø- og sikkerhetslovgivningen og ved det tilfredsstiller kravene i forskrift om systematisk helse-, miljø- og sikkerhetsarbeid i virksomheten (Internkontroll-for-skriften) fastsatt ved kgl. res. 6. desember 1996 i medhold av lov av 4. februar 1977 nr. 4 om arbeidervern og arbeidsmiljø mv.

Det bekreftes at virksomheten er lovlig organisert i henhold til gjeldende skatte- og arbeidsmiljøregelverk når det gjelder ansattes faglige og sosiale rettigheter.

Det aksepteres at oppdragsgiver etter anmodning vil bli gitt rett til gjennomgåelse og verifikasjon av virksomhetens system for ivaretagelse av helse, miljø og sikkerhet.

Dato: Fredrikstad, den 31.03.2008



Ole Jørgen Hanssen  
Daglig leder

Det bekreftes med dette at det er iverksatt systematiske tiltak for å oppfylle ovennevnte krav i helse-, miljø- og sikkerhetslovgivningen.

Dato: Fredrikstad, den 31.03.2008

Frode Ramstad Johansen  
Representant for de ansatte

\* For utenlandske oppdragstakere gjelder følgende:

Det bekreftes med dette at det ved utarbeidelse av tilbudet er tatt hensyn til helse-, miljø- og sikkerhetslovgivningen som følger av forskrift om systematisk helse, miljø- og sikkerhetsarbeid i virksomheter (Internkontrollforskriften), fastsatt ved kgl. res. 6. desember 1996 i medhold av lov av 4. februar 1977 nr. 4 om arbeidervern og arbeidsmiljø mv.

Det aksepteres at oppdragsgiver etter anmodning vil bli gitt rett til gjennomgåelse og verifikasjon av virksomhetens system for ivaretagelse av helse-, miljø- og sikkerhetsarbeid.

Forpliktende underskrift  
Daglig leder

Dato:

(sign.)

Vedlegg 45

## KONTRAKTSVILKÅR ØSTFOLDFORSKNING AS

Kontraktspartner: (Kjøper)	Sarspborg Kommune på vegne av regional utviklingsavtale
Ansvarlig:	Tore Hansen
Kontraktspartner: (Selger)	Østfoldforskning AS
Ansvarlig:	Steinar Normann
Endringer av kontrakt:	Skal avtales skriftlig mellom prosjektpartnerne med henvisning til endringer i punkter angitt under denne kontrakt
Arbeidsoppgaver:	Nomade i Grenseland, prosjektledelse og prosjektbistand Forprosjekt
Arbeidsomfang:	Forprosjektet består av følgende deler: <ol style="list-style-type: none"><li>1. konkretisere et opplevelseskonsept basert på tidligere erfaringer (Dager i grenseland)</li><li>2. avklare hvilke foretak som er mulige deltakere i et hovedprosjekt</li><li>3. konkretisere innholdet i et framtidig hovedprosjekt</li><li>4. utforme grunnlag for etablering av forum/innovasjonssenter for opplevelsesøkonomi i regionen på grunnlag av en foreløpig modell.</li></ol> Oppdraget gjelder prosjektledelse for helheten samt strekpunkt 3 og 4 i oppstillingen over. Prosjektleder må samarbeide med andre innleide ressurspersoner, bl.a. i forhold til strekpunkt 1 og 2. Prosjektet skal gjennomføres innen 31 03 2009. Det vises for øvrig til tilbud fra Østfoldforskning datert 13.11.2008 for ytterligere beskrivelse av oppdraget og omfanget av dette.
Arbeidet utføres:	Høst/vinter 2008 – mars 2009
Pris:	NOK 100.000,-Alle priser er eksklusive offentlige avgifter.
Prisjustering:	Prisene er faste i prosjektperioden (tidsrom). Ved eventuelle aktiviteter etter denne periode kan partene kreve prisjusteringsforhandlinger.
Fakturering:	Oppdraget faktureres i tre deler, 40 % pr. 31 12 2008, 30 % pr. 15 02 2009 og 30 ved avsluttet prosjekt Ved oppdragsreiser for kunden faktureres reisetid etter samme timesatser som ved oppdrag. Kjøregodtgjørelser, diett etc. belastes etter Statens Satser og faktureres sammen med delfakturaene ovenfor. Reisetid og kjøregodtgjøring inngår i avtalt kontraktssum.

- Betalingsfrister:** 30 dager etter fakturadato. (standard betingelser Sarpsborg kommune)
- Eiendomsrettigheter:** Kunden har fulle eiendomsrettigheter til resultatene av oppdrag under denne kontrakt.  
Østfoldforskning AS kan nytte generell kunnskap og kompetanse opparbeidet under denne kontrakt i tilsvarende prosjekter.
- Publisering:** Avtales evt. fortløpende
- Ansvarsbegrensninger:** Østfoldforskning påtar seg ikke noe ansvar for driftstap, tapt fortjeneste eller annet indirekte tap som har sammenheng med leveranser under denne kontrakt.  
Østfoldforskning AS sitt totale ansvar begrenser seg uansett til 50 % av det til enhver tid innbetalte beløp fra kunden under denne kontrakt.  
Eventuelle krav og innsigelser fra avtalepartene må fremmes innen 2 måneder etter prosjektets avslutning.
- Opphør av kontrakt:** Ved eventuelle vesentlige reduksjoner i leveringsomfang og/eller kansellering av denne kontrakt skal avtalepartene gi hverandre 2 måneders varsel.  
Hvis endringen i leveringsomfang og leveringstid som skyldes force majeure hos en eller begge avtalepartnere som medfører at kontrakten ikke kan gjennomføres innen rimelig tid avregnes kun dokumenterte utførte ukeverk under denne kontrakt.
- Hemmeligholdelse:** Partenes avtalevilkår, priser o.l. skal behandles som konfidensielle av avtalepartene.
- Tvister:** Hvis tvister ikke lar seg løse i minnelighet gjelder norsk lov med verneting i Fredrikstad.

For Østfoldforskning AS

Sted: Fredrikstad

Dato: 15.1.2009

Slinaur Normann

For Sarpsborg Kommune

Sted: Sarpsborg

Dato: 17.12.08

Ivar W. Hansen

Vedless 4.6

# Fyrbodal



Förfrågningsunderlag – förenklad upphandling  
Projekt "Nomade i grenseland"

## **Kravspecifikation**

Regional utvecklingsavtale Nedre Glomma ved Sarpsborgs kommune och Fyrbodals kommunalförbund skall genomföra en förstudie inom Interreg Sverige/Norge programmet.

Syftet med projektet är att bygga vidare på de erfarenheter och de resultat som projektet "Dager i Grenseland" gav inom affärs- och produktutveckling riktad till företag inom natur och kulturturism i Fyrbodal och Östfold.

Härmed inbjuds ni att inkomma med skriftligt anbud gällande konsulttjänst att genomföra följande uppdrag

Uppdragstagaren skall;

- Utveckla ett koncept för produktutveckling inom natur och kulturturism baserat på tidigare erfarenheter och resultat

- Identifiera eventuella nya företag som överensstämmer med kravprofilen

- I nära dialog med de medverkande företagen utveckla konceptet och underlaget för ett huvudprojekt

Formulera avtal som bygger på tidigare inventering och kartläggning samt teckna avtal med företag som planerar att ingå i huvudprojektet.

- Arbeta med att utveckla ett huvudprojekt som bygger på tidigare kartläggning av företagens behov

- Genomföra uppdraget skall under ledning av styrgruppen

## **Skallkrav på anbudsgivare**

Anbudsgivaren skall

- vara väl förtrogen med resultat från projektet "Dager i Grenseland" och de medverkande företagen samt vara väl bekant med gränsregionen.

- ha erfarenhet och erkänd kompetens att genomföra uppdraget och inom branschen

- ha kapacitet att kunna genomföra uppdraget inom projektperioden, slutdatum 20090301

- ge ett prisbud som håller sig inom projektbudget

- vara registrerad enligt föreskrivet sätt i Norge och Sverige

- är registrerad för betalning av mervärdesskatt där verksamheten är momspliktig

- ha F-skattsedel när det gäller svenskt företag

### **Prövning av anbud**

Fyrbodals kommunalförbund kommer att anta det anbud som är mest fördelaktigt anbud enligt nedan angivna kriterier som är viktade och rangordnade

- Kompetens och erfarenhet inom uppdraget
  - Kunskap och kännedom om de medverkande företagen och tidigare resultat
  - Kännedom om gränsregionen
- 
- Kunskap om affärsutveckling till mikro och mindre företag inom natur och kulturturismbranschen

Kompetens och erfarenhet	30%
Kunskap och kännedom	40%
Kännedom om gränsregionen	15%
Kunskap om affärsutveckling	15 %

### **Kommersiella krav**

- Uppdraget skall vara levererat senast 2009 03 31 enligt kravspecifikationen i skriftlig form att kontakter, samtal samt kontrakt med berörda företag är tecknade

Offerten skall innehålla

- Pris i form av totalpris (SEK) inkl. resor, dokumentationsmaterial o.dyl
- Betalning sker efter fullgjort och av styrgruppen godkänt uppdrag

### **Allmän information till anbudsgivarna**

Anbudsgivaren skall lämna pris på

- Utveckla ett koncept för produktutveckling inom natur och kulturturism baserat på tidigare erfarenheter och resultat från projekt "Dager i Grenseland samt företagens behovsinventering
- Identifiera eventuella nya företag som överensstämmer med kravprofilen
- I nära dialog med de medverkande företagen utveckla konceptet och underlaget för ett huvudprojekt
- Formulera avtal som bygger på tidigare inventering och kartläggning samt teckna avtal med företag som planerar att ingå i huvudprojektet.
- Arbeta med att utveckla ett huvudprojekt som bygger på tidigare kartläggning av företagens behov
- Ta fram underlag för testpaket i samarbete med deltagande företag

För ytterligare information om uppdragets innehåll kontakta  
Hellström , [elsie.hellstrom@fyrbodals.se](mailto:elsie.hellstrom@fyrbodals.se) eller  
Tore Hansen Sarpsborgs kommune [tore.hansen@sarpsborg.com](mailto:tore.hansen@sarpsborg.com)

**Anbudsinfordran**

Anbudet skall sändas till

**Fyrbodals kommunalförbund**

**Box 305**

**451 18 Uddevalla**

**Kuvertet skall vara märkt Elsie Hellström/Nomade i grenseland**

Anbudet skall vara Fyrbodals Kommunalförbund tillhanda senast 14 november 2008

Anbudet kan komma att antas utan föregående förhandling  
Förfrågan kommer att gå till minst tre möjliga anbudsgivare.

Med Vänliga Hälsningar

**Fyrbodals Kommunalförbund/projekt Nomade i Grenseland**

Elsie Hellström

Projektledare

Vedlegg 4.7

Fyrbodals kommunalförbund  
Att Elsie Hellström/Nomade i grenseland  
Box 305  
451 18 Uddevalla

ANKOM  
2008-11-10

## Anbud Projekt "Nomade i grenseland"

I anbudsunderlaget står att uppdragstagaren skall;

- Utveckla ett koncept för produktutveckling inom natur och kulturturism baserat på tidigare erfarenheter och resultat
- Identifiera eventuella nya företag som överensstämmer med kravprofilen
- I nära dialog med de medverkande företagen utveckla konceptet och underlaget för ett huvudprojekt
- Formulera avtal som bygger på tidigare inventering och kartläggning samt teckna avtal med företag som planerar att ingå i huvudprojektet.
- Arbeta med att utveckla ett huvudprojekt som bygger på tidigare kartläggning av företagens behov
  - Genomföra uppdraget under ledning av styrgruppen

Lena Mossberg kan åta sig den del som handlar om konceptutveckling. Hon har tidigare erfarenhet av området dels forskningsmässigt då hon är professor i upplevelseekonomi på Handelshögskolan BI dels har erfarenhet av det tidigare projektet Dager i grenseland då hon gjorde en utvärdering av detta. Den del som berör identifiering av nya företag och avtal önskar Lena Mossberg samarbeta med Ivar Moen då ett samarbete initierades i det förra projektet.

Lena Mossberg åtar sig följande uppgifter till följande kostnader:

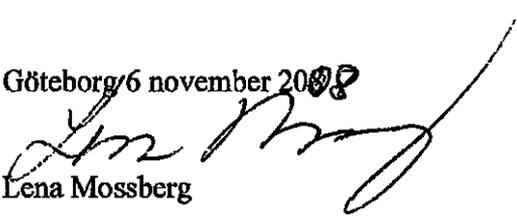
Utveckling av koncept (konceptdiskussioner, litteraturstudie, benchmarking, diskussioner med utvalda upplevelseföretag och distributörer runt konceptet, konceptbeskrivning, korrigeringar och klargörande för godkännande av styrningsgruppen, deltagande vid seminarium med styrgrupp och företag där konceptet presenteras och diskuteras).

Resursbruk:

12 dagar (8000 kr per dag)	kr 96 000
Moms	kr 24 000
Resekostnader	kr 6 000
	<hr/>
	Kr 126 000

Uppdraget ska vara slutfört inom projektperioden slutdatum 20090301 och en rapport kommer att levereras. Denna rapport kan fungera som en del av underlaget till en huvudansökan.

Göteborg 6 november 2008

  
Lena Mossberg

Adress:

Upplevelseakademien  
Thorild Wulffsgatan 35  
413 19 Göteborg

Bankgiro:  
5124-0737

Momsreg.nr: SE561117590101  
F-skattebevis

Vedless 4.8

# Fyrbodal

## Avtal

2008-12-01

### Förstudie –Projekt "Nomade i Grenseland"

Åberopande anbud 2008-11-14 bekräftas härmed avtal avseende uppdrag inom förstudie "Nomade i Grenseland"

#### Avtalsperiod

2008-12-01 –2009-03-01

#### Omfattning

##### Uppdraget omfattar följande:

Deltaga i utformningen av ett koncept för huvudprojektet i samarbete med Lena Mossberg  
Utarbeta och ett kontrakts –och avtalsdokument med de involverade företagen som ligger i linje med det koncept som skall styra inriktningen i huvudprojektet  
Identifiera distributörer och marknadspartners  
Formulera avtal som bygger på tidigare inventering och kartläggning samt teckna avtal med företag som planerar att ingå i huvudprojektet  
Deltaga i seminarier, arbetsmöten samt planeringsmöten tillsammans med projektledningen och deltagande företag

#### Färdigställandetid

Uppdraget skall redovisas i skriftligt format och digitalt samt på seminarier och arbetsmöten enligt överenskommelse med projektledningen.

#### Pris

Uppdraget omfattar 17 dagar a 8000 SEK samt 18.500 SEK i reseersättning för hela uppdraget det vill säga **totalt 154 500 SEK** exklusive moms

#### Betalningsvillkor

Uppdragstagaren fakturerar enligt muntlig överenskommelse

#### Övrigt

Övriga villkor enligt Fyrbodals anbudsfrågan

Detta avtal är upprättat i två exemplar varav parterna tagit ett vardera

**Fyrbodals Kommunalförbund**

**Konsultentfirmaet MOEN &CO AS**

Lars Lindén  
Förbundschef

Ivar Moen

Vedlegg 4.9

# Fyrbodal



## Avtal

2008-12-01

### Förstudie –Projekt "Nomade i Grenseland"

Åberopande anbud 2008-11-14 bekräftas härmed avtal avseende uppdrag inom förstudie "Nomade i Grenseland"

<b>Avtalsperiod</b>	<b>2008-12-01 –2009-03-01</b>
<b>Omfattning</b>	<b>Uppdraget omfattar följande:</b>  Utveckling av koncept enligt anbudsunderlaget Konceptdiskussioner, litteraturstudie, benchmarking, Diskussioner med upplevelseföretag och distributörer runt konceptet Konceptbeskrivning, Korrigerar och klargörande för godkännande av styrgruppen, Deltagande i seminarier med styrgrupp och företag där konceptet diskuteras Detta koncept skall kunna fungera som en del av underlaget till en huvudansökan till Interreg Deltaga i möten med projektledningen
<b>Färdigställandetid</b>	Uppdraget skall redovisas i skriftligt format och digitalt samt på seminarier och arbetsmöten enligt överenskommelse med projektledningen.
<b>Pris</b>	Uppdraget omfattar 12 dagar a 8000 SEK samt 6000 SEK i reseersättning för hela uppdraget det vill säga <b>totalt 102 000 SEK</b> exklusive moms
<b>Betalningsvillkor</b>	Uppdragstagaren fakturerar enligt muntlig överenskommelse
<b>Övrigt</b>	Övriga villkor enligt Fyrbodals anbudsfrågan  Detta avtal är upprättat i två exemplar varav parterna tagit ett vardera

**Fyrbodals Kommunalförbund**

**Upplevelseakademien**

Lars Lindén  
Förbundschef

Lena Mossberg

Vedlegg 4.10

**MOEN & CO AS**

Fyrbodals Kommunalförbund  
Att. Elsie Hellström  
Box 305  
S-451 UDDEVALLA

Oslo, 08.11.2008

Prosjekt: Nomade i Grenseland

## **Oppdragsbeskrivelse for "Förstudie innenfor Interreg.Sverige/Norge – programmet"**

### **Innledning.**

Viser til tilsendt Förfrågningsunderlag – forenklet opphandling og samtaler.

Helt fra 2004 har jeg har deltatt i de ulike faser og utredninger av interreg-prosjektet "Dager i Grenseland" som forleser, prosjektpådriver og premissleverandør for innhold og gjennomføring.

Jeg har deltatt i prosjektet i tett dialog både med prosjektledelse og foretakene som har deltatt i i Interreg- prosjektet, Jeg var også medvirkende til at evalueringen ble gjennomført av høyskolen i Gøteborg/Oslo.

I tidligere faser av prosjektet har jeg hatt ansvar og hatt kontakten med foretakene både på norsk og svensk side. Har i år deltatt i de forberedende møter om innhold frem til det forprosjektet som nå skal gjennomføres

### **Krav på anbudsgiver**

Undertegnede har som nent deltatt i prosjektet fra 2004 og har inngående kjennskap til prosjektets struktur, metode, fremdrift og gjennomføring. I tillegg kan vi gi følgende kommentarer:

- Jeg har også god kjennskap til grenseregionen bla gjennom et lignende Interreg- prosjekt mellom Trøndelag og Jämtland/Härjedalen/ Åre kommun. Der fungerte jeg som ansvarlig prosjektleder over 3 år.
- Jeg bekrefter også at vårt selskap har kapasitet til å gjennomføre prosjektet innenfor de tidsrammer som beskrevet i "Förfrågningsgrunnlaget". Skulle noe ekstraordinært inntre med min arbeidskapasitet, kan jeg trekke inn min kollega Håvard Saunes ( tidligere utredningssjef i Norges Turistråd) i arbeidet slik at fremdriften holdes slik som förfrågningsunderlaget beskriver.
- Sammen med professor Lena Mossberg, leverte vi i febr-/mars 2008, et felles anbud på innhold og pris for å gjennomføre prosjektet.
- Gjennom tidligere kontakt med de deltagende foretak har jeg god kjennskap til turistbedriftenes kompetanse og økonomi.
- Jeg har lang erfaring og kompetanse for å evaluere foretak.
- Etter avtale med Elsie Hellström, er nå prosjektet delt opp i to leveranser, hvor jeg er blitt bedt om å ta ansvar for kontakten med reiseliv - og aktivitetsbedriftene samt drøfte og inngå avtaler med eksisterende og nye foretak som leverandører for hovedprosjektet
- Vi er registrert som merverdipliktig foretak og har eget organisasjonsnummer.

### **Anbudspris**

Vi viser til tidligere prosjektbeskrivelse: "Grenseløse Opplevelser datert 17.03.2008 hvor vi beskrev innhold og kostnadsramme i NOK for **Hovedaktivitet 2: "Kontrakter og avtaler med deltagende foretak"**

Vi har regnet med at innhold, fremdrift og omfang vil stort sett ligge innenfor samme kostnadsramme. I tillegg vil det gå med større tidsressurser enn vi opprinnelig hadde kalkulert med ved identifisering av norske foretak samt å få foretakene til å signere samarbeidskontrakter med prosjektet.

Konsulentfirmaet  
MOEN & CO AS  
Sognsvannsveien 27B  
N-0372 Oslo

TEL: +47 23 22 36 40  
MOBIL: +47 900 99 000  
FAX: +47 90 27 00 51  
E-MAIL: ivar.moen@moen-co.no

ORG.NR: NO 937 727 445 MVA  
BANKKONTO: 1627.07.29545

## **Innhold:**

- Utarbeide og revidere et kontrakts - og avtaledokument i tråd med den nye konseptbeskrivelsen
- Delta i utarbeiding og drøfting av nytt konseptet sammen med Lena Mossberg ( arbeidet allerede avsluttet)
- Identifisere nye foretak og innlede samtaler og forhandlinger med nye og "gamle "deltakerbedrifter" i hovedprosjektet
- Identifisere distributører og markeds partnere for et Hovedprosjekt
- Inngå 3-årige avtaler med foretak som vi ønsker skal forplikte seg på å være deltakere og leverandører til Hovedprosjektet
- Delta i gjennomføringen av arbeidsseminar, samlinger samt planleggingsmøter med prosjektledelsen og deltakende bedrifter

## **Ressursbruk:**

- Vi har kalkulert med et tidsbruk på 17 dager à SEK 9.400,- jfr. beskrivelse og tidligere anbud SEK 159.800,-
  - Reise - og administrasjonskostnader i forbindelse med møter med prosjekt-Gruppen og møter og forhandlinger med alle bedriftene vedr. avtaleunderskriving " 18.500,-
- SUM ex.mva SEK 178.300,-

Oppdraget vil være slutført innenfor prosjektperioden med sluttdato: 2009.01.30 og rapport vil bli levert med signerte foretaksavtaler.

Rapporten vil fungere som en del av underlaget til hovedsøknaden

Arbeidet har vært i gang siden oktober 2008-11-07

Med vennlig hilsen

Ivar Moen  
Konsulentfirmaet MOEN & CO AS

Rolf Dahlberg 2008-11-07

## **Ansökan till interregprojekt.**

### **Samling av kompetens inom entreprenöriell utveckling inom tjänstesektorn och särskilt inom upplevelse- och kulturindustrin.**

#### **Projektnamn: Gränslösa upplevelser**

#### **Projektets bakgrund:**

Regionernas förmåga att klara av olika kriser inom näringslivet som t ex skapande av nya företag, innovationsengagemang, avveckling av företag, skapande av arbetstillfällen, tillväxt etc har att göra med bl a engagemang och skapande av utvecklingsmöjligheter inom näringslivet men också hur branschammansättningen ser ut. Diversifiering av näringslivet är således en viktig faktor för stabilitet, och studier visar också att orter med hög andel sysselsättning i småföretag och med inriktning på professionella tjänster klarar sig bäst.

Det är ett internationellt fokus på upplevelsenärigen (reseliv, kultur- och kreativitetnäringar, restaurangverksamhet mm.), vilket medför stor inverkan på framtida tillväxten i gränsregionen. De flesta länder och regioner i Europa har utvecklingsprogram i olika omfattning. Fyrbodalområdet, Nedre Glomma-regionen, Östfolds Fylkeskommune och Västra Götalands län arbetar med strategiska riktlinjer inom dessa näringar. Start och utveckling av företag och entreprenörskap visar sig återigen vara viktigt för det svenska och det interregionala näringslivet.

#### **Projektets syfte:**

Projektets huvudsyfte är att bygga upp en gränsöverskridande kunskaps- och kompetensbas inom entreprenörskap i gränsregionen genom arbetsintegrerat lärande där prioritering sker på företagande med inriktning på entreprenöriella aktiviteter. Projektet har koppling till profilområdet "Region, mångfald och samhällsförändring" där entreprenörskap och kreativitet är viktiga ingredienser. Syftet med institutions forskningsdel i projektet är att skapa och etablera en forskningsplattform inom entreprenörskap med inriktning på upplevelseindustrin.

#### **Projektets mål:**

Huvudmålet för projektet i sin helhet är att utveckla entreprenörstänkande i regionen så att kunskapen ökar och stärks samt att konkurrenskraftiga företag och nya arbetstillfällen skapas. Detta ska projektet uppnå genom att:

- Medverka till start av nya och utveckling av existerande företag inom relevanta områden. (Både privat och offentlig sektor)
- Genomföra ett antal projekt vilka definieras av näringslivet och projektet gemensamt, där förberedelse, utförande och utvärdering sker i samverkan mellan studenter, lärare, forskare, näringsliv och offentlig förvaltning. Resultaten redovisas i form av vetenskapliga publikationer och i seminarier.
- Bygga upp en kunskaps-, kompetens-, utvecklings- och forskningsplattform.

Målen för deltagande institutioners forskningsdel i projektet är att stärka forskarkompetens och lärarprofession inom entreprenörskap genom att bedriva forskarstudier, forskningsprojekt och forskarseminarium, etablera, stärka och utveckla kunskap och kompetens om entreprenörskap vid

institutionerna samt förstärka den vetenskapliga kvaliteten i utvecklingen av utbildningar på olika nivåer och att bygga upp ämnesmässiga, pedagogiska och personliga nätverk inom området.

## **Möjliga deltagare:**

- Företag
- Branschorganisationer
- Kommuner
- Kulturinstitutioner
- Utbildningsinstitutioner
- Forskningsinstitutioner
- Länsstyrelse (motsv)
- Landsting (motsv)

I projekteringsgruppen ingår Kommunorganisationerna Fyrbodal Kommunalförbund och Sarpsborg kommune ( Nedre Glomma) samt utbildnings- och forskningsinstitutionerna Stiftelsen Östfoldsforskning, BI Oslo och Högskolan Väst.

## **Angreppssätt och aktiviteter:**

### **Kompetensinslaget i projektet.**

För att förstärka byggandet av kunskaps-, kompetens- och forskningsplattformen utvecklar och implementerar projektet en samarbetsstruktur mellan de olika aktörerna som omfattar följande aktiviteter:

- årlig workshop där elever och studenter via kreativa processer utvecklar affärsidéer. De bästa idéerna utvecklas vidare av professionella företagare.
- en virtuell mötesplats
- forskningsprojekt för lärare och forskare.
- en vetenskaplig konferens (Uddevalle Symposiumet).
- seminarier och workshops
- aktivt deltagande vid internationella vetenskapliga konferenser
- deltagande i forskarutbildning

### **Forskningsinslaget i projektet.**

Utöver det övergripande projektets bidrag medverkar aktiviteterna till uppbyggande och utvecklande av ämnesmässiga, pedagogiska och personliga nätverk som stärker lärar- och forskargärning vid de deltagande institutionerna, vilka också är till gagn för regionens grundutbildningar. Exempel på detta är kontakter med gästföreläsare och andra kunskapsgivare från såväl andra akademiska institutioner (universitet, högskolor och forskningsinstitut) som från näringslivs-, kultursektorn och offentlig förvaltning. Exempel på delområden inom det övergripande begreppet (Samling av kompetens inom entreprenöriell utveckling inom tjänstesektorn och särskilt inom upplevelse- och kulturindustrin) kan vara:

- Entreprenörskap
- Produkt- och företagsutveckling
- Marknadsföring
- Nätverksuppbyggnad
- Internationalisering

- Projektledning
- Finansiering
- m fl områden

Forskningsaktiviteten bidrar också till ett berikande av undervisningen i form av ökat antal aktuella och konkreta exempel hämtade från empiriska studier. Väsentligt är dessutom att den vetenskapliga kompetensen hos enskilda medarbetare stärks. Detta ökar den vetenskapliga kompetensen hos projektets deltagare, vilket är en förutsättning för etablerandet av en forskningsplattform.

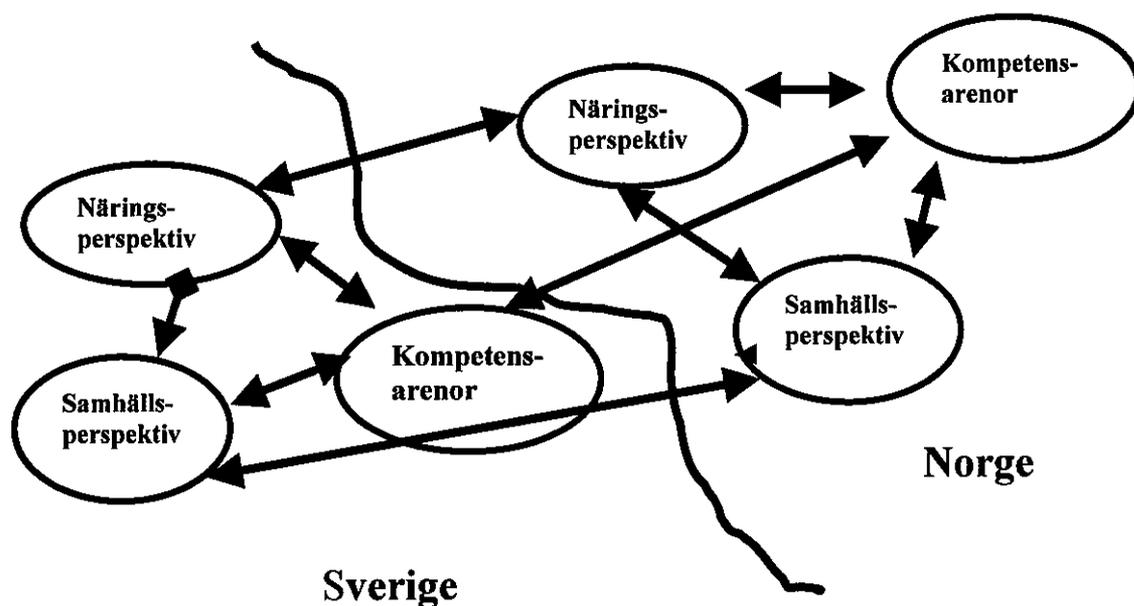
Mot bakgrund av projektets huvudsyfte, är forskningsprojektens delsyfte att beskriva och förstå:

- den kreativa, skapande process som kännetecknar entreprenörskapet och de människor som initierar och är en del av den entreprenörskapande processen med avseende på hur dessa människor förstår sig själva, sina handlingar och den skapande process de är delaktiga i.
- hur entreprenörskapet – sett i ett vidare skapande perspektiv – kan ge oss som skapande människor mer betydelsefulla, innehållsrika och meningsfulla liv, vilket är viktigt för att berika vår förståelse för entreprenörskapets väsen i syfte att se de möjligheter i stort som ett vidgat begrepp av fenomenet kan ge.
- de mönster och samband som finns i processen som leder fram till att möten och samspel kommer till, utvecklas, etableras och bibehålls mellan verksamheter och dessa aktörer.
- hur entreprenöriella verksamheter skapar intresse, erhåller och bibehåller kundacceptans

Frågorna skall vidare vara fokuserade på entreprenörskap och ha en interregional koppling till Östfold/Fyrbodal-regionen och upplevelse/kulturindustrin.

### **Gränsregionala kopplingar**

Forskning inom entreprenörskap skall bli fokuseras på problemställning inom gränsregionen, vilka kan lägga grunden för olika forskningsprojekt. Att komma fram till intressanta forskningsfrågor innebär också att se de olika frågorna ur olika perspektiv som t ex utbildningsperspektiv, samhällsperspektiv och näringsperspektiv etc.



**Fig 1: En sambandsreflektion**

## Genomförande

Forskargruppen tar tillsammans med samarbetspartners i regionen fram kunskap om drivkrafter för nya näringar och hur man skapar varaktiga jobb och företag inom dessa näringar. Dessutom utvecklar forskargruppen tillsammans med moderna nya koncept för kompetensutveckling.

Genom forskningsinsatser vill vi medverka till att företagens och entreprenörernas kompetens inom upplevelsesektorn höjs. Vår forskning fokuserar på entreprenörskap inom upplevelsesektorn och entreprenörskap på landsbygden.

**Forskargruppen** består av forskare specialiserade på upplevelseekonomin från Stiftelsen Östfoldforskning, Högskolan Väst, BI Oslo samt xxxxxxxxxxxxxxxxxx. Denna grupp förväntas bidra till regional utveckling i interaktion med det omgivande samhället och tillmäts därför en betydande roll i den regionala utvecklingen eftersom kunskap, kompetens och kreativitet är avgörande för den lokala konkurrenskraften. Tanken är att förbättra förutsättningarna för innovationer som kan generera ny produktion och därmed konkurrenskraftigare näringsliv. Täta lokalt förankrade nätverk utgör en gynnsam miljö för att starta nya företag, utveckla entreprenörskap och arbetsspecialisering.

Kompetensutveckling kan ske i form av skräddarsydda kurser för människor i företag, föreningar och offentlig förvaltning. Högskolorna i projektet och andra potentiella samarbetspartners kan medverka i att sådana behovsstyrd paket tas fram. Den kommunala vuxenutbildningen, folkhögskolor och gymnasieskolor är också att betrakta som resurser.

### Planerade utvecklingsaktiviteter:

- Utbildning om upplevelsebaserade näringar för turistsamordnare och näringslivschefer.
- Utbildning om upplevelsebaserade näringar för kommunledningarna.
- Utveckling av metod för att arbeta med destinationsdesign.
- Dialogkonferens för utveckling av näringsidkare i samverkan.

- Nätverk mellan näringsidkare.
- Kompetensanalys i samarbeite med næringsidkare.
- Start av utbildningar utifrån resultatet av kompetensanalysen.

## Planerade teman och delprojeckt.

Till dette projeckt kommer det att knytas ett antal delprojeckt. Dessa skall inordnas under ett eller flere av følgende temaområden:

1. Natur/eco-turism
2. Kultur/Kunnskap
3. Mat
4. Maritimt
5. Medier og teknologi
6. Xxxxx

Se figur 2.

### Bakgrund till valet av teman:

Idag vet vi at økonomiske aktiviteter er lokaliserte til visse spesifikke funksjonelle regioner. Enligt modern økonomisk teori er denne koncentration en indikation på ett starkt beroende av kravet på avkastning. Kunnskapen om hur dette påvirkes av den regionale omgivningens innstilling er idag väl utviklet. Derimot finnes det store kunnskapsbrister vad gäller de dynamiske prosesser som driver koncentrationen av økonomiske aktiviteter til spesifikke funksjonelle regioner. Det er oppenbart at forsøk til at forklare disse prosesser må ta sin utgangspunkt i villkoren for innovasjoner og entreprenørskap i ulike funksjonelle regioner og for arbeidskraftens, foretagens og entreprenørenes mobilitet. (Exemplifiser med opplevelseindustri)

Vi vet i dag at nye arbeidstillfellen skapes blant små og mellomstore foretak. Vi ser også interessante fenomener som virtuelle konserner og imaginære organisasjoner vokse fram. Mange snabpvoksende foretak vokser i nettverksamarbeite og skaper konkurransefordeler bedre gjennom samarbeite än gjennom eide. De tradisjonelle skalfordelene kan ifrågasettes og iblant erstattes av andre fordelere for t.ex. foretak som finnes på en underleverantørmarked. Dette kan være et område for projeettet at angripe.

### Tema-område 1: Natur/eco-turisme

Regionen har landskapsmessige forutsetninger for å utvikle natur-/eco-turisme. Markedsgrunnlaget vurderes som økende internasjonalt, og det kan ligge et næringsutviklingspotensial i regionen som sannsynligvis kan utnyttes bedre. Større forståelse og tiltak for å utnytte dette potensialet er ønskelig.

### Tema-område 2: Kultur og kunnskap

Regionen har flere viktige og interessante kulturhistoriske verdier som også kan utnyttes i reiseleivssammenheng. Hvilke verdier og aktører som kan være relevante i.f.t. en aktuell målgruppe vil avklares nærmere i en forprosjektfase.

### **Tema-område 3: Mat**

På samme måte som for natur og kultur, har man ulike mattradisjoner samt steder som tilbereder og serverer mat. Matopplevelser er en sentral og viktig del av et helhetlig reiseleivskonsept, ”opplevelsespakker” o.s.v. og vil søkes integrert som del av den totale satsingen.

### **Tema-område 4: Maritimt**

Mer spesifikt og kystrelatert har man tilsvarende muligheter innen marin sektor. Dette er imidlertid ikke en del av dette forprosjektet foreløpig.

### **Tema-område 5: Medier og teknologi**

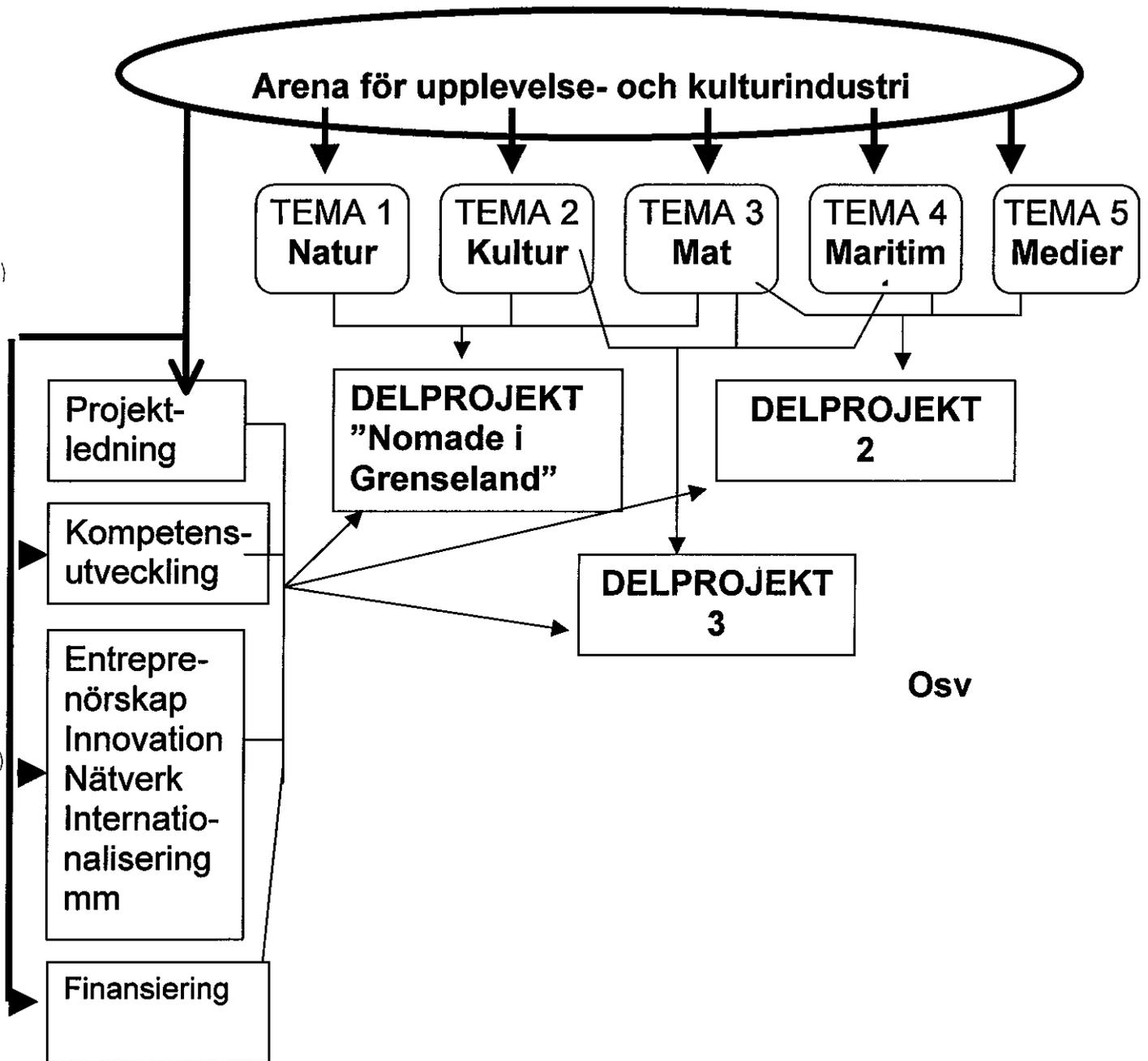
Det er et økende fokus på hvordan nye medier og ny teknologi kan representere nye kommunikasjons- og interaksjonsformer også innenfor reiseliv og turisme. I den grad det vurderes som aktuell problemstilling eller som virkemidler, vil dette vurderes integrert på sikt, men utgjør ikke et fokusområde i dette forprosjektet.

Ett av delprosjektene har redan startats. Detta får vara modell för kommande medverkande. Detta projekt benämnes Nomade i gränseland

### **Nomade i gränseland**

Nomade i gränseland bygger på Interreg-projektet ”Dager i grenseland” som inkluderade aktiviteter i både Sverige och Norge. Projektet byggde på en projektskiss och syftade till att utvärdera utvalda familjers uppfattningar om fyra specifika paketresor som projektgruppen hade beskrivet. Projektet har familjen som målgrupp men även andra marknadssegment är aktuella. Paketen kan utformas för att passa olika målgrupper. Det går att utforma paket för till exempel äldre medelålders par, grupper av vänner, pensionärer, familjer men även ungdomar. Om vi jämför med STF och fjällvandring riktar de sig till en bred målgrupp. I vårt fall ska vi inte rikta samma produkt till många målgrupper men basen kan vara det samma i paketet men aktiviteterna och guiden kan tillpassas den specifika målgruppen.

Figur 2



Lena Mossberg 2009-02-05

## Nomade i grenseland: en konceptbeskrivning

### 1. Bakgrund

Nomade i gränseland bygger på Interreg-projektet "Dager i grenseland" som inkluderade aktiviteter i både Sverige och Norge. Projektet byggde på en projektskiss och syftade till att utvärdera utvalda familjers uppfattningar om fyra specifika paketresor som projektgruppen hade beskrivet. Eftersom paketen inte tidigare hade funnits, var det av vikt att turisternas uppfattningar framkom både på helheten och på paketens olika delar.

Nio olika testfamiljer valdes ut för att pröva paketen mellan den 26 och 29 april 2007. Beroende på resultatet av utvärderingen skulle eventuella diskussioner föras om det var någon idé att fortsätta att utveckla paketresor i området för familjer.

Erfarenheterna från pilotprojektet skulle användas för att planera för ett huvudprojekt, vilken skulle omfatta bland annat metod- och konceptutveckling. *Syftet med detta dokument är att presentera och diskutera byggstenar runt paketering och konceptet som ska utvecklas inför projektet Nomade i grenseland.*

Utvärderingen av Inter-regprojektet sammanfattas med hjälp av följande punkter:

- Tre paket uppfattades som riktigt bra. Det var de med tema historia, kunskap och vildmark. Fiskepaketet testades bara fullt ut av en familj, vilken tyckte att paketet kunde bli betydligt bättre. De aktiviteterna som berörde fiske var inte bra, enligt familjen. Utrustningen var knapphändig och det kändes inte som ett riktigt fiskepaket.
- Generellt var aktiviteterna till belåtenhet och gav deltagarna en positiv upplevelse. Speciellt var familjerna fascinerade över deras insats när det gäller fysiska aktiviteter. Flera kunde tänka sig ännu mer av de strapatsrika aktiviteterna, som hästridning och klättring.
- Övernattningar (oavsett om det var ute eller i mer lyx) var till belåtenhet nästan i samtliga fall. Det samma gäller måltider. Vissa måltider var till och med extraordinära och familjerna kunde berätta om dessa med stor inlevelse.
- Guiderna har varit mycket uppskattade och bidrog till den totala uppfattningen av resan.
- Hälften av familjerna ansåg att antalet attraktioner var bra. Den andra hälften tyckte att det var för stor geografisk spridning av attraktionerna och att det skulle vara bättre att koncentrera aktiviteterna till färre platser. De senare menade också att det blev för mycket bilkörning.
- Tidsschemat fungerade bra förutom vid några tillfällen. Då var det för liten marginal mellan aktiviteterna på grund av att man räknat med att bilkörningen skulle ta kortare tid.
- Familjemedlemmarna har fått positiva upplevelser generellt och de flesta har också upplevt något extraordinärt under resan. Många av de extraordinära upplevelserna kan relateras till fysiska utmaningar.

- Familjerna är av uppfattningen att paketen kan utvecklas och säljas till specifika målgrupper.

Nedanstående förslag har tagit utgångspunkt från erfarenheterna, men ett nytt koncept anser vi bör utvecklas. Mycket pekar på att turisten i framtiden vill besöka destinationer som är rena, har mycket utrymme och har en stor variation. Dessutom ökar efterfrågan på miljöcertifierade övernattningsformer och lokalproducerad mat. Anledningen till att vi i stället för "dagar" valt begreppet "nomad" är att det var de strapatsrika aktiviteterna som uppskattades mest, guiderna påverkade upplevelsen i hög grad, boendets standard var av mindre betydelse men det var i många fall för mycket bilkörning. I nomadbegreppet ligger att de resande har med sig "huset", "sängen" och maten på sina vandringar och reser. Vi önskar att bygga in dessa element i konceptet men anser inte att vi behöver gå hela vägen. En natt kan till exempel tillbringas utomhus och en annan på ett enkelt övernattningsställe, som ett vandrarhem. Traditionella leverantörer av övernattningsformer som hotellkedjor och snabbmatsrestauranger, som McDonalds blir således inte aktuella i paketen. Att bo i tält, kåta eller varför inte i en järnvägsvagn och med matlagning över öppen eld - det kan bli en viktig del av hela upplevelsen. Vi vill utveckla ett paket som är grönt och ekologiskt genom att erbjuda lokal mat och transporter som innebär att turisten vandrar, paddlar, cyklar osv. så att förbrukningen av energi/ CO<sub>2</sub> blir låg. Eftersom turismen får mycket kritik för att den förbrukar mycket energi ser vi vårt förslag som ett bra alternativ. Vad vi fokuserar på i konceptet framkommer i följande diskussion.

## **2. Målgrupp, standardisering, marknadsföring och bokning**

All paketering utgår från målgruppen vi ska vända oss till. Vi måste således välja målgrupp och vilken grad av standardisering paketen ska ha. Målgruppen måste veta att paketen existerar och de ska vara lätta att boka. I nedanstående avsnitt diskuteras kortfattat kring dessa aspekter.

### **Målgrupp**

I Dager i grenseland var målgruppen familjer. Vi anser att en målgrupp är familj men att även andra marknadssegment är aktuella då existensen av denna typ av paket i vår region är mycket begränsad. Paketen kan utformas för att passa olika målgrupper. Det går att utforma paket för till exempel äldre medelålders par, grupper av vänner, pensionärer, familjer men även ungdomar. Om vi jämför med STF och fjällvandring riktar de sig till en bred målgrupp. I vårt fall ska vi inte rikta samma produkt till många målgrupper men basen kan vara det samma i paketet men aktiviteterna och guiden kan tillpassas den specifika målgruppen.

### **Standardisering**

Det ska vara lätt för kunden att se vad paketen innehåller och att boka. Det ska dessutom vara lätt när kunden kommer till destinationen. Allt ska vara tillrättalagt (standardiserat) annars är det i stort sett en omöjlighet att kunna kontrollera ett paket där många företag är inblandade. Det har inte minst de stora charterbolagen erfarenhet av. Trenden är att de köper upp leverantörer så att de kan kontrollera allt mer av paketresan.

## Marknadsföring och bokning

Paketet måste ha ett pris och ska kunna marknadsföras och köpas av turisten. Hela paketet bokas och betalas i förväg på nätet. Kunden behöver inte lägga ner mycket tid utan allt bokas bekvämt på samma gång. På nätet kan det också finnas en virtuell mötesplats där turisterna kan mötas efter resans slut för att byta erfarenheter, visa sina foto etc. Vid bokning kan den plattform som byggts upp hos Västsvenska Turistrådet användas ([www.vastsvenska.se](http://www.vastsvenska.se)). Verktyget (Basetool) möjliggör att det finns en möjlighet för företag att marknadsföra sig själva, sina egna paket men också att marknadsföra paketlösningar som erbjuds av många företag tillsammans. Verktyget skulle kunna fungera fint för distribution då både information och bokning inkluderas i redskapet.

### 3. Utveckling av nomadpaket

Vi kan ha många olika typer av upplevelser, som att se på TV, vandra i skogen och hoppa bungy jump. Vi måste också klargöra den inriktning för vilka upplevelser vi vill vår målgrupp ska ha. För det första rör det sig om kommersiella upplevelser. För det andra om eskapismupplevelser, vilka beskrivs och förklaras nedan. En diskussion förs också i nedanstående avsnitt om vad en extraordinär upplevelse innebär. Därefter presenteras konceptets byggstenar och de olika inblandade företagens primära uppgifter för att turisten ska få en god upplevelse. Resterande delen av dokumentet är indelat enligt följande:

1. Turistens upplevelser
2. Paketets byggstenar
3. Företagens uppgifter

#### Turistens upplevelser

En upplevelse ska gärna vara något utöver det vardagliga, gärna innefatta nyhetens behag och konsumeras med personer med samma intresse. För vissa turister kan upplevelsen vara ok medan för andra är det en så kallad extraordinär upplevelse. I det senare är personen uppslukad och det råder en balans mellan grad av utmaning och grad av skicklighet (Csíkszentmihályi 1990). En upplevelse kan ofta ses som uppfyllelse av drömmar - individen söker välbehövliga upplevelser för att komma bort från vardagen. Förväntningarna är ofta oklara, på grund av att man inte vet hur det ska bli. Det är många faktorer som påverkar om det kommer att kännas bra och dessutom ser konsumtionen annorlunda ut än i den vanliga vardagen. Mossberg (2003) pekar på att en positiv extraordinär upplevelse innebär:

- Vaga förväntningar
- En stark social dimension
- Mening och känsla av nöje
- Absorbering och personlig kontroll
- En aktivitet utanför vardagen

Uppfattas upplevelsen som extraordinär är det också något vi kommer ihåg. Larsen (2007) diskuterar upplevelser i samband med turism och argumenterar för att en upplevelse är funktioner av minnesprocesser. Enligt Larsen är en turistupplevelse *...a past personal travel-related event strong enough to have entered long-term memory*" (ibid., s. 15).

I InterReg-projektet tillfrågades respondenterna om vad de kommer att minnas om ett år. En pappa i en familj sa: *"Vi kommer nog alltid att komma ihåg detta. Speciellt när vi byggde flotten. Det var lyckat. Det var en triumf"*. Han fortsatte: *"Att vi skulle komma torra tillbaks efter flottfärden var nog ingen som trott"* och *"Vi gjorde det tillsammans"*. Han uttryckte även att: *"Det var en upplevelse både mentalt och fysiskt men berättelserna är också viktiga"*.

En annan pappa poängterade också aktiviteterna: Rappelling, åka lina högt över marken och gå över Burmabron. *"Det är spännande, det ger adrenalin, det är nytt och ovisst. Man känner sig stolt över att klara det"*. En av familjerna som var på vildmarkspaketet sa att de efter ett år kommer att minnas de fysiskt ansträngande aktiviteterna och att sova ute. Två mammor sa att de var oerhört stolta av att de klarat av aktiviteterna.

Vid beskrivning av extraordinära upplevelser används ofta Csíkszentmihályis beskrivning (1997:96) av *"flow"*. Han menar att ett extra ordinarie upplevelser är *"... en känsla av att ens förmåga räcker till för att klara av den utmaning man står inför, att man befinner sig i ett målinriktat handlingssystem styrt av regler som ger besked om hur man klarar sig. Koncentrationen är så intensiv att uppmärksamheten inte räcker till för ovidkommande saker. Medvetenheten om det egna jaget försvinner och tidsuppfattningen förvrängs."*

I de korta redogörelserna från familjerna framkommer att vissa upplevde *"flow"* – speciellt under vistelsen på Dalslandsaktiviteter. De gjorde saker som de inte brukar, de var fullt koncentrerade, adrenalinet kom och det var hög grad av spänning. Det var en triumf, som en uttryckte det, att klara vissa aktiviteter.

Det måste till något som engagerar personen. Det kan vara något oväntat som inträffar vilket leder till intresse eller spänning, eller en överraskning som kan få positiva följder (Oliver 1999). Jantzen och Vetner (2007) betonar också det ovanliga. Upplevelser menar de spelar på spänningen mellan det som är tidigare känt och det som är nytt. Många aktiviteter var helt nya för de flesta av familjemedlemmarna. Det påpekades också av flera att detta var något helt utanför det vardagliga och de blev engagerade.

Vid upplevelser (t.ex inom turism) har många kunder inte några klara förväntningar. Det är i många fall första gången tjänsten utnyttjas och därför kan en jämförelse med andra tjänster vara svår. Förväntningarna var oklara för familjerna. De trodde de skulle få vara med om mycket men ändå var det svårt att veta vad som skulle komma.

Att uppleva tillsammans med andra är viktigt för upplevelsen. Många nämnde betydelsen av att få vara tillsammans. En dotter sa att hon kommer att minnas att de hade det så bra tillsammans. Pappan uttryckte att de inte bråkade en enda gång. Det var kul att få vara tillsammans. *"Bra familjeliv i bilen"*, se en annan pappa och han fortsatte med att säga *"Vi behöver tid för att vara tillsammans"*. Många familjer känner nog igen ett stressigt vardagsliv med hämtning och lämning, mat vid olika tidpunkter, föräldramöten... Paketerna bör därför vara anpassade för att familjerna ska göra aktiviteter tillsammans.

### *Eskapismupplevelser*

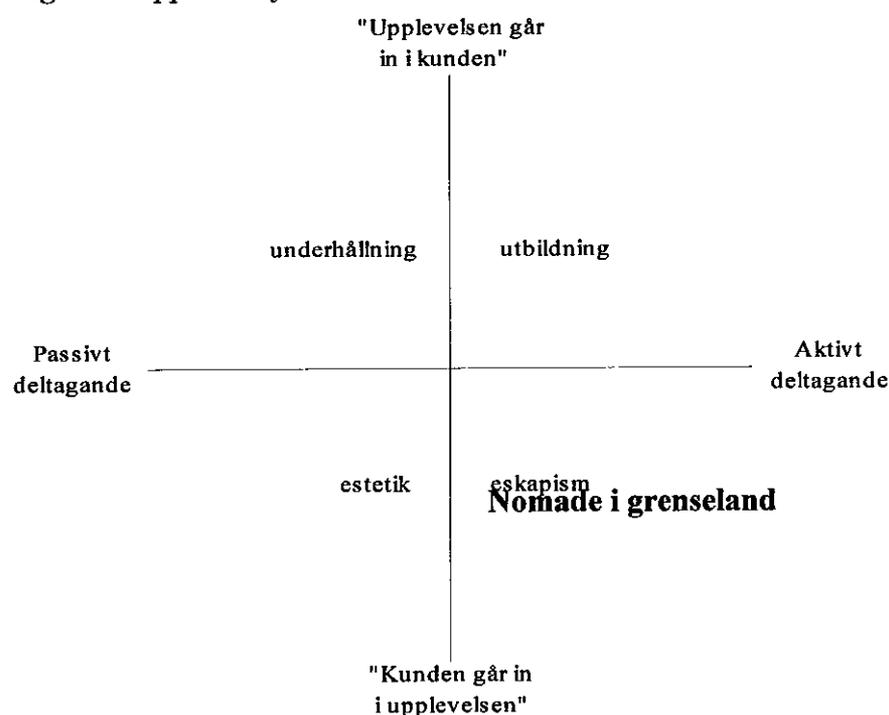
Nomad i gränslandet bygger på eskapismupplevelser. För att beskriva vad dessa är och sätta de i relation till andra typer används en diskussion utifrån Pine och Gilmore (1999). De beskriver upplevelser är utifrån två dimensioner. Dessa är kundens grad av *deltagande och absorbering*.

Den första dimensionen är deltagande. Vid vissa upplevelser krävs endast en *mental närvaro*, som för exempel när en person tittar på en fotbollsmatch på TV. I andra fall krävs en *fysisk närvaro* då kunden är på plats som åskådare, till exempel på sportarenan, eller till och med själv är med och spelar.

Den andra upplevelsedimensionen berör kundens grad av absorbering. Dimensionen består av två ytterligheter. En ena är när kunden passivt absorberar och "upplevelsen går in i kunden" (*goes into the customer*), som f.eks när han tittar på ett bra TV-program. Den andra ytterligheten är uppslukning, som när "kunden går in i upplevelsen" (*goes into the experience*) och glömmer både tid och rum.

Sätts de två dimensionerna ovan ihop bildas fyra upplevelsetyper: underhållning, utbildning, estetik och eskapism (se figur 1).

Figur 1. Upplevelsefältet



Källa: Översatt och anpassad efter Pine, B. J. och J. H. Gilmore (1999), *The Experience Economy*, Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press.

De upplevelser, som vi ofta tänker på är *underhållning* när vi genom våra sinnen passivt absorberar upplevelsen, vilket händer när vi tittar på en teaterföreställning, lyssnar på en konsert eller ser en fotbollsmatch – vi blir underhållna. En skillnad mellan underhållning och *utbildning* är att den senare innefattar ett aktivt deltagande – vi deltar i undervisningen. Det tredje fältet handlar om en *estetisk upplevelse*. Personen fördjupar sig i en händelse eller i omgivningen. Sådana upplevelser inkluderar besök på ett konstmuseum eller att se på utsikten från ett berg. Slutligen, en *eskapismupplevelse* omfattar aktivt deltagande, som vid segling, kanotpaddling, hästridning och klättring. Besökaren måste vara aktiv och känna sig engagerad för att få en positiv

upplevelse. Således kan projektet Nomade i grenseland relateras till eskapismupplevelser, längs ned till höger i figuren.

Sammanfattningsvis ska turisternas upplevelser i det nya paketet "Nomad i gränslandet" ta lärdom av InterReg-projektet och av tidigare forskning och utveckla paket som kan relateras till eskapismupplevelser. För att kunden ska få positiva extraordinära eskapismupplevelser ska de standardiserade paketen vara uppbyggda runt:

1. Något som är icke-ordinärt och utanför det vardagliga
2. Strapatsrika aktiviteter som förutsätter att kunden är aktiv
3. Något nytt och annorlunda
4. Kontinuerliga möten med guiden/personalen
5. Sociala möten både inom och utom familjen
6. Tillrättalagda och bokningsbara paket

### **Paketets byggstenar**

Konceptet "Nomad i gränslandet" bygger inte bara på att erbjuda kunden eskapismupplevelser utan det primära är att kunden är själv med och skapar (co-creation) produktupplevelsen. Vi vet också från forskningen (se t ex Carù, A. & Cova, B. 2007) att en förutsättning för att kunden ska bli uppslukad eller med andra ord "gå in i upplevelsen" vid kommersiella upplevelser är att det finns en enklav, att det är tryggt och att det finns ett tema.

Med hjälp av ett **tema** kan delarna paketeras. *Temat bör bygga på natur och kultur och inkludera nomadliv, eskapism och strapatsrika upplevelser.*

Med en **enklav** menas att upplevelsen sker utanför det vardagliga. Det är i en icke-ordinär miljö – ett upplevelserum - som turisten gör en temporär utflykt till. *I denna speciella värld är det annorlunda och nytt.*

Med **trygghet** menas att turisten ska kunna känna *tillhörighet* och sig *säker* i sin roll. Det kan vara spännande, utmanande och ovanliga aktiviteter men turisten måste känna sig trygg. Det kan vara aktiviteter som är helt nya eller som är särskilt utmanande men de får aldrig vara farliga och inte heller få turisten att känna sig dum eller obekvämt i sin roll.

Tema, enklav och trygghet ligger till grund för operationaliseringen, det vill säga vad som ska utvecklas och hur det ska göras.

Figur 2. Paketets byggstenar

<p><b>Tema:</b> Natur och kultur med aktiviteter som är:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Meningsfulla och trovärdiga</li><li>- Kvalitetssäkrade och miljöanpassade</li><li>- Strapatsrika/utmanande</li></ul> <p><b>Enklav:</b> Paket kontrasterar vardagen med delar som är:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Annorlunda</li></ul> <p><b>Trygghet:</b> Det sociala sammanhanget ger trygghet och tillhörighet och poängterar interaktioner med:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Guiden/personalen</li><li>- Turistgruppen och det egna sällskapet</li></ul>
---

### **Tema: Natur och kultur**

Den övergripande tematiska inriktningen på paketen ligger inom natur och kultur. Det finns många olika sätt att arbeta med tematisering och en möjlig väg att gå är att använda storytelling för att utveckla ett specifikt tema eller story. Att använda modeller om historieberättande från filmens, teaterns, scenkonstens och litteraturens världar vid diskussioner om paketering kan vara användbart. En historia skapar sammanhang och förenklar samt den kan ge extra mening till turistens upplevelse. En förutsättning är att turisterna kan sätta sig in i och förstå historien men också att kunna känna sig som en del i den. Det kan jämföras med traditionella paket till Rhodos, Mallorca och Cypern. Det är paket som har samma ingredienser eller delar (boende, aktiviteter, transport och ibland måltider) men det finns ingen bakomliggande story som syr ihop och håller samman paketet. Storyn kommer att vara en attraktionskraft i sig (jämför t ex Arn) och paketet kan inte paketeras på egen hand då exempelvis guiden, måltiderna, boendet, och aktiviteterna är starkt uppstyra runt storyn. Det kan vara en fiktiv story, men det kan också byggas på en verklig person eller händelse.

*Meningsfulla och trovärdiga.* De traditionella ingredienserna i en resa: äta, bo, åka och göra smälter samman. Nomaden (turisten) förflyttar sig själv (kanske vissa sträcker per häst eller kanot...), är med och lagar mat och han bor på annorlunda sätt (del av nomadlivet). Boendet ska vara enkelt och byggas på temat/storyn. Det ska kännas meningsfullt och trovärdigt.

*Kvalitetssäkrade och miljöanpassade.* Det finns en mängd olika kvalitetsprogram. Det finns de som är utvecklade på internationell nivå (t ex ISO), inom Europa (t ex CEN) men även nationellt (t ex Naturens Bästa i Sverige). En väg är att luta sig mot de vedertagna som ofta innebär någon form av kvalitetssäkring och certifiering och en annan är att utveckla ett specifikt kvalitetssäkringsprogram för projektet.

Turisten ska förflytta sig med minst möjlig skada för miljön. Helst ska turisten förflytta sig genom att vandra, cykla, rida, paddla etc. Det finns en mängd olika vandringsleder i området. Den stora är Bohusleden i Bohuslän men det finns också mindre leder inom respektive kommuner. Naturens Bästa har sex grundprinciper som förefaller att passa bra för Nomad i grenseland. Dessa är:

1. Respektera resmålets begränsningar – minsta möjliga slitage på natur och kultur
2. Gynna den lokala ekonomin
3. Miljöanpassa hela verksamheten
4. Bidra aktivt till natur- och kulturskydd
5. Satsa på upptäckarglädje, kunskap och respekt
6. Kvalitet och trygghet på resan

I Interreg-projektet var måltiderna av varierande slag men de uppfattades alla som positiva. Det som framkom på en resa var att måltiden på en restaurang var för långt bort och tog för lång tid. Trots att det var en lyxmåltid önskade man i stället en enklare picknick i skogen. Måltiderna ska engagera familjemedlemmarna och vara uppbyggda runt lokala råvaror och traditioner.

*Strapatsrika/utmanande.* I Interreg-projektet var det inget som tydde på att turisterna var mer nöjda om övernattningen skedde på bra hotell eller på vandrarhem. Det som var minnesvärt var övernattningen ute – även om den uppfattades som strapatsrik, kall och jobbig när den varade. Det var ändå inget som man ville vara utan – tvärtom så var det ett annorlunda och spännande inslag och något man skulle komma ihåg. Det handlar inte om att bo på standardiserade kedje-hotell. Tänk i stället övernattning på Nordens Ark med ylande vargar i bakgrunden!

### **Enklav: Paketet kontrasterar vardagen**

Paketet innehåller element som kontrasterar vardagens rutiner. Turisterna förflyttas till en speciell värld (enklav) där mycket är *annorlunda* men koordinerat med krav på att de ska hålla bra kvalitet. I denna icke-ordinära värld faller strukturer samman och det är inte så viktigt med positioner, roller och status som vi är vana med från det vardagliga livet. Inom enklaven kan turisten koppla av och möta andra utan att tänka på status och hierarkiska strukturer hemma. Det är möjligt att i enklaven observera, medverka och spela roller utanför de normala normerna.

Inom turism och paketering poängteras magneten, dragaren, motorn och navet och ofta är de transportföretag, större hotell eller attraktioner. I vårt fall anser vi att det behövs en stark attraktion som paketet kan byggas runt. Nu har vi poängterat storyn men det är inget som säger att det skulle vara en nackdel att bygga på både en stark attraktion och en story - tvärtom. Starka och stora attraktioner i området på den svenska sidan är till exempel Havets Hus, Nordens Ark och Vitlycke. På den norska sidan kan det vara Borgarsyssel. Samtliga dessa attraktioner kan ses som egna enklaver eller del i en större enklav och fungera som dragare.

### **Trygghet: Det sociala sammanhanget och tillhörighet**

*Guiden.* Det krävs mycket koordinering då delarna måste passas ihop, tidsanpassningar ska göras, ordningsföljden måste tänkas på och alltsammans ska hänga samman med paketets story. Guiden är en nyckel om det ska lyckas. Givetvis är även annan personal viktig men det är framförallt guiden turisten kommer i kontakt med. Guiden koordinerar och fungerar som

problemlösare, informationsgivare men också i allra högsta grad koordinatör och den som håller ihop och ser till att gruppen fungerar tillsammans.

*Turistgruppen och det egna sällskapet.* Aktiviteterna ska utvecklas så att alla deltagare är aktiva och kan prestera utifrån sina egna förutsättningar. Storyn styr aktiviteternas inriktning. Det handlar inte om att "bara" få en biljett i handen till ett museum. Tänk i stället Vitlycke, bronsåldersstig, nattvandring med ficklampa, varm kryddad dryck och vid speciella tillfällen en teater på temat. Aktiviteterna ska vara målgruppsanpassade och alla ska känna sig bekväma med omgivningen och inte osäkra på om de till exempel blir bortgjorda. Sammansättning av gruppen är av stor vikt för turisternas tillfredsställelse eftersom konceptet bygger på att turisterna är med och skapar sina egna aktiviteter tillsammans med de andra i gruppen. Ett exempel är om deltagarna själva är med och lagar sina egna måltider (som bygger på temat/storyn). Det görs med hjälp av inte bara deras egna erfarenheter utan även av kunskaperna från guiden/personal och gruppen.

### Företagens uppgifter

För att kunna utveckla konceptet behöver vi starta från ett kundperspektiv (som i ovanstående diskussion) men även integrera ett producentperspektiv för att kunna fokusera på vad som krävs för att sätta samman ett lönsamt paket. I följande modell visas hur företaget kan göra det lättare för att kunden ska "gå in i upplevelsen". Det handlar om att skapa upplevelsemöjligheter och hjälpa kunden så att det vi gör ska:

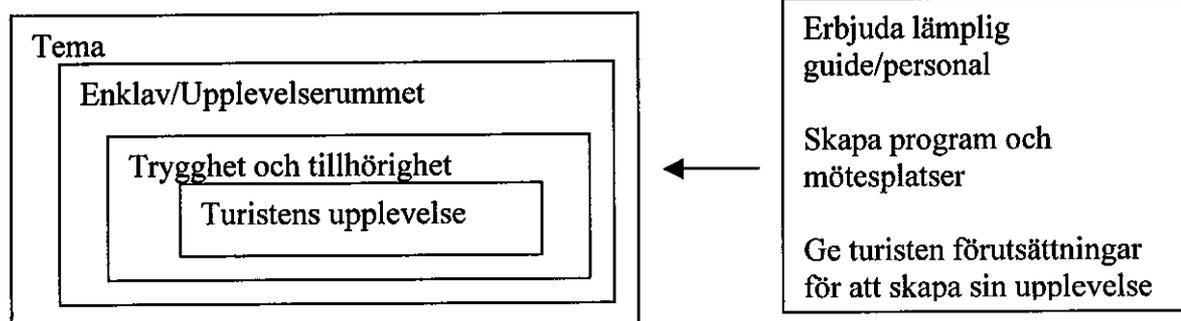
- reflektera kundens kompetensnivå
- bygga och förstärka kundens egen identitet

Hjälpmidlen är uppbyggda runt tre delar: stödfunktion, kollektivt agerande och självbestämmande (se t ex Carù, A. & Cova, B. 2007) men anpassade till denna kontext. Stödfunktionen inkluderar guide/personal, kollektivt agerande inkluderar program och mötesplatser och med självbestämmande menas i sammanhanget att turisten är med och bestämmer och skapar sin egen upplevelse.

*Figur 3. Förutsättning och hur företagen kan göra det lättare för turisten ska få en extraordinär upplevelse*

Kundens upplevelser av paketen

Företagens uppgifter



## **Erbjuda lämplig guide/personal**

Det finns en guide som hela tiden är på plats under resan. Guiden är kittet för att få allt att hänga samman. Guiden måste vara kompetent, duktig, trevlig och hjälpsam. Inom forskningen pekas det också på guidens betydelse för turisternas tillfredsställelse med paketresan. Studier visar guidernas viktiga roller som problemlösare, underhållare, informationsspridare etc. I Interregprojektet var det en familj som särskilt berömde guiden på Nordens Ark. Han var *”behaglig, kunskapsrik, hade stora erfarenheter, skapade engagemang och nyfikenhet”*. När familjerna åkte på en fyrhjuling fick guiden se en huggorm. Han stannade, berättade och visade. Barnen var mycket intresserade då de aldrig tidigare hade sett en huggorm. Mamman i familjen var full av berättelser likt denna om guidens engagemang. En annan familj sa att det var guiden som gjorde att besöket på Havets Hus blev en höjdpunkt. De imponerades av guidens kunskap och hans sätt att entusiasmera. Det var i flera fall guiden som gjorde att familjernas upplevelse på attraktionerna blev mycket positiv.

## **Skapa program och mötesplatser**

En paketresa ska ha ett program. Det kan vara programmet som helhet eller enskilda delar som gör att paketet är attraktivt för den enskilde turisten. I programmet kan ingå ritualer, som bygger på tidigare paketresor och som turisterna frågar efter. Det kan vara presentationer, avslutningar, prisceremonier som alltid kommer osv. Eventuella ritualer kopplas till storyn som genomsyrar paketet.

Andra personer som ingår i turistgruppen har stor betydelse för upplevelsen eftersom de tillbringar flera dagar tillsammans och gör aktiviteter ihop. Det kan bli en starkare upplevelse om det är likasinnade i jämförelse med om det är heterogena grupper eftersom social gemenskap och tillhörighet är väsentligt för de allra flesta av turisterna.

Enklaven finns i ett så kallat upplevelserum, som karaktäriseras av aktiviteter för turisterna liksom av mötesplatser i vilka olika grupper rör sig och kommer i kontakt med varandra. För att skapa möjligheter till att socialisera behövs bra mötesplatser. De kan ses som en integration av socialt rum, fysiskt rum och mentalt rum med uppfattade gränser inom enklaven.

## **Ge turisterna förutsättningar för att skapa sin upplevelse**

Verksamheter kan inte skapa upplevelser. Det är turisterna som skapar sin upplevelse men företaget ger turisterna förutsättningar. Turisterna producerar olika meningar och identiteter som de vill spela och uppleva. Det måste finnas utrymme för att turisterna själv ska kunna påverka utformningen, vilket gör att interaktioner mellan företag och turist är viktiga. Om företaget har en bra image och rykte om att skapa bra paket vill turisterna interagera och ha en dialog med företaget och därmed vill de vara med och skapa värde.

I enklaven har turisterna möjlighet att ”leva ut” och kan släppa det ordinarie för en tid. Guider finns till hands och hjälper turisterna att sätta sig in i och agera i den nya omgivningen. Att utbilda, informera, träna och hjälpa turisterna så att möjlighet finns att läsa sig något nytt, få vara med om en utmaning och så vidare är företagets ansvar. Turisterna ska klara av att bestiga bergstoppen, våga mata järven, paddla över fjorden osv. I förekommande fall är turisterna beroende av guiden om situationen är ny eller ovan.

## 4. Utveckling av nav

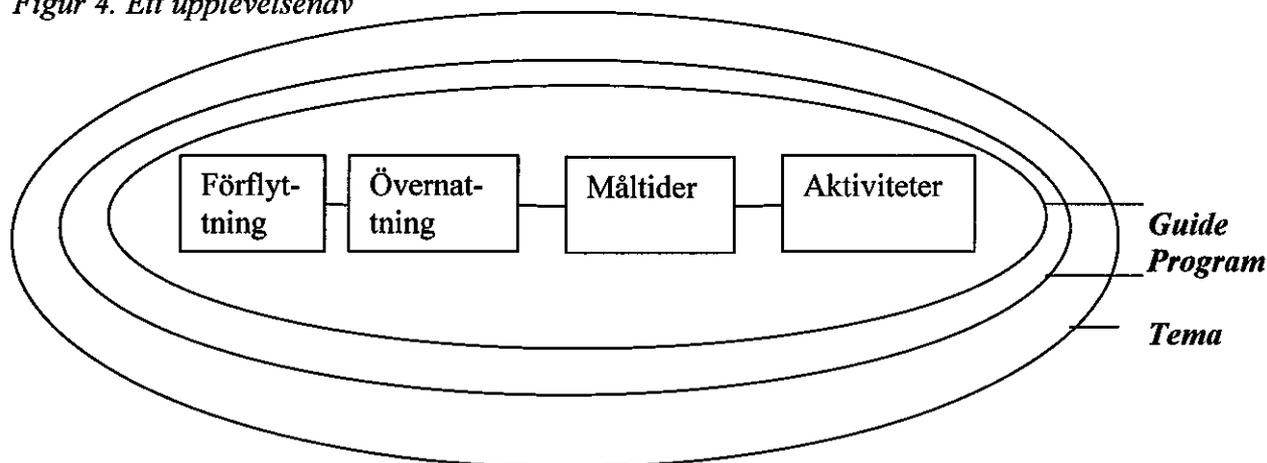
I ett nav finns företag som kan erbjuda ett eller flera paket enligt de byggstenar som diskuterats ovan. Paketerna vänder sig till olika målgrupper. Det kan vara allt från familjer till äldre par med paket som har varierande innehåll och pris. Alltså kan målgrupperna variera kraftigt men nedanstående förutsättningar ska råda:

- Innehållet i paketet är icke-ordinärt och utanför det vardagliga
- Aktiviteter som förutsätter att kunden är aktiv
- Något nytt och annorlunda
- Trygghet i gruppen och en känsla av tillhörighet
- Kontinuerliga möten med guiden/personalen
- Mötesplatser ska finnas för sociala möten
- Tillrättalagda och bokningsbara paket

Paketet består av övernattnin, transport, måltider och aktiviteter och ofta smälter delarna samman. En måltid kan vara en aktivitet där turisten själv är med och skapar liksom att enklare boendeform, som att bo i kåta också kan förstås som en aktivitet. Det kan vara få företag som erbjuder flera av ovanstående delar men också inkludera till exempelvis flera övernattningsställen och aktivitetsföretag. Kittet mellan de erbjudna delarna, som tillsammans bildar en helhet, är en eller flera guider.

Följande modell sett ur ett producentperspektiv beskriver de olika delarna och hur de hänger samman.

Figur 4. Ett upplevelsenav



Det geografiska området för navet är begränsat i storlek. Hur stort det är bestäms av hur länge resan varar. En veckas paketresa kan således omfatta ett stort geografiskt läge då turisten har möjlighet att förflytta sig över ett större område. Det kan t ex vara en ridning mellan Dalslandsaktiviteter och Fredrikstens fästning i Halden. Förflyttning med motorfordon ska undvikas. Området motsvaras av det som tidigare kallats enklaven/upplevelserummet som även inkluderar en mental gräns.

Programmet omfattar allt som erbjuds av medverkande företag.

*Antalet medverkande företag ska vara begränsat (minst två men det bör inte vara fler än fem) då det annars är svårt att kontrollera det totala paketet.*

Delarna som erbjuds (förflyttning, övernattning, måltider och aktiviteter) är anpassade till det tema som valts.

Guiden är "expert" på det tema som valts. Guiden håll ihop gruppen men har också roller som problemlösare, underhållare, informatör och instruktör så att turisten kan känna tillhörighet och vara trygg i gruppen.

De medverkande företagen ansvarar gemensamt för paketets helhet.

### **Samverkan mellan naven**

Omfattningen bör vara tre eller fyra nav under de närmaste åren. En stark samverkan mellan naven ska finnas.

Samverkan mellan naven ska ske genom:

- ett gemensamt varumärke. Ska ordet nomad finnas med är oklart i dagsläget. Nomad i gänslandet är ett arbetsnamn
- ett utbildningsprogram (som kan variera på grund av tema) som löper över flera år
- ett antal kvalitetskriterier som samtliga medverkande företag måste ställa sig bakom och leva upp till
- ett gemensamt förhållningssätt till miljöarbete. En miljöcertifiering (t ex Naturens Bästa) kan vara aktuell
- en gemensam plattform (virtuell och fysisk) där företagen kan träffas och utbyta information
- en kontinuerlig kvalitetsuppföljning
- en kontinuerlig produktutveckling

### **Referenser**

Carù, A. & Cova, B. (2007) Consumer immersion in an experiential context, In: A. Carù & B. Cova (Eds), *Consuming Experience*, pp. 34-47 (Routledge).

Csikszentmihályi, M. (1990) *Flow: The Psychology of Optimal Experience*, New York: Harper & Row.

Jantzen, C. och M. Vetner (2007) Oplevelsens Psykologiske Struktur, In: Jørgen Ole Bærenholdt och Jon Sundbo (Eds.), *Oplevelsesøkonomi: Produktion, Forbrug, Kultur*, pp. 27-49 (Frederiksberg: Samfundslitteratur).

Larsen, S. (2007) The psychology of the tourist experience, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), pp. 7-18.

Mossberg, L. (2003), *Att skapa upplevelser: från OK till WOW*, Lund: Studentlitteratur.

Oliver, R. (1999) Whence consumer loyalty, *Journal of Marketing*, 63 (Special Issue), pp. 33-44.

# Vedlegg 7

## Dager i grenseland.

### Møtenotat 23. mars 2009. Orientering til styringsgruppa.

#### Til stede:

Peter Hemlin,	beredningsgruppen Fyrbodals
Martin Carling	“
Pär Jonsson	“
Alf Sivertsson	”
Monica Gåsvatn	styringsgruppe regional utviklingsavtale Nedre Glomma
Lisbeth Möller,	Fyrbodals kommunalförbund
Lena Mossberg	Göteborgs universitet
Steinar Normann	Østfoldforskning
Elsie Hellström	Fyrbodals kommunalförbund
Tore Hansen	Regionrådet Nedre Glomma

Hensikten med møtet var å orientere styringsgruppene på norsk og svensk side om status i prosjektet og planene for videreføring med en interregskonrad i juni 2009.

Anne Louise Daa, prosjektleder reiselivsprogrammet Østfold Fylkeskommune og Ann-Mari Skinne, Innovasjon Norge Østfold var også invitert.

Elsie og Tore ga en kort orientering om hvorfor det satses på opplevelsesøkonomi/reiseliv i Fyrbodals og Østfold (jf vedlegg).

Tore ga en kort orientering om Dager i grenseland med testopphold i 2007, samt det som nå pågår i prosjekt Nomade. Det ble bl.a. vist til avtaler som er inngått med bedrifter som vil forplikte seg til å delta i et eventuelt hovedprosjekt.

Lena Mossberg orienterte om konseptet som er utviklet på grunnlag av erfaringene så lang og i dialog med bedrifter som leverer opplevelser. Konseptet legges til grunn for hovedprosjektet.

Steinar Normann orienterte om den foreløpige skissen til et hovedprosjekt med en kostnads-/finansieringsramme på ca. kr. 6 mill over tre år. Prosjektplanen forutsetter regional medfinansiering på kr. 500 000,- pr år i tre år på hver side av grensen. Prosjektet har to hoveddeler:

- Utvikling av 10-15 opplevelsespakker/helgeturer til familier i samarbeid med leverandører av aktiviteter
- Etablering av forum for opplevelsesøkonomi for å sikre kunnskapsoppbygging og erfaringsspredning i opplevelsesbransjen i regionen

I drøftingen ble det gitt innspill om aktører som kan være aktuelle partnere i videre arbeid (f.eks Lantmännens Riksförbund/Norges Bondelag, NSB, Gymnasutbildning i Dals Ed, Trestiklan nasjonalpark). Kopling mellom kyst og innland. Deltakelse fra flere bedrifter. Mulighetene for å stramme inn kostnader ble drøftet. Mulighetene for å starte prosjektet i august 2009 for regionale medfinansieringspartners risiko, ble også drøftet fordi deltakerbedriftene er utålmodige etter å holde framdrift i utviklingen.

#### Konklusjoner:

Det arbeides videre med mulige deltakere/partnere i prosjektet.

Budsjettet konkretiseres og innsparringsmuligheter vurderes.

Søknad i hovedpunkter innleveres til Fyrbodals kommunalförbund innen 25. mars.

# GRENSELØSE OPPLEVELSER

## ”Nomade i grenseland”

Et samarbeidsprosjekt mellom Fyrbodal- og Nedre  
Glomma-regionen med sterk næringslivsdeltagelse og  
støttende FoU- og utdanningsaktører

Vitlycke  
23.3.2009

# GRENSELØSE OPLEVELSER

## ”Nomade i grenseland”

### Målsettinger

#### Overordnet mål:

- Bidra til å profilere regionen som opplevelsesområde
- Øke antall bærekraftige attraksjoner (både økonomisk og miljømessig) i regionen

#### Bedrifts-/foretaksutviklingsmål:

- Øke omsetning og lønnsomhet hos deltagende foretak
- Øke foretakenes kompetanse til å samarbeide og gjennomføre innovasjonsprosesser

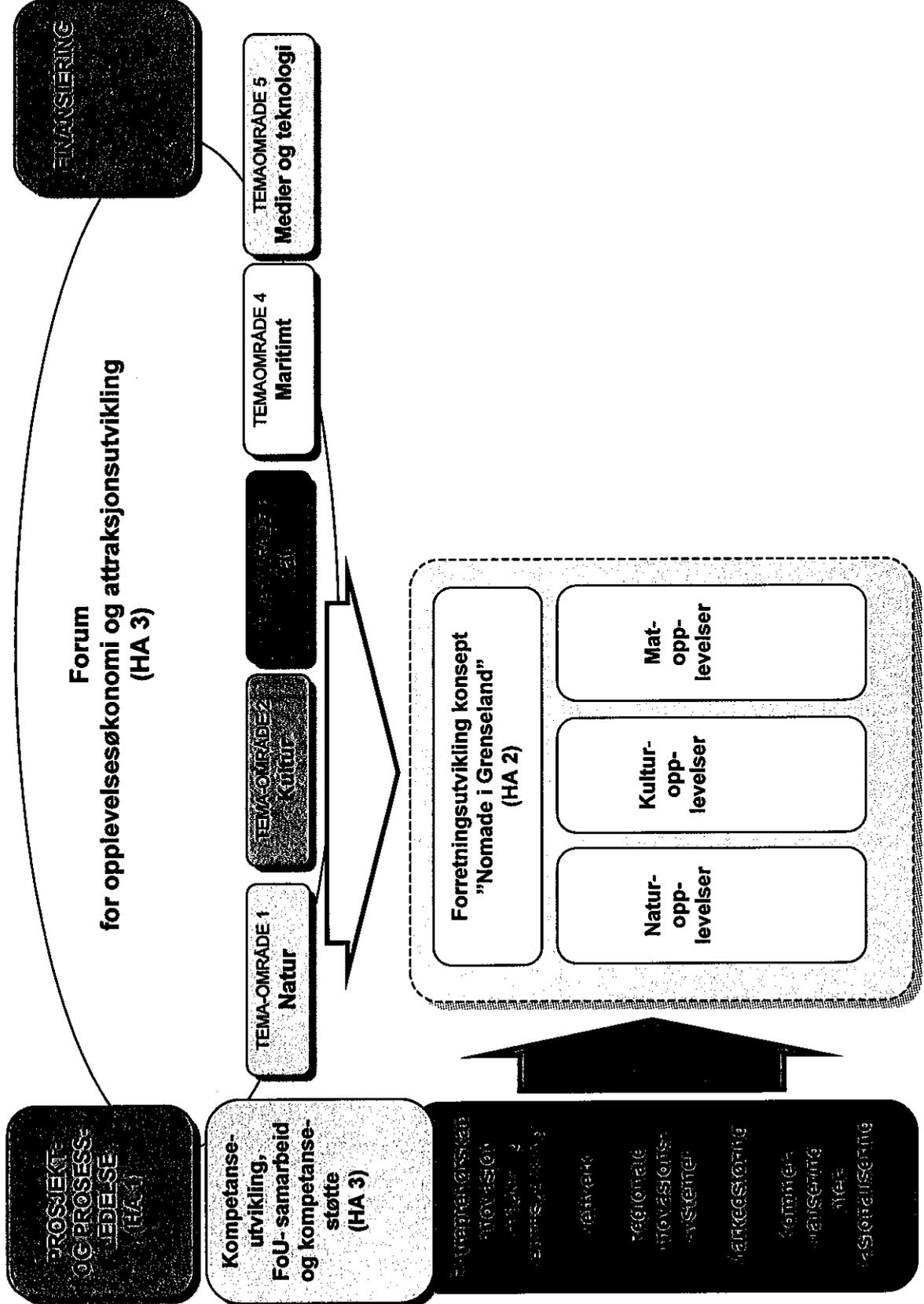
#### Nærings- og kunnskapsutviklingsmål:

- Øke kunnskapen om og stimulere til entreprenørskap, innovasjon og tilvekst i næringene
- Utvikle metoder og verktøy for å øke kompetansen i gjennomføring av innovasjonsprosesser i opplevelsesøkonomien

#### Infrastrukturmål:

- Etablere et felles utviklingsforum for opplevelsesnæringene
- Styrke den interregionale samarbeidsevnen basert på bredt samarbeid (triple helix)

**"GRENSELØSE OPPLEVELSER"**



**PROSJEKT OG PROSSESJEDELSE (HA 1)**

**FINANSIERING**

**Forum for opplevelsesøkonomi og attraksjonsutvikling (HA 3)**

**Kompetanseutvikling, FoU-samarbeid og kompetansestøtte (HA 3)**

**TEMAOMRADE 1 Natur**

**TEMAOMRADE 2 Kultur**

**TEMAOMRADE 4 Maritimt**

**TEMAOMRADE 5 Medier og teknologi**

**Forretningsutvikling konsept "Nomade i Grenseland" (HA 2)**

- Regionale innovasjonssystemer
- Marketsføring
- Sammenhengende tjenester
- Støttetilskudd

**Forretningsutvikling konsept "Nomade i Grenseland" (HA 2)**

**Naturopplevelser**

**Kulturopplevelser**

**Matopplevelser**

# ”Nomade i grenseland”

## Prosjektdeltagere:

<u>Foretak</u>	<u>Kommuner</u>	<u>FoU-miljø og andre</u>
Østfoldmuséene	Sarpsborg	Handelshøyskolen BI
Nasjonale Festningsverker	Hvaler	Universitetet i Gøteborg
Hvaler Resort	Fredrikstad	Högskolan Väst
Hvaler Fjordcruise	Fyrbodal Kommunalforbund	Høyskolen i Østfold
Aarum Dykkerservice	(14 kommuner)	Østfoldforskning AS
Fjeld Gård		Ivar Moen & Co AS
Børtevann Kano- og båtutleie		Västsvenska Turistrådet
Hvaler Maritime Nasjonalpark		Destinasjonsselskapene
Dalslands Aktivitet		Innovasjon Norge
Silverlake Canoining		Østfold Fylkeskommune
Dalslands Gård		
Havets Hus		
Nordens Ark		
Hundebostrand Vandrerhjem		
Strømstad Aktiviteter		
Sealodge		
Bohusläns Museum		
Vitlycke Museum		



# Finansieringsbehov frem til antatt oppstart Hovedprosjekt januar 2010 (ca. ¾ år)

<b>Aktivitet</b>	<b>Budsjett</b>
Prosjektledelse og detaljplanlegging	100.000,-
Konkretisere foretakenes ambisjoner, mål og marked (16 stk.)	200.000,-
Diskutere konseptforslag og forberede videre utvikling	<u>500.000,-</u>
<b><u>Samlet kostnad norsk/svensk side</u></b>	
	<u>800.000,-</u>
<b>Finansiering ( 400.000,- norsk side)</b>	
Utviklingsavtalen (RUP)	170.000,-
Interreg (forskuttering)	200.000,-
De norske foretakenes egenandel og egeninnsats	
	<u>30.000,-</u>

Vedlegg 9

**”Nomad i Gränlandet” -  
från ”Dager i grenseland” till ”Nomade  
i grenseland”**

**Ett innovationsprojekt**

# Sammanfattning

Tre paket uppfattades som riktigt bra. Det var de med tema historia, kunskap och vildmark.

Fiskepaketet testades bara fullt ut av en familj, vilken tyckte att paketet kunde bli betydligt bättre.

- Generellt var aktiviteterna till belåtenhet och gav deltagarna en positiv upplevelse. Speciellt var familjerna fascinerade över deras insats när det gäller **fysiska aktiviteter**. Flera kunde tänka sig ännu **mer av de strapatsrika aktiviteterna**.

- **Övernattningar** (oavsett om det var ute eller i mer lyx) var till belåtenhet nästan i samtliga fall.
- **Bra måltider.** Vissa måltider var till och med extraordinära och familjerna kunde berätta om dessa med stor inlevelse.

- **Guiderna har varit mycket uppskattade och bidrog till den totala uppfattningen av resan.**

- Hälften av familjerna ansåg att antalet attraktioner var bra. Den andra hälften tyckte att det var för stor geografisk spridning av attraktionerna och att det skulle vara bättre att koncentrera aktiviteterna till färre platser. De senare menade också att det blev för mycket **bilkörning**.

# Utveckling av nomadpaket

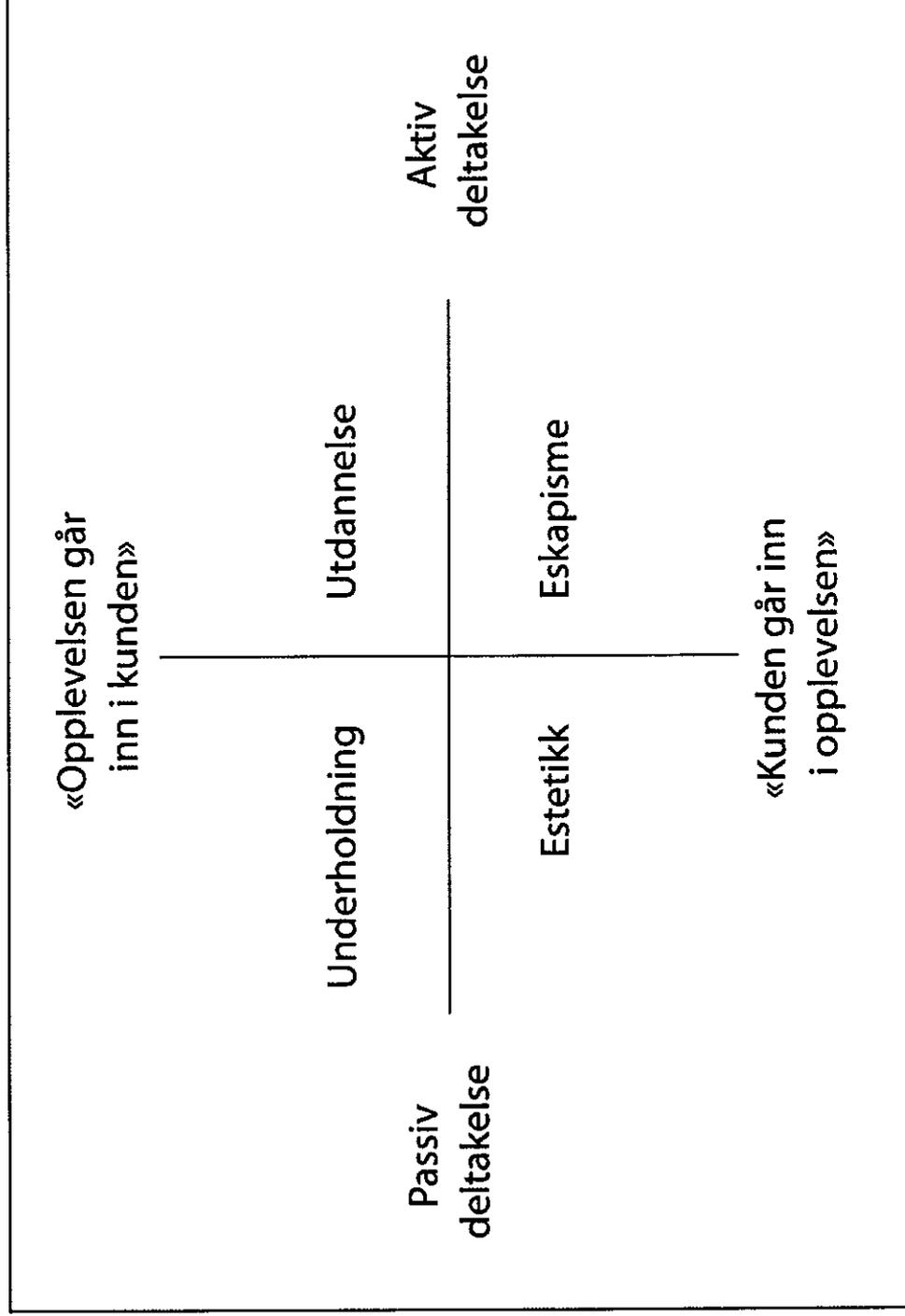
- Turistens upplevelser
- Paketets byggstenar
- Företagens uppgifter

# Turistens upplevelser

En positiv extraordinär upplevelse innebär:

- vaga förväntningar
- en stark social dimension
- mening och känsla av nöje
- absorbering och personlig kontroll
- en aktivitet utanför vardagen

# Eskapismoplevelser



Figur 3.1 Opplevelsesfeltene

Kilde: Oversatt og tilpasset etter Pine, B.J. og J.H. Gilmore (1999), *The Experience Economy*, Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press.

# De standardiserade paketen bör vara uppbyggda runt:

- Något som är icke-ordinärt och utanför det vardagliga
- Strapatsrika aktiviteter som förutsätter att kunden är aktiv
- Något nytt och annorlunda
- Kontinuerliga möten med guiden/personalen
- Sociala möten både inom och utom sällskapet
- Tillrättalagda och bokningsbara paket

# ***Paketets byggstenar***

**Tema:** Natur och kultur med aktiviteter som är:

- Meningsfulla och trovärdiga
- Miljöanpassade
- Strapatsrika/utmanande

**Enklav:** Paket kontrasterar vardagen med delar som är:

- Annorlunda
- Kvalitetssäkrade

**Trygghet:** Det sociala sammanhanget ger trygghet och tillhörighet och poängterar interaktioner med:

- Guiden/personalen
- Turistgruppen och det egna sällskapet

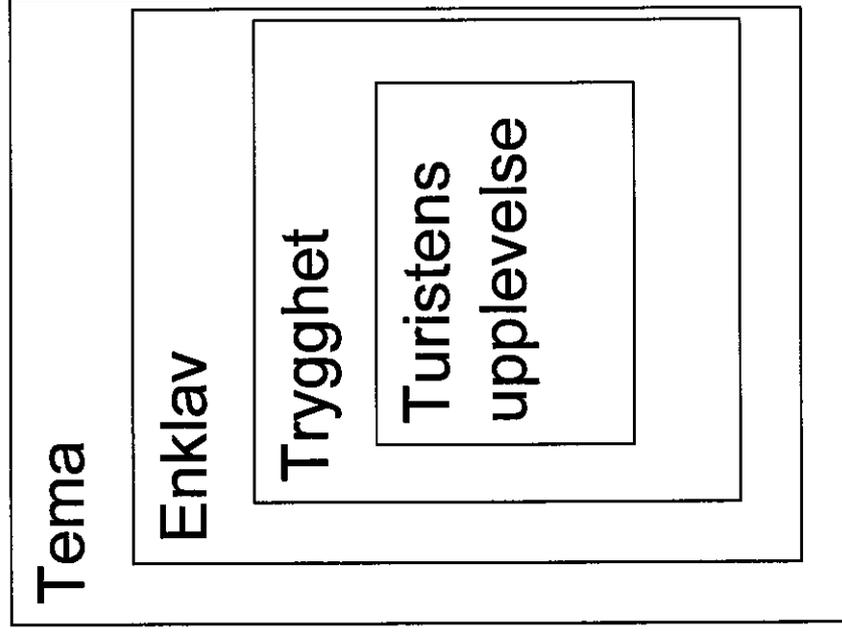
# Företagens uppgifter

- Reflektera kundens kompetensnivå
- Bygga och förstärka kundens egen identitet

**Företsättning och hur företagen  
kan göra det lättare för turisten  
ska få en extraordinär  
upplevelse**

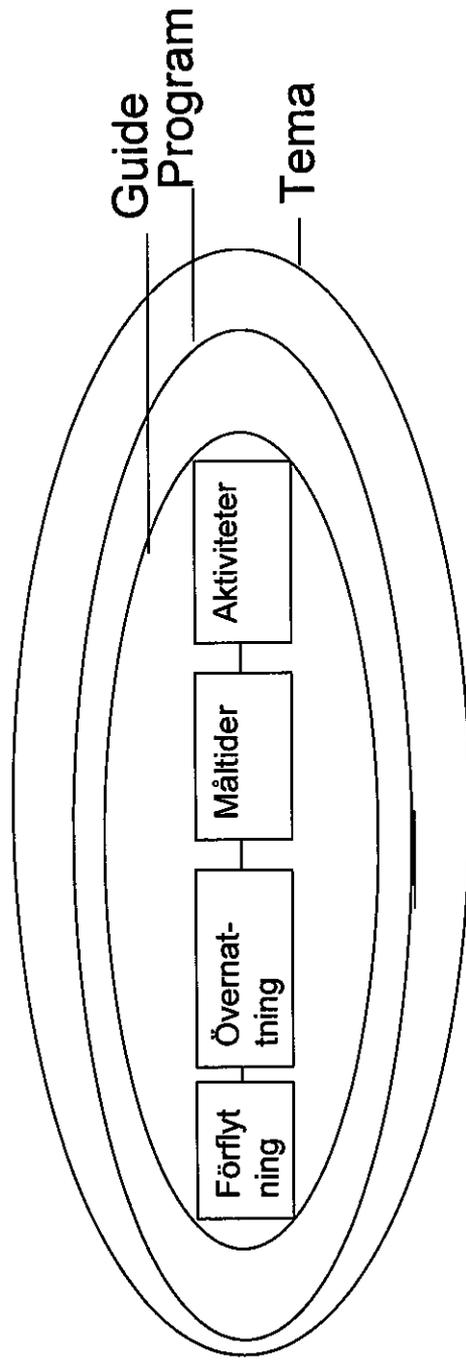
Kundens upplevelser av  
paketen

Företagens uppgifter

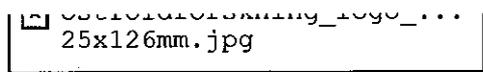


- Erbjuda lämplig guide/personal
- Skapa program och mötesplatser
- Ge turisten förutsättningar för att skapa sin upplevelse

# Ett upplevelsenav



Vedlegg 10



TIL : Tore Hansen  
KOPI : Elsie Hellstrøm  
FRA : Steinar Normann  
DATO : 22.1.2009

**SAK : Nomade i Grenseland, årsrapport**

I forhold til prosjektplan er følgende gjennomført:

1. Det er inngått samarbeidsavtaler med Lena Mosberg og Ivar Moen samt Østfoldforskning AS om bistand til gjennomføring av forprosjektet.
2. Det er gjennomført et felles møte med aktuelle prosjektdeltagere den 19.11.2008 på Borgarsyssel museum. (Ref. referat datert den 23.11.2008)
3. I dette møtet ble konseptet presentert for og diskutert med bl.a. næringsaktørene
4. Det er utarbeidet intensjonsavtale som grunnlag for forpliktende samarbeid mellom næringsaktørene og prosjektet. Flere intensjonsavtaler er undertegnet i 2008 og resterende deltagere undertegner i løpet av første halvdel i januar 2009.
5. Revidert fremdriftsplan er sendt inn til Interreg-sekretariatet.
6. Kostnader er fakturert med ca. kr. 7.500,- pr. 2008 på norsk side.

I forhold til revidert fremdriftsplan pr. november har prosjektet pr. 31.12.2008 i hovedsak fulgt planen.

**NOTAT****Bærekraftig reiselivsutvikling i Hvaler-/Nedre Glomma-regionen:**

*Strategi og oppstart for utvikling av en handlingsplan for bærekraftig reiseliv – input til Interreg-prosjektet "Nomade i Grenselandet"*

**Innledning**

Sentrale reiselivs- og aktivitetsbedrifter i regionen har bekreftet ønske om å delta i Interreg-prosjektet "Nomade i Grenseland." Prosjektets siktemål er å utvikle lønnsomme opplevelsespakker i samarbeid mellom flere bedrifter innenfor et bærekraftig, naturbasert reiselivskonsept (Nomade) For bedriftene er det viktig å holde framdrift i arbeidet og gjerne få synlige resultater allerede sesongen 2009. Formålet med workshops våren 2009 er å holde kontinuitet i påvente av at søknaden innvilges i 2.halvår 2009.

Styringsgruppen har besluttet å gjennomføre workshops etter behov i de tre destinasjonene som utgjør InterReg-prosjektet. Regionene er: Hvaler/Nedre Glomma, Bohuslän og Dalsland.

De to arbeidsseminarene/Workshoppene gjennomføres over samme "lest", etter samme innhold og metodikk, i de tre destinasjonene. Vi får da utarbeidet en helhetlig handlingsprogram til nytte for bedriftene for innværende sesong.

**Målsetting**

Målsettingen med workshops er:

en omforent, felles strategi for salg av pakker på kort sikt og innspill til hva som må videreutvikles på lenger sikt.

1. Dokumentere og gjennomføre en kreativ idèdugnad for å synliggjøre hvilke produkter, tjenester og produktpakker bedriftene i regionen kan tilby som enkeltbedrifter og i fellesskap.
2. Drøfte og beslutte hvilke markeder og målgrupper (i hovedsak "familie-segmentet") bedriftene i Hvaler /nedre/Glomma-regionen ønsker å selge sine produkter og tjenester til etter gjennomgang av tilgjengelige markedsundersøkelser
3. Beskrive tematiske og bookbare aktivitets-/opplevelsesprodukter på bakgrunn av pkt 1 og 2

**Målgruppe/deltagere:**

Arbeidsseminarene / workshopene er beregnet på følgende deltakere:

1. De bedrifter og virksomheter som har skrevet intensjonsavtaler om deltagelse i InterReg-prosjektet
2. Bedrifter som bedriftene samarbeider med, leverandører, distributører og enkeltpersoner. De identifiserte deltagerbedriftene inviterer aktuelle samarbeidspartnere.

**Deltageravgift**

- Deltagerne betaler ingen kursavgift for arbeidsseminarene, kursmateriell og mellomliggende oppfølging og arbeidsprosess.
- Deltagerne dekker selv kostnadene med en enkel servering, kaffe etc og forplikter seg på å delta under begge seminardagene samt oppfølging mellom samlingene.

## Sted/tidspunkt

Sted: Hvaler Resort på Skjærhalden

Tidspunkt: **Tirsdag 3. eller tirsdag 10.mars** i uke 11 og  
**tirsdag 31.mars-09** i uke 14, kl 0900 -1600 begge dager

Enkel lunchservering

Datoene er satt opp slik at handlingsprogrammet kan være ferdig utarbeidet og presentert i uke 17: 16.-20.april 09

## Innhold

Arbeidet i de tre "navene" består av 5 faser som i seg selv representerer en helhet, og har operativ nytte for bedriftenes markedsføring og salg på kort og lang sikt.

Arbeidet avsluttes med en beskrivelse av konkrete og bookbare reiselivspakker som kan tilbys definerte markedssegmenter i dialog med aktuelle distributører.

### **Trinn 1: Forarbeid og forberedelse**

- Utarbeide program for gjennomføringen
- Kontakte deltagerbedrifter, påmelding og utarbeide et enkelt kursmaterieill

### **Trinn 2: Arbeidsseminar /Workshop 1**

Tema:

- Målgruppe. Målgruppe familie er valgt. Pakker som utvikles kan ha tilleggsmålgrupper for å styrke omsetningen/verdiskapingen(jf Lena pkt. 2 s. 2)
- Standardisering. Hvordan skal pakkene innhold standardiseres?
- Markedsføring og booking. Hvordan løses dette på kort sikt (sesongen 2009?)– senere mer permanent løsning.

### **Trinn 3: Hjemmeoppgaver**

- Utsending av arbeidsoppgaver
- Oppfølging
- Innsamling og sammenfatte innsamlet materieill fra deltagerbedriftene

### **Trinn 4: Arbeidsseminar/Workshop 2**

Tema:

- turistens opplevelser
- pakkene byggestener
- foretakens oppgaver

Drøfting av bæreraktige og bookbare produktpakker - beslutning av innhold og markedsføring

- Innholdet bygger på konklusjoner fra hjemmeoppgavene og arbeidsseminar 1
- Fordypning av temaene i arbeidsseminar1
- Utarbeide en operativ handlingsplan sammen med deltagerbedriftene:
- "Fra ord til handling"

### **Trinn 5: Rapportering/ handlingsplan**

Utarbeide en kort oppsummering/ handlingsplan med:

- Markeds - og målgruppepresiseringer
- Aktiviteter og helhetlige produktpakker bygd på prinsippene i "Nomade-konseptet"

## **MOEN & CO AS**

- Gjestedøgns-målsettinger og nøkkeltall for omsetning
- Investeringsbudsjetter og forutsetninger for å nå målsettingene
- Felles Markeds- og salgsaktiviteter bedriftene for 2009

Presentasjon etter behov

**Oppsummering og konklusjoner fra:  
Workshop for bedrifter i Inter/Reg - prosjektet "Nomade i Grenseland"  
Mandag 16.mars 2009, Hvaler Resort, Skjærhalden  
Mandag 20.april, Fjeld gård, Sarpsborg**

**Målsetting**

Målsettingen med workshopene var å utarbeide og diskutere en omforent felles strategi for salg av opplevels- og aktivitetspakker i "Hvaler-navet." ( se vedlegg som viser oversikt over bedriftene som deltar i nettverket):

- Gjennomføre en kreativ idédugnad for å synliggjøre hvilke produkter og produktpakker bedriftene kan tilby som enkeltbedrifter og i fellesskap.
- Drøfte og beslutte hvilke markeder og målgrupper bedriftene ønsket å selge sine produkter til
- Utarbeide og beskrive bookbare aktivitets-/opplevelsesprodukter - tematiske/geografiske- på bakgrunn av Nomade-konseptet.

**Deltagere**

Workshopene var beregnet på følgende deltakere:

- Virksomheter som har signert intensjonsavtaler om deltagelse i InterReg-prosjektet "Nomade i Grenseland"
- Bedrifter som deltagerbedriftene har samarbeid med
- Følgende virksomheter fikk innbydelse etter individuelle samtaler:
  - Hvaler Resort AS
  - Fredrikstad Festning
  - Østfoldmusèet
  - Fjeld gård og skole
  - Aarum Dykkesenter
  - Kajakentusiasten / Hvaler opplevelser
  - Børtevann Kano - og Båtutleie
  - Hvaler kommune v/næringsjef Bernt Erik Larsen,

**Innhold**

Workshopene besto av 5 trinn og avsluttet med en kortfattet oppsummering inkl.beskrivelse av konkrete og bookbare opplevelsespakker som bedriftene sto bak

*Trinn 1: Forarbeid og forberedelse*

*Trinn 2: Workshop 1: Lønnsom utvikling av markedsorienterte opplevelsesprodukter*

*Trinn 3: Hjemmeoppgaver*

- Deltagerne jobber med bedriftenes egne opplevelsesprodukter

*Trinn 4: Workshop 2: Bærekraftige og bookbare opplevelsesbedrifter*

- "Fra ord til handling" - innhold i en operativ handlingsplan

*Trinn 5: Rapportering / handlingsplan*

Utarbeiding av en kort oppsummering med:

- Markeds - og målgruppepresiseringer
- Salgsaktiviteter for 2009

## Oppsummeringer og konklusjoner:

- Programmet for workshopene ble gjennomført etter de målsettinger som ble satt. Dessverre hadde ikke alle bedriftene anledning til å møte begge dagene. Kollisjoner med andre kurs, bla fra Fylkeskommunen, førte til et redusert frammøte på 2.workshop.
- Dette resulterte i at vi fikk jobbet svært konkret med de pakkeopplegg og forslag som deltagerne fra Hvaler-bedriftene og Fjeld gård hadde utarbeidet i perioden mellom samlingene
- Workshopene resulterte i stort engasjement hos deltakerne og behov for å arbeide videre med videreutvikling og salg/distribusjon. Potensialet er stort.
- Innholdet i Nomadeprojektet ble gjennomgått og belyst med konkrete eksempler og i relasjon til endringer i markedsbehovene.
- Vi drøftet mulighetene og ulike program-innholdet i å utvikle opplevelsespakker bygd på Nomade-konseptet
- Samstemmighet om at de opplevelsespakkene som ble utarbeidet under og mellom workshoppene er gode, attraktive, og til en viss grad unike, for familier og grupper.
- Guiding, kunnskapsoverføring og veiledning er godt integrert og prioritert i pakkene. Intensjonen med alle opplevelsespakkene er at aktivitetene skal gjennomføres av alle deltakerne i familien/gruppen
- Overnattingene i pakkene er organisert både i lavo og/eller i apartment.
- Oppleggene er basert på at deltagerne skal lage sin egen mat, men vertskapet sørger for innkjøp etter egen handleliste. Økologisk og kortreist mat ble prioritert. Selvhushold.
- Middag lages i fellesskap og/eller med kokk som bearbeider lokal mat eller egenfisket mat.
- Deltagerne hadde utarbeidet var 5 opplevelsespakker. Disse ble diskutert, bearbeidet og spisset inn mot de valgte målgruppene som primært var familier, klubber og grupper.
- Opplevelsespakkene er beregnet på byene i en reiseavstand på ca.2-3 timer på Østlandet og Jylland, Danmark.
- Undertegnede skal drøfte forslagene med distribusjonsselskapet "Destination Norway AS" for å få en tilbakemelding på bl.a innhold, salgbarhet, unikhhet, pris og om mulig test-markedsføring. Avtale er gjort i 1.uke av mai -09
- Tema distribusjon ble diskutert Det ble enighet om å distribuere pakkene innenfor de nettstedet som deltagerne allerede har bl.a [www.hvalerresort.no](http://www.hvalerresort.no).
- Lena og Halvor på Fjeld gård vil undersøke mulighene for å ta et domenenavn for der å legge sine villmarks-/og naturopplevelsespakker i-
- På disse områdene vil det bli det etablert et videre nettverkssamarbeid mellom deltagerbedriftene
- Følgende pakker ble utarbeidet beregnet på familiegrupper, klubber og til en viss grad bedrifter:

## 1. Kystpadling i Hvalerskjærgården for viderekomne og familier

**Tema:** Kajakktesting og utprøving samt SPA weekend for erfarne padlere med familie.

**Pris:** Kr.8.400,- per leilighet med plass til 10 personer

**Innhold:** Drømmekajakk - weekend på Hvaler.

- Testing av demo kajaker
- Handling i butikken til kajakkentusiasten i Skjærhalden sentrum på lørdag.
- Det er mulig å leie kajaker også for de som trenger det.
- Opphold for erfarne padlere med familie.
- For de som ikke padler finnes det mange turløyper i området, f.eks ut til stenskulpturene på Rødshue, som blir regnet som Østfolds fineste turmål.
- Tilgang til motstrøms- svømmebasseng, boblebad, badstue og andre fasiliteter.
- Mat kan lages selv i leiligheten, eller kjøpes ferdiglaget hos Hvaler Resort.

## 2. Arctic kayaking – guidet padleopplevelser for utlendinger

**Tema:** Guidet tur på Hvaler for grupper med utlendinger

**Pris:** 5900,-/ pers for guide og overnatting. Minimum 6 personer.

Prisen inkluderer opphold i fire dager, lån av kajakk, åre, trekk og vest Guiding fredag og lørdag. (ikke klær, tørrdrakt etc), samt mat under hele oppholdet. Flybilletter og transport frem og tilbake fra flyplassen på Rygge. Tilgang til motstrøms- svømmebasseng, boblebad, badstue og andre fasiliteter.

**Program:** Dag 1: Ankomst  
Dag 2 Padling 8 timer med guide  
Dag 3 Padling 8 timer med guide  
Dag 4 Avreise

## 3. Nybegynnerkurs og familiepadling, i Hvalerskjærgården

**Tema:** Kurs-SPA (Sommersatsing Juni- August)  
*Padleforbundets nybegynnerkurs for hele familien.*

**Pris:** kr.4.900,-/ pers for kurs og overnatting. Minimum 6 personer.

**Innhold:** Tar padleforbundets Nybegynnerkurs over to dager på Hvaler Resort. for deltagerne fra 12 år og oppover.  
Kursene gir vått - kortsertifisering og registrering hos Norges padleforbund.  
Prisen inkluderer opphold fredag til søndag, lån av kajakk og utstyr, tilgang til motstrøms- svømmebasseng, boblebad, badstue og andre fasiliteter.  
Mat er inkludert i prisen.

**Program:** Dag 1 Ankomst  
Dag 2 Padling Vått kort kurs 8 timer  
Dag 3 Padling Vått kort kurs 8 timer  
Dag 4 Padling Tur etter eget ønske med guide 8 timer

## 4. Villmarksopplevelser i skog og vann

- Målgruppe:** Målgruppe: Familier, vennegjeng
- Varighet:** Torsdag ettermiddag til søndag ettermiddag eller fra søndag em til torsdag em
- Tid på året:** Mai, juni, august og september måneder
- Antall:** Minste antall 12 personer
- Overnatting:** Lavvo på tregulv med feltsenger i medbragt sovepose, gjestene disponerer hyttetunet Fjeldvang med hovedhytte, badstue mm. 3 overnattinger.
- Måltider:** Inngår i opplegg og pris, varm kveldsmat ved ankomst, frokost, utemåltider ved lunsjtid, middag og enkel kveldsmat dag 2 og 3, frokost avreisedagen.
- Aktiviteter:** Opplevelseaktiviteter prioriteres og kan variere ut fra årstidene  
Fisking og opplæring etter behov  
Klatring og klatrekurs  
Roing og padling i vann og vassdrag  
Vandreturer  
Sykling  
Plukke bær/sopp  
Leirdueskyting
- Spesielle opplevelser:**  
Vedfyrt badstue  
Gjeddefiske  
Utsiktpunkt  
20 timer guiding/vertskap delt på 12 personer
- Pris:** kr.3.800,- pr.person som omfatter guiding, overnatting og mat

## 5. Kultur- gårds og håndverksopplevelser

- Målgruppe:** Familier, vennegjeng
- Tidsrom:** Torsdag em til søndag em eller søndag em til torsdag em
- Tid på året:** Mai, juni, august og september
- Antall deltakere:** Minimum antall 12 personer
- Overnatting:** I lavvo på tregulv med feltsenger i medbragt sovepose,. Gjestene disponerer hyttetunet Fjeldvang med hovedhytte, badstue 3 overnattinger.
- Måltider:** Inngår i opplegget, varm kveldsmat ved ankomst, frokost, utemåltid ved lunsjtid, middag og enkel kveldsmat dag 2 og 3, frokost avreisedagen-
- Aktiviteter:** Kan variere ut fra årstid:  
Guidet tur til Fossen, helleristninger, Hunnfeltet og Borgarsyssel (egne biler)  
Omvisning på gården, i bigården og evt honningproduksjonen  
Tove med ull fra gårdens sauer
- Tradisjonelt håndverk med tre-lage en gjenstand som kan tas med hjem  
Ro og padling inkl. opplæring og guiding etter behov  
Vandreturer og sykling

Plukke bær/sopp  
Vedfyrt badstue

Pris: kr.3.800,- pr.person inkl.20 timer guiding/vertskap og bespising

## Videre arbeid

- Med workshoppene er det etablert et nettverkssamarbeid som det bør bygges videre på.
- Deltagerne er blitt kjent med hverandre, virksomhetenes muligheter, potensial og kompetanse.
- Det ble skapt trygghet og åpenhet om de utfordringer som virksomhetene står overfor og at samarbeid var veien som kan bli en "vinn-vinn-situasjon for alle.
- Bedriftene hadde håpet å kunne få et markedsmessige løft og muligheter som åpningen av den Maritime Nasjonalparken kan gi, men foreløpig er de ikke kommet i posisjon til det.
- Med utgangspunkt i de skisserte opplevelses- og aktivitetspakkene er det grunnlag for videre samarbeid om å legge aktivitetspakkene inn i egne nettsteder, etablere samarbeid med turoperatører og bruke egne kontaktnett for distribusjon.
- Virksomhetene har ingen tro på at grad destinasjonsselskapene kan være til nytte i salg- og distribusjonsarbeidet.
- Virksomhetene har kun interesse av å etablere dialog og samarbeid med selskaper som kan booke eller formidle booking inn til egne nettsteder.
- I perioden frem mot sommeren burde det vært en definert kontaktperson som kunne vært pådriver for oppfølgingen. Johan Svendsen er den personen som kan være aktuell til å ta "stafettpinnen" videre, samle virksomhetene til erfaringsutveksling og prioritere salg - og bookingarbeidet.
- Johan har "klokketro" på at samarbeid er den beste veien for å lykkes. Dermed kunne vi få etablert et uformelt nettverks-samarbeid inntil hoved-prosjektet forhåpentlig vis "kommer på plass" til høsten.

Oslo, 28.04.2009

Ivar Moen

**Intensjonsavtale  
mellom  
"NN virksomhet"  
og  
Interregprosjektet "NN Grenseland"  
vedr.  
utvikling av destinasjon og egen virksomhet**

***Bakgrunn***

På bakgrunn av tidligere et samarbeidsprosjekt i regionen, og etterfølgende evaluering, skal det søkes om igangsettes av et hovedprosjekt som har som målsetting å utvikle turismen og destinasjonen.

Som en del av et søknadsunderlag er det utarbeidet en intensjonsavtale mellom de deltagende virksomheter og prosjektledelsen slik at prosjektet er siket kontinuitet i hele prosjektperioden. Intensjonsavtalen skal tydeliggjøre rollene og de gjensidige forpliktelsene for å avstemme forventningene til partene.

***Målsetting***

Målsettingene med avtalen er å forplikte partene på partenes bidra med for å skape og utvikle godt samarbeid på:

- Felles strategi og tiltak
- Klargjøre forutsetninger og investeringer for å lykkes i å videreutvikle infrastruktur og kompetanse
- Samarbeid og nettverksprosesser
- Utvikling av et supplement til gne eksisterende planer
- Overføring av nødvendig kompetanse fra opplæringsinstitusjoner til egen virksomheten i prosessen.
- Prosjektperioden er 3 år

***Prosjektetprosjektledelsen skal forplikte seg på følgende innsatsfaktorer***

Innenfor de ressursrammer som er avsatt skal prosjektledelsen forplikte seg på følgende:

1. Tydeliggjøre en arbeidskonsept som viser målsettinger, arbeidsform, tiltak og fremdrift
2. Tilføre kompetanse til de deltagende virksomhetene slik at de får tilført forutsetninger for å lykkes i møte med kunder og marked. Fokus rettes inn mot produktutvikling, markedsføring og salg
3. At virksomhetene blir gitt muligheter for å delta i ulike kompetanseprogram ut fra de behov som virksomhetene synliggjør
4. Gjennomføre fortløpende evalueringer av prosjektet og for virksomhetene og støtte virksomhetene med direkte tilbakemeldinger på engasjement og deltagelse

5. Etablere markedsorienterte nettverk hvor virksomhetene får inspirasjon og deler erfaringer med andre
6. Utarbeidet kvalitetsnøkkel som virksomhetene skal forplikte seg på ut fra definerte kvalitetskriterier
7. Utrede og åpne for innsalg på det internasjonale marked gjennom nye markedskanaler
8. Gjennomføre markedsplan på nye markedsområder med øremerkede midler fra virksomhetene og egen prosjektmidler
9. Gjennomføre erfaringsamlinger etter behov for å støtte produkt og markedsinnsatsen
10. Formidle kontakt mellom virksomheter og investormiljøer etter behov
11. Være pådriver overfor myndigheter og offentlige virkemiddelapparatet innenfor infrastruktur og økonomi

***Bedriftene skal forplikte seg på følgende innsatsfaktorer***

Innenfor de ressursrammer som er avsatt, forplikter vår virksomhet seg på følgende:

1. Synliggjøre egen kompetanse gjennom egen kompetansekartlegging ut fra krav i prosjektbeskrivelsen
2. Gjennomføre kompetansetiltak for å innfri forutsetninger og krav i prosjektbeskrivelsen med egne investeringer. Fokus rettes mot produktutvikling, markedsføring og salg
3. Dra aktivt nytte av tilgjengelige kompetanseprogram ut fra eget behov for å innfri prosjektplanens mål.
4. Delta i pålagte evalueringer og gi tilbakemeldinger på engasjement og deltagelse
5. Delta i markedsorienterte nettverk og erfaringsamlinger som er direkte knyttet til utvikling og resultatskaping under prosjektledelsens ansvar
6. Gi innspill til prosjektledelsen for innsalg på internasjonale markedsområder
7. Oppfylle kravene i "kvalitetsnøkkelen" som er bygget på definerte kvalitetskriterier
8. Utvikle, tilby og kvalitetssikre egne produktpakèt etter retningslinjer fra prosjektledelsen
9. Avsette kr. 8.000,- pr. år til øremerkede midler til markedsføring gjennomført etter plan utarbeidet av prosjektledelsen
10. Foreta egne investeringer der det er nødvendig for produktet.

Sarpsborg /Strømstad, 00.00.08

---

Tore Hansen  
Sarpsborg kommune

---

Elsie Hellstrøm  
Fyrbodall kommunalförbund

## PROSJEKT "NOMADE I GRENSELAND"

### DELRAPPORT "FORUM"

#### Bakgrunn

Kunnskapsgrunnlaget om næringsaktører innen opplevelsesøkonomien er ganske begrenset, selv om det er naturlig å anta at det er mulig å overføre store deler av kunnskapen om forretnings- og næringsutvikling fra andre sektorer i samfunnet til å gjelde opplevelsesøkonomien. En markant forskjell ligger sannsynligvis i det faktum at mange av næringsaktørene innen denne sektoren har ekstraordinære utfordringer ved at der er små, kompetansebehovet er bredt, markedsgrunnlaget er uklart eller usikkert grunnet sterke sesongvariasjoner og markedsføringsutfordringene er store. Dette kan bety behov for et særlig fokus på verdiskapingsprosesser i de aktuelle næringene og hvilke samarbeids-/forretningsmodeller som kan være hensiktsmessige. Det er mye som peker på – bl.a. fra evaluering av tidligere gjennomførte Interreg-prosjekter – at utvikling og deling av ny kunnskap, metoder og verktøy, finansieringsproblematikk og samhandling er nødvendig for at tilvekst kan oppnås. Et sentralt fokus i denne sammenhengen vil derfor være å øke kunnskapen om forutsetninger for entreprenørskap, innovasjon og vekst i opplevelsesnæringene i grenseregionen. Innen innovasjonspolitikken i Norden i dag har en kjent svensk innovasjonsforsker – professor Bengt Åke Lundvall ved Aalborg Universitet – formulert følgende: "kunnskap er den viktigste ressursen, og læring den viktigste prosessen." I tråd med en formalisert og langsiktig satsing på dette feltet – både i Fyrbodal og Nedre Glomma-regionen - tas det sikte på å etablere en felles arena for alle aktører representert ved nærings-/kulturaktør/ entreprenører, offentlige myndigheter, FoU, UoH andre kompetansemiljøer samt kapital/finansierings-siden når det er aktuelt.

Hensikten er å skape en arena for erfaringsutveksling, kunnskapsdeling og kunnskapsutvikling med sikte på å øke suksessgraden i gjennomføring av prosjekter, bedriftsetableringer og kommersialisering av produkter og tjenester i alle faser: analyse, utvikling, implementering, drift og oppfølging.

#### FoU-samarbeid, kompetansestøtte og kompetanseutvikling

Alle aktører, også representanter fra ulike FoU- og kompetansemiljø, vil kunne utgjøre ressurser som kan benyttes til å støtte prosjektene både for å innhente metoder, verktøy og praktiske erfaringer samt eventuelt fungere som prosessveiledere gjennom ulike faser i innovasjonsprosessenene. En særlig viktig komponent er utvikling og utprøving av for eksempel eksisterende og nye samarbeids- og forretningsmodeller og metoder og verktøy for næringsaktørene/entreprenørene som kan benyttes i utvikling og optimalisering av produkter, tjenester og forretningskonsepter. Måling av effekter og dokumentasjon av resultater er også aktuelle bidrag.

FoU-samarbeid og kompetansestøtte bør også omfatte regionalt og/eller kommunalt nivå m.h.t. policy-utvikling, utvikling og etablering av nettverk, eventuelle klynger og et regionalt innovasjonssystem for en programmessig og langsiktig strategisk satsing på opplevelsesnæringene.

## Målsettinger

Behovet for et forum har dels sitt utspring i arbeidet med den strategiske satsingen på opplevelsesnæringene i Nedre Glomma, og tilsvarende tanker på svensk side, representert ved Høgskolan i Väst. På en samling arrangert av Interreg Sverige/Norge-programmet fikk man kjennskap til hverandres ambisjoner, og det tas sikte på å realisere forumet i en oppstartfase gjennom prosjektet "Nomade i grenseland/ Grenseløse opplevelser".

### Nærings- og kunnskapsutviklingsmål:

- Øke kunnskapen om og stimulere til entreprenørskap, innovasjon og tilvekst i næringene gjennom kunnskapsutvikling og kunnskapsoverføring
- Utvikle metoder og verktøy for å øke kompetansen i gjennomføring av innovasjonsprosesser i opplevelsesøkonomien
- Etablere et felles utviklingsforum for opplevelsesnæringene
- Styrke den interregionale samarbeids- og innovasjonsevnen basert på bredt samarbeid (triple helix)

## Situasjonsbeskrivelse

Det er stor aktivitet innenfor utvikling av reiseliv i Norge i dag, og særlig Innovasjon Norge har fått dette som oppgave som del av den norske innovasjonspolitikken.

Østfold Fylkeskommune har gjennom sin satsing på "opplevelsesnæringene etablert to handlingsprogram<sup>1</sup>, hvorav ett er spesifikt rettet inn mot reiseliv/turisme. I denne sammenheng gjennomføres det årlig et arrangement kalt reiselivskonferansen. Innholdet i denne har de to siste årene hatt karakter av "informasjons- og erfaringsutveksling" med praktiske "råd og vink" fra lokale og nasjonale ressurspersoner/foredragsholdere.

Programmet har utviklingsmidler som dels benyttes i egen regi til ulike utviklingsprosjekter og dels kan særlig de 5 destinasjonsselskapene i Østfold søke midler til egne satsinger. Dette skjer gjerne som en del av satsingene i de fire ulike regionene og/eller enkelte kommuner. Enkelte av destinasjonsselskapene, for eksempel Opplev Fredrikstad, har ambisjoner, ressurser og kompetanse (i samarbeid med andre aktører) til å gjennomføre egne (mindre) seminarer og workshops om spesielle temaer, for

---

<sup>1</sup> Fra sommeren 2009 slås de to programmene sammen til ett felles for "opplevelsesnæringene" med felles styre (reiseliv sammenslått med kultur-/kulturbaserte næringer)

eksempel "fortellerteknikk". Flere av destinasjonsselskapene har utviklingsprosjekter i egen regi. Graden av samarbeid mellom destinasjonsselskapene er begrenset og kan utvikles.

Det er nylig gjennomført en strategiprosess med handlingsplan for reiselivet på overordnet regionnivå. Det er definert fem strategiområder hvorav tre har særlig relevans til en "forum"-tankegang:

- Kompetanse: a) kompetansegap – på områdene kvalitetsutvikling, service og vertskap  
b) Behov for analyser og kunnskap (ikke nærmere spesifisert enda)
- Organisering: a) løsning av fellesoppgaver  
b) samarbeid  
c) finansiering
- Utvikling: a) nye satsinger  
b) endringer drevet av behov og muligheter

Destinasjonsselskapene samarbeider noe gjennom "Markedsforum", primært på markedsføringssiden. Det er ingen sterke lokomotiver for løsning av fellesoppgaver og reiselivsplanen foreslår opprettelse av et nytt selskap som skal forestå en rekke fellesaktiviteter, særlig markedsføring. Høringsutkastet til reiselivsplanen foreslår opprettelse av et "forum" i regi av ØFK som skal sikre oppfølging og rapportering av alle gjennomførte tiltak.

#### Kompetansemiljøene i regionen

På svensk side har man bl.a. Västsvenska Turistrådet (**ikke ferdig**)

Østfold har foruten generelle kompetanse-/konsulentmiljøer innen bedriftsutvikling, Høyskolen i Østfold og Østfoldforskning AS som mulige støttende FoU-ressurser som kan bidra med kunnskap og kunnskapsutvikling på ulike nivåer i innovasjonsprosesser knyttet til reiselivsutvikling. Pr. i dag er imidlertid disse institusjonene i liten grad leverandører til de regionale utviklingsprosessene på dette feltet. Det har vært vanlig å benytte mer spesialiserte kompetansemiljøer som for eksempel Transportøkonomisk Institutt, Mimir AS, Børre Berglund, Ivar Moen & co m.fl. som har tradisjon for leveranser også lokalt. Høyskolen i Østfold har under planlegging et bachelorstudie i "kulturbasert næringsutvikling" og Østfoldforskning har tre personer som jobber innen feltet "opplevelsesnæringer". En mer systematisk undersøkelse er ikke foretatt.

#### Nærings- og innovasjonspolitisk ambisjon

Det er en generell trend i Norge med økende grad av regionalisering. Det innebærer bl.a. at regionene i større grad blir utfordret på å håndtere utviklingsoppgaver og -prosesser i egen regi med utgangspunkt i "naturgitte" forutsetninger. Regionenes evne til samhandling, læring, kunnskapsutvikling, innovasjon og omstilling blir avgjørende for opprettholdelse og utvikling av velferdstilbud, attraksjonskraft og verdiskaping. Dette gjelder også på det næringspolitiske område, der det i denne sammenheng også omfatter reiseliv/tursime som næring. Man vet at de regionene som lykkes, er de som evner å se helheten og samhandle om utnyttelse av ressursene, både internt i

egen region og i samarbeid med andre regioner og sentrale aktører i virkemiddelapparatet med sikte på å øke ressursbasen.

### **Hvilket organisatorisk nivå skal et forum dekke og hva er innholdet?**

ØFKs endringer i organisering av reiselivssatsingen medfører behov for å avklare på hvilket nivå et forum i regi av Nedre Glomma/Fyrbodalen skal fungere. Dette må sees i sammenheng med at de ulike delregionene vil ha nytte av fellessatsinger i regi av ØFK, men det vil også være naturlig og nødvendig med spesifikke satsinger innen den enkelte delregion – og som i tilfellet Nedre Glomma/Fyrbodalen – samarbeid mellom delregioner. Det er rimelig å anta at det også vil være en viss konkurranse mellom delregionene om midler og resultatoppnåelse, som bl.a. vil handle om hvor *effektiv* den enkelte region er m.h.t. innovasjonsevne ((idé)utvikling, finansiering, produksjon og markedsføring av reiselivsprodukter – og tjenester). Her må "effektiv" forstås som hvor gode man er til forstå og samhandle i.f.t. utfordringer og muligheter for å få mest mulig verdiskaping av de ressurser man har.

### Påvirkningsmuligheter og ambisjoner

På norsk side er det gjennom RUP/RUA-samarbeidet, med eventuelle tillegg av andre (inter)kommunale og/eller (inter)regionale samarbeidskonstellasjoner, man har mulighet til å påvirke innhold, mål og strategier for reiselivssatsingen, og kanskje først og fremst knyttet til hvilke prosjekter man finner det hensiktsmessig å finansiere. Det bør også gjennom finansieringsstrategien være mulig å legge føringer for hvordan prosjekter bør gjennomføres, bl.a. for erfaringsutveksling, kunnskapsdeling og kunnskapsutvikling med sikte på å øke suksessgraden i gjennomføring av prosjekter, bedriftsetableringer og kommersialisering av produkter og tjenester i alle faser: analyse, utvikling, implementering, drift og oppfølging.

Det er ikke gjennomført noen analyser av "effektivitetsgraden" i dag verken på prosjekt- eller destinasjonsselskapsnivå, men prosessen knyttet til ØFKs overordnede reiselivsplan konkluderer med at det må legges større vekt på samarbeid, uttrykt i høringsutkastet slik: *"Destinasjonsselskapene er viktige aktører i utviklingen av reiselivet....., og disse må styrkes gjennom bredere oppslutning fra lokalt næringsliv og kommuner i respektive regioner. Et av innsatsområdene i reiselivsplanen er å legge til rette for at eksisterende destinasjonsselskap skal styrkes ved å definere kritisk masse av leverandører og bedrifter, attraksjonskraft og fagkompetanse som skal til for å skape slagkraftige destinasjonsselskaper"*.

Det fremstår som unaturlig å etablere et forum uten reell forankring i eller deltagelse fra destinasjonsselskapene siden disse innehar "utviklingsmandatet" for reiselivet i Østfold, i tillegg til Innovasjon Norge, og til en viss grad Fylkesmannens Landbruksavdeling. I Nedre Glomma finner vi to destinasjonsselskaper med et samlet budsjett på ca. 4,5 millioner. I hvilken grad disse samarbeider i

dag er ikke kartlagt i detalj, men inntrykket er at samhandlingsmulighetene kan utvikles. Fredrikstad Utvikling har etablert et underorgan som heter "Ressursgruppe for kultur og næring".

Det er selvfølgelig mulig å tenke seg ulike varianter av et forum med ulik grad av representasjon fra "partnerskapet" i et triple helix- og i et geografisk perspektiv. Om vi starter med *grad av involvering* på samhandlingsomfang, kan noen mulige konsepter skisseres:

1. Forum for informasjons- erfaringsutveksling (i Nedre Glomma/Fyrbodal)
2. Forum for koordinering av prosjekter og prosjektsamarbeid
3. Forum for strategisk samarbeid og ressursdeling mellom prosjekter
4. Forum for politikk- og strategi- og kompetanseutvikling
5. Kombinasjoner av disse

Avgjørende for samhandlingsomfang og nivå, er aktørenes behov og vilje til samarbeid, basert på en omforent forståelse av ambisjon m.h.t. behov og muligheter i markedet. Dersom for eksempel destinasjonsselskapene mener de har nødvendige utviklingskompetanse, nettverk og/eller andre ressurser for å nå sine mål, er det lite sannsynlig at det er behov for et forum i tillegg til allerede etablerte samarbeidskonstellasjoner. Det er også naturlig å anta at – gitt ambisjonsnivå – at eksisterende kompetanse og andre nødvendige ressurser ikke er tilstrekkelig tilstede til enhver tid, men at det i prosjekter og prosesser som oftest vil være nødvendig å spørre seg selv om man har det optimale utgangspunktet for å lykkes. I slike sammenhenger kan det være nyttig å sammenlikne seg med andre regioner som har lykkes, i den hensikt å lære og tilpasse til egen kontekst.

### Hvilken løsning?

Forprosjektet skulle bl.a. utrede en "Business Plan" for "Arenaen/Forumet," samt beskrive:

- samvirke mellom "arenaen" og temaområdene (natur, kultur og mat)
- mellom "arenaen" og "satsingsområde B"
- forholdet til en overordnet styringsgruppe

Det er den som sitter med ansvaret for de regionale og lokale utviklingsoppgavene som må avgjøre hvilken løsning som er nødvendig og ønskelig. Som nevnt over er oppgavene direkte eller indirekte delegert til eller ivaretatt av destinasjonsselskapene. Det avgjørende vil være på hvilken måte samhandlingen organiseres mellom det overordnede regionale nivået, og delregion-nivået og det enkelte destinasjonsselskap sitt valg av innretning på det lokale samarbeidet og hvem de samarbeider med.

En annen problemstilling er at destinasjonsselskapene ikke uten videre er opptatt av "det store perspektivet", for eksempel næringsutviklingsdimensjonen, som gjerne har fokus på å utvikle alle aktører og aktørgrupperinger for å stimulere til vekst i bransjer og næringer samlet sett.

Destinasjonsselskapene er en aktørgruppering i seg selv, og har også utviklingsbehov for egen virksomhet på lik linje med øvrige aktører.

Den ambisiøse region vil derfor velge "nivå 4" i oppsettet over. Et slikt opplegg kan ikke sies å eksistere i dag i vår region på en mer permanent og målrettet basis. En slik modell krever imidlertid ressurser i form av en ansvarlig (sekretær eller lignende) for forumet som kan bidra til å identifisere og systematisere aktuelle problemstillinger knyttet til utfordringer og muligheter i næringsutviklingsarbeidet innen den aktuelle sektoren; opplevelsesnæringene. Informasjons- kommunikasjons- og læringsplattformen kan "levendegjøres" gjennom nyhetsbrev, seminarer, konferanser, workshops, eget nettsted m.m., avhengig av økonomiske ressurser. Forumet bør organiseres som en ressursgruppe med eget mandat og sikres en finansiering uavhengig av prosjekter. På sikt kan et slikt forum eventuelt utvikles til et medlemsbasert forum, men vil sannsynligvis være avhengig av tilskudd fra det offentlige, for eksempel gjennom RUA, i tillegg til tilskudd fra medlemmene.

Det er også mulig å definere dette organet som et "innovasjonsselskap eller kompetansesenter for opplevelsesnæringene"

Forslag til mandat:

- Bidra til å markere og posisjonere regionen som et område for opplevelser
- Bidra til å skape attraktivitet gjennom gode opplevelser og aktive og nyskapende næringsaktører
- Arbeide for å utvikle kunnskapsgrunnlaget om opplevelsesnæringene i tråd med definerte satsingsområder

Forslag til oppgaver:

- Etablere en felles samarbeidsplattform
- Sikre informasjonsflyt
- Allokere og prioritere ressurser til egen drift, eventuelt også prosjekter
- Sikre optimal ressursutnyttelse gjennom fokus på effektive innovasjonsprosesser
- Utnytte og videreutvikle kunnskapsgrunnlaget

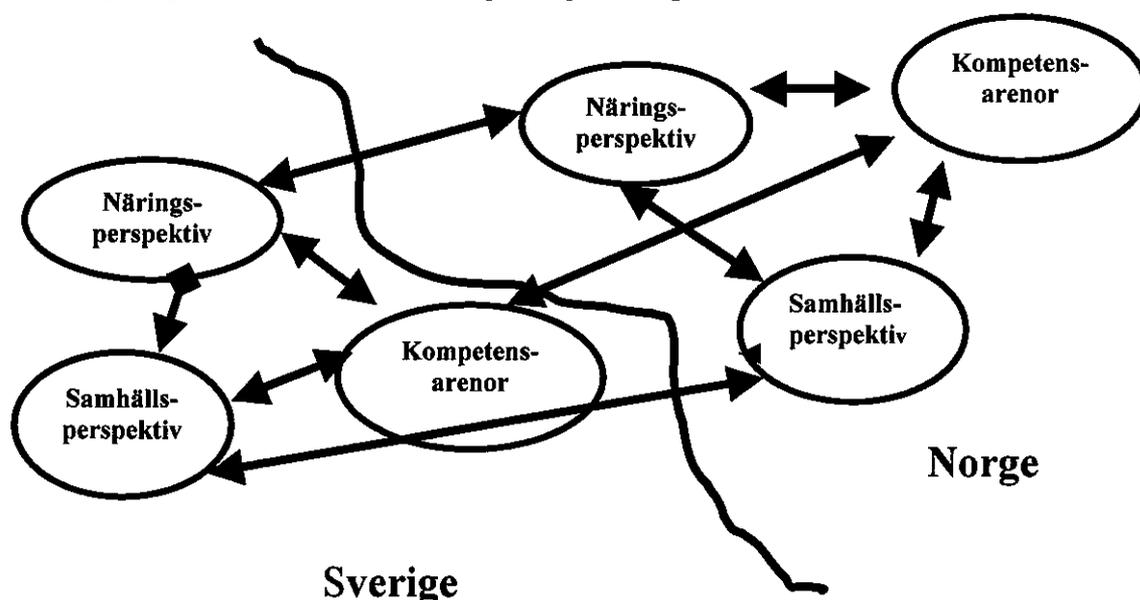
## PROSJEKTBEKRIVELSE: "Nomade i Grenseland/Grenseløse opplevelser" Versjon 1.3, Dato: 21.5.2009

### BAKGRUNN

Det kjent at det internasjonalt er et sterkt fokus på opplevelsesøkonomien (reiseliv, kultur- og kreative næringer, småskala mat m.m.) og dens antatte betydning for fremtidig vekst og verdiskaping. De fleste land og regioner i Europa har egne utviklingsprogrammer og satsinger innen feltet, også i vår region:

- Handlingsplan for besøksnæringen i Fyrbodalen er etablert/under utarbeiding
- Nedre Glomma-regionen har en strategisk satsing på opplevelsesøkonomi
- Østfold Fylkeskommune har utarbeidet et eget Reiselivsprogram og et program for Kulturbasert næringsutvikling. Dette slås sammen til ett program sommeren 2009

Kunnskapsgrunnlaget om næringsaktører innen opplevelsesøkonomien er ganske begrenset, selv om det er naturlig å anta at det er mulig å overføre store deler av kunnskapen om forretnings- og næringsutvikling fra andre sektorer i samfunnet til å gjelde opplevelsesøkonomien. En markant forskjell ligger sannsynligvis i det faktum at mange av næringsaktørene innen denne sektoren har ekstraordinære utfordringer ved at der er små, kompetansebehovet er bredt, markedsgrunnlaget er uklart eller usikkert grunnet sterke sesongvariasjoner og markedsføringsutfordringene er store. Dette kan bety behov for et særlig fokus på verdiskapingsprosesser i de aktuelle næringene og hvilke samarbeids-/forretningsmodeller som kan være hensiktsmessige. Det er mye som peker på – bl.a. fra evaluering av tidligere gjennomførte Interreg-prosjekter – at utvikling og deling av ny kunnskap, metoder og verktøy, finansieringsproblematikk og samhandling er nødvendig for at tilvekst kan oppnås. Et sentralt fokus i denne sammenhengen vil derfor være å øke kunnskapen om forutsetninger for entreprenørskap, innovasjon og vekst i opplevelsesnæringene i grenseregionen.



Som figuren viser er det tre perspektiv som skal håndteres og utvikles i prosjektet innenfor det vi kan kalle grenseregionale koblinger: samfunns- og nærings-/bedriftsutviklingsperspektivet i tillegg til kompetansemiljøer og –arenaer.

## MÅL

### Overordnet:

- Øke antall bærekraftige attraksjoner (både økonomisk og miljømessig) i regionen med relevans til aktuelle målgrupper
- Bidra til å profilere regionen som opplevelsesområde

### Bedrifts-/foretaksutviklingsmål:

- Øke omsetning og lønnsomhet hos deltagende foretak
- Øke foretakenes kompetanse til å samarbeide og gjennomføre innovasjonsprosesser
- Utvikle inntil 15 nye paketerings-løsninger (pakker)

### Nærings- og kunnskapsutviklingsmål:

- Øke kunnskapen om og stimulere til entreprenørskap, innovasjon og tilvekst i næringene
- Utvikle metoder og verktøy for å øke kompetansen i gjennomføring av innovasjonsprosesser i opplevelsesøkonomien
- Etablere et felles utviklingsforum for opplevelsesnæringene
- Styrke den interregionale samarbeidsevnen basert på bredt samarbeid (triple helix)

### Delmål:

- Etablere en felles arena (forum) for erfaringsutveksling, kunnskapsutvikling og -deling
- Etablere forpliktende nettverk av opplevelsesleverandører
- Etablere en struktur for årlig utprøving av nye opplevelser (testopphold)
- Vurdere og foreslå salgs-/markedsføringskanal gjennom eksisterende reisearrangører
- Utvikle og prøve ut nye prosesser og modeller mellom næringsaktører, det offentlige og FoU/UoH-miljø for å øke suksessraten i innovasjons- og bedriftsutviklingsprosesser (triple helix)
- Utvikle og prøve ut nye prosesser og modeller hos næringsaktørene og deres samarbeidspartnere for å øke suksessraten i innovasjons- og bedriftsutviklingsprosesser
- Dokumentere og formidle (ny) kunnskap til alle involverte aktører

## **GJENNOMFØRING**

Figuren på siste side beskriver et forslag til organisering av ulike satsingsområder, temaer, prosjekter, møteplasser og et opplegg for kompetansestøtte og FoU-samarbeid som et helhetlig samarbeids-konsept i et næringsutviklingsperspektiv. Figuren representerer en langsiktig ambisjon, og det er behov for en nærmere avklaring av forutsetninger for en slik ambisjon. Figuren angir *tema- og satsingsområder*. *Tema-områdene* er bedrifts-/bransje-/næringsspesifikke aktiviteter mens prosjektets *satsingsområder* representerer kompetansestøtte og andre virkemidler som fremmer innovasjon og tilvekst i de aktuelle prosjektene, bedriftene, bransjene og/eller næringene. Dette er nærmere beskrevet under.

### **Tema-områder**

Det er innledningsvis diskutert ulike segmenter eller satsingsområder innenfor opplevelsesøkonomien som i stor grad er felles for Fyrbodalen og Nedre Glomma. Spesifikt innenfor turisme/besøksnæring/ reiseliv er disse foreløpig identifisert til å være:

#### **Tema-område 1: Natur/eco-turisme**

Regionen har landskapsmessige forutsetninger for å utvikle natur-/eco-turisme. Markedsgrunnlaget vurderes som økende internasjonalt, og det kan ligge et næringsutviklingspotensial i regionen som sannsynligvis kan utnyttes bedre. Større forståelse og tiltak for å utnytte dette potensialet er ønskelig.

#### **Tema-område 2: Kultur og kunnskap**

Regionen har flere viktige og interessante kulturhistoriske verdier som også kan utnyttes i reiseleivssammenheng. Hvilke verdier og aktører som kan være relevante i.f.t. aktuelle målgrupper vil avklares nærmere.

#### **Tema-område 3: Mat**

På samme måte som for natur og kultur, har man ulike mattradisjoner samt steder som tilbereder og serverer mat. Matopplevelser er en sentral og viktig del av et helhetlig reiseleivskonsept, "opplevelses-pakker" o.s.v. og vil søkes integrert som del av den totale satsingen.

#### **Tema-område 4: Maritimt**

Mer spesifikt og kystrelatert har man tilsvarende muligheter innen marin sektor. Dette er imidlertid ikke en del av dette prosjektet foreløpig.

#### **Tema-område 5: Medier og teknologi**

Det er et økende fokus på hvordan nye medier og ny teknologi kan representere nye kommunikasjons- og interaksjonsformer også innenfor reiseliv og turisme. I den grad det vurderes som aktuell problemstilling eller som virkemidler, vil dette vurderes integrert på sikt, men utgjør ikke et fokusområde i dette prosjektet foreløpig.

## HOVEDAKTIVITETER

### HA1: Hovedprosjektledelse

Det er behov for å administrere og ajourføre prosjektbeskrivelser og planer i tillegg til prosjektregnskap og økonomistyring i.h.t. Interreg-kravene.

### HA2: Forretningsutvikling "Konsept Nomade i grenseland"

"Nomade i Gränseland" er et "skarpt prosjekt" og utgjør en hovedaktivitet innenfor hovedprosjektet der praktisk utprøving og erfaring skal skje kontinuerlig i prosjektperioden,.

#### Bakgrunn

Nomad i Gränseland bygger på Interreg-prosjektet "Dager i grenseland" som inkluderte aktiviteter i både Sverige og Norge. Erfaringene fra dette prosjektet er videreført i forprosjektet "Nomade i Grenseland" og vil i hovedprosjektet danne utgangspunkt for videre arbeid med metode-utvikling, produkt- og markedsutvikling, distribusjon og økonomi. Det antas at konseptet kan anvendes av et stort antall produktleverandører innom turistnæringen.

Anledningen till att vi i stället för "dagar" har valt begrepet "nomad" är att det var de strapatsrika aktiviteterna som uppskattades mest, guiderna påverkade upplevelsen i hög grad, boendets standard var av mindre betydelse men det var i många fall för mycket bilkörning. I det traditionella nomadbegreppet har den resande med sig huset, sängen och maten på sina vandringar.

Att övernatta i kåtor, tält och så vidare med enkel matlagning kan vara en delprodukt men behöver inte omfatta alla aktiviteter. Övernattning på till exempel vandrarhem, aktiviteter som omfattar både kultur och natur och varierande måltider efter ett specifikt valt tema är också i hög grad intressant med tanke på resultaten i förstudien. Ett huvuddrag är att allt som ska erbjudas i paketen handlar om grön eller så kallad ekoturism (t.ex. lokal mat och begränsat koldioxidutsläpp).

Nomad i gränseland kan fungera som ett paraply-märkevara inför de tre definerade tema-områden, och omfatta flera olika paket.

Nyckelbegrepp i utveckling av alla tre temapaketer

- Natur
- Kultur
- Mat

är:

- Aktiva turister
- Utbildade guider
- Storytelling och social gemenskap.

Det kan finnas mer renodlade naturpaket men också paket med en kombination av natur och kultur.

I projectet vil vi også undersøke om særskilte pakker kan utvikles rundt måltider og hållbar utvikling. Det kan være i form av rundturer, men også kurser knyttet til natur/kulturpaketen.

### **Målsetting**

I prosjektet er det et ønske å knytte bedrifter, høyskoler/forskningsinstitusjoner og offentlig sektor sammen i et langsiktig og forpliktende utviklingsprosjekt som kan danne en plattform for å utvikle forumet for attraksjonsutvikling og opplevelsesøkonomi samt konkretisere definerte temaområder.

Målsetting for "Nomad i gränslandet" er å utvikle et nytt konsept innbefattet de temaområdene naturopplevelse-, kulturopplevelse- og matopplevelsesprodukter som beskrevet over.

### Resultatmål for konseptutviklingen:

Paketen som omfatter tema-aktiviteter i gränslandet og som bygger på samme konseptuelle plattform, og som kan finnes både i Sverige og Norge, men även andre former av gränsland kan komme ifråga. Dette vil avklares og konkretiseres i hovedprosjektet

### Metode og gjennomføring

For å lykkes i et hovedprosjekt hvor attraksjonsutvikling og opplevelsesøkonomi er en overordnet målsetting, vil metodikken stå sentralt. "Nomade-begrepet" krever aktiv deltaking fra deltakere, leverandører, kunnskapsformidlere og kompetansesøtte under de ulike temaene.

Måten å selge og realisere produktpakketene vil kreve ny kunnskap og kommunikasjon mellom leverandører og marked. Dette vil drøftes i forprosjektet.

### Resultatmål:

Metoden vil bli konkretisert, dokumentert, presentert og forankret hos bedriftene i prosjektet.

### Delaktiviteter i HA2:

#### **HA 2.1: Delprosjektledelse og involvering av samarbeidspartnere**

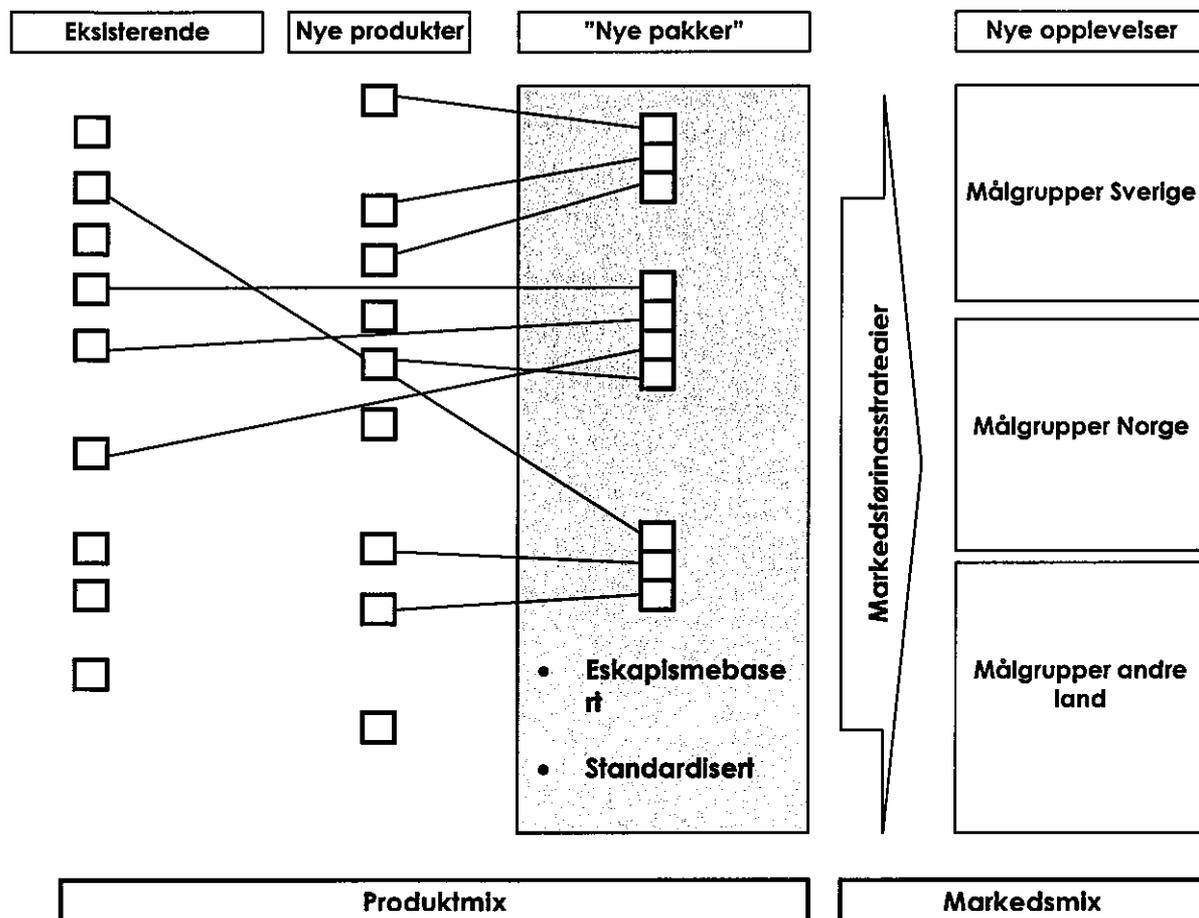
HA 2 "Forretningsutvikling konsept Nomade" er en sentral del av prosjektet og krever i utgangspunktet en egen prosjektleder. (Dersom man finner en hovedprosjektleder med nødvendige kvalifikasjoner til å forstå den nødvendige kontakten med samarbeidspartnere og faglige oppfølgingen, kan disse funksjonene kombineres)

#### **HA 2.2: Kunnskapsstatus og beskrivelse/analyse av markeder**

Det er behov for mer eksplisitt kunnskap om markeder, målgrupper og deres preferanser. Denne delaktiviteten har som målsetting å finne og gjennomgå eksisterende litteratur og studier/rapporter i gjennomført nasjonalt/internasjonalt som omhandler den aktuelle type turisme. Det antas at de store reiseorganisasjonene, FoU-miljøene og andre interesseorganisasjoner besitter kunnskap på feltet. Denne kunnskapen skal systematiseres for praktisk anvendelse i prosjektet.

#### **HA 2.3: Utvikling av "pakker", inklusive markedsføringsstrategier og kvalitetssikringssystem**

I forprosjektet er det etablert tre "noder" i nettverket av samarbeidende virksomheter; Dalslands-, Bohusläns- og Nedre Glomma-noden. Utgangspunktet for utvikling av pakker er de eksisterende produktene/tjenestene den enkelte virksomhet har komplettert med utvikling av nye slik at innholdet i det totale tilbudet er i tråd med opplevelseskonseptet "Nomade i grenseland". Arbeidsopplegget kan skisseres slik:



Som en del av utviklingsarbeidet skal målgrupper i ulike markeder identifiseres og deres preferanser og kjøpsadferd søkes avklart. Vi ser for oss at dette skjer i samarbeid med reisearrangører og destinasjonsselskaper i inn- og utland og eventuelt spesialiserte bookingselskaper som er rettet inn mot eskapisme-baserte og aktive opplevelsesreiser i Norden. Vurdering og valg av markedsførings- og kommunikasjonsmix relatert til målgrupper og distribusjonskanaler i de ulike land/regioner er en viktig del av aktiviteten.

En annen sentral del av denne hovedaktiviteten er også å søke løsninger som kan *standardiseres* og i størst mulig grad gjøres tilgjengelig også via for eksempel internet for booking. Dette innebærer også et særlig fokus på *kvalitetssikring* av produkter og produktpakker m.h.t. bl.a. innholdsbeskrivelse, pris, varighet m.m..

#### HA 2.4: Uttesting og evaluering av pakker

I innovasjonsarbeid er det viktig å følge opp hvordan de ulike målgruppene faktisk opplever produktene og hva de er fornøyd med og hva som ikke er tilfredsstillende. Det legges derfor opp til et kontinuerlig evalueringsoplegg som skal sikre tilbakemelding fra målgruppene tilsvarende det som ble gjennomført i

prosjektet "Dager i Grenseland", men i større omfang og fordelt på de ulike målgruppene for eventuelt å avklare om det forskjeller i preferanser ut fra ulike segmenter. Det vil være strategisk viktig informasjon å avklare om det er forskjeller mellom ulike land, ulike aldersgrupper, ulik erfaringsgrad eller andre segmenteringsvariabler med betydning for utvikling av pakkene. Erfaringer og data fra denne delaktiviteten gir input til neste delaktivitet; "optimalisering av pakker".

#### **HA 2.5: Optimalisering av pakker**

Som del av kvalitetssikringsopplegget vil erfaringer og data fra uttesting og evaluering av de nye pakkene fra ulike målgrupper danne grunnlaget for en oppdatering av pakkene og markedskommunikasjonsløsningene. Optimaliseringen vil ha et særlig fokus på de genrelle kravene til standardisering og kvalitetssikring med sikte på å opprettholde ønsket/kravet om bookbare løsninger.

### **HA3: Forum, kunnskapsutvikling og FoU**

#### **Bakgrunn og hensikt**

Prosjektets hovedsyfte er å bygge opp en gränsöverskridande kunskaps- og kompetensbas inom entreprenörskap, forretnings- og næringsutvikling i gränsregionen genom arbetsintegrerat lärande där prioritering sker på företagande med inriktning på entreprenöriella aktiviteter. Projektet har koppling till profilområdet "Region, mångfald och samhällsförändring" där entreprenörskap och kreativitet är viktiga ingredienser. Syftet med forskningsdelen i projektet är att skapa och etablera en forskningsplattform inom entreprenörskap, forretnings- og næringsutvikling med inriktning på opplevelseindustri.

#### **Prosjektets langsiktige mål**

Hovedmålet for projektet i sin helhet er å utvikle entreprenørstøttende i regionen så at kunnskapen øker og styrkes samt at konkurrenskraftige foretak og derya arbeidstillfällene skapas. Dette ska projektet oppnå genom att:

- Medverka till start av nya och utveckling av existerande företag inom relevanta områden. (Både privat och offentlig sektor)
- Genomföra ett antal projekt vilka definieras av näringslivet och projektet gemensamt, där förberedelse, utförande och utvärdering sker i samverkan mellan studenter, lärare, forskare, näringsliv och offentlig förvaltning. Resultaten redovisas i form av vetenskapliga publikationer och i seminarier.
- Bygga upp en kunskaps-, kompetens-, utvecklings- och forskningsplattform.

#### **Organisering**

Denne hovedaktiviteten består av to elementer: et operativt kompetansstøttesystem og et felles forum

#### **HA3.1: FoU-samarbeid, kompetansstøtte og kompetanseutvikling**

Representanter fra prosjektets deltagende FoU- og kompetansmiljø vil kunne representere utviklings- og forskersteam som kan benyttes til å følge og støtte prosjektene både for å innhente empiri og eventuelt

fungere som prosessveiledere gjennom ulike faser i innovasjonsprosessene. En særlig viktig komponent er utvikling og utprøving av for eksempel eksisterende og nye samarbeids- og forretningsmodeller og metoder og verktøy for næringsaktørene/entreprenørene som kan benyttes i utvikling og optimalisering av produkter, tjenester og forretningskonsepter. Måling av effekter og ringvirkninger og dokumentasjon av resultater er også aktuelle bidrag.

FoU-samarbeid og kompetansestøtte bør også omfatte regionalt og/eller kommunalt nivå m.h.t. policy-utvikling, utvikling og etablering av nettverk, eventuelle klynger og et regionalt innovasjonssystem for en programmessig og langsiktig strategisk satsing på opplevelsesnæringene.

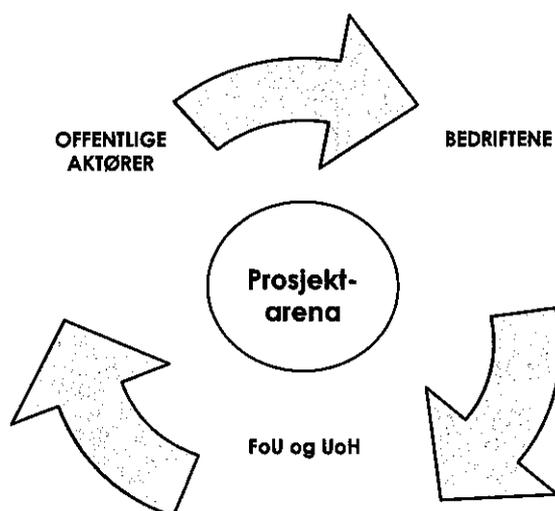
### HA3.2: Forum for attraksjonsutvikling og opplevelsesøkonomi

Som nevnt har både Fyrbodalen og Nedre Glomma-regionen opplevelsesøkonomi som viktige strategiske satsingsområder. I tråd med en formalisert og langsiktig satsing på dette feltet, tas det sikte på å etablere et felles forum for alle aktører representert ved nærings-/kulturaktør/entreprenører, offentlige myndigheter, FoU, UoH andre kompetansemiljøer samt kapital/finansieringssiden når det er aktuelt.

Hensikten er å skape et forum for erfaringsutveksling, kunnskapsdeling, -utvikling og -overføring med sikte på å øke suksessgraden i gjennomføring av prosjekter, bedriftsetableringer og kommersialisering av produkter og tjenester i alle faser: analyse, utvikling, implementering, drift og oppfølging.

Det tas sikte på å gjennomføre minst én samling pr. år der ambisjonen er gjennom bred deltagelse å formidle erfaringer og kunnskap fra den operative gjennomføringen av ulike prosjekter. Forumet kan også benyttes til politikk- og strategiutvikling for aktuelle bedrifter og bransjer innen aktuelle temaområder som nevnt over. I de tilfellene der temabaserte fora allerede er etablert, vil vårt forum kunne bidra med eksplisitt og ny kunnskap om regionale forhold knyttet til de utfordringene og mulighetene de ulike aktørene står overfor.

Dette forumet, som till viss del kan vara virtuelt, vil vara en mötesplats för ulike aktörgrupperingene: de aktiva företagen i hovedprosjektet, offentliga aktörer och företrädare för forskning och högre utbildning.



Målen för deltagande institutioners forskningsdel i projektet är att stärka forskarkompetens och lärarprofession inom entreprenörskap genom att bedriva forskarstudier, forskningsprojekt och forskarseminarium, etablera, stärka och utveckla kunskap och kompetens om entreprenörskap vid institutionerna samt förstärka den vetenskapliga kvaliteten i utvecklingen av utbildningar på olika nivåer och att bygga upp ämnesmässiga, pedagogiska och personliga nätverk.

#### **HA4: Infrastruktur og reise-/møteaktiviteter**

Prosjektet har mange deltagere spredt over et relativt stort geografisk område. Selv om man i stor grad vil benytte bærekraftige prinsipper for kommunikasjon, er det også behov for å møtes "over bordet". Det budsjetteres derfor både med kostnader knyttet til reise- og leie av lokaler og servering av deltagerne.

Det er også en ambisjon om å etablere et eget nettsted for prosjektet der prosjektresultater og annen aktuell informasjon kan legges ut. Nettstedet kan enten driftes av prosjektleder, eventuelt legges til HA 3: Forumet.

#### **ORGANISERING**

Forumet representeres i oppstarten ved en styringsgruppe bestående av bl.a. representanter fra kommuner, FoU/UoH-miljø, næringsaktører/entreprenør og destinasjonsselskap med prosjektleder som sekretær. Prosjektet vil bli organisert for øvrig med prosjektleder etter modell av figur som vist på siste side.

#### **Ressursteam og ansvar for øvrig**

Vi vil trekke inn ressurspersoner i arbeidet med prosjektet både fra bedrifter, forskningsmiljøer og destinasjoner i Norge /Sverige slik at prosjektet får de beste forutsetninger for gjennomføring og suksess.

#### **FREMDRIFT**

Prosjektet vil starte så snart søknaden er behandlet, dvs. antatt oppstart 1. Januar 2010. Fremdriften er foreløpig skissert ved at kostnadsbudsjettet er periodisert: se "budsjett og finansiering" under.

## BUDSJETT OG FINANSIERING (foreløpig)

NOMADE I GRENSELAND														
Budsjettforslag (alle tall i 1000)														
Dato: 21.5.2009														
ANSVAR	ÅR 1	ÅR 2				ÅR 3				SUM				
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4					
<b>HA 1: Hovedprosjektledelse</b>	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600
Administrere og ajourføre prosjektbeskrivelse og planer														
Regnskap og økonomistyring														
Gjennomføre prosjektmøter													75	
Sluttrapport/evaluering														
<b>SUM</b>														<b>650</b>
<b>HA 2: Forretningsutvikling konsept Nomade</b>														
Delprosjektledelse HA 2	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	300
Involvering av nødvendige samarbeidspartnere														
Kunnskapsstatus og analyse/beskrivelse av markeder	100	100												200
Utvikling av "pakker" (10 - 15 stk) (faglig bistand)														
Utvikle markedsføringsstrategier			100	100										300
Vurdere og velge kvalitetsikringsystem									100					200
Uttesting og evaluering av pakker								200	100	100				500
Optimalisering av "pakker"										400				400
<b>SUM</b>														<b>1800</b>
<b>HA 3: Forum, kunnskapsutvikling og Fou</b>														
Delprosjektledelse HA 3	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	150
Utvikle innovasjonssystem (regionale/lokale)													75	225
Entreprenørskap og innovasjon	75	75										75		300
Verdiskaping: effekt- og ringvirkingsanalyser		150												550
Arrangementer og kunnskapspredning										50				250
Faglig bistand eksterne (innleide foredragsholdere)													50	150
<b>SUM</b>														<b>1650</b>
<b>HA 4: Infrastruktur og reise-/møtekosnader</b>														
Reiseutgifter og studieturer	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	140
Lokalleie/servering i prosjektmøter	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	70

Web og tryksaker			50	50	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	250
<b>SUM</b>																			<b>500</b>
<b>SUM TOTALT</b>																			<b>4600</b>

<b>FINANSIERINGSPLAN</b>					
Dato: 21.3.2009					
	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	
Interreg					
Fyrbodal					
Västra Götaland					
Nedre Glomma RUA					
Østfold Fylkeskommune					
Egeninnsats bedrifter					
Egenfinansiering bedrifter					
Innovasjon Norge					

